

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pesatnya pertumbuhan ekonomi saat ini perusahaan harus mampu bersaing dan mampu bertahan dalam dunia bisnis. Pelaku usaha diharapkan harus mampu menyediakan kebutuhan modal untuk keberlangsungan suatu usaha. Pasar modal adalah salah satu sarana dimana perusahaan dapat didukung untuk memenuhi kebutuhan keuangan dan meningkatkan modal usahanya. Pasar modal di Indonesia berkembang pesat, hal ini menunjukkan bertambahnya jumlah perusahaan-perusahaan tersebut terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang nilai transaksinya semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pada era globalisasi semakin kuatnya persaingan, oleh sebab itu perusahaan harus berpartisipasi dalam mengembangkan bisnisnya. (Cornelia, K., & Putu Eka Widiastuti, N. 2021).

Perusahaan harus mempunyai beberapa alternatif sumber pendanaan untuk memenuhi kebutuhan yang dapat digunakan sebagai sumber pembiayaan. Dana tambahan tersebut dipenuhi dari berbagai sumber, yaitu dengan dana tambahan dari internal maupun eksternal. Secara internal, sumber dana perusahaan dapat berasal dari laba ditahan dan akumulasi penyusutan aktiva tetap, sedangkan sumber dana eksternal yaitu dapat berasal dari utang bank, pengeluaran hutang (obligasi) dan kepemilikan dengan penerbitan saham baru. Bila manajemen memutuskan untuk

memperoleh pendanaan dari masyarakat umum atau publik sehingga kepemilikan perusahaan tersebut telah berubah menjadi perusahaan publik (Martha, N., Saragih, A. D., & Chandra, J. (2023).

Salah satu alternatif sumber pendanaan dari eksternal adalah dengan menjual saham perusahaan kepada masyarakat melalui pasar modal. Adapun alternatif pendanaan dari eksternal perusahaan yakni melalui mekanisme penyertaan yang umumnya dilakukan dengan menjual saham perusahaan kepada publik atau sering dikenal dengan *Go Public*. (Apriliani, T., & Hernawati, R. I. 2021) *Go Public* merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaan melalui pasar perdana yang biasa dikenal dengan istilah *Initial Public Offering* (IPO).

Perusahaan yang telah memutuskan untuk *Go Public*, maka harus diawali melalui penawaran saham perdana yang disebut dengan *Initial Public Offering* (IPO). IPO adalah suatu kegiatan perusahaan di pasar modal ketika menjual sahamnya untuk pertama kali kepada investor yang hanya terjadi di pasar perdana. Terdapat berbagai macam alasan mengapa perusahaan ingin *Go Public* dan menjual sahamnya kepada masyarakat umum, antara lain untuk meningkatkan modal perusahaan, untuk perluasan usaha, mempermudah usaha pembelian perusahaan lain dan memungkinkan manajemen maupun masyarakat mengetahui nilai perusahaan (Agustine, I., & T, S. 2020).

Initial Public Offering (IPO) yaitu kegiatan perusahaan di pasar modal ketika menjual sahamnya untuk pertama kali atau bisa disebut sebagai penawaran umum

perdana yang dilakukan di pasar perdana (*primary market*), pasar perdana yakni pasar bagi perusahaan yang melakukan penawaran umum (emiten) untuk menjual sahamnya pertama kali kepada investor. Modal dapat diperoleh perusahaan dengan cara perusahaan tersebut menjual surat berharganya di pasar modal (Kharisma, J., & Pratama, I. A. 2022)

Fokus perusahaan pada saat *Initial Public Offering* (IPO) yaitu penentuan harga saham perdana, penentuan saham perdana ini dilakukan atas persetujuan kedua belah pihak yaitu perusahaan yang akan *Initial Public Offering* (IPO) dengan penjamin efek. Akan tetapi menentukan harga saham tidak semudah yang dibayangkan dikarenakan adanya perbedaan kepentingan dari masing-masing pihak dan perbedaan informasi. Asimetris informasi yaitu adanya perbedaan dari informasi yang dimiliki oleh pihak yang ikut terlibat dalam melakukan *Initial Public Offering* (IPO) yaitu perusahaan, penjamin, dan investor. ((Apriliani, A., Zulpahmi, & Sumardi. 2021)).

Ketika perusahaan akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO), perusahaan harus membuat prospektus yang merupakan ketentuan yang ditetapkan oleh BAPEPAM. idx, (2015). Informasi prospektus dapat dibagi menjadi dua, yaitu informasi akuntansi dan informasi non akuntansi. Informasi akuntansi adalah laporan keuangan yang terdiri dari neraca, perhitungan rugi/laba, laporan arus kas, dan penjelasan laporan keuangan. Informasi non akuntansi adalah informasi selain laporan keuangan seperti *underwriter*, Reputasi Auditor, konsultan hukum, nilai penawaran saham, persentase saham yang ditawarkan, umur perusahaan, dan informasi lainnya.

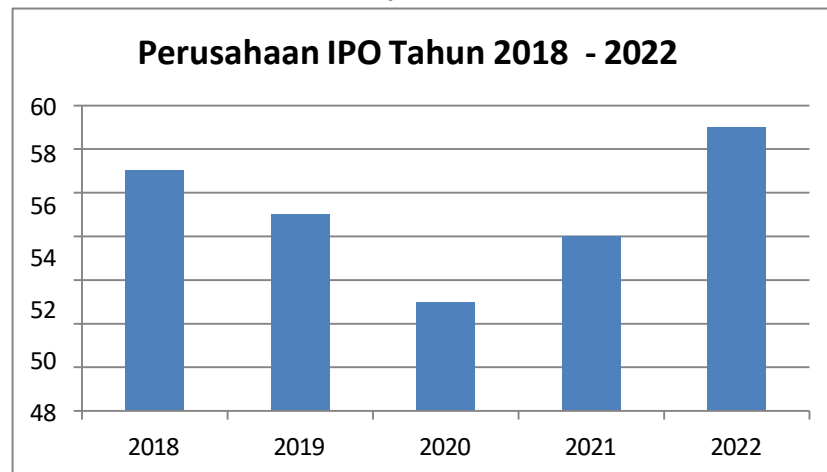
Investor menggunakan informasi keuangan dan non-keuangan yang ada dalam prospektus ketika mereka membuat investasi di pasar modal. Pada saat perusahaan melakukan *Initial Public Offering* (IPO), investor belum dapat mengetahui banyak informasi mengenai perusahaan tersebut. Investor hanya memperoleh informasi dari prospektus yang diterbitkan perusahaan sebelum melakukan penawaran perdana. Dari informasi akuntansi dan non akuntansi dalam prospektus itulah investor dapat menganalisis atau melakukan penilaian terhadap perusahaan tersebut. Hasil analisis atau penilaian prospektus ini dapat digunakan investor untuk membuat berbagai keputusan atau kesimpulan. Misalnya, apakah investor akan membeli saham perusahaan tersebut apakah prospek perusahaan tersebut bagus, dan apakah harga saham perdana yang ditawarkan relatif sesuai atau wajar dengan kondisi perusahaan.

Permasalahan yang terjadi ketika perusahaan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di pasar modal adalah penentuan besarnya harga penawaran saham. Penentuan harga saham yang akan ditawarkan pada saat *Initial Public Offering* (IPO) merupakan faktor yang penting, baik bagi emiten maupun *underwriter* karena berkaitan dengan jumlah dana yang akan diperoleh emiten dan resiko yang akan ditanggung oleh *underwriter*. Hal tersebut menyebabkan emiten menentukan harga yang tinggi pada saat *Initial Public Offering* (IPO) untuk meningkatkan pemasukan dana semaksimal mungkin, sedangkan di sisi lain *underwriter* memilih untuk meminimalkan resiko yang terjadi untuk mencegah kerugian karena tidak terjualnya saham-saham emiten. Perbedaan persentase antara harga saham selama periode IPO di pasar perdana

dengan harga di pasar sekunder disebut dengan *initial return*. (Lukman, S. A., & Kunawangsih Tri. (2023).

Initial Public Offering (IPO) adalah hal yang penting untuk diketahui investor sebab IPO dapat menjadi lahan bagi investor untuk mendapatkan keuntungan. Berikut grafik yang menggambarkan pada tahun 2018- 2022, ada beberapa perusahaan yang melakukan IPO.

Gambar 1.1
Jumlah perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) periode 2018-2022.



(Sumber : Bursa Efek Indonesia)

Berdasarkan data dari gambar 1.1 dapat dilihat setiap tahunnya terdapat perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data diatas menunjukkan bahwa dalam lima tahun terakhir pertumbuhan perusahaan yang melakukan IPO terus meningkat, meskipun di tahun 2020 dan 2021 menurun tidak signifikan.

Berdasarkan gambar 1.1. bahwa fenomena yang sering ditemukan ketika perusahaan melakukan IPO atau aktivitas *Go Public* adalah harga saham pada penawaran perdana mengalami kecenderungan *Underpricing* yang ditandai dengan *return* yang positif, pada saat perusahaan melakukan IPO. Kinerja saham IPO banyak mengalami penurunan harga saham jangka panjang (*underperformed*). Penurunan kinerja saham ini mengakibatkan investor yang membeli saham pada periode jangka panjang tidak menikmati *return* yang diharapkan, umumnya para investor akan memiliki informasi yang terbatas seperti yang diumumkan atau diterbitkan dalam prospektus, yang mana prospektus ini memuat rincian informasi dan juga fakta-fakta material terkait penawaran umum emiten baik berupa informasi keuangan ataupun non-keuangan. Semua informasi yang diungkapkan didalam prospektus ini akan membantu investor untuk membuat keputusan yang rasional mengenai hal-hal yang berkaitan dengan risiko dan nilai saham sesungguhnya yang di tawarkan oleh emiten juga membantu dalam membuat keputusan investasi. (Kurniawan, E., & Novianti Putir. 2022)

Permasalahan penting yang dihadapi perusahaan ketika pertama kali melakukan penawaran sahamnya adalah penentuan harga di pasar perdana. Di dalam kegiatan penawaran umum perdana, harga saham yang dijual di pasar perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan emiten dan penjamin emisi (*underwriter*). Sedangkan harga saham di pasar sekunder ditentukan oleh mekanisme pasar, yaitu permintaan dan penawaran. Harga saham yang akan dijual di pasar (*offering price*) ditentukan terlebih dahulu oleh emiten (perusahaan yang akan *Go*

Public) dengan penjamin emisi. Dalam menentukan *offering price*, emiten dan *underwriter* sering kali menghadapi kesulitan untuk menentukan harga wajar. Dalam tipe penjaminan *full commitment*, *underwriter* cenderung menetapkan *offering price* lebih rendah dari yang diharapkan oleh emiten dengan tujuan menekan risiko yang ditanggungnya, bila saham yang ditawarkan pada saat penawaran umum tidak habis terjual. Setelah penawaran umum tersebut selanjutnya harga saham di pasar sekunder akan ditentukan oleh mekanisme pasar (kekuatan tarik-menarik permintaan dan penawaran pasar) yang terjadi di bursa efek. (Larasati, N., Kusumaningarti, M., & Athori, A. 2023)

Perbedaan dua mekanisme penentuan di atas, sering mengakibatkan perbedaan harga saham yang sama antara pasar perdana (pada saat IPO) dan pasar sekunder. Apabila penentuan harga saham pada saat IPO lebih rendah dibanding dengan harga yang terjadi di pasar sekunder, maka fenomena ini disebut dengan *Underpricing*. Sebaliknya apabila harga IPO lebih tinggi dibanding dengan harga yang terjadi di pasar sekunder, maka fenomena ini disebut *overpricing* (Hanafi dalam Kristiani, 2013). Kondisi *Underpricing* tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *Go Public*, karena dana yang diperoleh dari *Go Public* tidak maksimum, selisih harga inilah yang dikenal sebagai *initial return* (IR) atau positif *return* bagi investor yaitu nilai positif yang diperoleh dari penawaran perdana mulai dari saat dibeli di pasar primer sampai pertama kali di daftarkan di pasar sekunder.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena kesalahan *Underpricing* pada saat *IPO* dapat dilihat dari berbagai faktor diantaranya *CEO Specialist*, Dewan

Komisaris Wanita, *Financial Leverage*, dan Reputasi Auditor.

Perusahaan melakukan kegiatan untuk meningkatkan nilai perusahaan menggunakan *good corporate governance* dengan tujuan untuk menghindari terjadinya konflik antara *principal* dan agennya, sedangkan *Forum for Corporate Governance Indonesia (FCGI, 2006)* mengemukakan bahwa *corporate governance* sebagai seperangkat peraturan hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya. dari latar belakang akademis. Kebutuhan *good corporate governance* timbul berkaitan dengan *principal-agency theory*, yaitu untuk menghindari konflik antara *principal* dan agennya.

Keberadaan komisaris wanita diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan, komisaris wanita memiliki karakteristik yang berbeda dengan laki-laki (Setiawan, 2018). Wanita diharapkan memberikan nilai lebih bagi perusahaan karena wanita mempunyai pola pikir yang detail (Setiawan & Putri, 2019). Disini dewan komisaris berperan besar untuk meminimalisir terjadinya masalah agensi antara manajer dan pemegang saham atau antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. Fungsi dewan komisaris adalah mengawasi pekerjaan direksi serta mewakili kepentingan pemegang saham, jumlah dewan komisaris sangat mempengaruhi jalannya *corporate governance* karena meningkatkan efektivitas pengawasan perusahaan (Patahita & Yuyetta, 2019).

Faktor yang diduga mempengaruhi *Underpricing* saham pada saat IPO yaitu *Financial Leverage*. Menurut (John J. Hampton, 2014) *Financial Leverage*

merupakan penggunaan utang untuk pengembalian ekuitas yang diduga juga dapat memberikan sinyal kepada calon investor dalam penawaran harga saham IPO, sehingga akan mempengaruhi underpricing saham perusahaan IPO, dia mengemukakan *Financial Leverage* bahwa *Financial Leverage* dapat diukur menggunakan rasio utang terhadap ekuitas. Untuk mengukur *Financial Leverage* peneliti menggunakan rasio utang atas ekuitas (*Debt To Equity Ratio*).

Auditor memegang peranan penting dalam prosedur *Go Public* karena auditor memeriksa laporan keuangan emiten. Laporan keuangan yang telah diaudit kemudian menjadi pusat informasi bagi *underwriter* dalam menentukan nilai saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) dan mempunyai kepentingan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Peran auditor diperlukan untuk mencegah penerbitan laporan keuangan dari salah saji material, baik yang disebabkan oleh kesalahan maupun kecurangan (Damayanty et al., 2018). Reputasi auditor merupakan prestasi dan kepercayaan masyarakat yang dimiliki auditor terhadap nama besar yang dimiliki auditor. Dengan reputasi auditor yang bereputasi tinggi akan mengurangi *Underpricing*. (Putri Novia Rini, 2024).

Pada penelitian Rahmawati et al, (2019) menunjukkan jumlah perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2008-2017 sebanyak 224 perusahaan. Dari 224 perusahaan yang melakukan listing di Bursa Efek Indonesia : 183 perusahaan yang mengalami *Underpricing*, 33 perusahaan mengalami *overpricing*, dan 7 perusahaan yang mengalami harga saham yang netral. Perusahaan paling banyak mengalami *Underpricing* yaitu pada tahun 2017, dimana 37 perusahaan *listing*, 32 perusahaan

yang mengalami *Underpricing*, dan perusahaan melakukan IPO meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya berjumlah 15 perusahaan. Dari fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap tahun di Indonesia lebih dari separuh jumlah perusahaan yang melakukan IPO telah mengalami *Underpricing*. Penelitian mengenai tingkat *Underpricing* telah banyak dilakukan karena mayoritas peneliti mengungkapkan bahwa sering terjadi fenomena *Underpricing* pada saat perusahaan yang melakukan IPO.

Meskipun studi tentang *Underpricing* telah banyak dilakukan, namun penelitian ini masih menarik karena tingginya tingkat *Underpricing*, yang secara teori seharusnya tingkat *Underpricing* dapat diminimalisir dengan research gap antar peneliti. Berikut ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan pengaruh *CEO Specialist* yaitu Zhao et al (2022) menyatakan bahwa *CEO* yang memiliki latar belakang akademik berpengaruh negatif terhadap *Underpricing*. Penelitian Ge et al (2019) menunjukkan bahwa *CEO attribute* (koneksi politik, kepakaran, masa jabatan, tingkat pendidikan) berpengaruh positif terhadap *Underpricing*. Penelitian terkait dengan Dewan Komisaris Wanita telah dilakukan oleh Setiawan & Putri (2019) yang menyatakan bahwa proporsi Dewan Komisaris Wanita berpengaruh positif terhadap pengungkapan modal intelektual pada saat penawaran saham perdana. Penelitian Setiawan (2018) menunjukkan bahwa Dewan Komisaris Wanita tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada saat penawaran saham perdana. Penelitian terkait *Ownership Concentration* (konsentrasi kepemilikan) telah dilakukan oleh Hermawan (2018) yang menyimpulkan bahwa

konsentrasi kepemilikan berpengaruh positif terhadap *Underpricing*. Hal ini didukung oleh penelitian Nurazizah (2019) bahwa konsentrasi kepemilikan berpengaruh simultan terhadap tingkat *Underpricing*. Penelitian ini sejalan dengan Kurniawan (2018) bahwa *Ownership Concentration* berpengaruh positif terhadap tingkat *Underpricing*.

Berdasarkan fenomena masalah, rearch gap dan masih terdapat inkosistenan hasil dari peneltian terdahulu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH *CEO SPECIALIST*, DEWAN KOMISARIS WANITA, *FINANCIAL LEVERAGE* DAN REPUTASI AUDITOR TERHADAP *UNDERPRICING* (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka muncul beberapa masalah dalam peneitian yaitu ;

1. Apakah *CEO Specialist* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023?
2. Apakah Dewan Komisaris Wanita secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023?
3. Apakah *Financial Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 ?

4. Apakah Reputasi Auditor secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 ?
5. Apakah *Ceo Specialist*, Dewan Komisaris Wanita, *Financial Leverage*, dan Reputasi Auditor secara simultan berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui apakah *CEO Specialist* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023?
2. Untuk Mengetahui apakah Dewan Komisaris Wanita secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023?
3. Untuk Mengetahui apakah *Financial Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 ?
4. Untuk Mengetahui apakah Reputasi Auditor secara parsial berpengaruh

terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 ?

5. Untuk Mengetahui apakah *Ceo Specialist*, Dewan Komisaris Wanita, *Financial Leverage*, dan Reputasi Auditor secara simultan berpengaruh terhadap *Underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 ?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini peneliti berharap dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* pada IPO di Efek Indonesia (BEI).

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Underpricing* pada *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI).

b) Bagi Emiten

Mampu memberikan informasi pada perusahaan yang akan melakukan perdagangan perdana agar dapat mengetahui banyak faktor yang dapat mempengaruhi *Underpricing* pada IPO di Bursa Efek Indonesia.

c) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan masukan

tentang karakteristik IPO di Indonesia sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi di pasar modal.

1.5 Keterbatasan Penelitian Dan Originalitas

1.5.1 Keterbatasan Penelitian

1. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.
2. Pada penelitian ini terdiri dari 5 variabel yang terdiri dari 4 variabel independent serta 1 variabel dependen. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu *Ceo Specialist*, Dewan Komisaris Wanita, *Financial Leverage* dan Reputasi Auditor. Serta satu variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Underpricing*

1.5.2 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan (Purwanto dkk.,2023) dengan judul “PENGARUH *CEO SPECIALIST*, DEWAN KOMISARIS WANITA, DAN *OWNERSHIP CONCENTRATION* TERHADAP IPO *UNDERPRICING* (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022). Sedangkan penelitian ini mengangkat judul “PENGARUH *CEO SPECIALIST*, DEWAN KOMISARIS WANITA, *FINANCIAL LEVERAGE* DAN REPUTASI AUDITOR TERHADAP *UNDERPRICING* (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023)”.

1. Variabel

Variabel penelitian sebelumnya menggunakan variabel 4 variabel yang terdiri dari tiga variabel independent dan satu variable dependen. 3 variabel dependen yaitu *Ceo Specialist*, *Dewan Komisaris Wanita*, Dan *Ownership Concentration*. Serta satu variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Underpricing*.

Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel 5 variabel yang terdiri dari 4 variabel independent dan satu variable dependen. 4 variabel dependen yaitu *CEO Specialist*, *Dewan Komisaris Wanita*, *Financial Leverage* Dan *Reputasi Auditor*. Serta satu variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Underpricing*.

2. Objek penelitian

Objek penelitian sebelumnya dilakukan pada Perusahaan Yang Melakukan IPO Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022. Perusahaan Yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam memudahkan pemahaman tentang bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini, penulis menguraikan dalam bab-bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan originalitas serta sistematika penulisan

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian yang relevan yang menjadi referensi penulis, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari kesimpulan dari penelitian dan juga saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Teori Asimetri Informasi

Teori Suatu kondisi yang disebut asimetri informasi menunjukkan bahwa beberapa investor memiliki informasi sementara yang lain tidak memiliki Informasi. Kondisi ini pertama kali digambarkan oleh Kenneth J. Bolt dalam artikel populer di bidang *wellbeing board* pada tahun 1963. *George Akerlof* kemudian melibatkan istilah data menyimpang dalam karyanya pada tahun 1970, *Hilter kilter data is what is going* tentang di mana supervisor mendekati data tentang kemungkinan-kemungkinan organisasi yang tidak diklaim oleh pihak luar perusahaan. Ketidakseimbangan data adalah pihak eksekutif sebagai pihak yang lebih menguasai data dibandingkan penyandang dana atau bank (Nasution. Aulia Amin, & Mutasowifin, A. 2021).

Ketidakseimbangan data terjadi karena pengelola lebih baik dalam mengelola data yang dilihat dibandingkan pihak lain (pemilik atau investor). Data menyimpang yang dimiliki masyarakat akan mendesak para ahli untuk menyembunyikan data tentang pemilik aslinya, jika masyarakat bertindak untuk memperbesar keuntungannya sendiri. Dengan cara ini, adanya penyimpangan antara eksekutif (spesialis) dan pemilik (pimpinan) memberikan peluang bagi para pemimpin untuk mengambil keuntungan dari dewan guna membangun utilitas mereka. Data yang

lebih banyak dapat membantu mengurangi kemampuan beradaptasi pemerintah dalam mengawasi keuntungan. Kualitas laporan keuangan menunjukkan derajat manajemen laba.

Untuk mencapai tingkat maksimalisasi nilai perusahaan yang diinginkan, manajer harus berusaha mengurangi asimetri informasi, sesuai dengan perspektif asimetri informasi. Pilihan administratif sehubungan dengan eksposur dapat mempengaruhi biaya saham ketika ketidakrataan data terjadi karena biaya pertukaran dan berkurangnya likuiditas dalam pertukaran keuangan suatu organisasi yang disebabkan oleh ketidakseimbangan data antara pendukung keuangan tambahan yang berpendidikan dan kurang berpendidikan. Memperkirakan tingkat ketidakseimbangan data sering kali ditentukan oleh pemahaman. Ada banyak definisi dan interpretasi tentang likuiditas di pasar.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut (Ningrum & Mahardika, 2021) teori *signalling* menjelaskan tentang dorongan bagi perusahaan agar memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal dengan tujuan meningkatkan value perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki keunggulan atau nilai lebih dibandingkan dengan perusahaan lain agar investor tertarik untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut

Teori sinyal merupakan perusahaan yang memiliki kewajiban untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal tujuannya adalah

untuk memberikan informasi kepada pihak ketiga guna menunjukkan nilai superior dan keunggulan kompetitif perusahaan dibandingkan bisnis lain. Dalam teori ini yang dimaksud dengan “pihak luar” adalah investor atau pemilik perusahaan. Pengungkapan emiten merupakan salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal. (Cornelia, K., & Putu Eka Widiastuti, N.2021).

Menurut teori sinyal ini, bisnis harus meningkatkan nilai perusahaan bagi investor dan masyarakat agar mampu mengkomunikasikan keadaan bisnis kepada pengguna laporan keuangan. Berbagai upaya dapat dilakukan oleh perusahaan, salah satunya adalah dengan melakukan tindakan terka ittanggung jawab sosial perusahaan, sebagai upaya untuk meningkatkan nilai bisnisnya di mata investor dan masyarakat umum). Laporan tahunan perusahaan nantinya akan merinci tindakan yang diambil guna menunjukkan keunggulan kompetitif perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor sehingga menurunkan biaya modal ekuitas yang dikeluarkan perusahaan. (Auliana, R., Puspitasri, R., & Masturo. 2023).

2.1.3 IPO (*Initial Public Offering*)

Initial Public Offering atau yang lebih dikenal dengan penawaran umum perdana merupakan kegiatan penawaran yang dilakukan perusahaan yang akan *go public* (Agustine, I., & T, S. 2020). Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, penawaran saham perdana adalah kegiatan penawaran efek yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat berdasarkan tata cara yang diatur dalam Undang-Undang Pasar Modal dan peraturan pelaksanaanya.

IPO (*Initial Public Offering*) adalah aktivitas penawaran perdana pada publik berupa saham yang dikenalkan pertama kali pada masyarakat. kata *Go Public* dipakai di saat perusahaan pertama kalinya melakukan penjualan saham maupun obligasi, sedangkan IPO (*Initial Public Offering*) merupakan kegiatan pada perusahaan pada penawaran awam penjualan saham perdana. Jadi, makna *Go Public* ditujukan buat perusahaannya sedangkan IPO (*Initial Public Offering*) ditujukan buat aktivitas dalam rangka melakukan penawaran awam penjualan saham pertama kali. Tujuan emiten melakukan IPO adalah untuk mendapatkan suntikan pendanaan murah, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan agar lebih baik, meningkatkan prospek pertumbuhan perusahaan, dan meningkatkan nilai perusahaan. Investor sebagai pemilik modal juga sangat berharap agar investasi yang dilakukan dapat berdampak pada kemajuan perusahaan (Putra et al., 2021)

Suatu perusahaan memiliki tujuan berbeda-beda dalam *melaksanakan Go Public*. Secara umum, berikut ini merupakan tujuan perusahaan dalam melakukan *Go Public*, yakni memperbaiki struktur modal, meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pemasaran, memperluas hubungan bisnis, serta meningkatkan kualitas manajemen. Bagi perusahaan dengan struktur modal yang kurang baik, dapat menawarkan sahamnya kepada masyarakat umum. Dalam *Go Public* tentu saja sebuah organisasi harus memenuhi prasyarat tertentu. Perusahaan yang hendak *Go Public* harus memenuhi persyaratan sebagai berikut:

1. Mempunyai Struktur yang Jelas

Syarat utama dari *Go Public* adalah perusahaan harus mempunyai struktur

yang jelas. Struktur ini termasuk kepengurusan dalam perusahaan, perusahaan harus mempunyai tenaga yang handal. Setelah melakukan *Go Public* tentu saja perusahaan membutuhkan orang yang handal dalam mengatur saham.

2. Sudah Menghasilkan Keuntungan

Perusahaan yang akan melakukan IPO juga harus menghasilkan keuntungan yang nyata. Hal ini tentu menjadi persyaratan yang harus dipenuhi, karena orang akan menanam saham pada perusahaan yang sudah ada keuntungannya. Semakin besar keuntungan yang didapatkan maka semakin banyak pula yang berminat membeli saham perusahaan anda.

3. Mempunyai Aset yang Nyata

Aset yang nyata juga menjadi syarat agar perusahaan bisa melakukan *Go Public* dan masuk dalam BEI. Perusahaan yang ingin masuk ke BEI di papan daftar utama minimal harus mempunyai aset setara dengan 100 milyar rupiah. Untuk perusahaan pengembangan minimal asetnya adalah 5 milyar rupiah.

Dalam proses untuk melakukan IPO atau *Go Public*. Prosedur *Go Public* suatu perusahaan tidak bisa dilakukan sekaligus, ada tahapan yang harus dilalui. Berikut ini adalah tahapan untuk melakukan *Go Public*.

a. Melakukan RUPS

RUPS merupakan rapat umum yang dilakukan perusahaan untuk para pemegang saham. Sebelum *Go Public* perusahaan harus melakukan rapat untuk mendapatkan persetujuan dengan para pemegang saham.

b. Menunjuk Penjamin Untuk Emisi

Setelah melakukan rapat maka proses selanjutnya adalah memilih atau menunjuk penjamin untuk emisi. Ada banyak emisi yang sudah ada di Indonesia, namun pastikan pilih emisi yang sudah terdaftar di OJK.

c. Menyiapkan Laporan Keuangan Secara Lengkap

Selanjutnya yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan IPO adalah menyiapkan laporan keuangan secara lengkap. Laporan keuangan ini sangat penting karena nantinya harus diketahui oleh pembeli saham perusahaan anda.

d. Melakukan Pendaftaran

Jika laporan keuangan yang dibuat sudah lengkap maka langkah selanjutnya adalah mendaftarkan perusahaan ke Bursa Efek Indonesia atau BEI. Sebelum ke BEI perusahaan juga harus mendaftar di OJK.

e. Menawarkan Harga Saham

Langkah selanjutnya setelah melakukan pendaftaran dan disetujui oleh BEI dan OJK adalah menawarkan harga saham. Untuk *Go Public* perusahaan minimal harus menawarkan 300 juta saham. Jika perusahaan anda hanya masuk ke perusahaan pengembang minimal harus menawarkan 150 juta saham.

f. Mencatat Saham

Proses yang terakhir adalah mencatatkan saham yang akan diperjual belikan ke publik. Perusahaan harus mempunyai catatan yang real dan benar berapa jumlah saham yang sudah dibeli.

2.1.4 *Underpricing*

Underpricing adalah harga saham pada saat IPO lebih rendah dari harga saham penutupan di hari pertama perdagangan. *Underpricing* yaitu harga saham hari pertama di pasar sekunder lebih tinggi dari harga saham penawaran perdananya (Nasution, Aulia Amin, & Mutasowifin, A. (2021). Menurut (Retnowati 2013) mengungkapkan bahwa Kondisi *Underpricing* merugikan bagi perusahaan yang melakukan *Go Public*, karena dana yang diperoleh dari publik tidak maksimum. Besarnya *Underpricing* diukur dengan *initial return* yakni selisih harga saham atau keuntungan yang didapat pemegang saham karena perbedaan harga saham yang dibeli di pasar perdana dengan harga jual saham yang bersangkutan di pasar sekunder hari pertama (Hermawan, F. D. (2018).

Adanya fenomena *Underpricing* ini, sering menimbulkan suatu dilema bagi perusahaan, yakni antara perusahaan yang menjual sahamnya di pasar perdana dengan investor yang akan menginvestasikan dananya (Nurchayani & Harianti, 2021). Fenomena *Underpricing* terjadi di berbagai pasar modal di seluruh dunia karena adanya asimetri informasi. Guna mengurangi adanya asimetri informasi maka dilakukanlah penerbitan prospektus oleh perusahaan yang akan melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Informasi yang tercantum dalam prospektus terdiri dari informasi yang sifatnya keuangan dan non keuangan. Informasi yang dimuat dalam prospektus akan membantu investor dalam mempertimbangkan dan membuat keputusan investasi yang rasional mengenai risiko nilai saham sesungguhnya yang ditawarkan emiten.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas maka sampai pada pemahaman penulis bahwa *Underpricing* adalah harga saham di Pasar Perdana lebih rendah dibandingkan di Pasar Sekunder. Kondisi ini tidak menguntungkan bagi perusahaan yang melakukan *Go Public* karena dana yang dihasilkan tidak maksimal. Rumus underpricing adalah sebagai berikut :

$$\text{Underpricing} = \frac{\text{Closing Price} - \text{Offering Price}}{\text{Offering Price}} \times 100\%$$

2.1.5 *CEO Specialist*

Penerapan *good corporate governance* di perusahaan antara lain dengan menunjuk *chief executive officer (CEO) Specialist* dan dewan komisaris wanita. Penelitian Gounopoulos & Pham (2018) menyatakan bahwa CEO bertanggung jawab terhadap pembuatan keputusan strategi yang penting bagi IPO perusahaan agar mampu bertahan dan berkembang di masa depan. Kekayaan masa depan *CEO Specialist* bergantung pada kinerja jangka panjang perusahaan, *CEO Specialist* berusaha untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan. *CEO Specialist* dapat membuat keputusan alokasi sumber daya yang paling sesuai untuk kondisi IPO perusahaan dan mampu membantu menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan struktural yang diakibatkan dari kegiatan IPO.

CEO Specialist diukur dengan menggunakan dummy. Jika CEO memiliki Pendidikan S2 ke atas maka di beri kode 1. Jika tidak diberi kode 0.

2.1.6 Dewan Komisaris Wanita

Dewan komisaris wanita diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan, komisaris wanita memiliki karakteristik yang berbeda dengan laki-laki (Setiawan, 2018). Wanita diharapkan memberikan nilai lebih bagi perusahaan karena wanita mempunyai pola pikir yang detail (Setiawan & Putri, 2019). Disini dewan komisaris berperan besar untuk meminimalisir terjadinya masalah agensi antara manajer dan pemegang saham atau antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. Fungsi dewan komisaris adalah mengawasi pekerjaan direksi serta mewakili kepentingan pemegang saham, jumlah dewan komisaris sangat mempengaruhi jalannya *corporate governance* karena meningkatkan efektivitas pengawasan perusahaan (Patahita & Yuyetta, 2019). Faktor lain yang dapat digunakan untuk mengukur *underpricing* yaitu Dewan Komisaris Wanita.

$$WOMC = \frac{\text{Total Dewan Komisaris Wanita}}{\text{Total Seluruh Dewan Komisaris}}$$

2.1.7 Financial Leverage

Financial Leverage adalah istilah dalam keuangan yang mengacu pada penggunaan dana pinjaman atau utang untuk meningkatkan potensi keuntungan bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. Dengan menggunakan utang, perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada yang mereka dapatkan jika hanya menggunakan modal sendiri.

Menurut (Richard A. Brealey & Stewart C. Myers, 2013) *Financial Leverage* adalah penggunaan biaya tetap untuk mendapatkan keuntungan operasional yang lebih besar dari peningkatan penjualan apa pun.

Untuk mengukur Debt To Equity Ratio menurut (Sutrisno, 2012) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$DER = \frac{Hutang}{Ekuitas} \times 100\%$$

2.1.8 Reputasi Auditor

Auditor memegang peranan penting dalam prosedur *Go Public* karena auditor memeriksa laporan keuangan emiten. Laporan keuangan yang telah diaudit kemudian menjadi pusat informasi bagi *underwriter* dalam menentukan nilai saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) dan mempunyai kepentingan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Peran auditor diperlukan untuk mencegah penerbitan laporan keuangan dari salah saji material, baik yang disebabkan oleh kesalahan maupun kecurangan (Kharisma, J., & Pratama, I. A. (2022). Reputasi auditor merupakan prestasi dan kepercayaan masyarakat yang dimiliki auditor terhadap nama besar yang dimiliki auditor. Dengan reputasi auditor yang bereputasi tinggi akan mengurangi *underpricing*. (Putri Novia Rini, 2024). Reputasi Auditor diukur dengan menggunakan dummy. Jika Auditor merupakan KAP Bid Four maka di beri kode 1. Jika tidak diberi kode 0.

2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

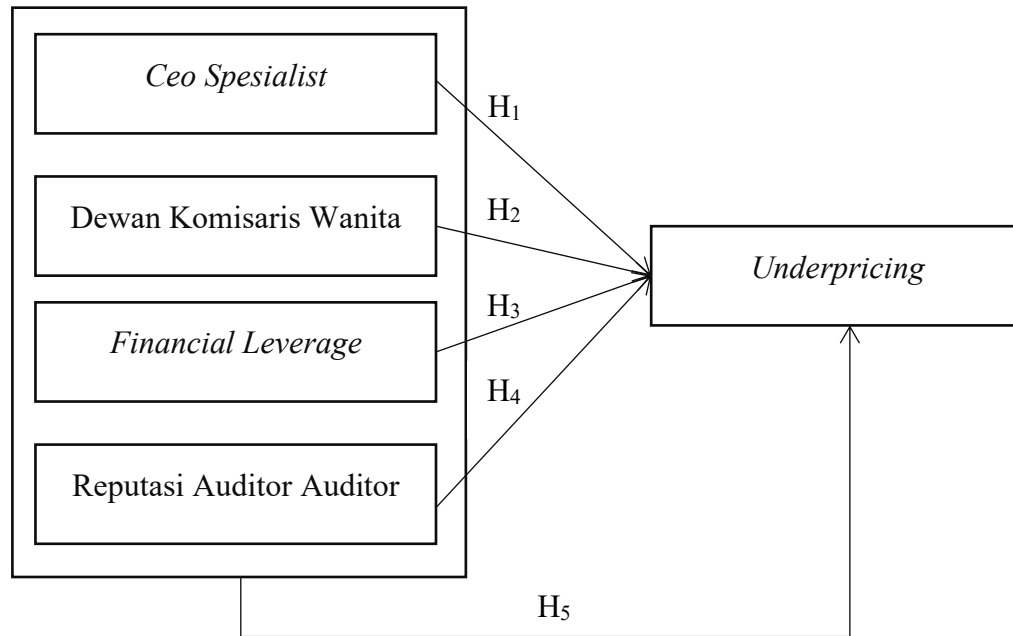
Tabel 2. 1
Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode	Hasil
1.	Purwanto, dkk (2024)	PENGARUH CEO SPECIALIST, DEWAN KOMISARIS WANITA, DAN OWNERSHIP CONCENTRATION TERHADAP IPO UNDERPRICING (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Melakukan IPO Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)	Kuantitatif	CEO <i>specialist</i> berpengaruh negatif terhadap <i>underpricing</i> . Dewan komisaris wanita (WOM) tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> . Ownership <i>concentration</i> tidak berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> . Reputasi <i>underwriter</i> berpengaruh negatif terhadap <i>underpricing</i> .
2.	Raihani Nadia Anna Ilah (2024)	PENGARUH REPUTASI AUDITOR, NET PROFIT MARGIN DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP UNDERPRICING	Kuantitatif	Hasil uji t dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel reputasi auditor dan umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>underpricing</i> , sedangkan variabel net profit margin berpengaruh signifikan terhadap <i>underpricing</i> . Namun hasil penelitian uji F menunjukkan bahwa

		PADA SAAT INITIAL PUBLIC OFFERING		variabel reputasi auditor, net profit margin dan umur perusahaan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap underpricing.
3.	Catherine Angeline Indrawati (2022)	The Effect Of Ownership Concentration And Warrants Inclusion Towards The Level Of Stock Underpricing During The Initial Public Offering On Idx Period 2019 & 2020	Kuantitatif	Hasil pengujian menunjukkan bahwa (1) konsentrasi kepemilikan tidak berpengaruh terhadap underpricing (2) penyertaan ekuitas tidak berpengaruh terhadap underpricing, dan COVID-19 sebagai variabel kontrol berpengaruh negatif terhadap underpricing
4.	Agustine dan Sutrisno (2020)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham : Studi Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-210	Kuantitatif	Hasil penelitian ini bertentangan dengan teorisi nyal yaitu apabila DER tinggi akan menyebabkan tingginya underpricing saham. Hal ini dikarenakan investor tidak terlalu mementingkan DER. ROA berpengaruh negatif terhadap underpricing saham ketika ROA perusahaan semakin tinggi, tingkat underpricing saham akan semakin rendah.Reputasi underwriteri berpengaruh negatif terhadap underpricing saham. Oleh karena itu, ketika reputasi underwriter semakin

				baik, tingkat underpricing saham akan semakin rendah.
5.	Maygista, dkk. (2019)	Pengaruh umur perusahaan, inflasi, dan suku bunga terhadap <i>underpricing</i>	• Kuntitaif	Hasil penelitian adalah sebagai berikut: • Umur perusahaan, inflasi, dan suku bunga secara simultan berpengaruh terhadap <i>underpricing</i> perusahaan property dan real estate yang melakukan IPO di bursa efek indonesia tahun 2012-2019 . • Umur perusahaan memiliki pengaruh terhadap <i>underpricing</i> pada perusahaan yang melakukan IPO, dimana semakin besar nilai umur perusahaan maka akan mengurangi tingkat <i>underpricing</i> yang terjadi. • Inflasi tidak mempunyai pengaruh pada <i>underpricing</i> dimana semakin tinggi nilai inflasi maka tidak akan meningkatkan <i>underpricing</i>. • Suku bunga tidak memiliki pengaruh pada <i>underpricing</i> perusahaan yang melakukan IPO, dapat dikatakan semakin kecil nilai suku bunga maka akan tidak akan mengurangi <i>underpricing</i>.

2.3 Kerangka Pemikiran



2.4 Perumusan Hipotesis

1. *Ceo Specialist* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

CEO yang memiliki keahlian khusus (*specialist*), baik dari sisi pendidikan, pengalaman bidang industri, maupun rekam jejak profesional lainnya, dianggap mampu mengambil keputusan strategis yang berdampak langsung pada proses IPO. Keputusan tersebut termasuk dalam hal penetapan harga saham perdana yang cenderung lebih rendah dari harga pasar sekunder guna menarik minat investor, sehingga berpotensi meningkatkan tingkat *Underpricing*.

Ketika terjadi IPO, terdapat asimetri informasi antara pihak internal perusahaan (termasuk CEO) dan pihak eksternal (investor). *CEO Specialist*, karena pemahamannya yang lebih mendalam terhadap prospek dan risiko perusahaan, dapat

memanfaatkan asimetri informasi ini dengan melakukan underpricing untuk memastikan IPO berjalan sukses dan saham terserap pasar dengan baik.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa atribut CEO, seperti tingkat pendidikan, masa jabatan, dan spesialisasi, memang memiliki pengaruh terhadap kebijakan penetapan harga saham saat IPO. Terdapat hasil yang tidak konsisten, di mana beberapa penelitian menemukan pengaruh positif dan lainnya pengaruh negatif terhadap *Underpricing*. Namun, secara umum *CEO Specialist* dinilai memiliki kemampuan lebih dalam menyesuaikan keputusan strategis selama IPO untuk mengoptimalkan tujuan perusahaan, yang berpotensi menyebabkan *Underpricing*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1 : Diduga *Ceo Specialist* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

2. Dewan Komisaris Wanita secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

Pengaruh dewan komisaris wanita terhadap *Underpricing* muncul karena adanya perhatian khusus pada peran gender dalam tata kelola perusahaan, khususnya dalam momen penting seperti penawaran saham perdana (IPO). Keberadaan perempuan di jajaran dewan komisaris diyakini membawa sudut pandang dan pola pikir yang berbeda, khususnya dalam proses pengambilan keputusan yang cenderung lebih berhati-hati, detail, serta mempertimbangkan kepentingan jangka panjang perusahaan.

Beberapa penelitian sebelumnya menemukan bahwa proporsi dewan komisaris wanita dapat memengaruhi nilai perusahaan dan keputusan manajerial, termasuk dalam penetapan harga saham saat IPO. Misalnya, wanita dianggap lebih bertalenta

dalam memecahkan masalah serta memiliki wawasan yang luas, sehingga cenderung menetapkan harga saham perdana lebih rendah agar menarik minat investor dan menciptakan manfaat jangka panjang bagi perusahaan. Dengan demikian, kemungkinan terjadi *Underpricing* menjadi lebih tinggi ketika terdapat lebih banyak wanita dalam dewan komisaris.

Selain itu, fenomena *Underpricing* sering dikaitkan dengan isu asimetri informasi antara perusahaan, *underwriter*, dan investor. Dewan Komisaris Wanita diperkirakan mampu memperkecil atau justru meningkatkan kemungkinan *Underpricing* melalui pengawasan dan kebijakan yang diambil selama proses IPO. Namun, hasil penelitian terkait masih belum konsisten, sehingga penting untuk menguji secara empiris pengaruh Dewan Komisaris Wanita ini secara parsial terhadap *Underpricing*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H2 : Diduga Dewan Komisaris Wanita secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

3. *Financial Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

Financial leverage menggambarkan struktur pendanaan perusahaan yang berasal dari utang dibandingkan dengan modal sendiri. Tingginya tingkat *Financial Leverage* umumnya diartikan sebagai tingginya risiko keuangan yang harus ditanggung perusahaan.

Dalam konteks IPO, tingkat risiko keuangan yang tercermin dari *Financial Leverage* menjadi salah satu pertimbangan investor dalam mengambil keputusan.

Perusahaan dengan *Financial Leverage* tinggi cenderung dianggap lebih berisiko, sehingga calon investor biasanya mengharapkan kompensasi risiko dalam bentuk harga saham perdana yang lebih rendah. Konsekuensinya, tingkat *Underpricing* bisa meningkat.

Selain itu, *Financial leverage* juga sering dikaitkan dengan asimetri informasi. Perusahaan dengan rasio utang yang tinggi mungkin menimbulkan ketidakpastian mengenai kemampuan pembayaran kewajiban ke depan, sehingga memberikan sinyal risiko tambahan kepada pasar.

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan temuan beragam, namun ada bukti empiris bahwa *Financial Leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap *underpricing* baik positif maupun negatif. Dalam beberapa kasus, *Financial Leverage* ditemukan secara parsial memiliki hubungan signifikan terhadap tingkat *Underpricing* saham perdana, sebagaimana dibuktikan melalui uji statistik regresi dan signifikansi variabel keuangan dalam model prediktif IPO.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H3 : Diduga *Financial Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

4. Reputasi Auditor secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

Teori sinyal menyatakan bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada publik, seperti penggunaan auditor bereputasi tinggi, dapat menjadi sinyal kepercayaan atas kualitas dan transparansi laporan keuangan perusahaan.

Auditor yang memiliki reputasi baik dianggap mampu melakukan audit dengan standar yang tinggi sehingga hasil audit lebih dipercaya pasar dan dapat mengurangi asimetri informasi antara perusahaan dan calon investor.

Tingginya reputasi auditor diharapkan dapat mengurangi kemungkinan manajemen melakukan kecurangan atau menyajikan informasi yang tidak valid dalam laporan keuangan. Semakin terpercaya informasi yang diberikan perusahaan, semakin kecil tingkat ketidakpastian yang dirasakan oleh investor saat IPO, sehingga kecenderungan terjadinya *Underpricing* bisa berkurang.

Beberapa penelitian menemukan bahwa reputasi auditor dapat berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat *Underpricing*, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada konteks pasar dan periode penelitian. Namun, ada juga studi yang menyatakan reputasi auditor tidak selalu berpengaruh signifikan. Ketidakkonsistenan hasil inilah yang mendorong banyak peneliti untuk memasukkan variabel reputasi auditor sebagai salah satu hipotesis dalam penelitian tentang *Underpricing*.

Dalam proses IPO, perusahaan sering memilih auditor bereputasi untuk memberikan keyakinan kepada pasar mengenai kualitas dan validitas laporan keuangan. Kredibilitas auditor yang tinggi memberikan sinyal positif dan meningkatkan kepercayaan investor sehingga harga saham saat penawaran perdana dapat lebih mencerminkan nilai wajar perusahaan.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H4 : Diduga reputasi auditor secara parsial berpengaruh terhadap *Underpricing*

5. *Ceo Specialist*, Dewan Komisaris Wanita, *Financial Leverage* dan Reputasi Auditor secara simultan berpengaruh terhadap *Underpricing*

Hipotesis pada penelitian ini adalah :

H5 : Diduga *Ceo Specialist*, Dewan Komisaris Wanita, *Financial Leverage* dan Reputasi Auditor secara simultan berpengaruh terhadap *Underpricing*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan Perusahaan Yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023 yang diperoleh melalui website *www.idx.co.id*.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan angka dan statistik dalam pengumpulan serta analisis data yang dapat diukur.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini berjumlah 177 perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Tabel 3. 1
Populasi Perusahaan Yang Melakukan IPO Tahun 2021-2023

NO	IPO TAHUN 2021	IPO TAHUN 2022	IPO TAHUN 2023
1.	PT Archi Indonesia Tbk (ARCI)	PT Venteny Fortuna Internasional Tbk (VTNY)	PT Citra Buana Prasida Tbk (ICBPE)
2.	PT Avia Avian Tbk (AVIA)	PT Isra Presisi Indonesia Tbk (ISAP)	PT Data Sinergitama Jaya Tbk (ELIT)
3.	PT Bank Aladin Syariah Tbk (BANK)	PT Personel Alih Daya Tbk (PADA)	PT Jobubu Jarum Minahasa Tbk (BEER)
4.	PT Berkah Beton Sadaya Tbk (BEBS)	PT Multi Medika Internasional Tbk.(MMIX)	PT Mitra Tirta Buwana Tbk (SOUL)
5.	PT Perma Plasindo Tbk (BINO)	PT Techno9 Indonesia Tbk (NINE)	PT Sunindo Pratama Tbk (SUNI)
6.	PT Bundamedik Tbk (BMHS)	PT Bersama Zatta Jaya Tbk (ZATA)	PT Cakra Buana Resources Energi Tbk (CBRE)
7.	PT Formosa Ingredient Factory Tbk (BOBA)	PT Ketrosden Triasmitra Tbk (KETR)	PT Hatten Bali Tbk (WINE)
8.	PT Bintang Samudra Mandiri Lines (BSML)	PT Primadaya Plastisindo Tbk (PDPP)	PT Lavender Bina Cendekia Tbk (BMBL)
9.	PT Bukalapak.com Tbk (BUKA)	PT Puri Sentul Permai Tbk (KDTN)	PT Penta Valent Tbk (PEVE)
10.	PT Cermindo Gemilang Tbk (CMNT)	PT Famon Awal Bros Sedaya Tbk. (PRAY)	PT Jasa Berdikari Logistic Tbk (LAJU)
11.	PT Cisarua Mountain Dairy Tbk (CMRY)	PT Citra Borneo Utama Tbk (CBUT)	PT Wijaya Cahaya Timber Tbk (FWCT)
12.	PT DCI Indonesia Tbk (DCII)	PT Global Digital Niaga Tbk (BELI)	PT Hassana Boga Sejahtera Tbk (NAYZ)
13.	PT Caturkarda Depo Bangunan Tbk (DEPO)	PT Menthobi Karyatama Raya Tbk (MKTR)	PT Aviana Sinar Abadi Tbk (IRSX)
14.	PT Diagnos Laboratorium Utama	PT Jayamas Medica Industri Tbk (OMED)	PT Pelita Teknonologi Global Tbk (CHIP)

	Tbk (DGNS)		
15.	PT Dharma Polimetal Tbk (DRMA)	PT Wulandari Bangun Laksana Tbk (BSBK)	PT Solusi Kemasan Digital Tbk (PACK)
16.	PT Indointernet Tbk (EDGE)	PT Black Diamond Resources Tbk (COAL)	PT Vastland Indonesia Tbk (VAST)
17.	PT FAP Agri Tbk (FAPA)	PT Toba Surimi Industries Tbk (CRAB)	PT Haloni Jane Tbk (HALO)
18.	PT Fimperkasa Utama Tbk (FIMP)	PT Hetzer Medical Indonesia Tbk (MEDS)	PT Hoffmen Cleanindo Tbk (KING)
19.	PT Falmaco Nonwoven Industri Tbk (FMLC)	PT Klinko Karya Imaji Tbk (KLIN)	PT Pertamina Geothermal Energy Tbk (PGEO)
20.	PT Geoprima Solusi Tbk (GPSO)	PT Rohartindo Nusantara Luas Tbk (TOOL)	PT Lini Imaji Kreasi Ekosistem Tbk (FUTR)
21.	PT GTS Internasional Tbk (GTSI)	PT Segar Kumala Indonesia Tbk (BUAH)	PT Hillcont Tbk (HILL)
22.	PT Hasnur Internasional Shipping (HAIS)	PT Kusuma Kemindo Sentosa Tbk (KKES)	PT Berdikari Pondasi Perkasa Tbk (BDKR)
23.	PT Harapan Duta Pertiwi Tbk (HOPE)	PT Pelayaran Nasional Ekalya Purnamasari Tbk (ELPI)	PT Mitra Pack Tbk (PTMP)
24.	PT Idea Indonesia Akademik Tbk (IDEA)	PT Estee Gold Feet Tbk (EURO)	PT Petrindo Jaya Kreasi Tbk (CUAN)
25.	PT Era Graharealty Tbk (IPAC)	PT Mora Telematika Indonesia Tbk (MORA)	PT (Teknologi Karya Digital Nusa Tbk (TRON)
26.	PT Indo Pureco Pratama Tbk. (IPPE)	PT Sari Kreasi Boga Tbk (RAFI)	PT Saptausaha Gemilang Indah Tbk (SAGE)
27.	PT Ace Oldfields Tbk (KUAS)	PT Jhonlin Agro Raya Tbk (JARR)	PT Nusantara Sawit Sejahtera Tbk (NSSS)
28.	PT Ladangbaja Murni Tbk (LABA)	PT Agung Menjangan Mas Tbk (AMMS)	PT Grahaprima Suksesmandiri Tbk (GTRA)
29.	PT Lima Dua Lima Tiga Tbk (LUCY)	PT Aman Agrindo Tbk (GULA)	PT Arsy Buana Travelindo Tbk (HAJJ)
30.	PT Bank Multiarta Sentosa Tbk (MASB)	PT Utama Radar Cahaya Tbk (RCCC)	PT Multi Makmur Lemindo Tbk (PIPA)

31.	PT Panca Anugrah Wisesa Tbk (MGLV)	PT Habco Trans Maritima Tbk (HATM)	PT Trimegah Bangun Persada Tbk (NCKL)
32.	PT Dayamitra Telekomunikasi Tbk (MTEL)	PT Bangun Karya Perkasa Jaya Tbk (KRYA)	PT Merdeka Battery Materials Tbk (MBMA)
33.	PT Wahana Inti Makmur Tbk (NASI)	PT Tera Data Indonusa Tbk (AXIO)	PT Era Digital Media Tbk (Awan)
34.	PT Nusa Palapa Gemilang Tbk (NPGF)	PT Dewi Shri Farmino Tbk (DEWI)	PT Menn Teknologi Indonesia Tbk (MENN)
35.	PT OBM Drilchem Tbk (OBMD)	PT Cerestar Indonesia Tbk (TRGU)	PT Era Media Sejahtera Tbk (DOOH)
36.	PT Indo Oil Perkasa Tbk (OILS)	PT Arkora Hydro Tbk (ARKO)	PT Informasi Teknologi Indonesia Tbk (JATI)
37.	PT RMK Energy Tbk (RMKE)	PT Chemstar Indonesia Tbk (CHEM)	PT Tripar Multivision Plus Tbk (RAAM)
38.	PT Kedoya Adyaraya Tbk (RSGK)	PT Saraswanti Indoland Development Tbk (SWID)	PT King Tire Indonesia Tbk (YTRE)
39.	PT Global Sukses Solusi Tbk (RUNS)	PT Cilacap Samudera Fishing Industry Tbk (ASHA)	PT MPX Logistics Internasional Tbk (MPXL)
40.	PT Surya Biru Murni Acetylene Tbk (SBMA)	PT Oscar Mitra Sukses Sejahtera Tbk (OLIV)	PT Sarana Mitra Luas Tbk (SMIL)
41.	PT Trinita Dinamik Tbk (TRUE)	PT Winner Nusantara Jaya Tbk (WINR)	PT Pelayaran Kurnia Lautan Semesta Tbk (KLAS)
42.	PT Damai Sejahtera Abadi Tbk (UFOE)	PT Indo Boga Sukses Tbk (IBOS)	PT Maxindo Karya Anugerah Tbk (MAXI)
43.	PT Ulima Nitra Tbk (UNIQ)	PT Murni Sadar Tbk (MTMH)	PT VKTR Teknologi Mobilitas Tbk (VKTR)
44.	PT Widodo Makmur Perkasa Tbk (WMPP)	PT Teladan Prima Agro Tbk (TLDN)	PT Graha Mitra Asia Tbk (RELF)
45.	PT Widodo Makmur Unggas Tbk (WMUU)	PT GoTo Gojek Tokopedia Tbk (GOTO)	PT Amman Mineral Internasional Tbk (AMMN)

46.	PT Zyrexindo Mandiri Buana Tbk (ZYRX)	PT Sigma Energy Compressindo Tbk (SICO)	PT Widianat Jaya Krenindo Tbk (WIDI)
47.	PT Prima Andalan Mandiri Tbk (MCOL)	PT WIR ASIA Tbk (WIRG)	PT Graha Prima Mentari Tbk (GPRM)
48.	PT Sunter Lakeside Hotel Tbk (SNLK)	PT Sepeda Bersama Indonesia Tbk (BIKE)	PT Platinum Wahab Nusantara Tbk (TGUK)
49.	PT Triputra Agro Persada Tbk (TAPG)	PT Sumber Tani Agung Resources Tbk (STAA)	PT Carsurin Tbk (CRSN)
50.	PT Jaya Swarasa Agung Tbk (TAYS)	PT Nanotech Indonesia Global Tbk (NANO)	PT Sinergi Inti Andalan Prima Tbk (INET)
51.	PT Trimegah Karya Pratama Tbk (UVCR)	PT Sumber Mas Kontruksi Tbk (SMKM)	PT Mandiri Herindo Adiperkasa Tbk (MAHA)
52.	PT Wira Global Solusi Tbk (WGSB)	PT Adhi Commuter Properti Tbk (ADCP)	PT Royaltama Mulia Kontraktorindo Tbk (RMKO)
53.	PT PAM Mineral Tbk (NICL)	PT Nusatama Berkah Tbk (NTBK)	PT Nusantara Sejahtera Raya Tbk (CNMA)
54.		PT Champ Resto Indonesia Tbk (ENAK)	PT Minahasa Membangun Hebat Tbk (HBAT)
55.		PT Mitra Angkasa Sejahtera Tbk (BAUT)	PT Paperocks Indonesia Tbk (PPRI)
56.		PT Net Visi Media Tbk (NETV)	PT ITSEC Asia Tbk (CYBR)
57.		PT Autopedia Sukses Lestari Tbk (ASLC)	PT Sinar Eka Selaras Tbk (ERAL)
58.		PT Semacom Integrated Tbk (SEMA)	PT Ingria Pratama Capitalindo Tbk (GRIA)
59.		PT Adaro Minerals Indonesia Tbk (ADMR)	PT Humpuss Maritim Internasional Tbk (HUMI)
60.			PT Mutuagung Lestari Tbk (MUTU)
61.			PT Lupromax Pelumas Indonesia Tbk (LMAX)

62.			PT Multisarana Intan Eduka Tbk
63.			PT Charlie Hospital Semarang Tbk (RSCH)
64.			PT Multitrend Indo Tbk (BABY)
65.			PT Anugerah Spareparts Sejahtera Tbk (AEGS)

Sumber : www.idx.co.id

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2020). Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode sampling purposive. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2020).

Dengan metode tersebut, sampel dipilih berdasarkan karakteristik yang akan ditentukan. Adapun kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

Tabel 3. 2
Sampel Perusahaan IPO 2021-2023

1.	Perusahaan yang melakukan IPO tahun 2021-2023	177
2.	Perusahaan yang konsisten terdaftar di BEI 2021-2023	(29)
3.	Perusahaan yang berdiri 10 tahun terakhir	(79)
4.	Perusahaan yang lengkap mempublikasikan laporan keuangan tahun 2021-2023	(9)
5.	Perusahaan yang konsisten memperoleh laba tahun 2021-2023	(26)
Jumlah Sampel		34

Sumber : Data Olahan, 2023

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 34 perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari objeknya namun diperoleh melalui sumber lain, baik lisan maupun tulisan. Sumber data didalam penelitian ini diperoleh melalui (*www.idx.co.id*) berupa Annual Report Perusahaan Yang Melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi merupakan suatu cara yang dapat digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. (Sugiyono, 2020).

Data didalam penelitian ini di peroleh dengan melihat laporan keuangan tahunan perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023 yang dipublikasikan oleh perusahaan melalui situs resmi *www.idx.co.id* kemudian mengakses laporan keuangan tahunannya dan mengumpulkan data – data yang dibutuhkan.

3.6 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional

3.6.1 Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi penyebab adanya atau timbulnya perubahan pada variabel dependen.

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen atau variabel bebas adalah sebagai berikut;

1. CEO Spesialist

Penerapan *good corporate governance* di perusahaan antara lain dengan menunjuk *chief executive officer (CEO) specialist* dan Dewan Komisaris Wanita. Penelitian Gounopoulos & Pham (2018) menyatakan bahwa CEO bertanggung jawab terhadap pembuatan keputusan strategi yang penting bagi IPO perusahaan agar mampu bertahan dan berkembang di masa depan. Kekayaan masa depan *CEO Specialist* bergantung pada kinerja jangka panjang perusahaan, *CEO Specialist* berusaha untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan. *CEO Specialist* dapat membuat keputusan alokasi sumber daya yang paling sesuai untuk kondisi IPO perusahaan dan mampu membantu menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan

struktural yang diakibatkan dari kegiatan IPO.

CEO Specialist diukur dengan menggunakan dummy. Jika CEO memiliki Pendidikan S2 ke atas maka di beri kode 1. Jika tidak diberi kode 0

2. Dewan Komisaris Wanita

Dewan Komisaris Wanita diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan, komisaris wanita memiliki karakteristik yang berbeda dengan laki-laki (Setiawan, 2018). Wanita diharapkan memberikan nilai lebih bagi perusahaan karena wanita mempunyai pola pikir yang detail (Setiawan & Putri, 2019). Disini dewan komisaris berperan besar untuk meminimalisir terjadinya masalah agensi antara manajer dan pemegang saham atau antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. Fungsi dewan komisaris adalah mengawasi pekerjaan direksi serta mewakili kepentingan pemegang saham, jumlah dewan komisaris sangat mempengaruhi jalannya *corporate governance* karena meningkatkan efektivitas pengawasan perusahaan (Patahita & Yuyetta, 2019). Faktor lain yang dapat digunakan untuk mengukur *Underpricing* yaitu Dewan Komisaris Wanita.

$$WOMC = \frac{\text{Total Dewan Komisaris Wanita}}{\text{Total Seluruh Dewan Komisaris}}$$

3. Financial Leverage

Financial Leverage adalah istilah dalam keuangan yang mengacu pada penggunaan dana pinjaman atau utang untuk meningkatkan potensi keuntungan bagi pemegang saham atau pemilik perusahaan. Dengan menggunakan utang, perusahaan dapat menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada yang mereka dapatkan jika hanya

menggunakan modal sendiri.

Menurut (Richard A. Brealey & Stewart C. Myers, 2013) *Financial Leverage* adalah penggunaan biaya tetap untuk mendapatkan keuntungan operasional yang lebih besar dari peningkatan penjualan apa pun.

Untuk mengukur *Debt To Equity Ratio* menurut (Sutrisno, 2012) dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$DER = \frac{Hutang}{Ekuitas} \times 100\%$$

4. Reputasi Auditor

Auditor memegang peranan penting dalam prosedur *Go Public* karena auditor memeriksa laporan keuangan emiten. Laporan keuangan yang telah diaudit kemudian menjadi pusat informasi bagi *underwriter* dalam menentukan nilai saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO) dan mempunyai kepentingan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Peran auditor diperlukan untuk mencegah penerbitan laporan keuangan dari salah saji material, baik yang disebabkan oleh kesalahan maupun kecurangan (Damayanty et al., 2018). Reputasi auditor merupakan prestasi dan kepercayaan masyarakat yang dimiliki auditor terhadap nama besar yang dimiliki auditor. Dengan reputasi auditor yang bereputasi tinggi akan mengurangi *Underpricing*. (Putri Novia Rini, 2024).

Reputasi Auditor diukur dengan menggunakan dummy. Jika Auditor merupakan KAP Bid Four maka di beri kode 1. Jika tidak diberi kode 0.

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Variabel dependen merupakan tingkat *Underpricing*. Tingkat *Underpricing* dihitung dengan perhitungan *Initial Return* dari perusahaan-perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering*, yaitu selisih antara penutupan harga saham pada hari pertama di pasar sekunder dengan harga saham penawaran perdana dibagi dengan harga saham penawaran perdana (Retnowati, 2013).

$$Underpricing = \frac{Closing Price - Offering Price}{Offering Price} \times 100\%$$

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, *range*, *kurtosis* dan *skewness*. (Ghozali, 2019). Dalam analisis deskriptif, seorang peneliti akan menjelaskan obyek penelitian, memetakan responden berdasarkan karakteristik mereka, serta memetakan kecenderungan tanggapan responden terhadap pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan indikator-indikator variabel penelitian.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilihat dalam norma *Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal. Data dapat dikatakan normal jika data atau titik-titik tersebar disekitar garis diagonal dan penyebaran mengikuti garis diagonal

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan Untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kepemilikan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu, untuk uji ini juga menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas

3.7.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi yaitu hubungan antara residual satu observasi dengan residual observasi lainnya. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ sebelumnya (Gozali, 2018).

3.7.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance residual* suatu

periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola

3.7.3 Regresi Linier Berganda

Analisi regresi linier berganda mempunyai satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas (Sugiyono, 2020)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan metode analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*). Analisis ini secara matematis ditulis dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y : *Underpricing*

α : Konstanta

β_1 : Koefesien *CEO Spesialist* (X_1)

X_1 : *CEO Spesialist*

β_2 : Koefesien *Dewa Komisaris Wanita* (X_2)

X_2 : *Dewa Komisaris Wanita*

β_3 : Koefesien *Ownership Concentration* (X_3)

X_3 : *Financial Leverage*

β_4 : Koefesien Reputasi Auditor (X_4)

X_4 : Reputasi Auditor

ε : *Error*

3.7.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ketepatan pemikiran model (*Goodness of Fit*) atau sering disebut Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah antara nol dan satu dimana nilai R^2 yang semakin 0 besar atau semakin mendekati satu menunjukkan hasil regresi yang semakin baik. Hal ini berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (Gozali, 2019).

3.7.5 Uji F

Untuk menguji apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan membandingkan antara F-hitung dengan F-tabel. Dimana F-hitung dan F-tabel dicari dengan menggunakan spss (*Statistical Product and Service Solution*) versi 18 (Sugiono, 2013).

Dasar keputusan uji :

1. Jika nilai probabilitas signifikan $< 0,05$ F-hitung $>$ F-tabel maka secara

simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. Jika nilai probabilitas signifikan $\geq 0,05$ $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$ maka secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.6 Uji T

Uji hipotesis dengan t_{hitung} digunakan untuk menguji koefisien regresi variabel independen. T_{hitung} diketahui dengan menggunakan *Software* SPSS. Menguji apakah secara parsial (individu) variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Untuk menentukan nilai t_{tabel} ditentukan taraf signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-2)$ dimana n adalah jumlah observasi (Sugiyono, 2013). Dasar keputusan uji :

1. Jika $Sig \leq 0,05$ dan $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y .
2. Jika $Sig \geq 0,05$ dan $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap y .