

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah perusahaan *go public* sektor *non* keuangan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017-2020. “Penawaran umum atau *Public Offering* atau yang lebih dikenal dengan istilah *go public* adalah kegiatan penjualan saham perdana oleh suatu perusahaan kepada masyarakat (*public*) di pasar modal” (Rianttara dan Lestari, 2020). Menurut www.gopublic.idx.co.id “terdapat tahapan persiapan *IPO* yang harus dilakukan perusahaan yaitu memilih tim *IPO* internal, menunjuk penjamin emisi efek, lembaga dan profesi penunjang, melakukan restrukturisasi internal dan diskusi permodalan, memenuhi persyaratan BEI dan OJK, menetapkan struktur *IPO*, melaksanakan rapat umum pemegang saham luar biasa (RUPSLB), melengkapi dokumentasi”.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode *causal studies*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), “*Causal study is a research study conducted to establish cause-and-effect relationships among variables*”, artinya “studi kausal adalah studi penelitian yang dilakukan untuk menentukan sebuah hubungan sebab akibat antar variabel”. Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah melihat pengaruh antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan, *net profit margin*, reputasi *underwriter*, dan persentase penawaran saham kepada publik terhadap variabel dependen yaitu *underpricing*.

3.3 Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat empat variabel independen dan satu variabel dependen. Menurut Sekaran dan Bougie (2016) “*variable is anything that can take on differing or varying values*” artinya adalah variabel adalah apapun yang dapat menyebabkan

perbedaan nilai atau bervariasi. “*The dependent variable is the variable of primary interest to the researcher*” (Sekaran dan Bougie, 2016), artinya “variabel dependen adalah variabel yang menjadi fokus utama peneliti”. Sekaran dan Bougie (2016) mengatakan bahwa, “*independent variable is one that influences the dependent variable in either a positive or negative way*”, atau artinya adalah “variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen dengan arah positif atau negatif”. Setiap variabel independen dan dependen diukur menggunakan suatu skala pengukuran. Ghozali (2018) mengatakan “skala pengukuran adalah suatu proses hal mana suatu angka atau simbol dilekatkan pada karakteristik atau properti suatu stimuli sesuai dengan aturan atau prosedur yang telah ditetapkan”. Untuk variabel independen ukuran perusahaan, *Net Profit Margin*, persentase penawaran saham dan variabel dependen *underpricing* diukur dengan menggunakan skala rasio. Sedangkan untuk variabel independen reputasi *underwriter* diukur dengan menggunakan skala nominal. “Skala rasio adalah skala interval dan memiliki nilai dasar (*based value*) yang tidak dapat dirubah. Sedangkan skala nominal adalah skala pengukuran yang menyatakan kategori, atau kelompok dari suatu subyek” (Ghozali, 2018).

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah *underpricing*. *Underpricing* adalah kondisi suatu harga saham saat penawaran umum perdana atau *IPO* lebih rendah daripada penutupan hari pertama di pasar sekunder. *Underpricing* diukur dengan menggunakan *Initial Return* dari Smart dan Zutter (2019) sebagai berikut”:

$$Initial\ Return = \frac{Market\ Price - Offering\ Price}{Offering\ Price} \times 100\% \quad (3.1)$$

Keterangan:

Market Price: harga penutupan saham hari pertama di pasar sekunder

Offering Price: harga penawaran saham perdana di pasar primer

3.3.2 Variabel Independen

Berikut ini adalah variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah ukuran untuk melihat besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. “Ukuran dari perusahaan dapat diukur dengan melihat total aset dari laporan keuangan perusahaan tahun terakhir sebelum perusahaan tersebut melakukan *IPO* di Bursa” (Eka, 2013 dalam Mulyani, 2017). Berikut adalah rumus ukuran perusahaan menurut (Mayasari *et al.*, 2018):

$$\text{Ukuran Perusahaan} : \ln(\text{Total Aset}) \quad (3.2)$$

Keterangan:

Ln : Logaritma Natural

Total Asset : Total dari seluruh aset perusahaan tahun terakhir sebelum melakukan *IPO* di bursa.

2) *Net Profit Margin*

Net Profit Margin merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas penjualan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio *Net Profit Margin* juga menggambarkan efektivitas suatu perusahaan dalam mengelola penjualan yang dilakukan untuk menghasilkan laba bersih perusahaan.

Net Profit Margin dapat diukur dengan menggunakan rumus (Weygant *et al.*, 2019):

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Net Sales}} \quad (3.3)$$

Keterangan:

Net Profit Margin = “Margin Keuntungan Bersih”

Net Income = “Laba Bersih Tahun berjalan”

Net Sales = “Penjualan Bersih”

3) Reputasi *underwriter*

Reputasi *underwriter* adalah nama baik suatu penjamin emisi yang dilihat oleh investor dan emiten untuk dipercaya dalam melakukan penjaminan emisi saat emiten akan melakukan *IPO*. Menurut Ayuwardani dan Isroah (2018), “reputasi *underwriter* diukur menggunakan variabel *dummy* 1 untuk top 20 *most active brokerage house monthly IDX* berdasarkan total frekuensi perdagangan dan 0 untuk *underwriter* yang tidak masuk top 20”. Data 20 *most active brokerage house monthly* dapat diperoleh dari *IDX monthly statistic* yang diambil berdasarkan total frekuensi perdagangan bulanan sesuai dengan bulan saat emiten melakukan *IPO*. Untuk data penjamin emisi setiap perusahaan yang akan melakukan *IPO* bisa dilihat di laporan prospektus perusahaan yang akan melakukan *IPO* di Bursa Efek Indonesia.

4) Persentase penawaran saham kepada publik

Persentase penawaran saham kepada publik menunjukkan seberapa besar jumlah saham yang ditawarkan kepada publik terhadap total keseluruhan modal disetor yang dimiliki oleh perusahaan. Persentase penawaran saham kepada publik dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut ini (Rianttara dan Lestari, 2020):

$$\text{Persentase Penawaran Saham} = \frac{\text{Jumlah Saham Ditawarkan}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$$

Keterangan:

Jumlah saham ditawarkan : Total lembar saham yang ditawarkan kepada masyarakat

Jumlah saham beredar : Total lembar saham yang beredar

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. “*Secondary data are data that have been collected by others for another purpose than the purpose of the current study*” (Sekaran dan Bougie, 2016) artinya “data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh orang lain untuk tujuan lain daripada tujuan studi saat ini.” (Sekaran dan Bougie, 2016).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini dapat diperoleh dari laporan prospektus perusahaan yang melakukan penawaran umum yang dapat diakses dan diunduh melalui situs Bursa Efek Indonesia dan juga dapat melalui website perusahaan yang bersangkutan. Beberapa hal yang dapat diambil dari prospektus perusahaan untuk penelitian ini adalah data berupa informasi data harga penawaran saham di pasar perdana (*offering price*), penjamin emisi setiap perusahaan yang akan melakukan *IPO*, laporan keuangan perusahaan yang telah diaudit oleh auditor independen, tanggal *listing* di Bursa Efek Indonesia dan juga besaran saham yang ditawarkan kepada publik oleh emiten. Sedangkan untuk data harga penutupan saham di pasar sekunder hari pertama diperoleh dari situs harga saham yaitu www.e-bursa.com. Untuk data *underwriter* yang masuk kedalam top 20 *most active brokerage house monthly IDX* didapatkan dari situs www.idx.co.id.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Sekaran dan Bougie (2016), mengatakan bahwa “populasi adalah seluruh kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh peneliti”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang melakukan *IPO*

selama 4 periode, yaitu pada tahun 2017 – 2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Bagian dari populasi disebut sebagai sampel, menurut Sekaran dan Bougie (2016) “sampel adalah beberapa elemen pilihan yang merupakan bagian dari populasi yang masih memiliki ciri dan karakteristik sama dengan populasi dan mampu mewakili keseluruhan populasi dari penelitian”.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sekaran dan Bougie (2016), “*the sampling here is confined to specific types of people who can provide the desired information, either because they are the only ones who have it, or they conform to some criteria set by the researcher, this type of sampling design is called purposive sampling*”. Artinya adalah pengambilan sampel terbatas pada jenis tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, baik karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau mereka sesuai dengan beberapa kriteria yang ditetapkan oleh peneliti, desain sampling ini disebut *purposive sampling*. Kriteria perusahaan yang akan menjadi sampel dari penelitian ini adalah:

1. Perusahaan *non* keuangan yang melakukan penawaran saham perdana (*IPO*) atau *go public* di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 – 2020.
2. Perusahaan yang mengalami *underpricing*.
3. Perusahaan memiliki laporan keuangan auditan yang berakhir pada 31 Desember tahun terakhir sebelum perusahaan melakukan *IPO* yang terdapat di prospektus.
4. Perusahaan yang memiliki penjamin pelaksana emisi dengan porsi penjaminan yang terbesar.
5. Perusahaan menggunakan mata uang rupiah dalam menyajikan laporan keuangan.
6. Perusahaan membukukan laba yang tercatat dalam laporan keuangan auditan yang berakhir pada 31 Desember satu tahun terakhir sebelum *IPO*.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis statistik dengan bantuan SPSS 25 (*Statistic Product & Service Solution*) yang terdiri dari:

3.6.1 Statistik Deskriptif

“Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, minimum dan *range*” (Ghozali, 2018). “*Mean* adalah jumlah dari seluruh angka pada suatu data dibagi dengan jumlah data yang ada. Standar deviasi adalah ukuran suatu penyimpangan. *Range* adalah selisih antara nilai maksimum dan minimum dalam sebuah kumpulan data” (Lind *et al.*, 2018). Maksimum adalah nilai terbesar dalam sebuah kumpulan data, sedangkan minimum adalah nilai terkecil dalam sebuah kumpulan data.

3.6.2 Uji Normalitas

Ghozali (2018) mengatakan bahwa “uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal”. “Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan Non parametrik statistik, yaitu dengan melakukan *Kolmogorov- Smirnov (K-S)*”. Caranya adalah dengan menentukan terlebih dahulu hipotesis pengujian yaitu:

“Hipotesis Nol (H_0) : Data terdistribusi secara normal”

“Hipotesis Alternatif (H_A) : Data tidak terdistribusi secara normal”

Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas didasarkan pada nilai signifikansi *Monte Carlo* (Ghozali, 2018):

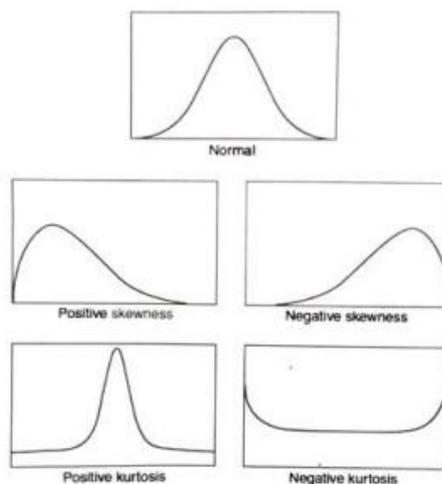
- a. “Nilai probabilitas signifikansi > 0.05 , hipotesis nol diterima sehingga data terdistribusi secara normal”.
- b. “Nilai probabilitas signifikansi ≤ 0.05 , hipotesis nol ditolak sehingga data tidak terdistribusi secara normal”.

“Data yang tidak terdistribusi secara normal dapat ditransformasi agar menjadi normal. Untuk menormalkan data harus diketahui terlebih dahulu bagaimana bentuk grafik histogram dari data yang ada, apakah *moderate positive skewness*, *substansial positive skewness*, *severe positive skewness* dengan bentuk L dan sebagainya. Dengan mengetahui bentuk grafik histogram, maka dapat ditentukan bentuk transformasinya” (Ghozali, 2018). Berikut ini bentuk transformasi yang dapat dilakukan sesuai dengan grafik histogram:

Tabel 3. 1 Bentuk Transformasi Data

Bentuk Grafik Histogram	Bentuk Transformasi
<i>Moderate positive skewness</i>	SQRT (x) atau akar kuadrat
<i>Substansial positive skewness</i>	LG10 (x) atau logaritma 10 atau LN
<i>Severe positive skewness</i> dengan bentuk L	1/x atau inverse
<i>Moderate negative skewness</i>	SQRT (k - x)
<i>Substansial negative skewness</i>	LG10 (k - x)
<i>Severe negative skewness</i> dengan bentuk J	1/(k - x)

Sumber: Ghozali (2018)



Gambar 3. 1 Bentuk Grafik Histogram
Sumber: Ghozali (2018)

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini sebelum dilakukan uji hipotesis perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas.

1) Uji Multikolonieritas

“Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol” (Ghozali, 2018).

“Ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dideteksi dengan melihat dari *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai *VIF* yang tinggi (karena $VIF=1/Tolerance$). Nilai *cut-off* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan *VIF* ≥ 10 ” (Ghozali, 2018).

2) Uji Heteroskedastisitas

“Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas” (Ghozali, 2018). “Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, salah satunya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*” (Ghozali, 2018). Menurut Ghozali (2018), terdapat dasar analisisnya yaitu:

- a. “Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas”.
- b. “Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas”.

3.7 Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari:

3.7.1 Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda karena terdapat lebih dari satu variabel independen. “Analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (variabel penjelas/bebas), dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui” (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2018). Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui signifikansi atau tidaknya pengaruh variabel independen ukuran perusahaan, *Net Profit Margin*, reputasi *underwriter*, dan persentase penawaran saham kepada publik terhadap variabel dependen *underpricing*.

Persamaan regresi linier berganda yang dibentuk dalam penelitian ini adalah:

$$UP = \alpha + \beta_1 SIZE + \beta_2 NPM + \beta_3 RU + \beta_4 OFFER + e$$

Keterangan:

<i>UP</i>	= <i>Underpricing</i>
<i>α</i>	= Konstanta
<i>β₁, β₂, β₃ dan β₄</i>	= Koefisien regresi variabel
<i>SIZE</i>	= Variabel ukuran perusahaan
<i>NPM</i>	= Variabel <i>Net Profit Margin</i>
<i>RU</i>	= Variabel Reputasi <i>underwriter</i>
<i>OFFER</i>	= Variabel Persentase penawaran saham
<i>e</i>	= <i>Standard error</i>

3.7.2 Uji Koefisien Korelasi (R)

“Analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi (hubungan) linear antara dua variabel. Korelasi tidak menunjukkan hubungan fungsional atau dengan kata lain analisis korelasi tidak membedakan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen” (Ghozali, 2018). Berikut adalah klasifikasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2017):

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3. 2 Kekuatan Hubungan Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Sumber: Sugiyono (2017)

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

“Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) akan lebih rendah dibandingkan dengan data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi” (Ghozali, 2018).

“Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi

terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *adjusted* R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model” (Ghozali, 2018).

“Dalam kenyataan nilai *adjusted* R^2 dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki bernilai positif. Menurut Gujarati dalam Ghozali (2018), "jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$ sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bersifat negatif” (Ghozali, 2018).

3.7.4 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

“Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit* dengan uji statistik F. Uji hipotesis ini dinamakan uji signifikansi secara keseluruhan terhadap garis regresi yang diobservasi maupun estimasi, apakah Y berhubungan linear terhadap X_1 , X_2 , dan X_3 . Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam uji statistik F adalah $\alpha = 5\%$. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut” (Ghozali, 2018):

- a. “*Quick look*: bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan memengaruhi variabel dependen”.
- b. “Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut F tabel. Bila nilai F hitung lebih besar dari F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_A ”.

“Jika hasil dari uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi F jauh lebih kecil atau lebih kecil dari 0.05, maka hipotesis diterima dan dapat dikatakan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini (variabel

independen) secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen yang digunakan” (Ghozali, 2018). “

3.7.5 Uji Signifikansi Parameter Individu (Uji Statistik t)

“Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (β_i) sama dengan nol, yang artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya parameter suatu variabel tidak sama dengan nol yang artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Uji statistik t mempunyai signifikansi $\alpha = 5\%$ ” (Ghozali, 2018). Berikut adalah kriteria pengujiannya (Ghozali, 2018):

- a. “Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen”.
- b. “Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen”.

