

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari ukuran perusahaan, *net profit margin*, reputasi *underwriter* dan persentase penawaran saham kepada publik terhadap *underpricing* secara parsial dan simultan. Perolehan simpulan dari hasil uji penelitian ini adalah:

1. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai t sebesar -0,151 dengan nilai signifikansi sebesar 0,880. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak, yang berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Djashan (2017), Kartikawati *et al.* (2019) dan Solida *et al.* (2020) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.
2. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel *net profit margin* memperoleh nilai t sebesar 0,111 dengan nilai signifikansi sebesar 0,912. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a2} ditolak, yang berarti *net profit margin* tidak berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Mayasari *et al.*, (2020) dan Octafian *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.
3. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel reputasi *underwriter* memperoleh nilai t sebesar 2,021 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima, yang berarti reputasi *underwriter* berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Ayuwardani & Isroah (2018) dan Dwijaya & Cahyadi (2021)

yang menyatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh positif terhadap *underpricing*.

4. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel persentase penawaran saham kepada publik memperoleh nilai t sebesar -2,019 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a4} ditolak, yang berarti persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Nuryasinta & Haryanto (2017) yang menyatakan bahwa persentase penawaran saham berpengaruh negatif terhadap *underpricing*.

5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa hal yang menjadi batasan dalam ini:

1. Pada penelitian ini, nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0,082 yang berarti bawah variabel ukuran perusahaan, *net profit margin*, reputasi *underwriter* dan persentase penawaran saham kepada publik dapat menjelaskan variabel *underpricing* sebesar 8,2% dan sisanya sebesar 91,8% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini.
2. Periode penelitian yang dilakukan hanya selama 4 tahun, selain itu penelitian ini menggunakan berbagai macam sektor industri kecuali sektor keuangan. Komponen laporan keuangan yang ada pada industri yang berbeda dapat berdampak pada hasil penelitian yang menjadi kurang bisa memprediksi nilai *underpricing*.

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan yang ada, maka saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya terkait dengan faktor yang memengaruhi *underpricing* adalah:

1. Menambahkan variabel penelitian yang diperkirakan mampu untuk memengaruhi *underpricing* seperti variabel yang bisa digunakan untuk

menganalisis variabel keuangan seperti *Return on Asset*, *Debt to Equity Ratio* dan reputasi auditor.

2. Menambahkan periode penelitian dan menggunakan sektor tertentu saja supaya komponen yang ada dalam laporan keuangan bisa lebih memprediksi terjadinya *underpricing* pada perusahaan yang *IPO*.

5.4 Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa fenomena *underpricing* merupakan suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan ketika akan melaksanakan *IPO* dan untuk meningkatkan minat investor, perusahaan akan menerapkan harga yang tepat supaya dana yang dibutuhkan oleh perusahaan dapat diperoleh seluruhnya dari hasil penjualan saham *IPO*. Berdasarkan hasil penelitian ini, reputasi *underwriter* berpengaruh positif signifikan dan persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh negatif signifikan terhadap *underpricing*. Sehingga dengan perusahaan memilih untuk menggunakan *underwriter* yang bereputasi tinggi juga dapat menyebabkan permintaan investor akan suatu penawaran saham juga meningkat dikarenakan *underwriter* yang bereputasi tinggi dapat memberikan harga yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang ada. Hal tersebut juga dapat menyebabkan seluruh saham perusahaan juga laku terjual oleh publik yang bisa meningkatkan permintaan publik juga ketika saham tersebut ditawarkan di pasar sekunder dan dapat meningkatkan *underpricing*. Selain itu dengan perusahaan memiliki persentase penawaran saham kepada publik yang rendah, perusahaan harus tetap menggunakan dana yang didapatkan dari *IPO* sesuai prospektus perusahaan. Dengan perusahaan menggunakan dana dari hasil *IPO* diharapkan dapat memberikan peningkatan pada aset perusahaan yang berdampak pada peningkatan pendapatan yang bisa memberikan *return* yang lebih besar di masa yang akan datang. Selain itu dengan memberikan penawaran harga *IPO* yang rendah juga bisa meningkatkan minat investor untuk membeli sahamnya di pasar sekunder dan menyebabkan kenaikan *underpricing*.