

BAB V

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh dari ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage*, persentase penawaran saham kepada publik, dan reputasi *underwriter* terhadap *underpricing*. Objek dari penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan melakukan *Initial Public Offering (IPO)* periode 2018 – 2021. Total observasi pada penelitian ini sebanyak 100 observasi. Hasil uji koefisien determinasi (*adjusted R square*) menunjukkan sebesar 0,074 atau 7,4% yang berarti variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage*, persentase penawaran saham kepada publik, dan reputasi *underwriter* dapat menjelaskan 7,4% variabel dependen yaitu *underpricing*. Hasil uji F menunjukkan sebesar 2,580 dengan signifikansi sebesar 0,031. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage*, persentase penawaran saham kepada publik, dan reputasi *underwriter* memiliki pengaruh terhadap *underpricing*. Perolehan simpulan dari hasil uji penelitian ini adalah:

1. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai t sebesar 1,441 dengan nilai signifikansi sebesar 0,153. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak, yang berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti dan Syarifudin (2020) dan Kartika dan Putra (2017).
2. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel profitabilitas memperoleh nilai t sebesar 1,358 dengan nilai signifikansi sebesar 0,178. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a2} ditolak, yang berarti

profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mayasari *et al.* (2018) dan Octafian *et al.* (2021).

3. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel *financial leverage* memperoleh nilai t sebesar 0,215 dengan nilai signifikansi sebesar 0,830. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a3} ditolak, yang berarti *financial leverage* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurazizah dan Majidah (2019) dan Octafian *et al.* (2021).
4. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel persentase penawaran saham kepada publik memperoleh nilai t sebesar 2,784 dengan nilai signifikansi sebesar 0,006. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a4} diterima, yang berarti persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rianttara dan Lestari (2020).
5. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel reputasi *underwriter* memperoleh nilai t sebesar -1,179 dengan nilai signifikansi sebesar 0,241. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a5} ditolak, yang berarti reputasi *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Trihastuti (2020) dan Solida *et al.* (2020).

5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa hal yang menjadi batasan dalam penelitian ini:

1. Pada penelitian ini, nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0.074 yang berarti bahwa variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, *financial leverage*, persentase penawaran saham kepada publik, dan reputasi *underwriter* dapat menjelaskan

underpricing sebesar 7,4% dan sisanya sebesar 92,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji pada penelitian ini.

2. Penelitian ini menggunakan seluruh sektor industri kecuali sektor industri dan tidak secara khusus menggunakan masing-masing sektor tertentu sehingga komponen laporan keuangan pada industri yang berbeda dapat mempengaruhi hasil penelitian dan kurang bisa memprediksi nilai *underpricing*.

5.3 Saran

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

- a. Menambah variabel penelitian yang diprediksi dapat mempengaruhi nilai *underpricing*, seperti *return on asset*, *earning per share*, umur perusahaan, dan reputasi auditor.
- b. Menggunakan sektor industri tertentu saja agar komponen pada laporan keuangan dapat lebih mempengaruhi terjadinya kondisi *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *IPO*.

5.4 Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa fenomena *underpricing* merupakan strategi yang diterapkan perusahaan ketika akan melakukan penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering (IPO)* agar ketertarikan investor meningkat untuk memiliki saham perusahaan dengan cara menerapkan harga penawaran yang tepat sehingga dana yang dibutuhkan perusahaan dapat diperoleh seluruhnya dari hasil *IPO*. Berdasarkan hasil penelitian ini, persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Sehingga semakin besar persentase jumlah saham yang ditawarkan kepada publik maka semakin likuid saham perusahaan diperjualbelikan setelah *IPO* sehingga jumlah saham yang

diperdagangkan lebih banyak dan kesempatan investor untuk memiliki saham perusahaan lebih tinggi. Selain itu, semakin besar persentase penawaran saham kepada publik maka perusahaan dapat menawarkan saham dengan harga yang lebih rendah sesuai dengan target dana yang dibutuhkan sehingga dapat menarik minat investor untuk membeli saham perusahaan. Ketika investor memiliki minat terhadap saham perusahaan, maka seluruh saham akan habis terjual sehingga seluruh dana *IPO* yang dibutuhkan perusahaan akan dapat diperoleh. Sehingga dengan semakin tingginya persentase saham yang ditawarkan maka akan meningkatkan minat investor. Adanya ketertarikan investor terhadap saham perusahaan akan berdampak pada meningkatnya harga saham di pasar sekunder dan akan menyebabkan terjadinya kondisi *underpricing*.

