

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Financial Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio (DER)*, Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)*, Persentase Penawaran Saham Kepada Publik (*OFFER*), dan Reputasi *Underwriter* terhadap *Underpricing* secara parsial dan simultan. Objek penelitian ini adalah perusahaan *non* keuangan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2018-2022. Berikut simpulan hasil dari penelitian ini adalah:

- 1) H_{a1} ditolak, yang menunjukkan bahwa hasil uji statistik t variabel *debt to equity ratio* memperoleh nilai t sebesar 1,252 dengan nilai signifikansi 0,213. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuncoro & Suryaputri (2019) yang menyatakan bahwa “*DER* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*”.
- 2) H_{a2} ditolak, yang menunjukkan bahwa hasil uji statistik t variabel *return on assets* memperoleh nilai t sebesar -0,019 dengan nilai signifikansi 0,985. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa *return on assets* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hal ini didukung dengan penelitian Novitasari & Cahyati (2018) menunjukkan bahwa “*return on assets* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*”.
- 3) H_{a3} diterima, yang menunjukkan bahwa hasil uji statistik t variabel persentase penawaran saham kepada publik memperoleh nilai t sebesar 3,264 dengan nilai signifikansi 0,001. Nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Rianttara & Lestari (2020) dan Kurniawan & Novianti (2022), menunjukkan bahwa

“persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif terhadap *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *IPO*”.

- 4) H_{a4} ditolak, yang menunjukkan bahwa hasil uji statistik t variabel reputasi *underwriter* memperoleh nilai t sebesar -0,563 dengan nilai signifikansi 0,574. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa reputasi *underwriter* tidak berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hal ini selaras dengan penelitian Hadi (2019) yang menunjukkan bahwa “reputasi *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*”.

5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa hal yang menjadi batasan dalam penelitian ini, antara lain:

- 1) Nilai *adjusted R square* (R^2) sebesar 0,074 yang berarti bahwa *debt to equity ratio*, *return on assets*, persentase penawaran saham kepada publik, dan reputasi *underwriter* dapat menjelaskan variabel *underpricing* sebesar 7,4% serta sisanya sebesar 92,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.
- 2) Periode penelitian hanya dilakukan selama 5 tahun yaitu selama periode 2018-2022 dimana peneliti menggunakan *purposive sampling* sehingga hanya mendapatkan 128 perusahaan observasi sehingga kurang mampu memprediksi terjadinya *underpricing*.
- 3) Perhitungan *initial return* hanya berdasarkan hari pertama perdagangan saham di pasar sekunder.

5.3 Saran

Berdasarkan simpulan dan keterbatasan tersebut, maka saran yang ditujukan kepada peneliti selanjutnya terkait faktor yang memengaruhi *underpricing* antara lain:

- 1) Menambah variabel penelitian yang diperkirakan dapat memengaruhi *underpricing* seperti variabel yang bisa digunakan untuk menganalisis variabel keuangan seperti ukuran perusahaan, *current ratio*, dan volume perdagangan.
- 2) Menambah periode penelitian sehingga lebih dapat memprediksi terjadinya *underpricing* pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)*.

- 3) Melakukan penelitian terkait efek harga saham di pasar sekunder beberapa saat setelah melakukan *initial public offering*.

5.4 Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa fenomena *underpricing* adalah suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan saat melaksanakan *IPO* dan untuk meningkatkan minat investor. Perusahaan beserta *underwriter* akan menetapkan harga yang tepat sehingga dana yang dibutuhkan oleh perusahaan dapat diperoleh seluruhnya dari hasil penjualan saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan hasil penelitian ini, persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing* sehingga dengan perusahaan menetapkan persentase penawaran saham yang tinggi kepada publik, maka publik lebih berminat untuk membeli saham perusahaan tersebut. Tingginya persentase kepemilikan publik menunjukkan semakin likuid saham perusahaan tersebut diperjualbelikan. Perusahaan juga akan menetapkan harga yang tepat sehingga sesuai dengan target dana yang dibutuhkan perusahaan dan mampu menarik investor untuk membeli saham tersebut. Hal tersebut akan mendorong minat investor untuk membeli saham perusahaan di pasar sekunder dan mendorong *initial return* yang tinggi sehingga menyebabkan fenomena *underpricing*.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA