

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persentase penawaran saham ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *debt to equity ratio* terhadap *underpricing* secara parsial dan simultan. Berikut kesimpulan yang diambil dari hasil pengujian penelitian:

1. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel persentase penawaran saham kepada publik memperoleh nilai t sebesar 2,861 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima, yang berarti persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kurniawan, E., & Novianti, P. (2022) yang menyatakan bahwa persentase penawaran saham berpengaruh positif terhadap *underpricing*.
2. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai t sebesar 1,511 dengan nilai signifikansi sebesar 0,133. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a2} ditolak, yang berarti ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Vivianti, J. (2021) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.
3. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel umur perusahaan memperoleh nilai t sebesar -0,877 dengan nilai signifikansi sebesar 0,383. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a3} ditolak, yang berarti umur perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kuncoro, H. B., & Suryaputri, R. V. (2019) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.

4. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel *debt to equity ratio* memperoleh nilai t sebesar 0,143 dengan nilai signifikansi sebesar 0,887. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a4} ditolak, yang berarti *debt to equity ratio* tidak berpengaruh negatif terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Kuncoro, H. B., & Suryaputri, R. V. (2019) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*.
5. Hasil uji statistik f menunjukkan nilai F sebesar 2,462 dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,049. Nilai signifikansi yang berada dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen yaitu persentase penawaran saham kepada publik (PSH), ukuran perusahaan (UKP), umur perusahaan (UMP), dan *debt to equity ratio* (DER) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu *underpricing* (UP) dan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

5.2 Keterbatasan

Terdapat beberapa hal yang menjadi batasan dalam ini:

1. Pada penelitian ini, nilai adjusted R square (R^2) sebesar 0,047 yang berarti bawah variabel persentase penawaran saham, ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *debt to equity ratio* kepada publik dapat menjelaskan variabel *underpricing* sebesar 4,7% dan sisanya sebesar 95,3% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diuji dalam penelitian ini.
2. Berbagai sektor industri kecuali sektor keuangan, digunakan dalam penelitian ini yang memiliki periode penelitian hanya 4 tahun, temuan penelitian juga dipengaruhi oleh elemen laporan keuangan dari berbagai bisnis, yang dapat mengurangi kapasitas mereka dalam memperkirakan nilai *underpricing*.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan tersebut untuk peneliti di masa yang akan datang mungkin dapat mempertimbangkan rekomendasi berikut mengenai elemen-elemen yang berdampak pada *underpricing*, berdasarkan hasil dan keterbatasan berikut:

1. Memasukkan atau menambahkan sejumlah faktor penelitian, seperti reputasi auditor, profitabilitas, *net profit margin*, dan *earning per share*, yang diperkirakan akan berdampak pada nilai *underpricing*.
2. Menambah jumlah tahun atau periode penelitian dan membatasi penggunaan sektor industri tertentu sehingga komponen laporan keuangan dapat berdampak lebih jauh terhadap kemungkinan timbulnya keadaan *underpricing* pada perusahaan yang *go public*.

5.4 Implikasi

Penelitian ini menunjukkan atau menyimpulkan bahwa fenomena *underpricing* adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan yang bersiap untuk melakukan penawaran umum perdana (*IPO*) untuk menaikkan permintaan investor atas saham perusahaan melalui penerapan harga. Penawaran yang ideal dapat menguntungkan perusahaan, lebih dari sekedar itu juga memungkinkan perusahaan menerima sepenuhnya pendapatan dari penawaran umum perdana (*IPO*). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Semakin besar persentase jumlah saham yang ditawarkan kepada publik maka semakin tinggi juga risiko atau ketidakpastian perusahaan dimasa yang akan datang maka dapat mempengaruhi minat investor. Sehingga semakin tinggi persentase saham yang ditawarkan kepada publik maka perusahaan dapat menawarkan harga yang lebih rendah sesuai dengan dana yang dibutuhkan perusahaan namun juga dapat menarik investor dengan harga yang sesuai diminati investor. Semakin tinggi persentase saham penawaran juga menandakan bahwa semakin mudah untuk investor untuk memiliki saham perusahaan. Ketika saham sudah cukup menarik bagi investor maka seluruh saham yang ditawarkan dapat terjual dan dana yang diinginkan perusahaan dapat terkumpul sesuai dengan dana yang dibutuhkan dan berdampak pada saham pada

pasar sekunder akan naik dibandingkan harga saham pada pasar perdana dan terjadi peristiwa *underpricing*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA