

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Profitabilitas yang diproksikan dengan *Earning Per Share (EPS)* dan *Net Profit Margin (NPM)*, Persentase Penawaran Saham Kepada Publik, Reputasi *Underwriter* dan Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* secara parsial dan simultan. Objek penelitian ini adalah 105 perusahaan non-keuangan yang melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Berikut simpulan hasil dari penelitian ini adalah:

1. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel *Earning Per Share* memperoleh nilai t sebesar -0,343 dengan nilai signifikansi sebesar 0,733. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a1} ditolak, yang berarti *Earning Per Share* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wisudewi *et al.*, (2022) dan Sari *et al.*, (2024) yang menyatakan “*Earning Per Share* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*”.
2. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel *Net Profit Margin* memperoleh nilai t sebesar 2,016 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima, yang berarti *Net Profit Margin* berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Komariah *et al.*, (2020) yang menyatakan “*Net Profit Margin* berpengaruh positif terhadap *underpricing*”.
3. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel Persentase Penawaran Saham Kepada Publik memperoleh nilai t sebesar 2,769 dengan nilai signifikansi sebesar 0,007. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima, yang berarti Persentase Penawaran Saham Kepada Publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini

sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rianttara & Lestari, (2020) dan Kurniawan & Novianti, (2022) yang menyatakan “persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing*”.

4. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel Reputasi *Underwriter* memperoleh nilai t sebesar -0,596 dengan nilai signifikansi sebesar 0,552. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a4} ditolak, yang berarti Reputasi *Underwriter* tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Damayanti, (2020) dan Diana, (2022) yang menyatakan “reputasi *underwriter* tidak berpengaruh terhadap *underpricing*”.
5. Hasil uji statistik t menunjukkan variabel Ukuran Perusahaan memperoleh nilai t sebesar 1,099 dengan nilai signifikansi sebesar 0,275. Nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa H_{a5} ditolak, yang berarti Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syofian & Sebrina, (2021) dan Solida *et al.*, (2020) yang menyatakan “ukuran perusahaan 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 0,060 yang berarti *Earning Per Share, Net Profit Margin, Persentase Penawaran Saham Kepada Publik, Reputasi Underwriter* dan Ukuran Perusahaan dapat menjelaskan variabel *underpricing* sebesar 6% serta sisanya sebesar 94% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diuji dalam penelitian ini.
2. Terdapat risiko bias karena data keuangan hanya mengacu pada laporan keuangan yang terdapat dalam prospektus yang diterbitkan oleh perusahaan saat akan melakukan *IPO* karena terdapat beberapa perusahaan yang melakukan *restated* atas laporan keuangan yang berakhir 31 Desember satu tahun sebelum *IPO* setelah perusahaan melakukan *IPO*.

5.3 Saran

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

1. Menambah variabel penelitian yang diprediksi dapat mempengaruhi nilai *underpricing*, seperti *debt to equity*, *current ratio*, dan *return on asset*.
2. Apabila terdapat perusahaan yang melakukan *restated* setelah melakukan *IPO*, maka data yang digunakan adalah data yang sudah *restatement*.

5.4 Implikasi

Penelitian ini memberikan implikasi bahwa fenomena *underpricing* merupakan suatu strategi yang digunakan oleh perusahaan saat melaksanakan penawaran umum perdana yang bertujuan untuk meningkatkan minat investor. Perusahaan dan *underwriter* akan menetapkan harga yang tepat agar dana yang dibutuhkan oleh perusahaan dari hasil penjualan saham perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI) dapat diperoleh seluruhnya.

Berdasarkan hasil penelitian ini, *net profit margin* dan persentase penawaran saham kepada publik berpengaruh positif signifikan terhadap *underpricing* sehingga perusahaan perlu meningkatkan penjualan yang dapat meningkatkan pendapatan dan disertai dengan efisiensi beban sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan. Meningkatnya laba yang berasal dari penjualan dapat meningkatkan *NPM*. *NPM* yang tinggi menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan tinggi. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan memiliki potensi untuk bertumbuh dan berkembang sehingga akan menarik minat investor. Perusahaan bersama *underwriter* juga akan menetapkan harga yang tepat sesuai dengan target dana yang dibutuhkan oleh perusahaan dan akan menarik minat investor. Sehingga, akan mendorong minat investor membeli saham perusahaan di pasar sekunder yang menyebabkan *underpricing*.

Selain itu, perusahaan dapat menetapkan persentase penawaran saham yang tinggi kepada publik, sehingga publik akan lebih berminat untuk membeli saham perusahaan tersebut. Tingginya persentase kepemilikan publik menunjukkan semakin likuid saham perusahaan tersebut untuk diperjualbelikan. Perusahaan dan *underwriter* juga akan menetapkan harga yang tepat sehingga hasil dari *IPO* diharapkan dapat 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 *underpricing*.

