

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi yang berkembang cepat dapat mempengaruhi kompetisi dalam bisnis yang ditandai dengan perusahaan semakin banyak serta memperluas bisnis agar mendapatkan keuntungan yang besar. Menurut Syafira dan Kamal (2016) perusahaan mempunyai sumber pendanaan yang dapat dijadikan kegiatan operasionalnya. Terdapat dua jenis pendanaan, yaitu pendanaan internal dan pendanaan eksternal. Pendanaan internal bersumber dari saldo laba perusahaan, pendanaan eksternal bersumber dari menerbitkan surat utang perusahaan, meminjam uang di bank, penerbitan saham dan obligasi. Yasin (2018) menyatakan bahwa seringkali pendanaan internal tidak mencukupi sebagai sumber dana perusahaan, untuk itu perusahaan melakukan pendanaan dari sumber lain seperti menjual saham kepada masyarakat melalui pasar modal.

Menurut Tandelillin (2010 : 26) pasar modal merupakan tempat bertemunya pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang memerlukan dana melalui jual beli sekuritas. Pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 menjelaskan pengertian dari Pasar Modal yaitu kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Tempat untuk menjual dan membeli saham disebut Bursa Efek. Indonesia memiliki

Bursa Efek yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI). Bursa Efek Indonesia (BEI) ini merupakan gabungan antara Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES).

Pasar modal bermanfaat untuk pihak yang menggunakan jasa di pasar modal. Manfaat untuk perusahaan, pasar modal akan memberikan tambahan modal yang dapat digunakan untuk kegiatan usahanya, sedangkan manfaat untuk para investor yaitu mendapatkan keuntungan dari selisih harga jual dan beli dimana investor dapat menjual saham yang sudah dibeli dengan harga yang berbeda. Selain itu, pasar modal bermanfaat untuk pertumbuhan ekonomi pada suatu negara melalui investor asing yang menanamkan modalnya dan dipergunakan sebagai pendanaan eksternal dalam dunia usaha (Setiawan, 2015).

Ketika perusahaan belum *go public*, saham tersebut dimiliki oleh manajer, pegawai kunci dan hanya sebagian kecil saham tersebut dimiliki oleh investor. Semakin berkembangnya perusahaan maka kebutuhan tambahan modal meningkat, perusahaan dapat menentukan akan menambahkan modal melalui hutang atau menerbitkan saham baru (Jogiyanto, 2014:34)

Initial Public Offering (IPO) merupakan suatu pasar dimana perusahaan pertama kali menawarkan suatu efek seperti saham, obligasi dan surat berharga kepada masyarakat. Menurut Wicaksono (2012) perusahaan melakukan IPO bertujuan untuk mendapatkan dana tambahan untuk mengembangkan usaha. IPO juga menjadi suatu wadah bagi perusahaan dalam memberikan sinyal kepada publik yang dapat dikatakan perusahaan tersebut sudah *go public*. Perusahaan yang sudah *go public* telah menjalankan keterbukaan pada pengelolaan sehingga dapat

meningkatkan citra perusahaan. Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan, sejak 31 Desember 2012 mengenai prosedur penangguhan Penawaran Umum beralih dari BAPEPAM dan Lembaga Keuangan menjadi ke Otoritas Jasa Keuangan. Dalam POJK Nomor 7/POJK.04/2017 emiten diwajibkan untuk mengikuti peraturan atau ketentuan perundang-undangan pada pasar modal yang mengatur prosedur pendaftaran penawaran umum.

Menurut Setiawan (2015) perusahaan yang melakukan *go public* akan membuat semakin banyak persaingan antar perusahaan untuk mendapat investor ketika menerbitkan saham di pasar perdana. Data dari Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa pada tahun 2011-2020 tercatat 320 emiten yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO), tahun 2016 merupakan tahun yang paling sedikit melakukan IPO sebesar 15 emiten dan terbanyak sebesar 56 emiten di tahun 2018. Ketika perusahaan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) terjadi fenomena yang dapat diteliti, yakni *underpricing*. Putro dan Priantinah (2017) mengatakan fenomena ini terjadi saat harga penawaran (*open price*) di pasar perdana lebih rendah dibandingkan harga penutupan (*close price*) ketika pencatatan saham perdana dihari pertama pada pasar sekunder. Investor mendapatkan keuntungan relatif besar jika terjadinya *underpricing* saham. Menurut Khairunnisa (2016) penjamin emisi dan perusahaan emiten memiliki peran yang penting dalam IPO untuk menentukan kesepakatan harga saham yang dijual pada pasar perdana, sedangkan pada pasar sekunder harga saham ditentukan dari mekanisme pasar sesuai dengan penawaran dan permintaan saham di pasar modal. Emiten sebagai pihak yang membutuhkan dana menginginkan harga perdana yang tinggi sedangkan *underwriter* berupaya

untuk meminimalkan risiko yang ditanggungnya. UU Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 menyatakan *underwriter* dipasar modal memberikan dua jaminan yaitu *full commitment* atau *best effort*. *Full commitment* yaitu jika terdapat saham di pasar perdana yang tidak laku terjual maka *underwriter* harus menjamin/ membeli sisanya dan *best effort* yaitu jika terdapat saham di pasar perdana yang tidak laku terjual maka *underwriter* tidak perlu membeli saham yang tidak laku terjual. Menurut Fazilah (2016) tiap *underwriter* tidak ingin untuk membeli saham yang tidak laku terjual, keadaan ini membuat *underwriter* bernegosiasi agar tidak menjual harga saham di pasar perdana tidak terlalu tinggi. Dengan demikian harga saham di pasar perdana lebih murah dibandingkan dengan harga di pasar sekunder. *Underpricing* menjadi suatu hal yang menunjukkan adanya kesengajaan dan asimetri informasi yang dimiliki emiten dan *underwriter* (Haymans, 2013:2)

Kondisi pertumbuhan ekonomi di Indonesia membaik pada tahun 2018 yaitu sebesar 5,17% dan meningkat dari tahun sebelumnya, pertumbuhan ini merupakan jumlah tertinggi sejak tahun 2014. Pertumbuhan ekonomi ini membuat aktivitas di pasar modal semakin meningkat. Ditandai dengan ramainya perusahaan melakukan IPO agar mendapat suntikan dana untuk ekspansi bisnis dan mendapatkan tambahan modal baru. Suntikan dana modal ini nantinya akan membuat perusahaan aktif memperluas usahanya dan mampu bertahan pada kondisi perekonomian global saat ini (<https://www.bps.go.id/>).

Data Bursa Efek Indonesia menunjukkan hingga Q2 tahun 2020 ini jumlah perusahaan IPO di Indonesia terdapat 32 perusahaan, jumlah ini menunjukkan kondisi jumlah IPO terbanyak dibandingkan dengan negara asia tenggara lain yakni

pada semester 1/2020 malaysia terdapat 7 perusahaan yang melakukan IPO, Singapura 5 perusahaan, Filipina 1 perusahaan dan Thailand 2 perusahaan.

Bursa Efek Indoensia mengklasifikasikan indeks harga saham sektoral yang terdiri dari 9 sektor. Klasifikasi sektor industri ini disebut JASICA (*Jakarta Stock Exchange Sectoral Industry Classification*) yakni sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industry dasar dan kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti dan *real estate*, sektor infrastruktur, utilitas dan transportasi, sektor keuangan, sektor perdagangan, jasa dan investasi (<https://idx.co.id>).

Selama 10 tahun terakhir, terdapat 88 emiten yang melakukan IPO dari sektor perdagangan, jasa dan investasi. Jumlah tersebut merupakan angka terbesar dibandingkan dengan sektor lainnya. Terdapat sektor yang tidak melakukan IPO pada tahun 2016 yaitu sektor pertambangan. Sektor pertanian menjadi sektor yang kurang aktif di dunia pasar modal, sejak tahun 2015 hingga 2017 sektor tersebut tidak melakukan IPO. Data ini membuat sektor perdagangan, jasa dan investasi akan di nilai baik oleh investor sebab sektor ini menunjukkan aktif di dunia pasar modal yaitu setiap tahunnya selalu melakukan IPO dan memiliki jumlah IPO tertinggi dibandingkan dengan sektor lain.

Grafik 1.1 Presentase Tingkat *Underpricing* Saham dari Seluruh Sektor di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2020



Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2020 (Data diolah oleh penulis)

Tingginya tingkat IPO di sektor perdagangan, jasa dan investasi membuat sektor ini memiliki tingkat *underpricing* saham yang tinggi. Grafik diatas menjelaskan presentase dari seluruh sektor di Bursa Efek Indonesia yang melakukan IPO Periode 2011-2020. Presentase tertinggi ada di sektor industri barang konsumsi sebesar 97 persen dengan jumlah 29 emiten yang mengalami *underpricing*. Presentase tertinggi kedua yang mengalami *underpricing* terdapat pada sektor industri dasar kimia dengan jumlah emiten yang lebih sedikit yaitu 25 emiten. Sektor perdagangan, jasa dan indsutri merupakan sektor dengan jumlah emiten terbanyak yaitu terdapat 81 emiten yang mengalami *underpricing* dari 89 emiten pada periode 2011-2010, sektor ini juga pada setiap tahun nya aktif untuk melakukan IPO.

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan yang Mengalami *Underpricing* Saham pada Perusahaan Sektor Perdagangan, Jasa dan Investasi.

Tahun	Jumlah IPO	Total <i>Underpricing</i>	%
		Jumlah	
2011	4	3	75%
2012	5	4	80%
2013	9	6	67%
2014	3	3	100%
2015	4	4	100%
2016	5	5	100%
2017	7	6	85%
2018	20	19	95%
2019	19	18	95%
2020	13	13	100%

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2020 (Data diolah oleh penulis)

Tabel 1.1 menunjukkan dari 89 emiten diketahui sebanyak 81 emiten mengalami *underpricing*. Tingkat *underpricing* terendah ada di tahun 2011 sebesar 75 persen dan tertinggi sebesar 100 persen pada 5 tahun. Data ini mengindikasikan sebagian besar perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan IPO di periode tersebut mengalami *underpricing* saham.

Penelitian mengenai *underpricing* banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Faktor-faktor yang menyebabkan *underpricing* menurut Saputra dan Umanto (2016) ukuran IPO, umur perusahaan, ukuran perusahaan merupakan faktor yang dapat diteliti mengapa terjadinya *underpricing*. Penelitian Putro dan Priantinah (2017) juga menggunakan variabel umur perusahaan dan ukuran perusahaan. Berbeda dengan penelitian Aritonang (2015) , Yaakub dan Sherif (2019), Nurwahida (2019) yang menambahkan *market return* dapat mempengaruhi

underpricing, dan waktu IPO dikatakan Yaakub dan Sherif (2019) juga dapat mempengaruhi *underpricing*.

Ukuran IPO menjadi acuan skala atau besaran *Initial Public Offering*. Mengacu pada volume besarnya penyebaran saham ketika hari terjadinya IPO. Hal ini membantu investor dalam menganalisis resiko apabila berinvestasi pada perusahaan tersebut Saputra dan Umanto (2016). Dalam penelitian Yaakub dan Sherif (2019) ukuran IPO menghasilkan negatif signifikan terhadap *Underpricing* dan penelitian yang di lakukan oleh Saputra dan Umanto (2016) menggunakan variabel ukuran IPO sebagai variabel kontrol menunjukkan hasil yang signifikan.

Ketika perusahaan melakukan IPO terdapat *time lag* antara *offer closing* dan *listing dates* Yaakub dan Sherif (2019). Penelitian Su (2004) menjelaskan waktu IPO memiliki pengaruh positif terhadap *underpricing*. Hal ini disepakati juga oleh penelitian Yaakub dan Sherif (2019) waktu IPO berpengaruh positif terhadap *underpricing*.

Return adalah perolehan keuntungan yang didapat oleh perusahaan, institusi, individu dari suatu investasi yang dilakukan. Terdapat dua jenis return menurut Jogiyanto (2003:195) yaitu *return* yang sudah terjadi (*realized return*) dan *return* yang di inginkan di masa yang akan datang (*expected return*). Investor selalu berharap mendapatkan keuntungan dari berinvestasi, diperlukan kecermatan dan strategi yang tepat sebelum melakukan investasi. Menurut Aritonang (2015) *Return Market* dapat tercermin dalam IHSG. Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) merupakan indeks yang menjelaskan keseluruhan pergerakan harga saham. Apabila

kondisi ekonomi nasional bagus, maka perusahaan menjual harga saham lebih tinggi.

Menurut Putro dan Priantinah (2017) tahapan awal yang biasanya dilakukan investor sebelum berinvestasi adalah mencari informasi mengenai perusahaan nya terlebih dahulu. Perusahaan yang sudah lama berdiri memiliki informasi perusahaan lebih lengkap dan mudah didapatkan dengan mudah, sedangkan investor akan kesulitan untuk mencari informasi perusahaan yang baru berdiri karena informasi yang minim dan jarang tersebar luas. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadana (2018) menggunakan variabel umur perusahaan dalam penelitiannya dan menghasilkan umur perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Underpricing* saham.

Menurut Putro dan Priantinah (2017) total aset pada suatu perusahaan dapat mencerminkan ukuran perusahaan tersebut. Berdasarkan Badan Standarisasi Nasional, kategori perusahaan dibagi menjadi tiga, yaitu : 1.) Termasuk perusahaan kecil apabila, kekayaan diatas Rp 50 juta sampai Rp 500 juta ; 2.) Termasuk perusahaan menengah apabila, kekayaan berkisar Rp 500 juta sampai Rp 10 miliar; 3.) Termasuk perusahaan besar apabila, kekayaan melebihi Rp 10 miliar. Penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Sudjarni (2017) menghasilkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap *Underpricing* saham. Penelitian ditambahkan oleh Putro dan Priantinah (2017) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Underpricing* saham.

Berdasarkan peraturan Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) adanya persepsi harga IPO yang rendah menurut Islam et al (2010) akan membuat

kontradiksi dengan efisiensi pasar dan memperburuk perusahaan yang berkembang membuat para peneliti menjelaskan tentang hal ini. Penelitian mengenai *Initial Public Offering* (IPO) atau yang disebut penawaran saham perdana ini merupakan topik yang menarik untuk dijadikan penelitian karena penelitian ini memiliki hasil yang berbeda dan tidak konsisten dalam setiap hasil penelitiannya. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mengambil judul **“Determinan *Underpricing* Saham pada Perusahaan Sektor Perdagangan Jasa dan Investasi yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Perusahaan memiliki kebutuhan dana yang berbeda. Dengan cara menjual saham kepada masyarakat akan dijadikan tambahan dana bagi perusahaan. Sebelum menjual saham ke masyarakat, perusahaan melakukan penawaran umum perdana. Rendahnya harga di pasar perdana dan harga di pasar sekunder lebih tinggi akan membuat terjadinya *underpricing* saham. Oleh karena itu perusahaan tersebut harus mengantisipasi sebelum melakukan IPO dengan memperhatikan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing* saham. Kondisi ini membuat peneliti ingin meneliti variabel ukuran IPO, waktu IPO, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan *Market Return* pada perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan IPO di BEI. Sehingga dapat diketahui dengan baik informasi tersebut oleh investor sebelum membuat keputusan untuk berinvestasi pada saham yang melakukan IPO.

1.3 Perumusan Masalah

Pasar modal merupakan sarana pendukung percepatan pembangunan ekonomi di Indonesia. Dana yang diperoleh di pasar modal menjadi dana jangka panjang dari investor dan disalurkan kepada sektor produktif perusahaan dan berharap sektor tersebut akan berkembang dan menghasilkan lapangan pekerjaan untuk masyarakat. Oleh karena itu, *Initial Public Offering* merupakan cara perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana agar perusahaan tersebut mendapatkan suntikan dana tambahan agar perusahaan tersebut berkembang.

Bagi perusahaan, penawaran saham merupakan sebuah bentuk *corporate action* yang wajar. Strategi dari Bursa Efek Indonesia yaitu merangkul perusahaan kecil agar berani melantai di Pasar Modal. Perusahaan kecil tersebut dapat melakukan *Initial Public Offering* (IPO) tanpa menunggu nilai kapitalisasinya membesar. Diharapkannya, setelah melantai di Bursa kapitalisasi perusahaan akan meningkat.

Fakta data di Indonesia menunjukkan terdapat 336 emiten dari tahun 2011 hingga 2020 yang melakukan IPO. Bursa Efek Indonesia mengatakan minat perusahaan untuk melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Indonesia masih sangat tinggi, walaupun di tengah kondisi makro yang dinamis akibat penyebaran Covid-19, perusahaan masih menginginkan untuk mengembangkan usaha dan mendapatkan tambahan dana. Emiten di 2020 didominasi oleh perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yakni terdapat 13 emiten.

Signalling Theory merupakan tindakan sinyal yang dilakukan perusahaan untuk memberikan informasi kepada investor. Wijaya dan Ananta (2018:112)

menjelaskan perusahaan yang melakukan IPO diwajibkan memenuhi prinsip keterbukaan dan memaparkan seluruh informasi kepada publik yakni informasi data penting berupa tanggal, kejadian, fakta dan informasi keuangan lainnya yang tercantum dalam prospektus. Pentingnya informasi dalam prospektus tercantum dalam Pasal 71 UU Pasar Modal yang mengatakan sebelum melakukan penawaran umum, calon pemesan dipastikan sudah menerima dan membaca prospektus perusahaan tersebut. Sehingga prospektus menjadi persyaratan yang utama ketika perusahaan melakukan IPO. Dalam hal ini terdapat pengaruh informasi yang terdapat dalam prospektus seperti ukuran IPO, waktu IPO, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan *market return* yang dapat menjadi bahan pertimbangan investor serta faktor eksternal perusahaan seperti kondisi pasar yang tercermin dalam IHSG.

Terdapat beberapa penelitian yang mengatakan bahwa informasi di dalam prospektus dapat mempengaruhi terjadinya *underpricing* saham. *Underpricing* merupakan suatu kondisi rendahnya harga di pasar perdana dan lebih tingginya harga di hari pertama pasar sekunder. Dalam penelitian Yaakub dan Sherif (2019) variabel ukuran IPO, waktu IPO, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan *market return*. Penelitian Saputra dan Umanto (2016) menggunakan variabel waktu IPO, Putro dan Priantinah (2017) menggunakan variabel *market return*. Ketiga penelitian tersebut mengatakan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap *underpricing*. Kondisi *underpricing* ini dikatakan bahwa rendahnya harga dipasar perdana dan lebih tinggi nya harga di hari pertama pasar sekunder. Jika terjadi *underpricing*, investor mendapatkan *abnormal*

return berupa *initial return* positif. Sehingga, investor akan memperoleh keuntungan dari selisih harga tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Yaakub dan Sherif (2019) menggunakan variabel ukuran IPO, waktu IPO, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan *market return* dan mengatakan bahwa ukuran IPO, waktu IPO dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *underpricing* saham, sedangkan umur perusahaan dan *market return* berpengaruh positif terhadap *underpricing* saham. Penelitian Saputra dan Umanto (2016) mengatakan bahwa ukuran IPO berpengaruh signifikan terhadap IPO price. Penelitian yang dilakukan oleh Putro dan Priantinah (2017) mengatakan bahwa *market return* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham.

1.1 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk menghindari perluasan penelitian dengan membatasi dengan batasan tertentu sehingga output penelitian ini akan lebih terarah dan tercapai dengan baik. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian (Yaakub & Sherif, 2019) namun pada objek penelitian yang berbeda.
2. Variabel Dependen menggunakan *Underpricing* saham.
3. Variabel Independen menggunakan Ukuran IPO, Waktu IPO, Ukuran perusahaan, Umur perusahaan dan *Market Return*.
4. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan *Initial Public*

Offering (IPO) periode 2011-2020.

5. Perusahaan melakukan IPO dan mencatatkan saham di Bursa Efek Indonesia setelah melakukan IPO.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian permusuhan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dan negatif Ukuran IPO terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dan positif Waktu IPO terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2020.
3. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dan positif Ukuran Perusahaan terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2020.
4. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dan positif Umur Perusahaan terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2020.

5. Untuk menganalisis pengaruh signifikan dan negatif *Market Return* terhadap *Underpricing* saham pada perusahaan sektor perdagangan, jasa dan investasi yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2020.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak terkait, yaitu :

1. Peneliti

Memberikan referensi penelitian yang dapat dipergunakan untuk menjadi acuan penelitian berikutnya dan mengembangkan pengetahuan mengenai topik terkait khususnya dalam bidang manajemen keuangan.

2. Investor

Dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam berinvestasi di dunia pasar modal, mendapatkan strategi terbaik dalam mengharapkan keuntungan dengan mempertimbangkan aspek tertentu atau variabel tertentu dalam berinvestasi.

3. Akademisi

Mendapatkan penjelasan lebih rinci mengenai pasar modal dan fenomena yang terjadi dipasar modal seperti *Underpricing* Saham. Selain itu, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mengapa suatu perusahaan melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan penjelasan runtun antara kelima bab tersebut dan saling berkaitan. Sistematika penulisan penelitian ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang perusahaan melakukan IPO, penjelasan berupa data tertentu menjelaskan fenomena yang terjadi, mengidentifikasi masalah, serta mengetahui batasan masalah yang akan diteliti, penulis juga menjelaskan tujuan penelitian di lakukan seperti variabel yang akan digunakan, manfaat penelitian, dan pada akhir bab ini terdapat sistematika penulisan yakni penjelasan runtun gambaran tiap bab yang akan diteliti.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori penelitian seputar pasar modal, *underpricing* saham, *Initial Public Offering* (IPO), serta menjelaskan mengenai kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi menjelaskan populasi dan sampel yang dijadikan sebagai objek penelitian. Menggunakan *purposive sampling* dengan beberapa kriteria untuk dijadikan sampel. Menjelaskan variabel penelitian dan indikator pengukuran yang digunakan dalam tabel operasional, serta menjelaskan metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian yakni analisa statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan pengujian dari variabel penelitian, hasil pengolahan data dari analisa statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda, serta menjelaskan hasil analisis pengaruh dari variable ukuran IPO, waktu IPO, ukuran perusahaan, umur perusahaan dan *market return* terhadap *underpricing* saham, pada bab ini juga menjelaskan implikasi manajerial.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir dalam penelitian. Peneliti memberikan kesimpulan dari hasil analisis olah data dari bab sebelumnya, apakah terdapat pengaruh dari negatif, positif atau tidak memiliki pengaruh dari variabel dependen terhadap variabel *underpricing* saham serta menjelaskan keterbatasan yang ada didalam penelitian. Pada bab ini juga menjelaskan saran dari peneliti untuk investor, perusahaan dan penelitian selanjutnya mengenai perusahaan yang melakukan IPO dan mengalami *underpricing* saham.