

BAB 1

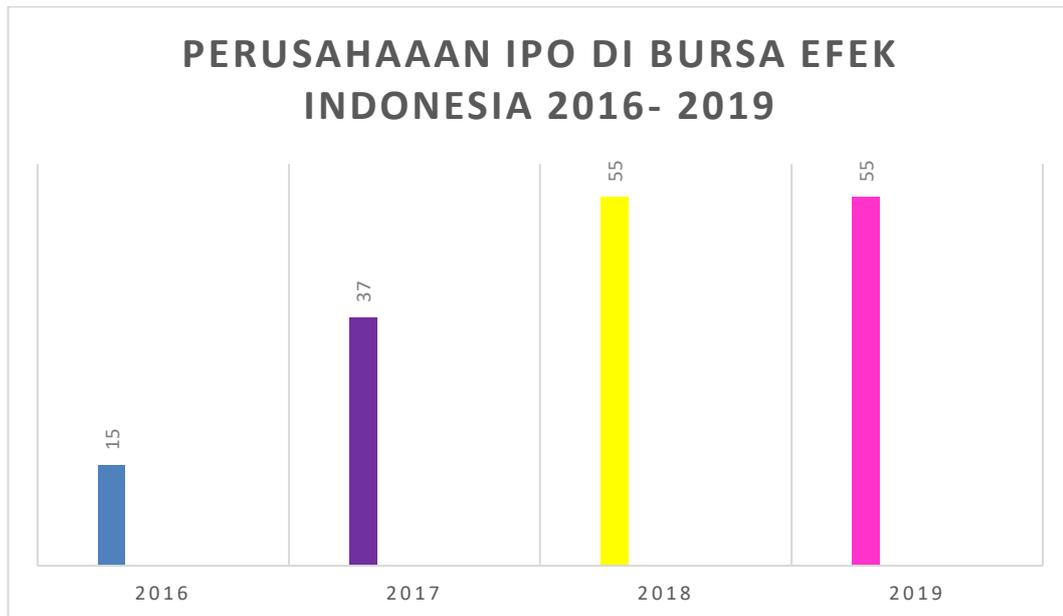
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada saat ini banyak sekali perusahaan di Indonesia yang ingin melakukan suatu pengembangan usahanya dalam hal ini suatu perusahaan dapat melakukan pengembangan usahanya dengan cara melakukan ekspansi usaha. Menurut Riyanto (2008:301) ekspansi merupakan pengembangan suatu modal, baik dalam pengembangan suatu modal kerja saja, atau pengembangan modal kerja dan juga modal tetap yang dapat digunakan secara terus menerus di dalam perusahaan. Dalam pengertian tersebut diketahui bahwa ekspansi merupakan suatu perluasan modal yang dapat digunakan oleh perusahaan secara terus menerus dalam melakukan suatu pengembangan. Kita mengetahui bahwa salah satunya adalah dengan cara melakukan perluasan modal. Salah satu cara perusahaan untuk mendapatkan perluasan modal adalah dengan cara menjual sahamnya di pasar modal untuk menjual sahamnya kepada publik.

Menurut Darpius, Agustin dan Sari (2019) IPO atau *Initial Public Offering* merupakan suatu jalan untuk mendapatkan pendanaan melalui adanya suatu meningkatnya nilai ekuitas dengan cara menawarkan atau menjual sekuritas atau efek berupa saham, obligasi atau surat berharga lainnya kepada publik.

Dalam hal ini kita mengetahui bahwa suatu perusahaan di Indonesia banyak yang melakukan perluasan modal untuk mengembangkan usahanya berdasarkan grafik dibawah ini perusahaan yang terdaftar di BEI yang melakukan penawaran saham perdananya.



Gambar 1.1 Sahamok.net (2020), BEI (2020), data diolah penulis (2020)

Berdasarkan gambar diatas kita dapat mengetahui bahwa dari tahun 2016 hingga tahun 2019 perusahaan yang melakukan penawaran saham perdananya di pasar modal mengalami peningkatan dimulai dari tahun 2016 meningkat sebesar 22 perusahaan yaitu sebanyak 37 perusahaan pada tahun 2017 hingga 2018 mengalami peningkatan sebesar 18 perusahaan menjadi sebanyak 55 perusahaan dan dari tahun 2018 hingga tahun 2019 ini konstan tetap perusahaan yang melakukan IPO tetap sebanyak 55 perusahaan dari peningkatan tersebut kita mengetahui bahwa suatu perusahaan di Indonesia makin banyak yang melakukan perluasan modal dengan menjual sahamnya di pasar modal.

Menurut Undang-Undang Pasar Modal No 8 tahun 1995 Pasal 1 Butir 14 definisi pasar modal adalah suatu aktivitas yang berhubungan dengan penawaran umum perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan suatu efek yang telah dipublikasikan, serta lembaga maupun profesi yang berkaitan dengan efek. Pengertian Menurut Fahmi (2017 :36) pasar modal adalah suatu tempat adanya suatu pihak yang memiliki kepentingan maupun pihak terlibat khususnya perusahaan menjual atau menawarkan *stock* (saham) dan *bond* (obligasi) dengan harapan dari hasil menjual saham

tersebut kedepannya akan digunakan untuk menambah modal perusahaan sehingga dapat memperkuat modal perusahaan tersebut ataupun tambahan suatu dana perusahaan. Dari pengertian pasar modal diatas kita dapat mengetahui bahwa pasar modal digunakan oleh perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana dengan cara menjual saham dan obligasi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Selain itu juga menurut Undang-Undang Pasar Modal No 8 tahun 1995 Pasal 1 Butir kita dapat mengetahui bahwa pasar modal berkaitan dengan suatu perusahaan publik, lembaga, dan suatu profesi berkaitan dengan efek.

Dalam hal ini menurut Undang – Undang No 8 tahun 1995 tentang pasar modal yaitu sebuah tempat melakukan suatu transaksi jual dan beli saham. Perusahaan yang memiliki keinginan sahamnya bisa diperdagangkan di pasar modal harus melakukan sebuah proses *go public* terlebih dahulu. Dalam hal ini perusahaan disebut emiten melakukan *go public* maka sahamnya bisa dicatat sebagai salah satu komoditi yang diperjual belikan di pasar modal. Dalam hal ini perusahaan yang *go public* yaitu suatu penawaran saham yang ditawarkan kepada publik atau masyarakat. Oleh karena itu pada penelitian kali ini objek penelitian adalah perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) yang melakukan IPO (*Initial Public Offering*) adalah penjualan saham oleh perusahaan untuk pertama kalinya. Menurut berita yang dikutip dari CNBC Indonesia, Irvin Avriano Arief- 05 Desember 2019 menyatakan bahwa Penawaran umum perdana (*Initial Public Offering*/IPO) di bursa tak selamanya bernilai triliunan. Bahkan, IPO suatu saham mini sudah mulai sudah mendominasi daftar perusahaan yang melantai di bursa saham tahun ini. Pada saat ini penawaran umum perdana saham dengan raihan dana Rp 100 miliar ke bawah sudah mencapai 25 perusahaan, atau berarti separuh dari total 50 perusahaan yang menggelar IPO sejak awal tahun. Menurut Bab 1, Pasal 1, Angka 4, UU RI No. 8 1995 mengenai pasar modal pengertian bursa efek adalah pihak-pihak yang menggelar dan menyiapkan suatu sistem dana atau fasilitas untuk mempertemukan diantara penawaran jual beli efek pihak-pihak lain memiliki tujuan untuk memperdagangkan efek

diantara. Efek merupakan surat berharga seperti surat pengakuan hutang, surat berharga komersial, saham, obligasi dan lainnya . Dalam bursa efek Indonesia memiliki beberapa sektor perusahaan diantaranya adalah :

1. Sektor *Agri* (Pertanian)
2. Sektor *Mining* (Pertambangan)
3. Sektor *Industry* (Industri dasar dan kimia)
4. Sektor *Miscellaneous* (Aneka Industri)
5. Sektor *Consumer Goods* (Industri Barang Konsumsi)
6. Sektor *Property*
7. Sektor *Infrastructure* (Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi)
8. Sektor *Finance* (Keuangan)
9. Sektor *Trade* (Perdagangan, Jasa, dan Investasi)

Objek penelitian yang dipilih adalah perusahaan yang terdaftar di BEI untuk periode 2019 yang melakukan *IPO* (*Initial Public Offering*) dari fenomena yang terjadi kita dapat mengetahui bahwa banyak perusahaan menggelar IPO saat ini juga saham mini sudah mulai menggunakan IPO sehingga perusahaan di Indonesia banyak yang menggelar IPO (*Intial Public Offering*). Banyak sekali keuntungan yang dimiliki ketika suatu perusahaan memutuskan untuk melakukan IPO (*Initial Public Offering*) salah satunya bisa mendapatkan tambahan modal untuk sebuah perusahaan dalam memperluas dan mengembangkan bisnisnya karena banyak publik yang menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Keistimewaan dalam profil objek penelitian ini adalah dimana perusahaan memiliki suatu cara untuk mengembangkan suatu perusahaannya dalam hal ini banyak sekali suatu perusahaan di Indonesia yang melakukan IPO (*Intial Public Offering*) perusahaan tersebut melakukan IPO memiliki tujuan agar adanya suatu tambahan dana yang masuk kedalam perusahaan yang diharapkan dapat membantu dalam pengembangan usaha perusahaan tersebut. Tidak jarang suatu perusahaan melakukan hal tersebut dalam penelitian ini perusahaan yang melakukan IPO yang berada dalam Bursa Efek

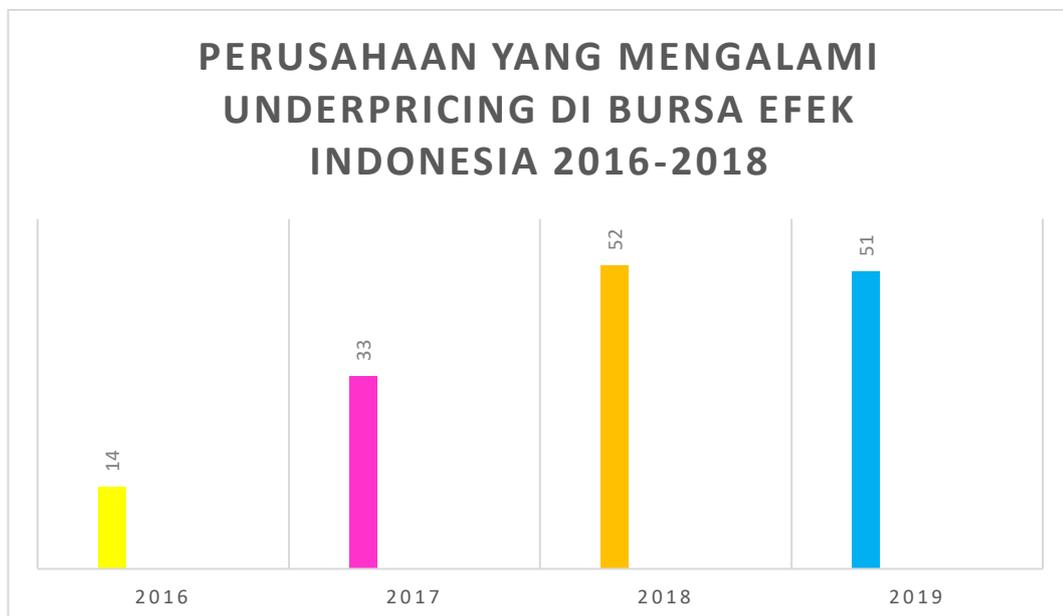
Indonesia suatu perusahaan *go public* yang melakukan IPO. Banyak orang ataupun masyarakat menganggap bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik apabila melakukan IPO dan juga memiliki suatu transparansi keuangan yang baik.

1.2 Latarbelakang Penelitian

Saat ini banyak perusahaan yang ingin terus melakukan pengembangan perusahaannya ataupun bisnisnya oleh karena itu tidak jarang perusahaan untuk memperluas dan mengembangkan perusahaannya dibutuhkan tambahan modal untuk melakukan pengembangan tersebut. Dalam hal ini tidak jarang untuk mendapatkan modal untuk melakukan suatu pengembangan biasanya perusahaan melakukan dengan meminjam dana untuk berhutang ataupun dengan cara menambah jumlah kepemilikan saham dengan cara menerbitkan suatu saham yang baru. Suatu saham perusahaan yang ditawarkan kepada masyarakat di Bursa Efek Indonesia biasanya *go public* artinya saham tersebut bisa dibeli oleh seluruh masyarakat. Menurut Setyowati dan Suciningtyas (2018) Tujuan perusahaan atau emiten dalam jangka panjang menerbitkan suatu saham perusahaan atau emiten ke publik mendapatkan suatu dukungan pertumbuhan perdagangan setelah *Initial Public Offering* (IPO)

Menurut Hermuningsih (2012 : 8) pasar perdana merupakan suatu tempat transaksi terjadi (pasar) dimana sekuritas diperdagangkan pada saat pertama kali sebelum di cantumkan di Bursa Efek Indonesia dalam hal ini perlu dilakukan sebelum saham tersebut dijual di pasar sekunder. Menurut Undang Undang Pasar Modal No 8 tahun 1995 penawaran umum perdana merupakan kegiatan adanya penawaran yang ditawarkan oleh perusahaan ataupun emiten kepada publik atau masyarakat pemodal berdasarkan aturan yang diatur oleh undang-undang pasar modal. Saat ini banyak sekali perusahaan yang melakukan *go public* yang mengakibatkan banyaknya perusahaan yang menghadapi suatu persaingan antar perusahaan untuk mendapatkan investor dalam menanamkan modalnya tahapan untuk perusahaan melakukan *go public* dinamakan IPO. Setyowati dan Suciningtyas (2018) *underpricing* merupakan adanya selisih

berupa selisih yang positif antara suatu harga saham yang berada di pasar sekunder dengan saham yang berada di pasar perdana (IPO). Fenomena *underpricing* ini dapat memiliki suatu keuntungan ataupun kerugian bagi pihak-pihak yang terlibat. Di Indonesia sendiri perusahaan yang mengalami *underpricing* meningkat setiap tahunnya walaupun pada tahun 2019 mengalami penurunan hanya sebanyak 1 perusahaan saja. berikut ini merupakan data perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengalami fenomena *underpricing*.



Gambar 1.2 BEI (2020), data diolah penulis (2020)

Berdasarkan Grafik diatas kita dapat mengetahui bahwa di Indonesia sendiri perusahaan yang mengalami *underpricing* meningkat setiap tahunnya pada tahun 2016 perusahaan yang mengalami *underpricing* hanya sebanyak 14 perusahaan lalu ada peningkatan di tahun 2017 perusahaan yang mengalami *underpricing* meningkat sebanyak 19 perusahaan menjadi 33 perusahaan di tahun 2017 yang mengalami *underpricing* lalu untuk tahun 2018 meningkat sebanyak 19 menjadi 52 perusahaan yang mengalami *underpricing* dan pada tahun 2019 adanya penurunan hanya 1 perusahaan menjadi 51 perusahaan. Kesimpulannya dapat dikatakan rata rata meningkat setiap tahunnya fenomena

underpricing di Indonesia mengalami peningkatan dalam hal ini dapat membawa kerugian bagi pihak yang terlibat.

Dalam hal tersebut dijelaskan oleh Setya dan Fianto (2020) bahwa suatu tingkat *underpricing* yang tinggi dapat merugikan bagi pihak emiten ataupun pihak perusahaan karena perusahaan atau emiten tersebut tidak dapat mendapatkan suatu dana yang diperoleh dengan maksimal.

Menurut Brown dan Hillegeist (2007) dalam Pradnyadevi dan Suardikha (2020) fenomena *underpricing* diakibatkan oleh adanya suatu asimetri informasi yang ada di pasar perdana. Asimetri informasi ini terjadi apabila investor tidak memiliki kesamaan informasi dengan investor yang lainnya. Hal ini terjadi dikarenakan investor yang satu memiliki banyak suatu informasi tentang suatu emiten tersebut dibandingkan dengan investor lainnya yang hanya memiliki suatu informasi yang berasal dari publik. Menurut Wiyani (2016) suatu asimetri informasi ini terjadi diantara emiten, penjamin emisi dan juga para investor. Dalam hal ini untuk dapat mengurangi adanya suatu asimetri informasi maka perlu dilakukannya penerbitan prospektus oleh emiten dalam hal tersebut prospektus berisi informasi yang terperinci mengenai suatu informasi keuangan ataupun suatu informasi nonkeuangan. Menurut Mayasari, Yusuf dan Yulianto (2018) dengan adanya prospektus merupakan suatu sumber untuk informasi yang berguna (relevan) yang dimana informasi tersebut berguna untuk menilai suatu perusahaan ataupun emiten untuk mengurangi adanya suatu ketidakseimbangan ataupun kesenjangan dari suatu informasi.

Banyaknya suatu fenomena *underpricing* pada suatu perusahaan yang pertama kalinya melakukan IPO dipengaruhi oleh banyak faktor salah satunya adalah umur perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam bertahan hidup dan juga mampu melakukan suatu persaingan dengan perusahaan lain untuk memperoleh suatu laba atau keuntungan.

Menurut Widiastuti dalam Rahmawati (2012) dalam Permadi dan Santoso (2019) menyatakan bahwa umur perusahaan dapat ditunjukkan dengan perusahaan tetap eksis dan mampu dalam melakukan suatu persaingan. Dalam hal ini investor biasanya menilai suatu umur perusahaan semakin lama umur perusahaan artinya perusahaan tersebut dapat bertahan dan juga mengatasi banyaknya suatu permasalahan yang terjadi.

Menurut penelitian Manurung dan Nuzula (2019) umur perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing* akan tetapi menurut hasil penelitian Djashan (2017) bahwa umur perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*

Menurut Seftianne (2011) dalam Putra (2020) ukuran perusahaan mendeskripsikan bahwa ukuran besar atau kecil suatu emiten (perusahaan) dapat dilihat dari lapangan usaha atau usaha yang sedang dijalankan oleh suatu perusahaan atau emiten. Menurut Sembiring, Rahmawati, dan Kusumawati (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing* akan tetapi menurut hasil penelitian Djashan (2017) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Menurut Kasmir (2017 : 201) *Return on Asset* merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan suatu keuntungan dengan menggunakan aktivitya. Menurut Nurazizah dan Majidah (2019) hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA (*Return on asset*) berpengaruh negatif terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan. Akan tetapi menurut penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Trihastuti (2020) bahwa *return on asset* (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*.

Menurut Ardiprawiro (2015) dalam Solida, Luthan dan Sofriyeni (2020) *Financial leverage* merupakan suatu dana yang digunakan dengan suatu beban tetap berharap atas digunakannya dana tersebut dapat menghasilkan pendapatan per lembar saham atau disebut juga EPS menjadi lebih besar. Menurut penelitian

yang dilakukan Sofyan Hadi (2019) oleh *financial leverage* berpengaruh negatif terhadap *underpricing*, akan tetapi menurut Solida, Luthan dan Sofriyeni (2020) bahwa *financial leverage* ini tidak berpengaruh terhadap suatu tingkat *underpricing* di perusahaan.

Menurut Tjiptono dan Fakhrudin (2008) dalam Salam, Fachri dan Solihin (2020) EPS merupakan suatu perhitungan (rasio) yang menggambarkan keuntungan pada setiap saham, EPS (*earning per share*) dapat digunakan untuk suatu risiko dan membandingkan suatu pendapatan per lembar saham antar suatu perusahaan. Menurut penelitian Wiyani (2016) bahwa EPS atau *earning per share* tidak memiliki pengaruh terhadap tingkat *underpricing*. Akan tetapi penelitian yang dilakukan Purwanti dan Siregar (2017) menyatakan bahwa EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing*.

Current ratio merupakan suatu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk membayar suatu kewajiban jangka pendek tepat pada waktunya dengan aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. *Current ratio* menjadi suatu informasi yang penting bagi suatu investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan untuk mempertimbangkan keamanan dana yang dimiliki oleh investor tersebut dan menghindari suatu risiko dari suatu investasi. Dalam hal tersebut menjadi pertimbangan *underwriter* dalam menentukan suatu harga sahamnya, kondisi keuangan perusahaan yang dianggap baik apabila suatu *current rationya* tinggi maka harga suatu saham dapat dinaikan karena. sehingga terhindar dari terjadinya *underpricing*. Menurut Penelitian Maulidya dan Lautania (2016) bahwa *current ratio* memiliki pengaruh negatif terhadap tingkat *underpricing* akan tetapi menurut Partama dan Gayatri (2019) bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap tingkat *underpricing*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Nurazizah dan Majidah (2019) yang berjudul “ Analisis Faktor – Faktor yang mempengaruhi Tingkat *Underpricing* Pada Saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia”

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini memiliki variabel EPS (*earning per share*), umur perusahaan, ukuran perusahaan dan *current ratio* dan memiliki perbedaan variabel yaitu dalam penelitian tersebut terdapat konsentrasi kepemilikan, *listing delay* dan tingkat inflasi. Alasan dilakukan penelitian kembali yaitu untuk mengetahui apakah terdapat faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menganalisis permasalahan atas peningkatan penerimaan lebih jauh dalam sebuah penelitian yang berjudul “PENGARUH UMUR PERUSAHAAN, UKURAN PERUSAHAAN, *RETURN ON ASSET*, *FINANCIAL LEVERAGE*, *EARNING PER SHARE*, *CURRENT RATIO* TERHADAP TINGKAT UNDERPRICING PADA SAAT *INITIAL PUBLIC OFFERING* (IPO) DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2019” .

Fenomena ini menarik untuk diteliti karena berdasarkan penelitian yang telah diteliti sebelumnya beberapa hasil penelitian tidak selalu konsisten atau berubah-ubah. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukannya penelitian kembali terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* seperti umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset*, *financial leverage*, *earning per share* dan *current ratio*.

1.3 Perumusan Masalah

Perusahaan saat ini memiliki tujuan untuk mencari suatu keuntungan atau laba. Keuntungan atau laba yang besar dapat didapatkan apabila suatu perusahaan tersebut melakukan suatu pengembangan dalam bisnisnya ataupun memperluas bisnisnya karena dengan melakukan suatu pengembangan dan perluasan bisnis tersebut maka keuntungan yang didapatkan juga akan semakin besar. Salah satu cara untuk memperluas bisnis tersebut adalah menjual kepemilikan saham kepada investor, karyawan ataupun publik. Media untuk memasarkan penjualan kepemilikan tersebut melalui pasar modal.

Di Indonesia banyak perusahaan yang melakukan penjualan saham tersebut melalui publik. Tetapi terkadang *underpricing* ini terjadi di berbagai pasar modal yang ada di dunia karena terdapat suatu asimetri informasi yaitu suatu kondisi dimana ada ketidakseimbangan perolehan informasi antara suatu pihak yang menjadi suatu penyedia informasi yaitu manajemen dengan para pemegang saham (*stakeholder*) sebagai pengguna informasi.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka inti permasalahan pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset, financial leverage, earning per share, current ratio* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019 ?
2. Apakah umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset, financial leverage, earning per share, current ratio* berpengaruh secara simultan terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019?
3. Apakah umur perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019?
5. Apakah *return on asset* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019?
6. Apakah *financial leverage* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019?
7. Apakah *earning per share* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek

Indonesia periode 2018-2019?

8. Apakah *current ratio* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018- 2019?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan masalah penelitian yang telah diuraikan sebelumnya maka, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset*, *financial leverage*, *earning per share*, *current ratio* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara signifikan umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset*, *financial leverage*, *earning per share*, *current ratio* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial umur perusahaan terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.
4. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial ukuran perusahaan terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019 .
5. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial *return on asset* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.
6. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial *financial leverage* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.
7. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial *earning per share* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.
8. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial *current ratio*

terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018- 2019.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi suatu rujukan bagi peneliti sejenis untuk memperluas suatu ilmu pengetahuan bagi perkembangan dan kemajuan dunia pendidikan khususnya dibidang investasi.

1.5.2 Aspek Praktis

Informasi yang didapatkan dari hasil penelitian yang dilakukan ini, diharapkan dapat berguna bagi:

- a. Bagi Investor, hasil penelitian dapat digunakan sebagai pedoman dalam pengambilan keputusan untuk investasi.
- b. Bagi emiten, diharapkan menjadi bahan pertimbangan khususnya berkaitan dengan keterbukaan suatu informasi dalam melakukan penawaran perdana (IPO) untuk memperoleh harga yang baik.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada pembahasan dalam penelitian yang dilakukan ini dibagi menjadi beberapa bagian yaitu lima bab yang terdiri dari beberapa sub- bab. Dalam hal ini terdapat suatu sistematika penulisan penelitian ini secara garis besar adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan secara umum, ringkas dan padat yang menunjukkan dengan tepat isi penelitian. Dalam bab ini berisi mengenai : Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan variabel- variabel yang berhubungan dengan tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) , konsep *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang tahap-tahap penelitian berupa rancangan penelitian, pengumpulan data, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, metode yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini hasil penelitian serta penjelasannya akan diuraikan secara kronologis sesuai perumusan masalah, sehingga menjawab pertanyaan penelitian yang dilakukan. Uraian tersebut diantaranya berisi analisis mengenai apa saja perusahaan yang mengalami *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) dan tentang pembahasan analisis umur perusahaan, ukuran perusahaan, *return on asset*, *financial leverage*, *earning per share*, *current ratio* terhadap tingkat *underpricing* pada saat *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2019.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pernyataan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.