

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan adanya perkembangan perekonomian dan bisnis dunia yang semakin pesat maka mendorong perusahaan untuk dapat meningkatkan potensi usahanya agar tetap bertahan dan berkembang di kondisi persaingan yang semakin ketat. Perusahaan dapat melakukan pengembangan melalui berbagai strategi dan perluasan usaha. Dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan tersebut tentu membutuhkan dana atau modal yang tidak sedikit. Seiring dengan berjalannya ekspansi yang dilakukan maka kebutuhan dana juga akan semakin meningkat.

Disampaikan (Ramadana, 2018), pada umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemiliknya dan memperluas usahanya. Tujuan ini dapat dicapai salah satunya dengan cara melakukan ekspansi. Guna melakukan ekspansi, perusahaan memerlukan tambahan modal yang cukup besar. Modal menjadi salah satu hal yang terpenting dalam menjalankan dan mengembangkan suatu usaha. Namun seringkali modal yang diperoleh dari internal perusahaan masih belum mencukupi sehingga perusahaan perlu mencari tambahan dana dari eksternal perusahaan (Dwijaya & Cahyadi, 2021).

Besarnya modal yang dibutuhkan dalam pengembangan usaha menuntut manajemen perusahaan untuk dapat menentukan berbagai alternatif pembiayaan yang dapat dipilih demi mendapatkan tambahan dana baru.

Perusahaan dapat memperoleh dana yang dibutuhkan melalui sumber pendanaan internal maupun eksternal. Sumber dana internal adalah dana yang dibentuk dan dihasilkan oleh perusahaan itu sendiri, yang umumnya berasal dari laba ditahan (*retained earnings*). Sedangkan sumber dana eksternal adalah dana yang diperoleh dari luar perusahaan, yang umumnya melalui hutang bank, penerbitan saham baru, dan penerbitan surat hutang (obligasi).

Salah satu masalah penting dalam pengambilan keputusan mengenai sumber pendanaan perusahaan adalah mengenai struktur modal. Perbandingan struktur modal yang kurang tepat dapat mengakibatkan penurunan profitabilitas perusahaan, kesulitan keuangan, dan kemungkinan akhirnya dapat mengakibatkan kebangkrutan bagi perusahaan (Aflysan, 2015). Oleh karena itu dalam menentukan sumber pendanaan yang akan dipilih, perusahaan harus mampu memperhitungkan dengan matang penyusunan struktur modal yang optimal. Apabila perusahaan memiliki struktur modal yang optimal, sesuai dengan target dan karakter perusahaan, maka akan dapat menghasilkan tingkat pengembalian yang optimal pula.

Adanya alternatif untuk mendapatkan sumber pendanaan eksternal salah satunya adalah penerbitan saham baru atau penawaran saham perusahaan kepada masyarakat melalui pasar modal. Dikutip dari (www.idx.co.id) Pasar modal adalah sarana bertemunya perusahaan maupun institusi lain (misalnya pemerintah) yang membutuhkan dana dari masyarakat untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja dan lain-lain, dengan masyarakat yang akan menginvestasikan dana mereka. Untuk mendapatkan sumber dana

atau modal dari eksternal, perusahaan atau institusi akan menerbitkan saham ataupun surat utang, dan masyarakat sebagai pemodal (investor) yang memberikan dananya kepada perusahaan maupun institusi tersebut dengan membeli instrumen tersebut di pasar modal baik secara langsung, maupun dalam bentuk reksa dana. Pasar modal disini berperan sebagai penghubung antara perusahaan yang membutuhkan dana dengan para investor yang memiliki dana melalui perdagangan instrumen seperti obligasi dan saham, yang di Indonesia diafiliasi oleh Bursa Efek Indonesia (*Indonesia Stock Exchange / IDX*).

Semua perusahaan yang masih tertutup memiliki kesempatan untuk menjadi perusahaan publik dengan menawarkan dan menjual sebagian sahamnya kepada publik dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia, untuk selanjutnya proses tersebut disebut dengan istilah *Go Public*. Keputusan *Go Public* merupakan keputusan bisnis yang dipilih setelah memperhitungkan berbagai manfaat dan konsekuensinya (www.idx.co.id). Apabila perusahaan telah memilih untuk *Go Public* maka status perusahaan telah berubah dari perusahaan swasta atau pribadi menjadi perusahaan terbuka (*public*). Ketika perusahaan telah memutuskan untuk *Go Public*, maka harus diawali dengan adanya penawaran umum perdana atau *Initial Public Offering* (IPO) yaitu suatu kegiatan perusahaan di pasar modal ketika menjual sahamnya untuk pertama kali kepada investor.

Sunariyah (2011) dalam (Andari & Saryadi, 2020) memaparkan ketika penawaran umum perdana, harga saham ditentukan melalui kesepakatan

perusahaan yang akan *go public* (emiten) serta penjamin emisi efek (*underwriter*). Setelah saham diperdagangkan di pasar perdana dengan jangka waktu 90 hari setelah penawaran pertama, saham terkait akan diregistrasikan di pasar sekunder (*listing*) melalui pendaftaran saham di bursa saham, saham terkait bisa diperjualbelikan di bursa efek serta efek lainnya. Harga saham di pasar sekunder ditetapkan melalui prosedur kekuatan penawaran serta permintaan (*supply and demand*).

IPO hanya terjadi pada pasar perdana (*primary market*), yaitu pasar bagi perusahaan yang melakukan penawaran umum untuk menjual sahamnya pertama kali kepada investor. Kemudian investor yang membeli saham pada saat IPO dapat memperjualbelikan kembali saham tersebut di bursa efek yang disebut sebagai pasar sekunder (*secondary market*). Pasar sekunder adalah tempat untuk transaksi jual-beli saham antar investor dan harga dibentuk oleh investor melalui perantara efek (Jannah, 2019).

Dikutip dari www.idxchannel.com, dibandingkan mendapatkan modal pinjaman ke bank, IPO menjadi rekomendasi terbaik untuk mendapatkan dana segar yang tentunya secara otomatis akan membuka akses perusahaan untuk memiliki sarana permodalan untuk jangka panjang. Modal atau dana tersebut dipakai untuk mengembangkan perusahaan dengan memaksimalkan dana yang ada. Selain itu, apabila perusahaan mampu memiliki sistem kerja yang bagus tentunya akan membuat nilai dan kredibilitas yang dimiliki perusahaan meningkat.

Perkembangan perekonomian dalam dunia bisnis tidak dapat dilepaskan dari investasi. Penerbitan saham baru yang ditawarkan kepada *public* melalui pasar modal merupakan salah satu pilihan bagi perusahaan untuk memperoleh sumber pendanaan serta dapat menjadi sarana untuk berinvestasi bagi investor. Investasi dapat diartikan sebagai suatu keputusan penempatan dana pada satu atau beberapa objek investasi dengan harapan akan mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Tujuan utama yang akan dicapai dalam keputusan investasi umumnya adalah untuk bisa mendapatkan keuntungan serta meningkatkan kesejahteraan investor baik sekarang maupun di masa yang akan datang. Semakin meningkatnya minat masyarakat terhadap investasi di pasar modal, menjadikan jumlah perusahaan atau emiten yang terdaftar di pasar modal juga semakin bertambah.

Data Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan jumlah perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) mengalami peningkatan secara signifikan dalam lima tahun terakhir, dibandingkan lima tahun sebelumnya (<https://market.bisnis.com>). Berdasarkan panduan *Go Public* dari Bursa Efek Indonesia, untuk membantu kelancaran penyiapan berbagai dokumen yang diperlukan, termasuk proses penawaran umum saham kepada publik, calon perusahaan publik dapat menunjuk Penjamin Pelaksana Emisi (*Underwriter*) yang bertugas membantu semua persiapan yang diperlukan hingga saham perusahaan dapat diperdagangkan di Bursa. Calon perusahaan terbuka dapat memilih satu atau lebih Penjamin Pelaksana Emisi untuk menunjang proses *Go Public*.

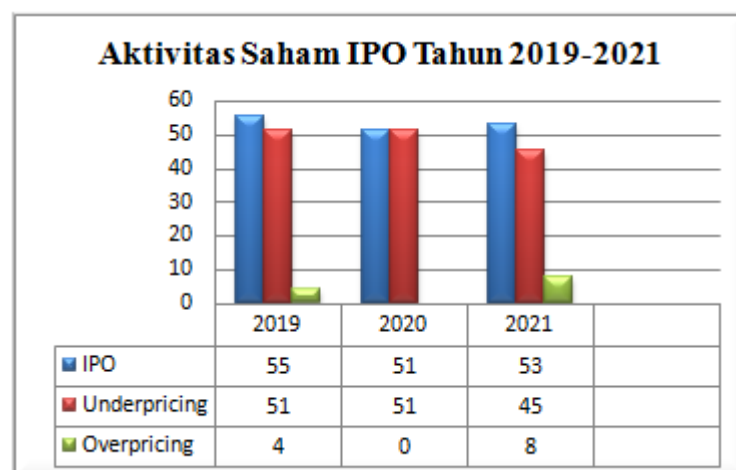
Sebelum melakukan IPO, perusahaan atau emiten yang akan *go public* terlebih dahulu harus menentukan harga saham perdana yang akan ditawarkan ke publik. Penentuan harga saham ini berdasarkan kesepakatan antara pihak emiten selaku penerbit saham dengan pihak penjamin emisi (*Underwriter*). Dikutip dari Wahyusari (2013) dalam (Sembiring, Rahmawati, & Kusumawati, 2018), penjamin emisi lebih banyak mengetahui informasi mengenai pasar modal daripada emiten, dikarenakan *underwriter* memiliki pengalaman lebih yang berhubungan dengan pasar modal. Dalam penetapan harga saham, *underwriter* cenderung menetapkan harga yang lebih rendah untuk menarik minat investor dan mengurangi risiko yang ditanggungnya. Informasi inilah yang disebut dengan asimetri informasi, dimana penjamin emisi memiliki lebih banyak informasi daripada emiten.

Asimetri informasi ini yang biasanya memicu terjadinya *underpricing*. Kesenjangan informasi ini dapat terjadi ketika manajer lebih banyak mengetahui tentang informasi internal dan peluang perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan prinsipal. Apabila tidak terdapat asimetri informasi antara emiten dan investor, harga penawaran akan sama dengan harga pasar sehingga tidak terjadi *underpricing* (Kristiantari, 2013) dalam (Agustine & Sutrisno, 2020).

Underpricing merupakan suatu kondisi dimana harga penawaran saham di pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham yang diperjualbelikan di pasar sekunder pada saat penutupan, atau selisih positif harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana (*Initial*

Return). Menurut (Kennedy, Sitompul, & Tobing, 2021), adanya fenomena *underpricing* dapat dilihat melalui *Initial return* yang diperoleh dari hasil perbedaan harga saham ketika ditawarkan pertama kali dengan harga saham pada harga penutupan hari pertama saat diperdagangkan.

Kondisi *underpricing* ini dianggap merugikan bagi pihak perusahaan yang melakukan *go public*, hal itu karena dana yang diperoleh dari publik tidak terserap secara maksimum. Selain itu, perusahaan juga tidak mendapatkan dana secara maksimal yang mungkin bisa didapatkan oleh perusahaan untuk mendanai ekspansinya dengan jumlah yang lebih besar. Di sisi lain para investor akan diuntungkan karena dapat menikmati return dari pembelian saham yang dilakukannya (Nadia & Daud, 2017). Fenomena *underpricing* ini dapat menguntungkan investor karena memperoleh *Initial Return* yang positif. Namun pada kenyataannya fenomena ini justru merugikan perusahaan atau emiten yang melakukan IPO karena perusahaan tidak mendapatkan keuntungan yang maksimal.



Gambar 1. 1 Aktivitas Saham IPO Tahun 2019-2021

Sumber : www.idx.co.id (Data diolah 2022)

Berdasarkan gambar diatas dapat terlihat bahwa pada periode tahun 2019-2021 jumlah perusahaan yang *go public* atau IPO sebagian besar mengalami fenomena *underpricing*. Pada tahun 2019 jumlah perusahaan yang IPO adalah sejumlah 55 perusahaan, sedangkan yang mengalami *underpricing* sebanyak 51 perusahaan atau sebesar 93% dari total saham yang IPO. Sedangkan pada tahun 2020 jumlah perusahaan yang melakukan IPO adalah sebanyak 51 perusahaan dan keseluruhan mengalami fenomena *underpricing*. Kemudian pada tahun 2021 terdapat 53 perusahaan IPO dan 45 diantaranya mengalami fenomena *underpricing*. Maka apabila di total secara keseluruhan selama 3 tahun periode 2019-2021 terdapat 159 perusahaan yang melakukan IPO dan sebanyak 147 atau 92,45% diantaranya mengalami *underpricing*.

Seperti yang telah diketahui bahwa pada tahun 2019-2021 terdapat pandemi Covid-19 yang menjadikan salah satu masa yang sulit bagi kehidupan masyarakat luas. Adanya pandemi Covid-19 juga memberikan dampak terhadap perekonomian dan aktivitas di pasar modal. Berdasarkan informasi yang terdapat dalam (www.ekon.go.id), dijelaskan bahwa sektor keuangan juga tertekan oleh pandemi. Nilai tukar terdepresiasi signifikan ke level Rp16.500 per US\$1 di Maret. Pelemahan juga terjadi pada Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang terkoreksi ke level 6.200 pada Januari. Kemudian, pada saat kasus Covid-19 terkonfirmasi pertama kali di Indonesia, IHSG kembali mengalami koreksi dan terus turun hingga mencapai level terbawah di angka 3.937,6 di 24 Maret 2020. Penurunan IHSG ini

menyebabkan nilai *market capitalization* Indonesia anjlok ke Rp4.556,3 triliun atau turun lebih dari Rp2,690 triliun dibandingkan posisi awal 2020.

Untuk mengatasinya, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai kebijakan dan strategi untuk yang bersinergi menguatkan sektor kesehatan dan ekonomi. stimulus ekonomi juga diarahkan pada sektor pasar modal, antara lain melalui penurunan tarif Pajak Penghasilan (PPh) Badan bagi Wajib Pajak *Go Public* dan pajak dividen. Insentif ini akan mendorong pelaku usaha untuk bergabung dan mencatatkan diri di BEI atau yang sering disebut *Initial Public Offering* (IPO).

IPO saham mini sudah mulai mendominasi daftar perusahaan yang melantai di bursa saham tahun 2019. Penawaran umum saham perdana dengan raihan dana Rp 100 miliar ke bawah sudah mencapai 25 perusahaan dari total 50 perusahaan yang melakukan IPO sejak awal tahun 2019. Dari 25 perusahaan dengan IPO mini tersebut, tepatnya 12 perusahaan mengalami kenaikan harga saham di pasar hingga lebih dari dua kali lipat dari harga IPO perusahaan, atau juga berarti lebih dari 100% (www.cnbcindonesia.com).

Pada artikel (<https://market.bisnis.com>) juga di sampaikan bahwa, mayoritas saham anyar yang menggelar *Initial Public Offering* (IPO) sepanjang 2020 membukukan kenaikan harga signifikan diatas 100 persen. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia, dari 51 perusahaan tercatat baru pada 2020 sebanyak 27 saham mengalami lonjakan harga saham diatas 50 persen dan 9 saham menguat dibawah 30 persen.

Dari beberapa kondisi diatas dapat diketahui bahwa fenomena *Underpricing* saham sudah bukan hal yang langka terjadi pada saham – saham yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat *underpricing* saham, antara lain dapat dipengaruhi oleh *financial leverage*, profitabilitas, dan *Firm Size*. Suyatmi dan Sujadi (2006) dalam (Setya & Fianto, 2020), menyatakan bahwa *Underpricing* dapat dianalisis melalui beberapa faktor yaitu variabel keuangan (*Firm Size*, *Return on Investment*, *Financial leverage*, *EPS*, *Return on assets*, dan *Current Ratio*) dan variabel non-keuangan (Umur Perusahaan, Reputasi *Underwriter*, Reputasi *Auditor*, dan Jenis Industri). Oleh karena itu perlu diketahui faktor – faktor yang menyebabkan fenomena ini agar *underpricing* dapat ditekan dan kedepannya nanti tidak merugikan baik dari pihak perusahaan maupun dari pihak investor.

Financial leverage adalah rasio yang menjadi ukuran analisis kemampuan perusahaan untuk bertahan dan membayar utang. *Financial leverage* yang tinggi dapat menunjukkan bahwa risiko kegagalan perusahaan untuk mengembalikan pinjaman akan semakin tinggi pula. Berdasarkan hal tersebut maka seringkali perusahaan dan penjamin emisi cenderung menentukan harga penawaran perdana yang relatif lebih rendah dibawah harga sewajarnya, atau dengan kata lain meningkatkan besarnya *underpricing*. Jadi semakin tinggi *financial leverage* sebuah perusahaan, maka kemungkinan suatu perusahaan mengalami *underpricing* semakin tinggi (Ramadana, 2018).

Hasil penelitian (Kennedy, Sitompul, & Tobing, 2021) menunjukkan bahwa secara parsial variabel *financial leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap fenomena *underpricing* saham, dimana hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pangestu & Taufiq, 2022) yang menyatakan bahwa DER tidak berpengaruh secara parsial terhadap terjadinya *underpricing* saham dikarenakan tidak dijadikan acuan investor dalam melakukan investasi. Namun hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanoyo & Arfianti, 2022) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *financial leverage* (LEV) berpengaruh positif terhadap tingkat *underpricing* saham. Namun juga terdapat penelitian lain yang dilakukan oleh (Mahardika & Ismiyanti, 2021) menyampaikan hasil bahwa *financial leverage* yaitu DER berpengaruh negatif terhadap tingkat *underpricing* saham.

Profitabilitas digunakan oleh analis dan investor untuk mengukur dan mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) relatif terhadap pendapatan, neraca asset, biaya operasi, dan ekuitas pemegang saham selama periode waktu tertentu. Rasio profitabilitas ini menunjukkan seberapa baik perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba dan nilai bagi pemegang saham (<https://accurate.id>). Salah satu rasio profitabilitas yang sering dijadikan acuan yaitu *Return on Asset* (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk menilai persentase laba terhadap total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi laba yang dihasilkan terhadap, maka semakin tinggi nilai ROA dan semakin bagus kinerja perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Tanoyo & Arfianti, 2022) menunjukkan hasil bahwa variabel *Return On Assets* (ROA) berpengaruh negatif terhadap tingkat *underpricing* saham, dan didukung oleh penelitian (Mahardika & Ismiyanti, 2021) yang menunjukkan hasil serupa. Akan tetapi hasil tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Setya & Fianto, 2020) yang hasil penelitiannya menjelaskan bahwa *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *underpricing*.

Firm Size merupakan suatu skala yang dapat dilihat dari bidang bisnis yang sedang dioperasikan. Windi Novianty dan Wendy May (2018) dalam (Rachmawati, 2019) menjelaskan bahwa *Firm Size* dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total asset, tingkat penjualan rata – rata. Perusahaan yang memiliki skala ukuran besar umumnya lebih dikenal masyarakat sehingga informasi mengenai prospek perusahaan berskala besar lebih mudah diperoleh investor dibandingkan dengan perusahaan yang berskala kecil. *Firm Size* dapat mencerminkan potensi perusahaan dalam menghasilkan arus kas serta mampu menyajikan informasi secara luas sehingga dapat mengurangi risiko ketidakpastian perusahaan dan meningkatkan kepercayaan investor.

Keadaan ini dapat dinyatakan sebagai kecilnya tingkat risiko investasi perusahaan berskala besar dalam jangka panjang. Rendahnya tingkat ketidakpastian perusahaan berskala besar akan mendorong investor untuk melakukan investasi. Dengan demikian perusahaan dan penjamin emisi

cenderung menentukan harga penawaran perdana yang sewajarnya atau dengan kata lain mengurangi tingkat *underpricing* (Ramadana, 2018).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kennedy, Sitompul, & Tobing, 2021) menunjukkan bahwa variabel *Firm Size* berpengaruh negatif signifikan terhadap fenomena *underpricing* saham. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Tanoyo & Arfianti, 2022) yang menjelaskan bahwa *Firm Size* atau *Firm Size* berpengaruh negatif terhadap tingkat *underpricing* saham. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dwijaya & Cahyadi, 2021) yang menyatakan bahwa variabel *Firm Size* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham.

Mengacu pada banyaknya emiten yang mengalami fenomena *underpricing* dan adanya inkonsistensi pada hasil penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti sebelumnya, maka peneliti memutuskan untuk meneliti kembali tentang faktor – faktor yang mempengaruhi *underpricing*, dengan judul penelitian “Pengaruh *Financial Leverage*, Profitabilitas, dan *Firm Size* Terhadap Tingkat *Underpricing* Saham (Studi pada Perusahaan yang Melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2019-2021)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah secara simultan *Financial Leverage*, Profitabilitas, dan *Firm Size* berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
2. Apakah secara parsial *Financial Leverage* berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
3. Apakah secara parsial Profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI)?
4. Apakah secara parsial *Firm Size* berpengaruh terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI)?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Financial Leverage*, Profitabilitas, dan *Firm Size* secara simultan terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Financial Leverage* secara parsial terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Profitabilitas secara parsial terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *Firm Size* secara parsial terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, penulis mengharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber bacaan atau referensi yang menjadi sumber informasi teoritis dan empiris pada pihak – pihak yang akan melakukan penelitian mengenai faktor yang mempengaruhi tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) serta menambah sumber pustaka yang telah ada.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Emiten

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi dalam pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan khususnya dalam melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga dapat dijadikan sebagai

pertimbangan untuk penentuan kebijakan pendanaan atau investasi perusahaan.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi dalam pengambilan keputusan investasi bagi investor domestik maupun asing untuk melihat faktor pengaruh pergerakan harga saham khususnya pada saham perusahaan yang baru melakukan *Initial Public Offering* (IPO) sehingga menjadi acuan dalam melakukan transaksi di pasar modal dengan tujuan memperoleh *return* yang tinggi secara berkesinambungan.

c. Bagi *Stakeholder*

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dan informasi bagi berbagai pihak khususnya terkait saham IPO, serta dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan pengembangan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh *Financial Leverage*, Profitabilitas, dan *Firm Size* terhadap tingkat *Underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) di masa mendatang.