

BAB I

PENDAHULUAN

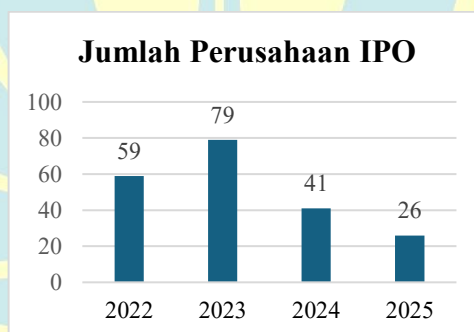
1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam membangun dan menjalankan usaha, perusahaan memerlukan pendanaan yang cukup agar kegiatan operasional dan ekspansi dapat berjalan dengan lancar, serta agar perusahaan tetap mampu bertahan dan bersaing di pasar global. Pengembangan usaha bertujuan untuk memperbesar skala bisnis, baik dari sisi kapasitas produksi maupun jangkauan pasar. Dalam proses ekspansi ini, perusahaan harus memiliki modal yang memadai untuk mendukung operasional dan pengembangan usaha.

Menurut Qinthara & Widyawati (2022), pendanaan yang diperlukan perusahaan dapat berasal dari sumber internal maupun sumber eksternal. Pendanaan internal perusahaan umumnya berasal dari laba ditahan atau dari modal yang diberikan oleh para investor pendiri perusahaan tersebut. Akan tetapi, modal yang berasal dari sumber internal kerap kali belum memadai untuk memenuhi kebutuhan pendanaan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencari tambahan sumber pendanaan eksternal, seperti melalui pinjaman bank, atau investasi dari pihak ketiga, namun hal tersebut dapat menambah beban pengeluaran perusahaan dan beresiko pailit.

Salah satu cara alternatif perusahaan memperoleh dana eksternal adalah dengan menjual kepemilikan bisnis dalam bentuk saham kepada publik melalui pasar modal, yaitu melalui proses *Initial Public Offering* (IPO) atau

Go Public (Syahwildan & Aminudin, 2021). *Go public* adalah keputusan perusahaan untuk menawarkan dan menjual sebagian kepemilikan sahamnya kepada masyarakat luas, sehingga perusahaan tersebut bersedia diawasi serta dievaluasi secara terbuka oleh publik dan pasar modal (Nurshabani & Ferranti, 2024). Untuk dapat *Go Public*, perusahaan perlu melewati beberapa tahapan hingga akhirnya terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Setelah terdaftar, saham perusahaan akan dijualbelikan di pasar saham dan perusahaan akan mendapatkan tambahan jumlah investor. Setelah IPO, perusahaan dapat meningkatkan nilai ekuitasnya, yang berkontribusi pada terciptanya struktur pemodal yang lebih optimal.



Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

Gambar 1.1 Tren Jumlah Perusahaan yang Melaksanakan IPO di BEI Tahun 2022-2025

Berdasarkan Gambar 1.1 yang menjelaskan data menurut Bursa Efek Indonesia (BEI), jumlah emiten yang melaksanakan IPO dari 2022-2025 mengalami perubahan yang signifikan. Pada tahun 2022, tercatat sebanyak 59 perusahaan melaksanakan IPO di Bursa Efek Indonesia. Jumlah tersebut kemudian meningkat pada tahun 2023 menjadi 79 perusahaan atau mengalami kenaikan sebesar 33,9% dibandingkan tahun sebelumnya.

Peningkatan ini menunjukkan tingginya minat perusahaan untuk memperoleh pendanaan melalui pasar modal serta meningkatnya kepercayaan pelaku usaha terhadap kondisi pasar modal Indonesia. Tahun 2023 juga menjadi pencapaian tertinggi dalam periode tersebut dengan 79 perusahaan tercatat berhasil menghimpun dana sebesar Rp54,14 triliun.

Meskipun demikian, jumlah IPO pada tahun 2024 dan 2025 mengalami penurunan signifikan, masing-masing sebesar sekitar 49,37% dan 67,09% dibandingkan tahun 2023, dengan hanya 41 perusahaan yang terdaftar pada tahun 2024 dan 26 perusahaan pada tahun 2025. Menurut Saumi (2024), penurunan tersebut dipengaruhi oleh beragam aspek baik dari lingkup internal maupun eksternal perusahaan, yaitu di sisi internal, perusahaan harus mempertimbangkan sejumlah faktor esensial, misalnya kondisi performa keuangan dan pemenuhan prinsip *good corporate governance* yang selaras dengan regulasi yang diberlakukan. Selain itu, faktor eksternal seperti faktor geopolitik dan pemilu yang dilaksanakan pada tahun 2024 mengakibatkan para *entrepreneur* dan pengusaha cenderung melakukan *wait and see*. Sementara, pada tahun 2025 penurunan jumlah IPO berlangsung seiring dengan fokus OJK yang lebih mengedepankan kualitas emiten dibandingkan kuantitas (PT Indo Premier, 2025)

Penetapan harga saham perdana harus dilakukan oleh perusahaan sebelum saham tersebut mulai diperdagangkan di Bursa. Proses penentuan harga ini bisa menjadi sangat kompleks dan seringkali menjadi tantangan bagi perusahaan, terutama karena mereka umumnya belum memiliki pengalaman

dalam menilai atau menentukan harga saham yang wajar. Untuk itu, perusahaan perlu melakukan konsultasi dengan *underwriter*, yaitu penjamin emisi efek yang ditunjuk guna mendukung dalam proses *Initial Public Offering* (IPO) serta menawarkan saham kepada investor pada penawaran perdana agar saham yang ditawarkan emiten laku terjual (Maulana, 2024).

Dalam pasar perdana, harga saham ditetapkan atas dasar proses kesepakatan yang melibatkan pihak emiten bersama penjamin emisi (*underwriter*). Perbedaan kepentingan diantara emiten dan *underwriter* dalam menentukan harga awal seringkali menyebabkan harga saham perdana tidak mencerminkan nilai intrinsiknya, sehingga menimbulkan gejala *mispricing*. Merujuk data dari Bursa Efek Indonesia (BEI), *mispricing* dalam penawaran saham perdana dapat menyebabkan dua kemungkinan yang akan dialami perusahaan saat IPO, yaitu “*Underpricing*” serta “*Overpricing*” (Sitorus et al., 2025). *Underpricing* didefinisikan sebagai fenomena di saat harga *offering* lebih rendah dibandingkan dengan harga saham pada akhir perdagangan hari pertama pasar sekunder, situasi seperti ini yang sering kali mengakibatkan harga terlalu rendah. Sementara itu, *overpricing* terjadi saat harga *offering* yang ditetapkan di atas harga saham ketika mulai diperdagangkan di pasar sekunder.

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Underpricing & Overpricing di BEI tahun 2022-2025

Tahun	Perusahaan IPO	Perusahaan <i>Underpricing</i>	Persentase Underpricing (%)	Perusahaan <i>Overpricing</i>	Perusahaan <i>Initial Return</i> 0% atau tetap
2022	59	47	79.66%	10	2
2023	79	56	70.89%	20	3
2024	41	37	90.24%	4	0
2025	26	22	84,62%	3	1
Total	205	162	79,02%	37	6

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2026)

Merujuk pada Tabel 1.1, selama periode 2022–2025 terdapat 205 perusahaan yang melaksanakan *Initial Public Offering* (IPO). Dari jumlah tersebut, sebanyak 162 emiten atau sekitar 79,02% mengalami *underpricing*, sementara sisanya mengalami *overpricing* atau tidak mengalami perubahan harga (*initial return* 0%). Meskipun jumlah IPO berfluktuasi setiap tahunnya, proporsi perusahaan yang mengalami *underpricing* relatif tinggi, dengan persentase tertinggi terjadi pada tahun 2024 sebesar 90,24%. Kondisi ini mengindikasikan bahwa *underpricing* merupakan karakteristik yang umum terjadi pada perusahaan yang mencatatkan saham perdananya di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Kondisi *underpricing* yang dialami perusahaan ini dapat menimbulkan *opportunity lost* bagi emiten yang melaksanakan *go public*, dikarenakan perusahaan melepaskan sahamnya dengan harga lebih rendah, sehingga dana yang berhasil dihimpun dari publik tidak dapat dimanfaatkan secara optimal (Cornelia et al., 2021). Selain itu, perusahaan juga kehilangan peluang dalam memperoleh dana yang lebih besar yang seharusnya dapat dimanfaatkan

untuk mendanai ekspansi dan proyek-proyek pengembangan lainnya. Di sisi lain, investor justru diuntungkan karena bisa membeli saham dengan harga yang relatif murah dan berpotensi memperoleh return yang lebih tinggi setelah terjadi kenaikan harga saham di pasar sekunder.

Dalam penelitian Apriliani & Hernawati (2021) menyatakan bahwa sebagian besar penelitian menunjukkan bahwa *underpricing* disebabkan oleh adanya asimetri informasi, yaitu keadaan yang ditandai dengan adanya ketimpangan tingkat informasi yang dimiliki oleh setiap pihak yang terlibat. Dalam konteks tersebut, *underwriter* memahami kondisi yang dihadapi secara lebih komprehensif terkait kondisi pasar saham secara rinci dibandingkan dengan perusahaan. Dengan pengetahuan tersebut, *underwriter* dapat mencapai kesepakatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan cara meminimalkan risiko dan menawarkan harga saham yang lebih menarik (Baron, 1982). Untuk mengurangi kesenjangan informasi ini, perusahaan yang akan menawarkan saham IPO-nya diwajibkan untuk menyediakan prospektus yang mencakup laporan keuangan dan informasi penting lainnya mengenai kondisi perusahaan (S. Sartika, 2020)

Berdasarkan Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1955, prospektus merupakan dokumen yang berisi informasi penting yang disusun sesuai dengan ketentuan dari bursa efek, yang dikeluarkan setiap kali sebuah perusahaan berniat untuk menerbitkan efek kepada publik. Tujuan penyusunan prospektus ini adalah untuk menarik perhatian calon investor agar tertarik membeli saham perusahaan tersebut. Informasi yang disajikan

dalam prospektus tersebut berperan penting dalam mempermudah investor menilai serta membuat tindakan investasi secara lebih tepat dan rasional. Laporan keuangan ini memuat rincian tentang penawaran umum perusahaan, baik mengenai data keuangan maupun informasi non-keuangan (Khaira & Sudiman, 2021).

Pada saat ingin menetapkan harga saham perdana yang mencerminkan nilai yang wajar, diperlukan pemahaman terlebih dahulu mengenai aspek-aspek yang memengaruhi tingkat *underpricing* pada saat IPO. Adapun informasi keuangan yang diduga dapat berpengaruh terhadap *underpricing*, di antaranya adalah profitabilitas dan *leverage*. Dari informasi laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat menjadi acuan dalam menganalisis rasio laporan keuangan. Tujuannya adalah untuk memberikan informasi investasi yang tepat dan dapat diandalkan bagi para investor. Dengan menganalisis dan menafsirkan rasio-rasio keuangan, hal ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan terkait pembelian saham, investasi, atau pemberian kredit (Rukmana, 2020). Beberapa kategori rasio finansial yang umum dipergunakan di antaranya yaitu rasio profitabilitas dan rasio *leverage*. Dalam penelitian ini, rasio profitabilitas yang akan dianalisis adalah *Return on Asset (ROA)*, sementara rasio *leverage* yang dipilih adalah *Debt to Equity Ratio (DER)*.

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan dalam menciptakan keuntungan secara optimal, sehingga mampu menjadi isyarat baik bagi investor. Perusahaan yang mampu menghasilkan tingkat

profitabilitas optimal umumnya dipandang mencerminkan peluang pertumbuhan yang bagus, yang pada akhirnya dapat memperkuat daya tarik perusahaan di kalangan investor. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dalam melakukan penawaran saham perdana akan menunjukkan isyarat positif pada investor, yang cenderung melihat isyarat ini sebagai tanda bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang besar. Oleh karena itu, semakin optimal nilai profitabilitas perusahaan, semakin besar kemungkinan harga saham yang dianggap menarik oleh investor dan dijadikan pertimbangan sebelum menanamkan modal (Kristanti et al., 2023). Teori tersebut konsisten dengan penelitian terdahulu yang dikemukakan oleh Rudianto et al., (2022) serta Cornelia et al., (2021) yang menerangkan jika profitabilitas yang diwakilkan oleh ROA memiliki pengaruh terhadap *underpricing*. Akan tetapi, temuan terdahulu yang disampaikan oleh Sugiyanto et al., (2023) dan Syahwildan & Aminudin (2021) memperoleh temuan yang bertolak belakang, yaitu ROA tidak terdapat pengaruh terhadap *underpricing*.

Informasi keuangan lain yang memengaruhi *underpricing* adalah *leverage*. *Financial leverage* mencerminkan sejauh mana perusahaan memperoleh pendanaan dari pihak eksternal, khususnya melalui penggunaan utang atau kreditor (Nurshabani & Ferranti, 2024). Semakin rendah *leverage*, menunjukkan jika perusahaan mengandalkan pendanaan yang berasal dari modal sendiri dalam proporsi yang lebih besar dibandingkan utang. Sebaliknya, semakin besar tingkat rasio *leverage* perusahaan, maka porsi

pendanaan yang berasal dari utang juga semakin tinggi. Jika utang perusahaan tinggi, maka risiko perusahaan dalam membayar kewajiban utangnya juga meningkat, yang membuat investor enggan menanamkan dananya pada saham perusahaan yang memiliki beban utang relatif besar. *Debt to Equity Ratio* (DER) digunakan sebagai salah satu ukuran dalam menilai *financial leverage* perusahaan, karena rasio tersebut menginformasikan besarnya kewajiban yang menjadi tanggung jawab perusahaan untuk dipenuhi dibandingkan dengan modal yang dimiliki.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kirana & Djamaluddin (2021) serta Lukman & Kunawangis (2023) menyimpulkan bahwa *leverage* tinggi yang diwakili oleh DER memiliki pengaruh yang dapat menyebabkan penetapan harga *offering* yang berpeluang *underpriced*. Namun temuan tersebut tidak selaras dengan penelitian menurut Hadi Cahyadi (2022), Isyuardhana & Febryan (2022) serta A. H. Utomo & Kurniasih, (2020) yang menyebutkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) tidak terdapat pengaruh pada *underpricing*.

Lalu selain informasi finansial, informasi non-finansial seperti penjamin emis juga terdapat pengaruh terhadap *underpricing*. *Underwriter* bertugas menilai harga penawaran saham yang wajar, menjamin penjualan saham, serta membangun kepercayaan di pasar. Reputasi *underwriter* yang baik membantu menumbuhkan kepercayaan investor terhadap prospek bisnis perusahaan, sehingga investor lebih yakin bahwa bisnis tersebut menjanjikan dan risikonya dapat dikelola selama proses *Initial Public Offering* (IPO) .

Dalam penelitian Rudianto et al., (2022), menyatakan bahwa reputasi *underwriter* yang semakin baik mampu menekan tingkat asimetri informasi, sehingga risiko ketidakpastian dapat berkurang dan potensi terjadinya *underpricing* saham menjadi lebih rendah.

Menurut hasil temuan studi yang dijelaskan oleh Suharti & Purwanto (2022), Larasati et al., (2023) dan Rudianto et al., (2022) memperlihatkan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap tingkat *underpricing* saham. Sementara Lukman & Kunawangis (2023) dan Wenehen et al., (2025) dalam penelitiannya menjelaskan jika penjamin efek tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *underpricing*.

Ukuran perusahaan serta usia perusahaan digunakan sebagai variabel pengendali dalam studi ini. Variabel kontrol ialah variabel yang dipertahankan dalam kondisi konstan untuk meminimalkan pengaruh faktor-faktor di luar penelitian, sehingga hubungan antara variabel dapat dianalisis secara lebih objektif. (N. Ridha, 2017). Penambahan *size* perusahaan sebagai variabel kontrol dilakukan karena *size* perusahaan kerap digunakan sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan keuangan. Serta usia perusahaan beroperasi menunjukkan kapasitas perusahaan dalam bersaing di pasar dan menyediakan informasi yang lebih lengkap sehingga mampu meminimalkan kesenjangan informasi. Selain itu, penggunaan variabel ini bertujuan untuk meminimalkan potensi bias, mengingat penelitian ini melibatkan seluruh perusahaan yang mencatatkan saham perdananya sebagai sampel penelitian, pada periode 2022–2025 yang memiliki karakteristik baik

usia perusahaan serta ukuran aset yang beragam pula.

Berdasarkan fenomena yang ada dan kesimpulan hasil penelitian sebelumnya terkait variabel profitabilitas, *leverage* dan reputasi *underwriter* terhadap *underpricing* saham pada saat *Initial Public Offering* (IPO), menggambarkan adanya variasi temuan dalam penelitian terdahulu. Bukti empiris dari beberapa penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa variabel-variabel tersebut terbukti memengaruhi *underpricing* secara signifikan, di sisi lain penelitian terdahulu lainnya menunjukkan hasil yang tidak signifikan atau bahkan berbeda arah. Perbedaan hasil penelitian ini diduga disebabkan oleh perbedaan periode penelitian, kondisi pasar modal pada saat penelitian dilakukan, serta karakteristik sampel seperti sektor industri yang dipilih. Oleh karena itu, kondisi ini menimbulkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*), sehingga penelitian ini dianggap masih perlu dikembangkan untuk menguji kembali pengaruh variabel-variabel tersebut.

Landasan penelitian ini adalah adanya *research gap* berupa pengembangan yang merujuk pada rekomendasi penelitian lanjutan yang diusulkan oleh Ridha et al., (2023) serta Rudianto et al. (2022), yaitu dengan menggunakan periode pengamatan yang lebih terbaru dan lebih panjang, yaitu tahun 2022–2025, dengan mengikutsertakan seluruh perusahaan yang mengalami *underpricing* dalam pelaksanaan IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pemilihan periode tersebut menjadi penting karena kondisi pasar modal pada tahun 2022–2025 memiliki karakteristik yang berbeda

dibandingkan periode penelitian terdahulu. Periode ini merupakan masa pasca-pandemi yang ditandai dengan meningkatnya angka IPO di tahun 2023, diikuti penurunan jumlah IPO pada tahun 2024–2025, perubahan kebijakan *auto rejection* oleh Bursa Efek Indonesia, serta bertambahnya dominasi investor ritel dalam transaksi pasar saham. Perubahan kondisi pasar tersebut berpotensi memengaruhi perilaku investor dan mekanisme penentuan harga saham perdana, sehingga hubungan antara profitabilitas, leverage, dan reputasi *underwriter* terhadap tingkat *underpricing* mungkin dapat berbeda dari hasil penelitian sebelumnya.

Melalui studi ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh terkait aspek-aspek yang berkontribusi terhadap terjadinya *underpricing* saham, serta dapat menjadi informasi guna mendukung investor dalam melakukan pengambilan keputusan dalam berinvestasi yang lebih akurat. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut menjadi dasar bagi peneliti untuk menyusun penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Reputasi *Underwriter* terhadap *Underpricing* Saham *Initial Public Offering* (IPO) di BEI Periode 2022–2025”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berlandaskan latar belakang yang telah dirincikan, penelitian ini mengajukan tiga pertanyaan penelitian seperti berikut:

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025?

2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025?
3. Apakah reputasi *underwriter* berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025?

1.3 Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada pertanyaan penelitian tersebut, tujuan yang ingin dicapai adalah untuk:

1. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025.
2. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025.
3. Menganalisis pengaruh reputasi *underwriter* terhadap tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2025.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat dirasakan oleh berbagai pihak yang berkepentingan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis**1) Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan bagi studi-studi selanjutnya, khususnya dalam mengkaji pengaruh rasio keuangan terhadap *underpricing* IPO di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain itu, penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan teori, khususnya implementasi teori sinyal (*signaling theory*) dan teori valuasi dengan memperlihatkan bagaimana informasi terkait kinerja keuangan dikomunikasikan oleh perusahaan, struktur modal, dan reputasi *underwriter* dapat menjadi isyarat bagi investor mengenai kualitas serta nilai wajar perusahaan pada saat IPO.

2) Bagi Penulis

Dari pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan penulis mengenai pengaruh profitabilitas, komposisi modal, dan reputasi *underwriter* terhadap tingkat *underpricing* saham yang terjadi pada perusahaan yang melaksanakan IPO. Penelitian ini juga memberikan kesempatan untuk mengasah kemampuan penelitian dan menganalisis data keuangan dalam konteks pasar modal yang lebih spesifik.

b. Manfaat Praktis**1) Bagi Perusahaan**

Hasil dari temuan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait unsur-unsur yang memengaruhi tingkat *underpricing* saham pada saat IPO. Dengan informasi ini, perusahaan yang berencana untuk melakukan IPO dapat lebih mempertimbangkan kondisi kinerja keuangan seperti profitabilitas melalui *Return on Asset* (ROA), struktur

modal melalui *Debt to Equity Ratio* (DER), serta pemilihan reputasi *underwriter* dalam menentukan harga *offering* saham yang lebih optimal dan realistis. Hal ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam meminimalkan tingkat *underpricing* serta memaksimalkan dana yang diperoleh dari proses IPO.

2) Bagi Penjamin Emisi (*Underwriter*)

Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi *underwriter* dalam menjalankan perannya sebagai pihak yang membantu penentuan harga saham perdana. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi *underpricing*, *underwriter* dapat memberikan rekomendasi harga yang lebih akurat serta mempertimbangkan kondisi fundamental perusahaan secara lebih komprehensif. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat membantu *underwriter* dalam menjaga reputasi dengan meminimalkan kesalahan penetapan harga saham yang terlalu rendah atau terlalu tinggi.

3) Bagi Investor

Melalui temuan ini, diharapkan bisa memberikan kontribusi berupa informasi sebagai referensi serta bahan acuan rujukan bagi investor ketika akan menganalisis peluang investasi, khususnya pada saham IPO. Investor dapat lebih memahami determinan yang menjadi penentu perubahan harga saham perdana dan menilai apakah harga *offering* sudah merefleksikan nilai perusahaan yang sebenarnya. Dengan memperhatikan indikator seperti ROA, DER, dan reputasi *underwriter*, investor diharapkan dapat memilih investasi yang lebih menguntungkan serta meminimalkan risiko kerugian.

4) Bagi Pemerintah dan Regulator (Otoritas Pasar Modal)

Hasil dari temuan ini dapat memberikan rekomendasi bagi pemerintah dan regulator dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan mekanisme penawaran umum perdana (IPO). Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi *underpricing*, regulator dapat meningkatkan efektivitas pengawasan serta mendukung terwujudnya pasar modal yang lebih efisien, terbuka, dan adil bagi seluruh pelaku pasar.

