

Dinamika E-ipo di Pasar Modal Indonesia dan Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Saham Perdana

Novi Safari¹, Annisa Nurul Fadhilah², Hastin Tri Utami³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri

224110201038@mhs.uinsaizu.ac.id, 214110201229@mhs.uinsaizu.ac.id,

hastintriutami@uinsaizu.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi risiko, kualitas informasi, dan kepercayaan investor terhadap minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO (Electronic Initial Public Offerings) di pasar modal Indonesia. Serta mengidentifikasi dinamika E-IPO yang sering terjadi di pasar modal Indonesia pada tahun 2024. E-IPO merupakan salah satu cara baru dalam penerbitan saham perusahaan kepada publik yang dilakukan secara elektronik. Dalam pasar modal yang dinamis, persepsi risiko, kualitas informasi, dan kepercayaan investor dapat mempengaruhi keputusan investor untuk berpartisipasi dalam E-IPO.

Temuan studi ini memiliki konsekuensi praktis bagi para pengambil keputusan berinvestasi di pasar modal Indonesia, khususnya perusahaan yang ingin melakukan E-IPO. Untuk meningkatkan minat investor, perusahaan harus fokus menawarkan produk berkualitas tinggi dalam prospektus mereka. Selain itu, perusahaan harus memahami bagaimana persepsi risiko dan kepercayaan investor memengaruhi minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO. Memahami variabel-variabel ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan upaya pemasaran dan komunikasi mereka untuk menarik lebih banyak investor selama proses E-IPO. Begitupula bagi investor guna memahami terkait alasan mengapa saham setelah IPO dapat memasuki fase down trend atau up trend.

Kata Kunci : E-IPO, Persepsi Risiko, Prospektus, Kualitas Informasi

Abstract

The purpose of this study is to determine the effect of risk perception, information quality, and investor confidence on interest in participating in E-IPO (Electronic Initial Public Offerings) in the Indonesian capital market. As well as identifying the dynamics of E-IPOs that often occur in the Indonesian capital market in 2024. E-IPO is a new way of issuing company shares to the public electronically. In a dynamic capital market, risk perception, information quality, and investor confidence can influence investors' decision to participate in an E-IPO.

The findings of this study have practical consequences for decision makers investing in the Indonesian capital market, especially companies that want to conduct E-IPO. To increase investor interest, companies should focus on offering high-quality products in their prospectus. In addition, companies should understand how risk perception and investor confidence affect interest in participating in an E-IPO. Understanding these variables allows companies to improve their marketing and communication efforts to attract more investors during the E-IPO process.

Key Word: E-IPO, Risk Perception, Prospectus, Information Quality

PENDAHULUAN

Perseroan pada awal tahun 2024 ini sampai sekarang sudah mengumumkan Penawaran Umum Perdana Saham sebanyak 808.350.000 (delapan ratus delapan juta tiga ratus lima puluh ribu) Saham Biasa Atas Nama yang merupakan saham baru. Jumlah ini setara dengan 17,600% (tujuh belas koma enam nol nol persen) dari modal yang telah ditempatkan dan disetor penuh setelah Penawaran Umum. Saham yang ditawarkan memberikan hak yang sama dan setara dalam segala aspek dengan Saham lainnya dari Perseroan yang telah ditempatkan dan disetor penuh, termasuk hak suara dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), hak atas pembagian dividen, saham bonus, dan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD), sesuai dengan ketentuan Pasal 5(2) ayat 1 UUPU.

Aktivitas transaksi di pasar modal mengalami pertumbuhan yang positif. Adanya pasar sekunder memungkinkan investor menemukan saham yang lebih mudah Berdasarkan penawaran dan permintaan, sehingga pengambilan keputusan Investasi lebih mudah, cepat, dan juga akurat¹

Berikut adalah rincian mengenai efek bersifat ekuitas yang ditawarkan:

- Jumlah Saham Yang Ditawarkan: 808.350.000 (delapan ratus delapan juta tiga ratus lima puluh ribu) Saham Biasa Atas Nama.
- Persentase Penawaran Umum Perdana: 17,600% (tujuh belas koma enam nol nol persen) dari Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh setelah Penawaran Umum Perdana Saham.
- Nilai Nominal: Rp 25,- (dua puluh lima Rupiah).
- Harga Penawaran: Rp148,00 (seratus empat puluh delapan Rupiah).
- Nilai Emisi: Rp119.635.800.000,00 (seratus sembilan belas miliar enam ratus tiga puluh lima juta delapan ratus ribu Rupiah).

Penelitian terdahulu mengenai analisis faktor-faktor yang memengaruhi *underpricing* saham pada penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia (IDX)² menunjukkan bahwa variable underwriter, reputasi auditor, presentase saham yang ditawarkan ke public dan jenis industri tidak mempunyai pengaruh yang signifikan

¹ Pahlevi, Reza Widhar. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Siasat Bisnis* 18 (2): 219–32.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol18.iss2.art8>

² Ibid

terhadap *Underpricing*. Dengan adanya latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengeksplorasi faktor apa saja yang memengaruhi kinerja saham perdana. Faktor-faktor yang akan diteliti mencakup Persepsi Risiko, Prospektus, Kualitas Informasi.

KAJIAN PUSTAKA

1. Initial Public Offering

Penawaran Umum Perdana (*Initial Public Offering/IPO*) adalah pertama kalinya perusahaan menjual saham kepada publik. Penawaran umum perdana juga dikenal dengan istilah *go public*. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 8 tahun 1995 tentang pasar modal, penawaran umum adalah kegiatan penawaran yang dilakukan oleh emiten untuk menjual efek kepada masyarakat. Efek dalam hal ini dapat berupa surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, unit penyertaan, kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas efek, atau setiap derivatif dari efek³

Sebelum meluncurkan saham di pasar perdana, perusahaan akan menyiapkan prospektus ringkas yang akan dipublikasikan secara luas. Prospektus berfungsi untuk menawarkan kepada calon investor dengan informasi mengenai keadaan perusahaan, sehingga nantinya para investor dapat membaca prospektus tersebut dan tertarik untuk membeli sekuritas yang diterbitkan oleh emiten.

Harga sekuritas yang ditawarkan di pasar utama (harga penawaran) telah ditentukan sebelumnya oleh perusahaan IPO dan penjamin emisi. Ketika memilih harga penawaran, penjamin emisi dan emiten terkadang kesulitan memperkirakan harga yang wajar. Penjamin emisi biasanya menetapkan harga penawaran lebih rendah dari harga yang diperkirakan oleh bisnis yang akan *go public*, untuk mengurangi risiko tanggung jawab jika sekuritas yang ditawarkan pada IPO tidak terjual atau habis terjual.

Harga penawaran yang relatif rendah ini adalah salah satu alasan mengapa saham cenderung naik nilainya saat dicatatkan di pasar sekunder. Tren kenaikan harga di pasar sekunder ini merupakan motivator utama bagi investor untuk membeli saham di pasar perdana, karena hal ini terjadi hampir setiap kali IPO. Tren

³ Ulfah, Atika, Lailatul Qodri, and Erni Febriani. 2023. "Determinan Overpricing Saham Pada Saat Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia (Determinants of Stock Overpricing during Initial Public Offering on the Indonesian Stock Exchange)" 5 (1): 69–79.

yang berulang ini dipandang sebagai ketidaknormalan karena bertentangan dengan konsep pasar modal yang efisien.

2. Dinamika – Dinamika E-IPO

a. Fenomena *Underpricing* dan *Overpricing*

Menurut Yolana dan Martani (2005) mendefinisikan *underpricing* sebagai selisih positif antara harga saham di pasar sekunder dengan harga saham di pasar perdana atau pada saat penawaran umum perdana. *Underpricing* disebabkan oleh adanya kepentingan yang saling bertentangan di antara pihak-pihak yang terlibat dalam penawaran umum perdana. Harga saham yang dijual di pasar perdana ditentukan oleh kesepakatan antara penjamin emisi dan emiten, namun harga di pasar sekunder ditentukan oleh sistem permintaan dan penawaran.

Underpricing terjadi ketika harga saham perusahaan yang baru go public biasanya lebih rendah pada penawaran pertama dibandingkan di pasar sekunder. *Underpricing* yang tinggi akan berdampak negatif bagi emiten karena perusahaan tidak akan dapat mengumpulkan jumlah uang yang maksimal. Hal ini disebabkan oleh kemampuan penjamin emisi untuk menurunkan tingkat risiko yang harus ditanggungnya melalui peran penjaminan. Akibatnya, perusahaan dihargai lebih rendah dari kondisi saat ini. Di pasar modal yang berkembang dengan baik, dan jika tidak ada batasan seberapa besar harga dapat berubah dari hari ke hari, seluruh tingkat *underpricing* cukup jelas terlihat, pasti pada akhir hari pertama.

Keajaiban *underpricing* dapat menjadi pertanda positif bagi para spekulan yang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kemungkinan untuk memberikan keuntungan di masa depan. Para ahli keuangan yang membeli penawaran di tengah-tengah iklan awal berharap bahwa harga saham akan meningkat dalam iklan sekunder. Hal ini menunjukkan bahwa dengan kondisi *underpricing*, keuntungan dalam bentuk imbal hasil awal akan diperoleh oleh para spekulan. *Beginning return* adalah tingkat pengembalian yang diperoleh spekulan selama periode dari saat penawaran diperoleh pada saat penawaran perdana sampai dengan penutupan harga pada hari pertama. Bagi penjamin, keajaiban *underpricing* dianggap sebagai kondisi yang merugikan karena kapasitas untuk mendapatkan dana maksimum tidak dapat dicapai. Namun,

biaya penawaran yang lebih rendah dalam iklan utama dibandingkan dengan biaya dalam pameran tambahan juga menguntungkan bagi para pendukung karena perusahaan yang mengalami *underpricing* kejam akan memberikan keuntungan bagi spesialis keuangan. Sehingga ketika backer membuat iklan saham sekali lagi, kemungkinan besar penawaran tersebut akan terjual.⁴

Lestari et al. (2015) menjelaskan bahwa *overpricing* terjadi apabila harga saham di pasar perdana lebih tinggi dibandingkan harga saham yang berada di pasar sekunder, sebaliknya *underpricing* terjadi apabila harga saham di pasar perdana lebih rendah dibandingkan dengan harga saham yang berada di pasar sekunder. Kondisi *overpricing* merupakan kondisi yang menguntungkan bagi perusahaan, karena sebagai pihak yang membutuhkan dana, perusahaan mendapatkan harga IPO yang maksimum. Oleh karena itu perusahaan biasanya akan merencanakan strategi agar mengurangi heterogenitas opini di kalangan *financial specialist* yang dapat menyebabkan *underpricing*.⁵

b. Financial Leverage

Leverage keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajibannya dengan menggunakan ekuitas yang dimilikinya. Tingkat *leverage* yang tinggi tidak selalu buruk bagi perusahaan karena manajemen dapat mengelola keuangan perusahaan secara efisien, seperti menggunakan dana perusahaan yang berasal dari hutang untuk menghasilkan return, memastikan perusahaan tidak kesulitan melunasi kewajibannya dan terhindar dari risiko gagal bayar. Variabel *financial leverage* ini dinilai dengan Debt to Equity Ratio (DER), yaitu perbandingan total hutang perusahaan terhadap ekuitasnya. *Financial Leverage* yang diukur dengan DER ini didasarkan pada penelitian. (Kristiantari 2013) yang mengukur variabel ini dengan menggunakan rumus:⁶

⁴ Puspangsih, Abriyani, and Abdur Rahman Karim Mujib. 2011. "Dilakukan, Maka Kiranyaperlulah Kiranya Topikinidibahas."

⁵ Tizniti, Douaa, and Mohammed Rachid Aasri. 2021. "How Discounts Impact IPOs Valuation Performance and Underpricing? A Confrontation between Warranted and Unwarranted Discounts." *International Journal of Financial, Accounting, and Management* 3 (1): 1–14. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v3i1.510>.

⁶ Kristiantari, I Dewa Ayu. 2013. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Saat Penawaran Perdana Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 53 (9): 1689–99.

$$DER = Total\ debt : Equit$$

c. Implikasi Persepsi Risiko

Penelitian mengenai persepsi risiko yang mempengaruhi minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO memiliki dampak yang sangat besar pada sektor ini, khususnya di pasar modal Indonesia. Dengan pemahaman yang menyeluruh mengenai persepsi risiko investor selama proses E-IPO, industri ini dapat mengembangkan metode yang berhasil untuk menarik lebih banyak investor dalam penawaran saham perusahaan secara elektronik. Komunikasi yang jujur dan terbuka mengenai potensi bisnis dan bahaya E-IPO dapat meminimalkan ketidakpastian investor dan meningkatkan kepercayaan diri dalam berinvestasi. Memahami persepsi risiko juga memungkinkan perusahaan untuk merancang kampanye pemasaran yang terfokus, menekankan keuntungan dan manfaat potensial dari E-IPO, dan memberikan jawaban yang persuasif terhadap pertanyaan-pertanyaan manajemen risiko.

d. Implikasi Kualitas Informasi

Penelitian mengenai kualitas informasi yang mempengaruhi minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO memiliki dampak yang signifikan terhadap industri, khususnya di pasar modal Indonesia. Pentingnya menyajikan informasi terbaik dalam prospektus E-IPO merupakan faktor kunci yang menarik investor dan membentuk keputusan mereka untuk terlibat dalam penawaran saham elektronik perusahaan. Industri ini mengakui peran penting kualitas informasi dalam membangun kepercayaan investor. Mengingat sifat proses E-IPO yang berbasis teknologi, investor sangat mengandalkan informasi yang terkandung dalam prospektus perusahaan. Memberikan informasi yang jelas, tepat, dan transparan akan menanamkan kepercayaan pada investor mengenai prospek bisnis dan potensi risiko yang terkait dengan E-IPO. Kepercayaan investor yang meningkat ini berpotensi menarik lebih banyak peserta. Pemahaman yang komprehensif tentang kualitas informasi membantu perusahaan dalam merumuskan komunikasi yang efektif mengenai keuntungan dan manfaat E-IPO. Informasi berkualitas tinggi menggarisbawahi potensi pertumbuhan dan peluang investasi yang menarik bagi calon investor. Transparansi mengenai manajemen, visi, dan strategi bisnis memberdayakan investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih terinformasi dan rasional.

e. Implikasi Kepercayaan Investor

Penelitian mengenai dampak kepercayaan terhadap minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO memiliki arti penting bagi industri ini, terutama dalam konteks pasar modal Indonesia. Penelitian ini menggarisbawahi peran penting kepercayaan investor sebagai faktor penentu yang mempengaruhi kecenderungan mereka untuk berinvestasi dalam prosedur E-IPO. Tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan, manajemen, prospek bisnis, dan pasar modal secara keseluruhan dapat memberikan pengaruh positif, sehingga menarik lebih banyak investor untuk terlibat dalam penawaran saham secara elektronik. Sangat penting bagi industri untuk memahami pentingnya kepercayaan dalam proses E-IPO dan merumuskan strategi yang efektif untuk menumbuhkan dan mempertahankan kepercayaan investor. Komunikasi yang terbuka, konsisten, dan transparan berfungsi untuk mengesahkan kredibilitas perusahaan dan memperkuat kepercayaan investor. Selain itu, komitmen perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dengan integritas dan tanggung jawab akan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi para investor.

METODE PENELITIAN

Dalam paper ini metode penelitian yang digunakan merupakan studi literatur yang berkenaan dengan mencatat, membaca literatur terdahulu yang telah ada. Dalam paper ini terdapat beberapa jurnal dan buku studi literatur terdahulu yang digunakan.

PEMBAHASAN

A. Bagaimana Tingkat Risiko Memengaruhi Minat Investor Membeli Saham IPO

Penelitian mengenai persepsi risiko yang memengaruhi minat partisipasi dalam Initial Public Offering (IPO) berbasis elektronik (E-IPO) memiliki implikasi yang signifikan bagi industri, khususnya di pasar modal Indonesia. Pemahaman yang mendalam terhadap persepsi risiko investor dalam konteks E-IPO memungkinkan industri untuk merumuskan strategi yang efektif dalam menarik investor lebih banyak dalam penawaran saham perusahaan secara elektronik. Komunikasi yang jujur dan transparan mengenai prospek bisnis dan risiko E-IPO dapat mengurangi tingkat ketidakpastian yang dirasakan oleh investor, sekaligus meningkatkan tingkat kepercayaan mereka terhadap keputusan berinvestasi. Pemahaman terhadap persepsi risiko juga memberikan kontribusi dalam menyusun

strategi pemasaran yang terfokus, menonjolkan keunggulan dan potensi keuntungan dari E-IPO, serta memberikan jawaban yang meyakinkan terkait pengelolaan risiko.⁷

Kemudian ada beberapa faktor tingkat risiko yang dapat memengaruhi minat investor terhadap IPO. Antara lain, sebagai berikut:

1. **Persepsi Risiko Investor**

- **Tingkat Risiko Absolut:** Investor akan menilai tingkat risiko yang melekat pada IPO. Jika risiko dianggap tinggi, minat investor dapat menurun.
- **Analisis Risiko-Reward:** Investor akan mempertimbangkan potensi keuntungan dan risiko yang terkait dengan IPO. Jika potensi keuntungan dianggap sebanding dengan risiko, minat investor dapat tetap tinggi.

2. **Kualitas Emisi IPO**

- **Reputasi Perusahaan:** Persepsi risiko terkait dengan reputasi perusahaan dapat mempengaruhi minat investor. Perusahaan dengan reputasi baik mungkin memiliki risiko yang lebih rendah.
- **Fundamental Keuangan:** Investor akan menilai fundamental keuangan perusahaan yang melakukan IPO. Keuangan yang sehat dapat meredakan risiko dan meningkatkan minat investor.

3. **Kondisi Pasar**

- **Keadaan Pasar Keuangan:** Jika kondisi pasar secara keseluruhan tidak stabil, investor mungkin lebih cenderung menghindari IPO karena risiko sistemik yang lebih tinggi.
- **Performa IPO Sebelumnya:** Kinerja IPO sebelumnya dapat memengaruhi persepsi risiko dan minat investor terhadap IPO baru.

4. **Jangka Waktu Investasi**

- **Pandangan Jangka Pendek vs. Jangka Panjang:** Investor dengan pandangan jangka panjang mungkin lebih toleran terhadap risiko jangka pendek yang terkait dengan IPO.

5. **Informasi dan Transparansi**

⁷ Hendro Lukmn, Danny Sanjaya,. 2020. "Pengaruh Pengungkapan Faktor Risiko Dalam Prospektus Terhadap Initial Return Initial Public Offering." *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2 (1): 68. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7134>

- **Kualitas Informasi:** Tingkat transparansi dan kualitas informasi yang tersedia tentang perusahaan dan IPO dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan investor dan, oleh karena itu, minat mereka.

6. **Faktor Eksternal**

- **Kondisi Ekonomi Makro:** Faktor-faktor eksternal seperti kondisi ekonomi makro dan kebijakan pemerintah dapat mempengaruhi persepsi risiko secara keseluruhan.

7. **Penawaran dan Permintaan**

- **Ketertarikan Publik:** Tingkat ketertarikan publik terhadap suatu IPO dapat mempengaruhi permintaan, yang pada gilirannya dapat memengaruhi harga dan risiko.

8. **Ketidakpastian Pasar**

- **Faktor Tidak Terduga:** Faktor-faktor tidak terduga atau ketidakpastian di pasar dapat meningkatkan risiko dan mengurangi minat investor.

B. Bagaimana Kualitas Informasi Memengaruhi Minat Investor Untuk Ikut Andil Dalam E-IPO

Penelitian mengenai kualitas informasi yang menentukan minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO memiliki dampak yang signifikan terhadap sektor ini, khususnya di pasar modal Indonesia. Perlunya menyediakan materi berkualitas tinggi dalam prospektus E-IPO menarik minat investor dan mempengaruhi pilihan mereka untuk berpartisipasi dalam penawaran saham elektronik perusahaan. Industri ini menyadari bahwa kualitas informasi sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan investor. Proses E-IPO yang digerakkan oleh teknologi mengharuskan investor untuk mengandalkan informasi yang disertakan dalam prospektus perusahaan. Informasi yang jelas, akurat, dan transparan akan menanamkan kepercayaan investor terhadap kemungkinan bisnis dan bahaya yang terlibat dalam E-IPO. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor dan dapat mendorong investor lain untuk berinvestasi. Memahami kualitas informasi memungkinkan bisnis untuk menciptakan pesan yang sukses tentang keuntungan dan manfaat E-IPO. Materi berkualitas tinggi menekankan potensi pertumbuhan dan prospek investasi yang menarik bagi para investor. Transparansi dalam

manajemen, visi, dan strategi perusahaan memungkinkan investor untuk membuat keputusan investasi yang lebih masuk akal dan terinformasi.⁸

Kualitas informasi memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap minat partisipasi E-IPO di pasar modal Indonesia. Informasi yang baik dalam prospektus E-IPO memberikan dampak yang signifikan terhadap minat investor untuk berpartisipasi. Informasi yang jelas, tepat, lengkap, dan transparan memungkinkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang lebih baik, mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kepercayaan investor, dan melindungi investor. Investor akan lebih tertarik dan termotivasi untuk berpartisipasi dalam E-IPO jika mereka memiliki akses ke informasi yang akurat tentang perusahaan yang menerbitkan saham.⁹

C. Bagaimana Tingkat Kepercayaan Investor Terhadap Perusahaan Memengaruhi Minat Partisipasi Dalam E-IPO

Kepercayaan mendorong minat untuk berpartisipasi dalam E-IPO, yang memiliki dampak besar pada sektor ini, khususnya di pasar modal Indonesia. Studi ini menggarisbawahi pentingnya kepercayaan investor sebagai faktor penentu yang memengaruhi minat mereka untuk berpartisipasi dalam proses E-IPO. Kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan, manajemen, prospek bisnis, dan pasar modal secara keseluruhan dapat mendorong lebih banyak investor untuk terlibat dalam penawaran saham perusahaan secara elektronik. Industri harus menyadari pentingnya kepercayaan dalam proses E-IPO dan merancang cara-cara yang efektif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan investor. Komunikasi yang jujur, konsisten, dan terbuka menunjukkan kepercayaan perusahaan dan membangun kepercayaan investor. Selain itu, dedikasi perusahaan dalam mengelola operasinya dengan kejujuran dan akuntabilitas menumbuhkan atmosfer positif bagi para investor.¹⁰

Kepercayaan investor memiliki pengaruh yang besar dan menguntungkan terhadap minat E-IPO di pasar modal Indonesia. Besarnya kepercayaan terhadap

⁸ Dita, Kharisma, Jurusan Manajemen, and Fakultas Ekonomi. 2013. "Kharisma Dita; Faktor-Faktor Penentu Kinerja ... 40." *Jurnal Ilmu Manajemen* / 1.

⁹ Isfaatun, Eliya, and Atika Jauharia Hatta. 2010. "Analisis Informasi Penentu Harga Saham." *Jurnal Ekonomi Bisnis* 15 (1): 66–74.

¹⁰ Pengaruh, Analisis, Persepsi Risiko, Kualita Informasi Dan, Muhammad Wafa, Wakhid Soedjono, and Fathir Ashfath. n.d. "Kepercayaan Investor Terhadap Minat Berpartisipasi Dalam E-Ipo Pada Pasar Modal Indonesia" 3

perusahaan, manajemen, prospek bisnis, dan pasar modal secara keseluruhan mempengaruhi minat investor. Investor dengan tingkat kepercayaan yang tinggi akan lebih bersemangat dan terdorong untuk terlibat dalam E-IPO. Kebutuhan akan komunikasi yang jujur dan terbuka dalam proses E-IPO sangat penting untuk membangun kepercayaan investor dan menumbuhkan minat untuk berinvestasi.

KESIMPULAN

Pemahaman terhadap persepsi risiko juga memberikan kontribusi dalam menyusun strategi pemasaran yang terfokus, menonjolkan keunggulan dan potensi keuntungan dari E-IPO, serta memberikan jawaban yang meyakinkan terkait pengelolaan risiko. Kemudian kualitas informasi memiliki pengaruh yang baik dan signifikan terhadap minat partisipasi E-IPO di pasar modal Indonesia. Informasi yang baik dalam prospektus E-IPO memberikan dampak yang signifikan terhadap minat investor untuk berpartisipasi. Informasi yang jelas, tepat, lengkap, dan transparan memungkinkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang lebih baik, mengurangi ketidakpastian, meningkatkan kepercayaan investor, dan melindungi investor. Kepercayaan investor memiliki pengaruh yang besar dan menguntungkan terhadap minat E-IPO di pasar modal Indonesia. Besarnya kepercayaan terhadap perusahaan, manajemen, prospek bisnis, dan pasar modal secara keseluruhan mempengaruhi minat investor. Investor dengan tingkat kepercayaan yang tinggi akan lebih bersemangat dan terdorong untuk terlibat dalam E-IPO. Kebutuhan akan komunikasi yang jujur dan terbuka dalam proses E-IPO sangat penting untuk membangun kepercayaan investor dan menumbuhkan minat untuk berinvestasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dita, Kharisma, Jurusan Manajemen, and Fakultas Ekonomi. 2013. "Kharisma Dita; Faktor-Faktor Penentu Kinerja ... 40." *Jurnal Ilmu Manajemen* | 1.
- Hendro Lukman, Danny Sanjaya,. 2020. "Pengaruh Pengungkapan Faktor Risiko Dalam Prospektus Terhadap Initial Return Initial Public Offering." *Jurnal Paradigma Akuntansi* 2 (1): 68. <https://doi.org/10.24912/jpa.v2i1.7134>.
- Isfaatun, Eliya, and Atika Jauharia Hatta. 2010. "Analisis Informasi Penentu Harga Saham." *Jurnal Ekonomi Bisnis* 15 (1): 66–74.

- Kristiantari, I Dewa Ayu. 2013. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Saat Penawaran Perdana Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika* 53 (9): 1689–99.
- Pahlevi, Reza Widhar. 2014. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Underpricing Saham Pada Penawaran Saham Perdana Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Siasat Bisnis* 18 (2): 219–32. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol18.iss2.art8>.
- Pengaruh, Analisis, Persepsi Risiko, Kualita Informasi Dan, Muhammad Wafa, Wakhid Soedjono, and Fathir Ashfath. n.d. "Kepercayaan Investor Terhadap Minat Berpartisipasi Dalam E-Ipo Pada Pasar Modal Indonesia" 3.
- Puspaningsih, Abriyani, and Abdur Rahman Karim Mujib. 2011. "\Dilakukan, Maka Kiranyaperlulah Kiranya Topikinidibahas."
- Tizniti, Douaa, and Mohammed Rachid Aasri. 2021. "How Discounts Impact IPOs Valuation Performance and Underpricing? A Confrontation between Warranted and Unwarranted Discounts." *International Journal of Financial, Accounting, and Management* 3 (1): 1–14. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v3i1.510>.
- Ulfah, Atika, Lailatul Qodri, and Erni Febriani. 2023. "Determinan Overpricing Saham Pada Saat Initial Public Offering Di Bursa Efek Indonesia (Determinants of Stock Overpricing during Initial Public Offering on the Indonesian Stock Exchange)" 5 (1): 69–79.