BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bursa Efek Indonesia (BEI) sebagai bagian dari pasar modal berperan sebagai media yang mempertemukan antara pihak yang membutuhkan pendanaan dengan pihak lain yang memiliki kelebihan dana untuk diinvestasikan, dikarenakan pasar modal berfungsi sebagai penghubung antara emiten dan investor. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang pasar modal, konsep dasar pasar modal mencakup semua aktivitas yang berhubungan dengan penjualan efek dan penawaran saham kepada publik yang melibatkan perusahaan dan para investor (Wijaya, 2025). Pasar modal mencakup serangkaian aktivitas dan regulasi yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek (sekuritas). Ruang lingkupnya melibatkan perusahaan publik yang menerbitkan efek tersebut, serta berbagai lembaga dan profesi (Maniil et al., 2023).

Dengan meningkatnya persaingan di dunia bisnis, pasar modal terus menunjukkan perkembangan yang pesat, buktinya jumlah perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) kian bertambah (Romli & Sjarif, 2025). Dalam kegiatan pasar modal, melibatkan penjual saham, pembeli saham dan sekuritas ketiganya memiliki kepentingan yang berbeda. Bagi emiten, pasar modal menjadi alternatif untuk memperoleh tambahan dana. Bagi investor, pasar modal merupakan sarana investasi untuk mencapai tingkat keuntungan yang optimal. Sementara itu, bagi perusahaan sekuritas menjadi perantara antara emiten dan investor saham (Wijaya, 2025). Bursa Efek Indonesia di pasar modal berfungsi sebagai penyedia sarana perdagangan. Selain itu, Bursa Efek Indonesia juga menjalankan peran pengawasan terhadap aktivitas transaksi di pasar modal. Dengan membeli saham, seorang investor secara langsung memperoleh porsi kepemilikan dan hak sebagai bagian dari pemilik perusahaan tersebut (Maniil et al., 2023).

Emiten merupakan perusahaan yang melakukan penerbitan saham maupun obligasi sebagai instrumen yang dapat diperdagangkan di pasar modal. Pada dasarnya perusahaan memerlukan sumber pendanaan yang memadai untuk

mendukung kegiatan operasional dan pengembangan usahanya. Ketika suatu perusahaan memutuskan untuk melepas sahamnya ke publik untuk pertama kalinya, perusahaan tersebut memasuki proses *Initial public offering* (IPO) atau penawaran umum perdana. Pada fase ini, status perusahaan berubah menjadi perusahaan terbuka (*go public*). Penawaran Umum Perdana (IPO) didefinisikan sebagai langkah strategis perusahaan di pasar modal untuk menjual saham yang baru diterbitkan kepada investor. Transaksi penjualan saham awal ini wajib dilakukan melalui pasar perdana. Pasar perdana adalah tempat di mana perusahaan yang baru pertama kali menjual saham ke publik (emiten) bertemu dengan investor untuk transaksi penjualan awal (Danis Dwi Brahmansyah, 2023).

Suatu perusahaan untuk dapat menjaga keberlanjutan pertumbuhan serta kelancaran aktivitas operasional, perusahaan membutuhkan ketersediaan modal yang memadai. Kebutuhan perusahaan akan pembiayaan dan pendanaan juga mengalami peningkatan. Pembiayaan tersebut dapat dipenuhi melalui berbagai alternatif, salah satunya dengan memperoleh pinjaman dari bank atau institusi keuangan lainnya. Alternatif lainnya adalah mengumpulkan modal melalui penawaran saham kepada masyarakat luas melalui mekanisme *Initial public offering* (IPO) (Sari et al., 2020). Menurut Darmawati & Satory (2025) Proses *go public* memberikan sejumlah manfaat strategis, antara lain membuka akses terhadap sumber pendanaan baru, memberikan keunggulan kompetitif dalam pengembangan usaha, memungkinkan akuisisi perusahaan lain melalui pembiayaan dari penerbitan saham baru, meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan usaha (*going concern*), serta memperbaiki citra dan meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam pelaksanaannya, harga saham yang ditawarkan pada saat IPO ditetapkan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan penerbit (emiten) dan penjamin emisi (*underwriter*) (Rumanto, 2022). Keterbatasan informasi yang tersedia menyebabkan emiten mengalami kesulitan dalam menetapkan harga saham perdana. Oleh karena itu, emiten menyusun dan menerbitkan prospektus yang memuat informasi mengenai kondisi dan kinerja perusahaan. Prospektus tersebut digunakan oleh investor sebagai dasar dalam menilai risiko serta menentukan nilai

wajar saham yang ditawarkan oleh emiten (Priscilla et al., 2024). Pada saat perusahaan melakukan *Initial public offering* (IPO), sering muncul fenomena yang umum dihadapi oleh emiten yakni seperti terjadinya kondisi *overpricing* dan *underpricing* (Ulfah et al., 2024).

Underpricing merupakan kondisi ketika harga saham pada saat penawaran umum perdana ditetapkan lebih rendah dibandingkan dengan harga saham yang terbentuk di pasar sekunder pada hari pertama perdagangan. Tingkat *underpricing* yang terjadi akan menentukan besarnya initial *return* yang diperoleh investor, karena selisih harga tersebut mencerminkan keuntungan awal setelah saham mulai diperdagangkan di pasar modal (Taslim & Indrayenti, 2023). Setelah saham ditawarkan melalui IPO, pembentukan harga selanjutnya terjadi di pasar sekunder, di mana harga terbentuk sesuai mekanisme pasar melalui proses permintaan dan penawaran. Jika harga IPO tercatat lebih rendah daripada harga saham pada hari pertama perdagangan di pasar sekunder, maka kondisi tersebut menunjukkan terjadinya *underpricing* (Rumanto, 2022). Selain itu, penetapan harga saham ditetapkan berdasarkan kondisi internal perusahan seperti analisis fundamental dan kinerja keuangan operasional,.

Fenomena *underpricing* saham tidak memberikan keuntungan bagi perusahaan yang melakukan *go public*, sebab kondisi tersebut menyebabkan perolehan dana menjadi tidak maksimal. Dengan demikian, pemilik perusahaan yang berencana melakukan penawaran umum perdana cenderung berupaya mengurangi potensi terjadinya *underpricing* tersebut (Lestari & Trihastuti, 2020). Menurut Chrisnanda & Raharja (2023) tingginya tingkat *underpricing* sangat dipengaruhi oleh adanya asimetri informasi yang dialami oleh *underwriter* saat fase negosiasi berlangsung. Fenomena ini menunjukkan bahwa ketidakseimbangan informasi secara langsung memperbesar selisih harga saham perdana.

Fenomena *underpricing* dapat disebabkan oleh asimetri informasi di pasar perdana. Asimetri informasi dapat terjadi di antara investor ketika tidak semua investor memiliki akses informasi yang sama. Dalam kondisi ini, sebagian investor mungkin memiliki pengetahuan yang lebih lengkap atau lebih mendalam mengenai

suatu perusahaan dibandingkan investor lainnya yang tidak memperoleh informasi serupa (Pradnyadevi & Suardikha, 2020).

Underpricing pada penawaran saham perdana merupakan fenomena yang secara konsisten muncul tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di berbagai pasar modal dunia seperti di beberapa Negara ASEAN yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, hingga Filipina.

Tabel 1. 1

Data *Underpricing* IPO di beberapa Negara ASEAN Tahun 2024

	Indonesia	**Filipina**	**Malaysia**	**Singapura**	**Thailand**	**Vietnam**
	2024	2024	2024	2024	2024	2024
Underpricing	37	1	41	2	21	0
Stagnan	0	0	5	0	0	0
Overpricing	4	2	9	2	11	1
Total	41	3	55	4	32	1
Persentase	**90,2%**	**33,3%**	**74,5%**	**50%**	**65,6%**	**0%**

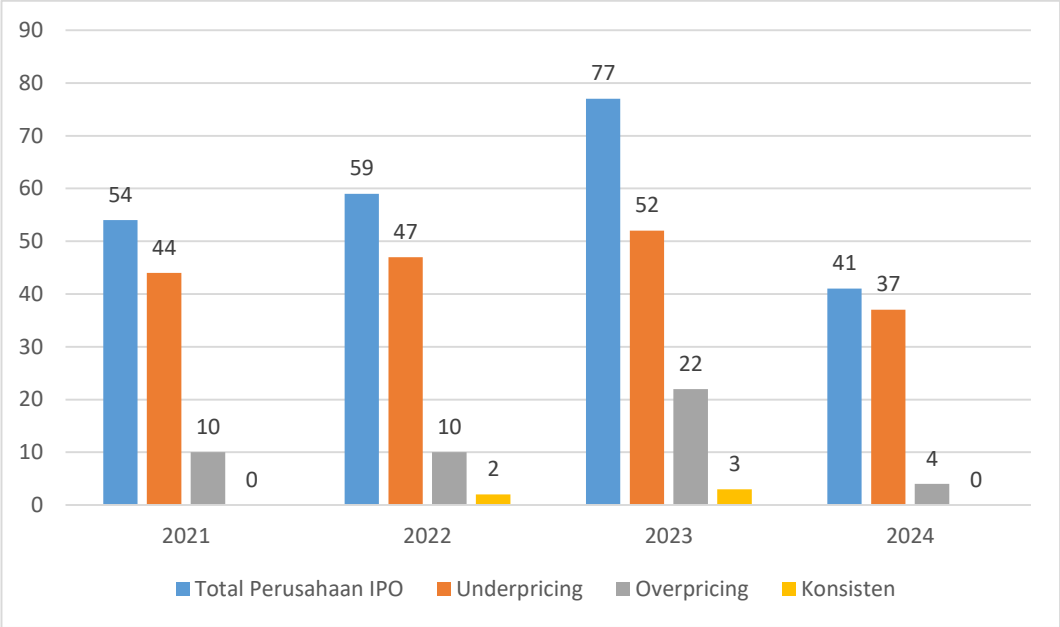
Sumber : IDX, PSE, MYX, SGX, SET, HOSE, Investing

Berdasarkan data IPO di beberapa negara ASEAN selama tahun 2024, dapat disimpulkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan tingkat *underpricing* IPO tertinggi di kawasan ASEAN pada tahun 2024. Dari 41 perusahaan yang melakukan *Initial Public Offering* (IPO), sebanyak 37 perusahaan atau 90,2% mengalami *underpricing*. Persentase tersebut lebih tinggi dibandingkan Malaysia sebesar 74,5%, Thailand sebesar 65,6%, Singapura sebesar 50%, Filipina sebesar 33,3%, sedangkan Vietnam tidak memiliki perusahaan yang mengalami *underpricing*. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa fenomena *underpricing* pada perusahaan IPO di Indonesia masih lebih dominan dibandingkan negara-negara ASEAN lainnya.

Tingginya tingkat *underpricing* di Indonesia menjadi permasalahan bagi perusahaan karena sebagian besar perusahaan yang melakukan IPO di Indonesia belum memperoleh dana secara optimal dari penawaran saham perdana. Hal ini terjadi karena harga saham yang ditetapkan pada saat IPO lebih rendah dibandingkan harga yang terbentuk pada hari pertama perdagangan di pasar sekunder. Kondisi ini menyebabkan perusahaan berpotensi tidak memperoleh dana secara optimal dari penawaran saham yang dilakukan, sehingga mengurangi

manfaat pendanaan yang seharusnya dapat diperoleh melalui IPO. Oleh karena itu, tingginya tingkat *underpricing* pada perusahaan IPO di Bursa Efek Indonesia menunjukkan bahwa penentuan harga saham perdana masih menjadi isu yang penting untuk dikaji, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia tahun 2024.

Dalam kurun waktu lima tahun terakhir, aktivitas *initial public offering* (IPO) di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan. Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia, selama periode 2021–2024 terdapat 231 perusahaan yang melakukan IPO. Peningkatan jumlah emiten tersebut turut diiringi dengan fenomena *underpricing* yang masih mendominasi pasar perdana.



Sumber : *www.idx.co.id* (data diolah, 2025)

Grafik 1. 1

Perusahaan IPO Tahun 2021-2024

Berdasarkan grafik tersebut dapat disimpulkan bahwa 77% atau 180 perusahaan dari 231 perusahaan yang melakukan IPO selama tahun 2021-2024 mengalami *underpricing*. Angka ini cukup tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang mengalami *overpricing* yang terdapat pada 46 perusahaan atau 20% dari total perusahaan yang melakukan IPO pada tahun 2021-2024.

Taslim & Indrayenti (2023) mengatakan bahwa *underpricing* merupakan kondisi ketika harga saham pada saat penawaran umum perdana berada pada nilai lebih rendah dibandingkan dengan harga saham yang terbentuk di pasar sekunder pada hari pertama perdagangan. Kondisi *underpricing* saham tidak menguntungkan bagi perusahaan karena harga penawaran perdana yang lebih rendah dari harga pasar mengakibatkan dana yang dihimpun dari publik tidak maksimal, sehingga perusahaan berpotensi kehilangan tambahan modal yang seharusnya dapat diperoleh (Lestari & Trihastuti, 2020). Sedangkan jika terjadi *overpricing* atau kondisi ketika harga saham pada saat *Initial public offering* lebih tinggi dibandingkan harga penutupan hari pertama di pasar sekunder. Bagi perusahaan kondisi *overpricing* menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengumpulkan dana dalam jumlah mendekati maksimum dari penawaran publik perdana. Namun, kondisi tersebut yang dirugikan adalah investor yang membeli saham saat IPO, karena harga di pasar sekunder justru berada di level yang lebih rendah akibat lemahnya permintaan (Apriliani & Bustamam, 2022). Berikut merupakan data yang telah diolah dan dianalisis mengenai tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO periode tahun 2024. *Underpricing* dapat dihitung menggunakan rumus *Initial Return* (IR) yaitu harga saat penutupan hari pertama dipasar sekunder dikurangi harga saham perdana dibagi dengan harga saham perdana.

Tabel 1. 2

Data Perusahaan yang Melakukan IPO Tahun 2024

No	Kode Emiten	IPO *Price*	Close *Price*	Selisih	Keterangan
1	MDIY	1650	1690	2.42%	*Underpricing*
2	VERN	195	200	2.56%	*Underpricing*
3	DOSS	135	182	34.81%	*Underpricing*
4	GOLF	200	270	35.00%	*Underpricing*
5	PART	105	131	24.76%	*Underpricing*
6	SPRE	125	137	9.60%	*Underpricing*

7	MEJA	103	113	9.71%	*Underpricing*
8	LIVE	148	174	17.57%	*Underpricing*
9	GRPH	103	118	14.56%	*Underpricing*
10	ACRO	108	145	34.26%	*Underpricing*
11	BAIK	278	210	-24.46%	*Overpricing*
12	UNTD	240	232	-3.33%	*Overpricing*
13	NEST	200	270	35.00%	*Underpricing*
14	GUNA	150	202	34.67%	*Underpricing*
15	ISEA	250	312	24.80%	*Underpricing*
16	MSJA	300	346	15.33%	*Underpricing*
17	AADI	5550	6650	19.82%	*Underpricing*
18	BOAT	100	135	35.00%	*Underpricing*
19	ATLA	100	135	35.00%	*Underpricing*
20	MKAP	115	155	34.78%	*Underpricing*
21	ALII	272	340	25.00%	*Underpricing*
22	CGAS	338	422	24.85%	*Underpricing*
23	NAIK	107	144	34.58%	*Underpricing*
24	MHKI	160	216	35.00%	*Underpricing*
25	VISI	120	153	27.50%	*Underpricing*
26	HYGN	145	165	13.79%	*Underpricing*
27	DAAZ	880	1100	25.00%	*Underpricing*
28	PTMR	128	137	7.03%	*Underpricing*

29	BLES	183	246	34.43%	*Underpricing*
30	BATR	110	120	9.09%	*Underpricing*
31	SOLA	110	148	34.55%	*Underpricing*
32	SMGA	105	141	34.29%	*Underpricing*
33	SMLE	175	236	34.86%	*Underpricing*
34	NICE	438	525	19.86%	*Underpricing*
34	DATA	188	252	34.04%	*Underpricing*
36	MANG	100	90	-10.00%	*Overpricing*
37	ASLI	100	89	-11.00%	*Overpricing*
38	AREA	131	139	6.11%	*Underpricing*
39	TOSK	125	130	4.00%	*Underpricing*
40	MPIX	268	334	24.63%	*Underpricing*
41	LABS	102	137	34.31%	*Underpricing*

Sumber: *www.idx.co.id* (data diolah 2025)

Berdasarkan data perusahaan yang melakukan IPO, dari 41 perusahaan tercatat sebanyak 37 perusahaan mengalami *underpricing* dan hanya 4 perusahaan mengalami *overpricing*. Fenomena ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan yang melakukan penawaran saham perdana menetapkan harga IPO lebih rendah dibandingkan harga penutupan pada hari pertama perdagangan. Jika dilihat berdasarkan sektor, pada sektor *Consumer Cyclical* (barang konsumen *non* primer) terdapat 12 perusahaan yakni 10 *underpricing* dan 2 *overpricing*, *Consumer Non-Cyclical* (barang konsumen primer) sebanyak 4 perusahaan dengan seluruh perusahaan mengalami *underpricing*, sektor Energi 6 perusahaan dengan seluruh perusahaan mengalami *underpricing*, sektor *Industrial* (industri) 4 perusahaan dengan seluruh perusahaan mengalami *underpricing*, sektor *Basic Material* (bahan baku) 8 perusahaan dengan seluruh perusahaan mengalami *underpricing*, sektor

Infrastruktur 3 perusahaan terdapat 1 perusahaan yang mengalami *underpricing* dan 2 perusahaan yang mengalami *overpricing*, sektor Teknologi 3 perusahaan dengan seluruh perusahaan mengalami *underpricing*, serta sektor *Healthcare* (kesehatan) 1 perusahaan mengalami underpricing. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena *underpricing* mendominasi hampir seluruh sektor industri. Dominannya *underpricing* ini menjadi fenomena menarik karena mengindikasikan adanya kecenderungan perusahaan atau *underwriter* dalam menetapkan harga yang relatif rendah untuk menarik minat investor dan memastikan saham terserap pasar.

Berdasarkan fenomena tersebut, beberapa peneliti telah melakukan penelitian untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhinya tingkat *underpricing* saham pada perusahaan yang melakukan IPO. Ditemukan adanya perbedaan hasil dalam sejumlah penelitian terdahulu antara satu peneliti dengan peneliti lainnya. Beberapa faktor yang mempengaruhi *underpricing* antara lain yaitu *Underwriter reputation* (Amelia et al., 2023), *Financial leverage* (Marcella & Saputra, 2024), dan Profitabilitas (Rukyah & Octavia, 2025).

Faktor pertama yang diduga dapat mempengaruhi *underpricing* adalah *underwriter reputation*. *Underwriter* atau penjamin emisi efek merupakan pihak yang ditunjuk melalui suatu perjanjian dan bertugas memfasilitasi pemanfaatan pasar modal oleh emiten dalam melaksanakan penawaran umum perdana (IPO). *Underwriter* memegang peran krusial dalam proses *go public*. *Underwriter* yang memiliki reputasi baik dinilai mampu menurunkan tingkat *underpricing*. Salah satu faktor yang dianggap berpengaruh terhadap tingkat *underpricing* adalah reputasi *underwriter*. *Underwriter* dengan reputasi tinggi dipersepsikan mampu memberikan estimasi harga yang lebih tepat serta mengurangi ketidakpastian informasi yang dialami oleh investor (Fikri & Jajuli, 2025).

Efek cenderung tidak menarik minat investor apabila harga penawaran perdananya ditetapkan terlalu tinggi. Sebaliknya, penetapan harga yang terlalu rendah dapat menyebabkan perusahaan dapat kehilangan peluang memperoleh keuntungan yang maksimal. Oleh sebab itu, *underwriter* memegang peran penting dalam menetapkan harga saham yang optimal pada pasar perdana (Meisya et al., 2023). Menurut Amelia et al. (2023) tahapan pelaksanaan IPO cukup panjang

sehingga menimbulkan berbagai kendala, salah satunya terkait dengan penentuan harga saham. Perusahaan sering mengalami kesulitan dalam memperoleh informasi mengenai kondisi pasar yang akurat untuk menilai serta menetapkan harga yang wajar, sehingga memerlukan pihak lain, seperti *underwriter*, untuk membantu proses tersebut

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amelia et al. (2023) dan Darmawan & Bustaman (2024) bahwa reputasi *underwriter* mampu memberikan pengaruh positif terhadap tingkat *underpricing*. Lalu menurut Aprianto et al. (2024) mengatakan bahwa reputasi *underwriter* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Chrisnanda & Raharja (2023) menyatakan bahwa reputasi *underwriter* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat *underpricing.*

Menurut Meisya et al. (2023) mengemukakan bahwa salah satu faktor yang diduga memengaruhi tingkat *underpricing* adalah reputasi penjamin emisi. Meskipun terdapat asimetri informasi antara *underwriter* dan perusahaan yang berpotensi mendorong terjadinya *underpricing*, kondisi tersebut belum mampu menjelaskan seberapa besar tingkat *underpricing* yang muncul. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa reputasi penjamin emisi berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing* saham pada IPO perusahaan di BEI ditolak. Lalu menurut Purwanti & Nusantara (2022) dan Jamaani & Alidarous (2023) mengatakan bahwa reputasi *underwriter* berpengaruh negatif dan signifikan. Artinya, semakin tinggi reputasi *underwriter*, semakin rendah tingkat *underpricing* yang terjadi.

Faktor kedua yang dinilai dapat mempengaruhi *underpricing* saham adalah *financial leverage*. *Financial leverage* mencerminkan sejauh mana perusahaan menggunakan pendanaan yang bersumber dari utang untuk mendukung kegiatan operasionalnya, sekaligus menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial kepada berbagai pihak, termasuk kreditur, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya (Apriliani & Bustamam, 2022). *Financial leverage* dalam penelitian ini menggunakan *debt to equity ratio* (DER) adalah rasio yang digunakan untuk menilai hutang dengan seluruh ekuitas serta memberikan

gambaran umum mengenai tingkat kelayakan dan risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. *Financial leverage* dipilih karena tinggi rendahnya *leverage* berbanding terbalik dengan tingkat keuntungan. Jadi, semakin besar *leverage* dapat menghambat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Dalam penelitian Ayu Ditasari & Dwi Haryanto (2024), Rafendra et al. (2025) dan Setyorini et al. (2024) mengatakan bahwa *financial leverage* berpengaruh positif dan signifikan, di mana semakin tinggi nilai rasio tersebut, semakin besar pula risiko yang harus ditanggung perusahaan karena dapat memengaruhi kebijakan keuangannya. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *financial leverage* maka semakin besar kemungkinan perusahaan mengalami *underpricing*. Sedangkan menurut penelitian Marcella & Saputra (2024) mengatakan *financial leverage* mempunyai dampak pengaruh negatif tetapi tidak signifikan kepada IPO *underpricing*. Menurut penelitian Isnaini & Oktavianna (2024) bahwa *financial leverage* tidak berpengaruh terhadap *underpricing* saham, lalu menurut Yudha Tri Haryogi & Sjarief Hidajat (2025) mengatakan adanya asimetri informasi dalam prospektus membuat investor bersikap lebih hati-hati terhadap informasi terhadap penggunaan rasio *leverage* yang disampaikan, sehingga rasio tersebut cenderung tidak digunakan sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan yang melakukan IPO. Dengan kondisi tersebut, *financial leverage* terbukti tidak memiliki pengaruh pada *underpricing* saham yang ditawarkan saat IPO.

Faktor lain yang dinilai mempengaruhi *underpricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih (Wenehen et al., 2025). Rasio profitabilitas dengan pengukuran menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA) ini menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *return* berdasarkan total aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasional (Fitriana, 2024). *Return on assets* dipilih karena mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari seluruh aset yang dimiliki. Oleh karena itu dengan tingginya profitabilitas menunjukkan kinerja dan risiko perusahaan yang lebih baik, sehingga dapat mengurangi ketidakpastian informasi dan menurunkan tingkat *underpricing* saham IPO.

Menurut Setyorini et al. (2024) menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *underpricing,* yang menunjukkan bahwa tingginya tingkat profitabilitas perusahaan mampu menciptakan persepsi positif di kalangan investor. Persepsi tersebut meningkatkan permintaan saham pada awal perdagangan, sehingga memicu kenaikan harga saham di pasar sekunder. Menurut Budiyanto & Setyabudi (2023) dan Mareta et al. (2026) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap *underpricing*. Sedangkan menurut Saputra et al. (2023) adalah profitabilitas yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *underpricing*, di mana profitabilitas perusahaan dapat memberikan informasi kepada investor mengenai tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan. Informasi ini membantu menekan tingkat ketidakpastian dalam penetapan harga wajar saat IPO, sehingga dapat menurunkan potensi terjadinya *underpricing.* Dengan kata lain, semakin tinggi nilai profitabilitas, semakin rendah kemungkinan terjadinya *underpricing.*

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, terlihat bahwa masih terdapat kesenjangan fenomena dan *research gap underpricing* serta menunjukkan hasil temuan yang belum konsisten dari penelitian terdahulu. Hal tersebut menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih mendalam terkait pengaruh *underwriter reputation, financial leverage* dan profitabilitas terhadap *underpricing* saham IPO. Penelitian ini memiliki pembeda dari riset terdahulu, yaitu melalui kombinasi variabel *underwriter reputation*, *financial leverage* dan profitabilitas dengan menggunakan variabel *dummy* pada variabel dependen. Demikian peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Underwriter Reputation, Financial Leverage* dan Profitabilitas Terhadap *Underpricing* Saham pada Perusahaan yang melakukan *Initial public offering* (IPO) di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2024"**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *Underwriter reputation* terhadap *Underpricing*?
2. Bagaimana pengaruh *Financial leverage* terhadap *Underpricing*?

3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap *Underpricing*?

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan paparan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menghasilkan fakta empiris dan menghasilkan model sebagai berikut:

1. Pengaruh *Underwriter reputation* terhadap *Underpricing*.
2. Pengaruh *Financial leverage* terhadap *Underpricing.*
3. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Underpricing.*

1.4.Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah dijelaskan, maka penelitian ini memiliki manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan antara lain:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan dalam bidang akuntansi dan keuangan khususnya mata kuliah akuntansi keuangan dan manajemen keuangan, terutama terkait pengaruh reputasi *underwriter*, *financial leverage* dan profitabilitas terhadap tingkat *underpricing* pada perusahaan yang melakukan IPO di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2024. Temuan penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam memahami proses penetapan harga saham perdana, pengambilan keputusan pendanaan, serta penilaian kinerja keuangan perusahaan dalam konteks pasar modal.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapunderkan dapat menjadi bahan masukan dalam melakukan penawaran saham perdana atau *initial public offering* (IPO) untuk meminimalkan risiko kehilangan potensi modal sehingga dapat mengurangi tingkat *underpricing* dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*.

b. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk melakukan keputusan investasi dalam menilai kualitas perusahaan yang akan melakukan *initial public offering* (IPO) melalui faktor-faktor yang mempengaruhi *underpricing*.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan ataupun referensi untuk melakukan pengembangan penelitian selanjutnya dan dapat menjadi pembanding dalam menganalisis konsistensi pengaruh variabel-variabel yang relevan.