



Pengaruh Kupon, Maturitas dan Rating terhadap Harga Obligasi Korporasi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2023

The Effect of Coupons, Maturity and Rating on the Price of Corporate Bonds on The Indonesian Stock Exchange in 2020-2023

David Gerald H. Simamora^{1*}, Tohap Parulian Sihombing², Ihsan Effendi³

^{1, 2, 3, 4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Medan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kupon, maturitas dan rating obligasi terhadap harga obligasi korporasi di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2020-2023. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan purposive sampling. Jumlah perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini 40 perusahaan, sehingga terdapat 160 sampel penelitian. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kupon (X₁), maturitas (X₂), rating (X₃), sedangkan variabel terikat adalah harga obligasi. Analisis data menggunakan analisis regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kupon berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi perusahaan korporasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023. Secara parsial maturitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga obligasi perusahaan korporasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023. Secara parsial rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai harga obligasi perusahaan korporasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023. Kupon, maturitas dan rating secara serempak berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi perusahaan korporasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2020-2023.

Kata kunci: Kupon, Maturitas, Rating, Harga Obligasi

Abstract

This research aims to analyze the influence of coupons, maturity, and bond ratings on corporate bond prices on the Indonesia Stock Exchange in 2020 - 2023. The sample selection method in this research was carried out using purposive sampling. The number of companies used in this research was 40 companies, so there were 160 research samples. The independent variables in this research are coupon (X₁), maturity (X₂), and rating (X₃), while the dependent variable is bond price. Data analysis uses panel data regression analysis. The results of the research show that partial coupons have a positive and significant effect on the bond prices of corporate companies listed on the BEI for the period 2020-2023. Partially maturity has a negative and significant effect on the prices of corporate company bonds listed on the BEI for the period 2020-2023. Partially The rating has a positive and significant effect on the price value of corporate company bonds listed on the IDX for the period 2020-2023. Coupon, maturity, and rating simultaneously have a significant effect on the bond prices of corporate companies listed on the BEI for the period 2020-2023.

Keywords: Coupon, Maturity, Rating, Bond Price

Histori Artikel:

Diterima 14 Januari 2025, Direvisi 08 Maret 2025, Disetujui 20 Maret 2025, Dipublikasi 26 Maret 2025.

***Penulis Korespondensi:**

dvdgrldy@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.538>

PENDAHULUAN

Pasar modal adalah pasar jangka panjang yang di dalamnya terdapat berbagai macam Investor dapat berinvestasi di pasar modal melalui berbagai instrumen, salah satunya adalah obligasi. Menurut Purnamawati (2018), "Obligasi merupakan surat utang jangka panjang yang dapat dipindahtangankan dan berisi janji dari pihak yang menerbitkan untuk membayar imbalan berupa bunga serta melunasi pokok utang pada waktu yang telah ditentukan." Hal ini menjadi pertimbangan bagi investor dalam memilih obligasi sebagai alternatif investasi dengan memperhatikan harga yang ditawarkan oleh penerbit.

Secara konseptual, Wijayanto (2020) mendefinisikan obligasi sebagai "bukti utang jangka panjang yang diterbitkan oleh emiten dengan jaminan penanggung yang mencantumkan janji pembayaran bunga dan pelunasan pokok pinjaman pada waktu jatuh tempo yang telah ditetapkan." Sari dan Abundanti (2019) menegaskan bahwa "daya tarik obligasi bagi investor terletak pada perolehan keuntungan tetap dalam jangka waktu relatif panjang dan relatif tidak terpengaruh fluktuasi suku bunga."

Keunggulan obligasi dibandingkan saham, menurut Ichsan et al. (2021), "terletak pada kepastian pembayaran kembali dan adanya tanggal jatuh tempo yang jelas." Setiap obligasi memiliki maturitas berbeda-beda. Tandelilin (2016) menjelaskan bahwa "dari waktu ke waktu, harga obligasi premium bonds dan discount bonds mengikuti kurva halus, yaitu harga premium bonds menurun dan harga discount bonds menaik."

Sebelum memutuskan untuk bertransaksi obligasi, faktor utama yang perlu diperhatikan adalah harga. Susanti dan Permana (2016) mendefinisikan "harga obligasi sebagai nilai yang ditetapkan ketika investor memperjualbelikan obligasi di pasar modal baik melalui transaksi bursa maupun Over the Counter (OTC)." Menurut Dewi dan Wirama (2017), "pemahaman tentang harga obligasi sangat esensial bagi investor untuk menentukan momentum tepat dalam bertransaksi."

Fabozzi (2010) mengidentifikasi bahwa "harga obligasi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti suku bunga SBI, likuiditas, rating, kupon, dan waktu jatuh tempo (maturity)." Perubahan pada faktor-faktor tersebut secara teoritis dapat mempengaruhi harga obligasi. Dalam penelitian ini, variabel yang dikembangkan adalah kupon, maturitas dan rating karena datanya lebih terkendali.

Faktor pertama yang mempengaruhi harga obligasi adalah kupon. Menurut Indarsih (2013), "kupon adalah imbalan yang diperoleh pihak pemberi pinjaman sebagai kompensasi atas kesediaannya meminjamkan dana, yang nilainya tetap dan dibayarkan sesuai waktu yang telah ditetapkan." Hidayat (2018) menyatakan bahwa "ketika suku bunga meningkat, nilai kupon juga meningkat karena kupon tinggi akan menarik minat investor, yang kemudian direspon pasar sehingga harga obligasi meningkat."

Faktor kedua adalah maturitas. Yuliani et al. (2016) mendefinisikan "maturitas sebagai jumlah tahun hingga jatuh tempo sebuah obligasi." Dhar (2016) menekankan "pentingnya investor mengetahui umur maturitas untuk keputusan investasi karena semakin lama maturitas obligasi akan meningkatkan risiko sehingga investor mengisyaratkan harga yang lebih besar."

Faktor ketiga adalah rating obligasi. Menurut Putri et al. (2017), "rating obligasi tercermin dari frekuensi perdagangan obligasi yang sering diperdagangkan dan banyak beredar di pasar." Achmad dan Setiawan (2007) menjelaskan bahwa "semakin tinggi rating obligasi menyebabkan harga obligasi cenderung meningkat, menurunkan risiko dan harga obligasi." Silalahi (2008) menyatakan "peringkat obligasi dan aktivitas perdagangan merupakan salah satu variabel penentu harga obligasi."

Menurut Silalahi (2008) peringkat obligasi dan aktivitas perdagangan juga merupakan salah satu variabel penentu harga obligasi. Harga tidak hanya ditentukan oleh kondisi internal saja akan tetapi sudah tentu ditentukan oleh kondisi eksternal. Achmad dan Setiawan (2007) dan

Silalahi (2008) menyatakan bahwa peringkat obligasi terhadap harga obligasi memiliki hubungan yang positif signifikan. Hal ini menunjukkan apabila rating meningkat maka harga obligasi juga akan meningkat. Penelitian Hadian (2013) menyatakan bahwa rating berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perubahan harga obligasi.

Terdapat beberapa penelitian yang melakukan kajian mengenai pengaruh kupon terhadap harga obligasi korporasi. Penelitian Susanti dan Permana (2016) menyatakan bahwa kupon berpengaruh positif signifikan terhadap harga obligasi. Sedangkan penelitian Yuliani et al. (2016) menemukan kupon berpengaruh negatif signifikan terhadap harga obligasi korporasi. Penelitian Putri et al. (2017) menemukan tingkat bunga kupon tidak berpengaruh pada harga obligasi. Penelitian Dhar (2016) menyatakan bahwa maturitas berpengaruh positif terhadap harga obligasi. Penelitian Indarsih (2013) menemukan maturitas berpengaruh positif terhadap harga obligasi, sedangkan penelitian Susanti dan Permana (2016) menemukan bahwa maturitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan harga obligasi.

Berdasarkan tinjauan literatur di atas, terdapat research gap yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Pada variabel kupon, terdapat perbedaan hasil penelitian dimana sebagian menemukan pengaruh positif (Susanti dan Permana, 2016), pengaruh negatif (Yuliani et al., 2016), dan tidak berpengaruh (Putri et al., 2017). Pada variabel rating, terdapat perbedaan signifikansi dimana sebagian menemukan pengaruh positif signifikan (Achmad dan Setiawan, 2007; Silalahi, 2008) dan positif tidak signifikan (Hadian, 2013). Inkonsistensi ini menunjukkan perlunya penelitian tambahan untuk mengklarifikasi hubungan antar variabel dalam konteks pasar obligasi di Indonesia.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif untuk menganalisis hubungan antar variabel. Menurut Sugiyono (2019), penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih, memungkinkan peneliti mengetahui apakah satu variabel memiliki kaitan dengan variabel lainnya. Pendekatan ini dipilih untuk menguji secara empiris pengaruh kupon, maturitas, dan rating terhadap harga obligasi korporasi di pasar modal Indonesia.

Populasi penelitian mencakup seluruh obligasi korporasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023. Sampel terdiri dari 40 perusahaan penerbit obligasi, dengan total 160-unit observasi yang dikumpulkan dari berbagai obligasi yang diterbitkan selama empat tahun pengamatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria spesifik yang memastikan relevansi data terhadap tujuan penelitian.

Penelitian menggunakan tiga variabel independen: kupon (X_1), maturitas (X_2), dan rating (X_3), sedangkan variabel dependen adalah harga obligasi (Y). Metode analisis yang digunakan adalah regresi data panel, yang memungkinkan peneliti mengakomodasi karakteristik time series dan cross section dari data obligasi, sehingga memberikan hasil estimasi yang lebih efisien dan komprehensif dibandingkan metode regresi konvensional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Panel

1. Uji Pemilihan Model Terbaik

Dalam analisis regresi data panel, pemilihan model dapat dilakukan melalui tiga pendekatan antara lain: Pendekatan Kuadrat Terkecil (Ordinary/Pooled Least Square), Pendekatan Efek Tetap (*Fixed Effect*) dan Pendekatan Efek Acak (*Random Effect*). Langkah pertama dalam menentukan model terbaik yang akan digunakan antara *pooled* atau *fixed effect* yaitu melalui uji chow. Apabila nilai F-statistic pada uji chow signifikan, maka selanjutnya dilakukan uji Hausman untuk menentukan antara metode *fixed effect* atau *random effect* yang

lebih tepat digunakan. Dari tiga model regresi yang dapat digunakan dalam mengestimasi data panel, maka model regresi terbaiklah yang akan digunakan dalam menganalisis data penelitian. Adapun hasil uji statistiknya adalah sebagai berikut :

a. Uji Chow

Uji chow dilakukan dengan tujuan untuk menentukan model terbaik antara *Common Effect* atau *Fixed Effect*. Uji pemilihan model regresi data panel yang digunakan adalah uji Chow seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Uji Chow

Effect Test	Statistic	df	Prob.
Period F	1,2844	(39,117)	0,1547

Dari hasil uji Chow maka dapat diketahui nilai *prob. cross-section F* sebesar $0,1547 > 0,05$, maka model analisis data panel yang terpilih adalah *Common Effect Model*.

b. Uji Hausmann

Uji hausmann dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui model terbaik yang digunakan antara *Random Effect Model (REM)* atau *Fixed Effect Model (FEM)*.

Tabel 2. Uji Hausmann

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq.d.f	Prob.
Period F	3,0186	3	0,3888

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari hasil uji Hausmann sebesar 0,3888 yang artinya lebih besar dari $\alpha 5\%$ ($0,3888 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya data yang dimiliki *Random Effect Model* lebih sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji LM

Uji LM berfungsi untuk menentukan estimasi terbaik, apakah menggunakan *random effect* atau tidak. Uji ini digunakan untuk memastikan model mana yang akan dipakai, dasar ini dilakukan uji ini apabila hasil *fixed effect* dan *random effect* tidak konsisten. Misalnya pada uji chow model yang cocok adalah *fixed effect*, namun pada saat dilakukan uji Hausman model yang cocok adalah *random effect*, sehingga untuk memutuskan model mana yang terbaik maka dilakukanlah uji *lagrange multiplier*. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 persen maka *common effect* yang dipilih. Sebaliknya jika kurang dari 0,05 persen maka *random effect* yang dipilih.

Tabel 3. Hasil Uji LM

	Cross section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	0,542447 (0,4614)	0,018904 (0,8906)	0,561351 (0,4537)

Berdasarkan hasil pengujian *Langrange Multiplier* bahwa nilai signifikansi atau probabilitas sebesar 0,4614 lebih besar dari Alpha 0,05 persen ($<0,05$), sehingga model terbaik yang digunakan adalah *ranndom effect model*. Oleh karena itu berdasarkan hasil uji LM maka penelitian menggunakan *Ranndom Effect Model*.

2. Hasil Analisis Model Data Panel

Berdasarkan uji spesifikasi model yang telah dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman dan uji Lagrange multiplier maka model yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM). Model ini dipilih karena memiliki nilai probabilitas dari masing-masing variabel yang lebih signifikan dari model lainnya. Hasil uji regresi panel dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Panel *Random Effect Model*

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.	Keterangan
Constant	96,3382	67,9100	0,0000	
Kupon	0,4801	3,8469	0,0002	Signifikan
Maturitas	-0,1897	-2,1366	0,0342	Signifikan
Rating	0,2885	4,1145	0,0001	Signifikan
R ² = 0,1661				
F-hitung = 9,3159				
Sig. = 0,0000				

Tabel 4 menunjukkan hasil uji regresi linear berganda data panel untuk menganalisis pengaruh kupon, maturitas terhadap harga obligasi perusahaan korporasi yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2023 memiliki regresi sebagai berikut :

$$\text{Harga obligasi} = 96,3382 + 0,4801 X_1 - 0,1897 X_2 + 0,2885 X_3$$

Nilai konstanta model regresi 96,3382, menyatakan bahwa ketika seluruh variabel dalam model penelitian sama dengan nol (tidak memiliki nilai) maka harga obligasi perusahaan sebesar 96,3382 yang merupakan pengaruh dari luar model regresi ini.

a. Koefisien Determinasi (R²)

Hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien determinasi atau R² bernilai 0,1661 berarti bahwa 16,61 % variasi variabel harga obligasi perusahaan dalam penelitian ini mampu dijelaskan oleh variasi variabel kupon, maturitas dan rating, sedangkan sisanya 83,39 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

b. Uji Serempak (F-test)

Hasil uji F pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 9,3159 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi F lebih kecil dari nilai probabilitas (0,0000 < 0,05), maka variabel kupon, maturitas dan rating secara serempak berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi perusahaan.

c. Uji Parsial (t-test)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Nilai t-tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan $df = n-k-1$ atau $160-4-1 = 155$. Hasil diperoleh untuk nilai t-tabel sebesar 1,57. Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 14 dapat dijelaskan bahwa:

- Variabel kupon memiliki nilai t-hitung sebesar 3,8469. Ini menunjukkan bahwa t-hitung < t-tabel yaitu $3,8469 > 1,57$. Jika dilihat dari tingkat signifikansi dalam tabel, variabel kupon memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,0002 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kupon berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi.
- Variabel maturitas memiliki nilai t-hitung sebesar -2,1365. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu $2,1365 > 1,57$. Jika dilihat dari tingkat signifikansi dalam tabel, variabel maturitas

memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,0342 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel maturitas berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi.

- c. Variabel rating memiliki nilai t-hitung sebesar 2,0913. Hal ini menunjukkan bahwa t-hitung $>$ t-tabel yaitu $4,1145 > 1,57$. Jika dilihat dari tingkat signifikansi dalam tabel, kualitas memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,0001 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa rating berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi.

Pembahasan

1. Pengaruh Kupon terhadap Harga Obligasi Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023

Nilai koefisien regresi variabel kupon memiliki tanda positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,4801 dengan nilai t-hitung sebesar 3,8469 lebih besar dari t-tabel (1,57). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kupon berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi. Kupon memiliki pengaruh positif terhadap harga obligasi, hal ini disebabkan dengan peningkatan nilai kupon akan semakin meningkatkan minat para investor untuk melakukan investasi obligasi. Menurut Wijayanto (2015:5) bahwa peningkatan nilai kupon obligasi yang ditawarkan oleh suatu perusahaan akan semakin meningkatkan harga obligasi, karena semakin banyak investor yang berminat untuk membeli obligasi yang ditawarkan.

Salah satu aspek yang paling penting dalam berinvestasi obligasi adalah kupon. Nilai kupon menarik apabila berada di atas bunga deposito atau inflasi. Investasi yang dilakukan dinilai berhasil, jika dapat membuat investasi di atas bunga deposito atau inflasi. Kemudian untuk kupon dalam teori bisa menjadi salah faktor obligasi tidak laku di pasaran. Penetapan bunga yang lebih tinggi dari kupon akan menjadikan harga obligasi di bawah nilai pari. Meskipun pada akhirnya akan kembali nilai parinya. Penetapan bunga yang lebih tinggi dari nilai pari akan membuat investor merasa khawatir. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Subagia dan Sedana (2015) dan Anandasari et al., (2017) menyatakan tingkat kupon obligasi berpengaruh positif signifikan terhadap harga obligasi.

2. Pengaruh Maturitas terhadap Harga Obligasi Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2020-2023

Nilai koefisien regresi variabel maturitas memiliki tanda positif dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,1897 dengan nilai t-hitung sebesar 2,1365 lebih besar dari t-tabel (1,57). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial maturitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi. Maturitas memiliki pengaruh positif terhadap harga obligasi. Maturitas merupakan tanggal jatuh tempo pemegang obligasi yang akan mendapatkan pembayaran kembali pokok atau nilai nominal obligasi yang dimilikinya. Semakin pendek jangka waktu obligasi, maka obligasi yang ditawarkan lebih diminati oleh investor dengan alasan memiliki resiko yang lebih kecil, dimana dengan jangka waktu yang lebih lama kemungkinan terjadi perubahan terhadap harga obligasi menjadi lebih besar, dimana jika terjadi penurunan harga obligasi yang cukup besar dapat mengakibatkan kerugian dalam berinvestasi.

Maturitas cukup tinggi dapat meningkatkan harga hbligasi yang disebabkan oleh investor mempunyai preferensi yang berbeda. Obligasi yang memiliki maturitas lebih panjang belum tentu akan diabaikan karena risiko tinggi yang dimilikinya. Investor telah memiliki kepercayaan pada emiten sehingga berapapun lama maturitas suatu obligasi korporasi tidak menjadi masalah bagi investor. Semakin panjangnya maturitas akan memberikan jumlah imbalan berupa kupon yang lebih banyak dibandingkan dengan maturitas pendek. Dengan demikian para investor cenderung memilih maturitas yang lebih panjang sehingga terjadi peningkatan permintaan yang mengakibatkan harga obligasi semakin meningkat. Menurut Wijayanto (2015:5) yang menyatakan bahwa semakin pendek jangka waktu jatuh tempo maka makin kecil durasi obligasi.

Dari hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan teori teori preferensi likuiditas dimana dikatakan bahwa umur obligasi yang semakin panjang dapat menawarkan hasil yang lebih besar dibandingkan dengan obligasi dengan umur yang lebih pendek. Hal ini disebabkan semakin lama periode obligasi dapat membuat risiko ketidakpastian terhadap obligasi menjadi semakin tinggi yang akan membuat investor lebih suka melakukan investasi jangka pendek. Sebaliknya, perusahaan membutuhkan dana lebih yang dapat digunakan lebih suka dengan dana pinjaman jangka panjang. Agar investor berminat meminjamkan dananya dalam jangka waktu yang panjang, maka perusahaan harus menawarkan keuntungan yang lebih tinggi pada obligasi dengan umur yang lebih panjang, sehingga dengan keuntungan yang lebih tinggi akan menarik minat investor memilih obligasi dengan umur yang panjang. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa panjang umur obligasi atau maturitas dapat mempengaruhi tinggi rendahnya harga obligasi. Hal ini didukung oleh penelitian Sumarna dan Badjra (2016); Nurinsania et al., (2019) dan Dyah dan Sudjarni (2016) yang menyatakan menyimpulkan bahwa waktu jatuh tempo berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perubahan harga obligasi korporasi berperingkat tinggi.

3. Pengaruh Rating terhadap Harga Obligasi Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2023

Nilai koefisien regresi variabel rating memiliki tanda positif dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,2885 dengan nilai t-hitung sebesar 4,1145 lebih besar dari t-tabel (1,57). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi. Rating atau peringkat obligasi sangat diperlukan oleh calon investor sehingga dapat mengetahui obligasi mana yang memiliki peringkat yang bagus. Semakin bagus peringkat suatu obligasi maka kemungkinan besar untuk mendapatkan keuntungan dari investasi yang dilakukan menjadi lebih besar, sehingga dengan peringkat obligasi yang semakin baik akan membuat harga obligasi juga semakin meningkat. Hal ini didukung oleh pendapat Tandelilin (2016:251) yang menyatakan bahwa semakin tinggi peringkat obligasi, maka harga obligasi semakin tinggi. Sebaliknya jika semakin rendah peringkat obligasi, maka harga obligasi akan semakin rendah.

Hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa seharusnya pihak perusahaan memberikan sinyal (informasi) kepada pengguna laporan keuangan. Peringkat obligasi merupakan informasi yang mencerminkan risiko gagal bayar dari suatu obligasi yang dijadikan bahan pertimbangan bagi investor untuk menentukan besarnya risiko yang akan dihadapi dan besarnya yield yang diharapkan ketika akan berinvestasi. Perusahaan dengan peringkat obligasi yang rendah akan menawarkan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki peringkat obligasi yang tinggi. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tinggi rendahnya peringkat obligasi akan mempengaruhi tinggi rendahnya harga obligasi. Hasil penelitian yang dilakukan sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hadian (2013) dan Sumarna dan Badjra (2016) yang menyatakan bahwa variabel Rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi. Semakin tinggi nilai peringkat perusahaan berdampak pada permintaan yang meningkat atas investasi karena investor memiliki kepercayaan yang lebih akan suatu perusahaan, sehingga harga obligasi mengalami kenaikan.

4. Pengaruh Kupon, Maturitas dan Rating terhadap Harga Obligasi yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 – 2023

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kupon, maturitas dan rating berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi perusahaan yang dapat diketahui dari nilai F-hitung lebih besar dari nilai F-tabel ($9,3159 > 2,46$) pada taraf signifikansi 5 %. Selain itu dapat dilihat dari nilai

signifikansi F sebesar 0,0000 yang lebih kecil dari $<0,05$ yang berarti bahwa variabel kupon, maturitas dan rating berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,1661 yang artinya harga obligasi dipengaruhi oleh variasi kupon, maturitas dan rating sebesar 16,61 %, dan sisanya 83,39 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikuti dalam penelitian ini. Nilai konstanta sebesar 96,3882 menunjukkan bahwa jika variabel kupon, maturitas dan rating dianggap konstan, maka nilai perusahaan sebesar 96,3882. Dari hasil penelitian ini maka hipotesis yang menyatakan variabel kupon, maturitas dan rating secara serempak berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi dapat diterima.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa: (1) Kupon berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi korporasi; (2) Maturitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga obligasi korporasi; (3) Rating berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga obligasi korporasi; (4) Kupon, maturitas dan rating secara simultan berpengaruh signifikan terhadap harga obligasi korporasi di BEI periode 2020-2023.

Keterbatasan penelitian ini meliputi rentang waktu yang relatif pendek dan tidak mempertimbangkan variabel makroekonomi seperti inflasi dan nilai tukar yang dapat mempengaruhi harga obligasi. Untuk penelitian selanjutnya disarankan memperluas periode penelitian, menambahkan variabel makroekonomi, dan membandingkan obligasi korporasi dengan obligasi pemerintah.

Implikasi penelitian ini memberikan informasi bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi obligasi dengan mempertimbangkan faktor kupon, maturitas, dan rating, serta bagi perusahaan dalam menentukan strategi penerbitan obligasi yang optimal untuk menarik minat investor.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N., & Setiawan, D. (2007). Pengaruh rating obligasi terhadap harga obligasi di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Siasat Bisnis*, 12(1), 45-62.
- Achmad, N., & Setiawan, G. (2007). Pengaruh rating dan kupon terhadap harga obligasi. *Jurnal Ilmiah Ranggagading*, 7(2), 101-110.
- Dewi, N. P. S., & Wirama, D. G. (2017). Pengaruh kupon, maturity, dan yield to maturity pada harga obligasi di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 20(2), 1288-1315.
- Dhar, J. (2016). The effects of maturity and interest rate on bond price's volatility. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(4), 83-89.
- Dhar, S. K. (2016). Determinants of corporate bond's yields. *Economy Working Paper SSRN*, 1-19.
- Dyah Purnama Sari, N. K., & Luh Komang Sudjarni. (2016). Pengaruh likuiditas obligasi, waktu jatuh tempo, dan kupon obligasi terhadap perubahan harga obligasi korporasi berperingkat. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2283-2310.
- Fabozzi, F. J. (2010). *Bond markets, analysis, and strategies* (7th ed.). Pearson Education.
- Fabozzi, J. F. (2011). *Manajemen investasi* (Buku Dua). Salemba Empat.
- Hadian, N. (2013). Pengaruh kupon obligasi, rating obligasi, dan maturitas terhadap harga obligasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 1(3), 315-332.
- Hadian, N. (2013). Influence of obligation level changes, interest rate, SBI, growing PDB, exchange rate Rupiah-USD, and inflation towards change of corporation obligation price that listing on PT BEI. *Widyatama Repository*.
- Hidayat, W. W. (2018). Pengaruh rating dan kupon terhadap harga obligasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(2), 290-301.

- Ichsan, R., Husnan, T., & Alfiani, F. (2021). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi harga obligasi korporasi. *Journal of Business and Economics Research*, 2(2), 82-91.
- Indarsih, N. (2013). Pengaruh tingkat suku bunga SBI, rating, likuiditas, dan maturitas terhadap yield to maturity obligasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-10.
- Indarsih, N. (2013). Pengaruh tingkat suku bunga SBI, rating, dan maturitas terhadap yield to maturity obligasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 125-136.
- Purnamawati, I. G. A. (2018). Analisis pengaruh kupon obligasi, rating, likuiditas, dan maturitas terhadap harga obligasi korporasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(1), 40-50.
- Putri, I. R. K., Harimurti, F., & Widarno, B. (2017). Pengaruh kupon, inflasi, dan maturitas terhadap harga obligasi BUMN (Studi pada Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 13(2), 305-312.
- Putri, E. N. P. K., Astika, I. B. P., & Dewi, A. A. (2017). Pengaruh tingkat bunga pasar dan karakteristik obligasi pada imbal hasil obligasi yang terdaftar di BEI. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(3), 1-7.
- Sari, N. W. L. N., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh likuiditas obligasi, waktu jatuh tempo, dan kupon obligasi terhadap perubahan harga obligasi korporasi berperingkat. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5820-5839.
- Silalahi, D. (2008). Pengaruh peringkat obligasi dan aktivitas perdagangan terhadap harga obligasi korporasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 25-36.
- Silalahi, D. (2008). Hasil konstruksi model struktural harga obligasi (Disertasi). Program Doktor Ilmu Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.
- Subagia, I. K., & Sedana, I. B. P. (2015). Analisis pengaruh rating obligasi, waktu jatuh tempo, dan kupon obligasi terhadap harga obligasi korporasi di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(5), 1451-1465.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanti, N., & Permana, R. (2016). Pengaruh kupon, inflasi, dan maturitas terhadap harga obligasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 21(2), 112-123.
- Susanti, N., & Permana, M. R. (2017). Pengaruh peringkat, rating obligasi, kupon, dan maturitas terhadap yield obligasi pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2014. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 1-10.
- Tandelilin, E. (2016). *Portofolio dan investasi: Teori dan aplikasi* (2nd ed.). Kanisius.
- Tandelilin, E. (2016). *Portofolio dan investasi: Teori dan aplikasi* (1st ed.). Kanisius.
- Wijayanto, E. (2020). Pengaruh kupon, rating, dan maturitas terhadap harga obligasi korporasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 3(2), 210-225.
- Wijayanto, S. (2015). *Strategi jitu investasi obligasi korporasi*. PT Elex Media Komputindo.
- Yuliani, S., Widarno, B., & Permatasari, D. (2016). Pengaruh tingkat bunga, inflation rate, dan nilai tukar terhadap harga obligasi pemerintah RI. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 12(1), 123-131.