

Pengaruh Sentimen Surat Kabar Online terhadap IPO Underpricing di Indonesia = The Effect of Online Newspapers Sentiments on IPO Underpricing in Indonesia

Monica Fiona Aryani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20510733&lokasi=lokal>

Abstrak

Surat kabar online merupakan salah satu sumber informasi penting bagi investor karena memiliki akses tersendiri atas informasi yang terpercaya. Terkadang investor tidak mampu memonitor seluruh informasi, sehingga informasi tersebut bisa didapatkan dari jurnalis, termasuk yang berkaitan dengan Initial Public Offering (IPO). Fenomena IPO underpricing dapat memiliki kaitan dengan sentimen surat kabar online. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui pengaruh dari sentimen surat kabar online pada IPO underpricing. Penelitian meliputi IPO yang terjadi di Indonesia dalam periode tahun 2017-2018 (94 perusahaan dan hampir 3.500 artikel yang berkaitan dengan IPO), dengan menggunakan analisis tekstual berdasarkan leksikon yang dikembangkan oleh Loughran dan McDonald (2011). Penelitian ini fokus pada berita yang dapat ditelusuri pada Google.com (Googlenews) yang terkait langsung dengan perusahaan dalam jangka waktu 3 bulan sebelum IPO terlaksana. Sentimen terbagi menjadi tujuh kategori: negative, positive, uncertainty, litigious, strong modal, weak modal, dan constraining. Hasil dari penelitian ini ialah terdapat hubungan yang positif signifikan antara sentimen positif dan IPO underpricing, serta terdapat hubungan yang negatif signifikan antara sentimen strong modal dan IPO underpricing. Variabel kontrol yang berpengaruh signifikan pada imbal hasil hari pertama ialah rekomendasi analis, banyaknya artikel, umur perusahaan, papan pencatatan, kondisi pasar, besarnya offering, dan reputasi underwriter. Hanya variabel kontrol kepemilikan negara yang tidak signifikan berpengaruh pada imbal hasil hari pertama. Penelitian ini hanya menyertakan artikel yang terkait langsung dengan perusahaan dan tidak menyertakan artikel lain seperti kondisi makroekonomi walaupun dapat berpengaruh signifikan. Sejauh ini belum banyak penelitian yang mengangkat peran sentimen surat kabar online terhadap IPO underpricing di Indonesia.

Online newspapers are important sources of information for investors, due to the access to insider information. Sometimes investors are unable to monitor all information, including those related to a companys Initial Public Offering (IPO), so it can be obtained from journalists. The phenomenon of IPO underpricing might be attributed to the sentiments in online newspaper. This research aims to investigate the effect of online newspaper sentiments on IPO underpricing in Indonesia in 2017-2018 (94 companies) and nearly 3,500 articles related to these IPOs, using the textual analysis based on the lexicon developed by Loughran and McDonald (2011) in constructing sentiments measures. We focus on news that is directly related to the companies that can be found in search results of Google.com (Googlenews), 3 months prior to the IPO. The sentiments are divided into seven categories: negative, positive, uncertainty, litigious, strong modal, weak modal, and constraining. We find that positive sentiments are positively associated with first-day returns, and strong modal sentiments are negatively associated with first-day returns. Control variables that give significant effect are analyst coverage, number of articles, firm age, listing board, market, offering size, and underwriter reputation. Meanwhile, the only control variable that gives no significant effect is the

state ownership. This research only includes articles directly related to the companies and not included other topics such as macroeconomic although might be significant. There have been by far a very limited number of articles that discuss the role of online newspaper sentiments on IPO underpricing in Indonesia.</p>