

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh manajemen impresi dalam memediasi hubungan antara kinerja keuangan dan *underpricing*. Studi ini merupakan upaya untuk menjawab ketidakkonsistenan hasil penelitian mengenai kinerja keuangan dan *underpricing*. Manajemen impresi dipandang sebagai upaya manajemen untuk menutupi kinerja perusahaan sesungguhnya yang mengakibatkan return awal sahamnya menjadi meningkat. Penelitian ini menggunakan pendekatan komunikasi untuk mengembangkan model *underpricing* berbasis manajemen impresi.

Populasi penelitian adalah perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana di Indonesia dari tahun 2011 sampai 2019. Penyeleksian sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel akhir berjumlah 176. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan prospektus dan basis data harga saham pada Bursa Efek Indonesia. Analisis konten manual dipakai dalam proses pengkodean untuk indikator *readability* dan *tone*. Pengujian hipotesis menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan metode *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian membuktikan bahwa manajemen impresi memediasi hubungan antara kinerja keuangan dan *underpricing*. Bahkan, keberadaan manajemen impresi membuat kinerja keuangan tidak berpengaruh terhadap *underpricing*. Dapat dikatakan bahwa *disclosure* naratif dapat berperan sebagai topeng yang menyembunyikan kinerja buruk perusahaan sehingga ketika saham masuk ke pasar sekunder harganya langsung melonjak naik. Jadi dengan kata lain strategi manajemen impresi dapat digunakan untuk meningkatkan return awal perusahaan perdana.

Kata kunci: Kinerja Keuangan, Manajemen Impresi, *Readability*, *Tone*, *Underpricing*.