

ABSTRAK

Perusahaan publik seringkali melakukan penawaran saham tambahan atau *Seasoned Equity Offerings (SEO)* untuk memperoleh tambahan dana bagi kegiatan pembiayaan perusahaan. Salah satu mekanismenya adalah *right issue*. Manajemen berharap agar saham baru yang ditawarkan direspon positif oleh investor. Sementara itu, respon investor ditentukan oleh hasil penilaian mereka terhadap kinerja perusahaan berdasarkan informasi dalam laporan keuangan.

Manajemen berusaha mempengaruhi penilaian investor dengan memanfaatkan kecenderungan investor yang hanya terfokus pada informasi laba pada saat menilai kinerja perusahaan serta adanya informasi asimetri antara manajemen dan investor. Informasi asimetri tersebut mendorong manajemen melakukan *earnings management* dengan pola *income increasing* pada periode sebelum *SEO* agar laba yang dilaporkan terlihat tinggi. *Earnings management* tersebut akan mengakibatkan pembalikan akrual (*accruals reverse*) yang memaksa kinerja laba periode pasca *SEO* mengalami penurunan.

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah perusahaan melakukan *earnings management* dengan pola *income increasing* pada periode sebelum *SEO*, apakah kinerja laba pada periode pasca *SEO* lebih rendah dibandingkan kinerja laba periode sebelum *SEO*, dan apakah *earnings management* yang dilakukan pada periode sebelum *SEO* berpengaruh signifikan terhadap kinerja laba pasca *SEO*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian sebanyak 40 emiten dari 69 emiten yang melakukan *SEO* pada tahun 1998-2004 dan masih terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2006. Data yang digunakan yaitu data laporan keuangan emiten.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan *SEO* dengan mekanisme *right issue* pada tahun 1998-2004 dan masih terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2006 melakukan *earnings management* dengan pola *income increasing* pada periode sebelum *SEO*, kinerja laba periode pasca *SEO* secara statistik tidak lebih rendah dibandingkan kinerja laba periode sebelum *SEO*, dan terdapat pengaruh yang signifikan antara *earnings management* yang dilakukan pada periode sebelum *SEO* terhadap kinerja laba pasca *SEO*.