

JURNAL ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI

VOL 1, NO. 4, JULI 2012

PENGARUH MASA PENUGASAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK TERHADAP KUALITAS LABA
Yustina Yonatan

KONTRIBUSI NILAI TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA PROSES BISNIS DAN DINAMIKA BERSAING
Eunike Karunia Sentosa

RESPON AUDITOR TERHADAP KEBERADAAN TRANSAKSI *E-COMMERCE*
Sally Bernadetha Vincentia

FENOMENA MANAJEMEN LABA DAN *UNDERPRICING* PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN *INITIAL PUBLIC OFFERING*
Andre Nata Indra

STRATEGI PEMBERIAN INFORMASI AKUNTANSI UNTUK MENGURANGI ESKALASI KOMITMEN
Rizkiano Tanjung

PERANAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KUALITAS PELAPORAN KEUANGAN DAN KEPERCAYAAN INVESTOR
Theresia Adelia Simadibrata

PENGARUH KUALITAS PELAPORAN KEUANGAN TERHADAP ASIMETRI INFORMASI DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI PEMODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Ari Budi Santoso

DAMPAK PENERAPAN PRINSIP-PRINSIP *GOOD CORPORATE GOVERNANCE* TERHADAP KINERJA PERUSAHAAN
Nathalia Gozali

PENGARUH TINGKAT INDEPENDENSI, KOMPETENSI, OBYEKTIFITAS, DAN INTEGRITAS AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT YANG DIHASILKAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI SURABAYA
Lie David Gunawan

PERANAN PENGGUNAAN INFORMASI AKUNTANSI PADA KINERJA UNIT BISNIS DALAM BERBAGAI TINGKATAN KOMPETISI PASAR
Linda Christiani Sudarnadji

PENGARUH INDEPENDENSI, KOMPETENSI, DAN PROFESIONALISME TERHADAP KUALITAS AUDIT
Mikhail Edwin Nugraha

PENENTUAN KUALITAS AUDIT BERDASARKAN UKURAN KANTOR AKUNTAN PUBLIK DAN BIAYA AUDIT
Berty Wahyu Putri

PENERAPAN PENGENDALIAN INTERNAL DALAM SISTEM INFORMASI AKUNTANSI BERBASIS KOMPUTER
Putu Mega Selvy Aviana

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRAKTEK PERATAAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Lusi Christiana

PENGARUH KECERDASAN EMOSIONAL DAN KECERDASAN SPIRITUAL AUDITOR TERHADAP KINERJA AUDITOR PADA KANTOR AKUNTAN PUBLIK DI SURABAYA
Christina Gunaeka Notoprasetio

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREDIKSI PERINGKAT OBLIGASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
Arvian Pandutama

PENGARUH *LARGE BOOK-TAX DIFFERENCES* TERHADAP PERSISTENSI LABA, AKRUAL, DAN ARUS KAS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Melita Noviana Sin

PENGARUH *INTELLECTUAL CAPITAL* DAN PENGUNGKAPANNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN FARMASI DI BEI)
Jessica Oktavia S. Jacob

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, DAN *LEVERAGE* OPERASI TERHADAP PERATAAN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI
Cecilia

PENGGUNAAN *TARGET COSTING* DALAM PENGEMBANGAN PRODUK
Putri Zanufa Sari

PERKEMBANGAN STANDAR AKUNTANSI KEUANGAN DI INDONESIA
Ferry Danu Prasetya

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA SURABAYA



Editorial Staff
JURNAL ILMIAH MAHASISWA AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS
UNIKA WIDYA MANDALA



Ketua Redaksi

Jesica Handoko, SE, MSi, Ak
(Sekretaris Jurusan Akuntansi)

Mitra Bestari

Dr Lodovicus Lasdi, MM
Bernadetta Diana N., SE, MSi, QIA
Tineke Wehartaty, SE, MM
Ronny Irawan, SE, MSi, Ak, QIA
Ariston Oki A. E., SE, MSi, Ak, BAP
Rr Puruwita Wardani, SE, MA, Ak

J I M M A

Staf Tata Usaha

Karin
Andreas Tuwo
Agus Purwanto

Alamat Redaksi

Fakultas Bisnis - Jurusan Akuntansi
Gedung Benediktus, Unika Widya Mandala
Jl. Dinoyo no. 42-44, Surabaya
Telp. (031) 5678478, ext. 122

FENOMENA MANAJEMEN LABA DAN *UNDERPRICING* PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN *INITIAL PUBLIC OFFERING*

ANDRE NATA INDRA
andrenataindra@yahoo.com

ABSTRACT

Recently, companies are often faced with a problem limited funding, which make the company can no longer depend on internal funding sources only. To that, companies must seek external funding sources, which one of them can be done by a public share issue. Public share issue is also known as an IPO (Initial Public Offering). For companies that will perform the IPO, earnings management is a common step that taken to attract investors to invest in that company. Earnings management is management interference in the process of preparing financial statements in order to enhance corporate value. With the earnings management policy, later will happen a phenomenon that called underpricing, where the price of shares traded on the primary market lower than when it is traded on the secondary market.

Keywords: *Earnings Management, IPO, Underpricing.*

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan usahanya perusahaan dihadapkan pada kebutuhan dana, baik untuk kegiatan operasional maupun untuk perluasan usaha. Sumber pendanaan perusahaan dapat berasal dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Sumber pendanaan dari dalam perusahaan berupa laba yang ditahan sedangkan sumber dana dari luar perusahaan salah satunya dapat berasal dari penjualan saham kepada masyarakat umum atau sering dikenal dengan *go public*. Perusahaan yang akan *go public* pertama-tama akan mengambil langkah awal dengan menawarkan saham perdananya di pasar saham perdana, atau lebih dikenal dengan *Initial Public Offering* (IPO). Dengan melakukan IPO, memungkinkan perusahaan tersebut memiliki banyak investor yang dapat menyediakan modal untuk pertumbuhan perusahaan kedepannya, pembayaran utang atau modal kerja. Hal ini menjadi alasan utama bagi banyak perusahaan yang belum terdaftar untuk berubah menjadi perusahaan yang *go public*.

Namun, informasi tentang perusahaan yang sedang dalam proses *go public* sulit diperoleh investor dibanding dengan perusahaan yang telah *go public*, oleh karena itu laporan keuangan yang ada dalam laporan keuangan sebelum IPO (*prospectus*), memiliki fungsi yang penting karena *prospectus* merupakan sumber informasi bagi investor untuk menilai dan mengetahui perusahaan yang akan *go public* sebelum mengambil keputusan untuk berinvestasi. Tetapi dengan *prospectus* ini akan timbul asimetri informasi antara perusahaan dengan investor, di mana perusahaan mempunyai informasi yang lebih banyak mengenai kondisi perusahaan secara keseluruhan dibandingkan dengan investor. Asimetri informasi tersebut mendorong perusahaan melakukan *earnings management* (manajemen laba) untuk mendapatkan reaksi pasar yang positif yang selanjutnya meningkatkan jumlah dana yang diperoleh.

Manajemen laba adalah tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dari suatu standar tertentu dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan dan atau nilai pasar perusahaan. Kondisi ini terjadi karena *earnings* yang diumumkan pada saat IPO tampak relatif baik sehingga respon pasar menjadi positif. Wilopo dan Mayangsari (2002, dalam Amin, 2007) menyatakan bahwa nilai pasar perusahaan dipengaruhi oleh motivasi manajer yang mendasari adanya *discretionary accruals* dalam kebijakan *earnings management*. Tindakan manajemen laba dapat menyebabkan informasi yang terdapat pada laporan keuangan akan menjadi kurang bernilai bagi investor dan pihak yang berkepentingan lainnya (Palepu, Healy, dan Bernard, 2004:3-2). Manajemen laba dapat dilakukan baik dengan pendekatan pemilihan metode akuntansi, maupun pendekatan rekayasa *discretionary accrual*.

Harga saham pada penawaran perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan emiten dengan penjamin emisi efek (*underwriter*). Sebagai pihak yang membutuhkan dana, emiten menginginkan harga perdana tinggi. Sebaliknya, *underwriter* sebagai penjamin emisi berusaha untuk meminimalkan risiko yang ditanggungnya. Upaya yang dilakukan adalah dengan bernegosiasi dengan emiten agar saham tersebut tidak terlalu tinggi harganya, bahkan cenderung *underpriced*. *Underpricing* ini di satu pihak menguntungkan investor tetapi di pihak lain akan merugikan emiten karena dana yang dikumpulkan tidak maksimal. *Underpriced* merupakan kondisi di mana harga saham di pasar sekunder lebih tinggi dari harga perdananya atau dengan kata lain, saham perdana ditawarkan lebih rendah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pokok bahasan yang dibuat adalah apakah perusahaan yang akan melakukan IPO terindikasi melakukan manajemen laba dan apakah terjadi *underpricing* pada saham perusahaan yang melakukan IPO saat hari pertama perdagangan saham. Sedangkan tujuan penulisan makalah ini adalah untuk membahas kecenderungan terjadinya manajemen laba pada perusahaan yang akan melakukan IPO dan untuk membahas kecenderungan terjadinya *underpricing* setelah terjadinya IPO.

PEMBAHASAN

Initial Public Offering

Di pasar perdana, saham untuk pertama kalinya ditawarkan kepada investor publik atau masyarakat luas biasa disebut sebagai penawaran umum perdana (*initial public offering*) (Tandelilin, 2010:74). Menurut Gumanti (2000, dalam Kusumawardhani dan Siregar, 2009), *go public* merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan yang sedang berkembang untuk memperoleh tambahan dana dalam rangka membiayai ekspansi usaha.

Berdasarkan panduan *go public* yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia, perusahaan yang melakukan *go public* dapat memperoleh beberapa manfaat, antara lain (Firmansyah, 2009):

1. Memperoleh sumber pendanaan baru
Dengan menjadi perusahaan publik kendala dapat diselesaikan, dengan:
 - a. Mempermudah akses kepada perbankan.
 - b. Mempermudah akses perusahaan untuk masuk ke pasar uang melalui penerbitan surat hutang, baik jangka pendek maupun jangka panjang.
2. Memberikan *competitive advantage* untuk pengembangan usaha, antara lain:
 - a. Melalui penjualan saham kepada publik perusahaan berkesempatan untuk mengajak para partner kerjanya seperti pemasok (*supplier*) dan pembeli (*buyer*) untuk turut menjadi pemegang saham perusahaan.
 - b. Dengan menjadi perusahaan publik, perusahaan dituntut oleh banyak pihak untuk dapat selalu meningkatkan kualitas kerja operasionalnya, pelayanan kepada pelanggan ataupun kepada para *stakeholders* lainnya, sistem pelaporan, dan aspek pengawasan.
3. Melakukan merger atau akuisisi perusahaan lain dengan pembiayaan melalui penerbitan saham baru
4. Peningkatan kemampuan *going concern*
Kemampuan *going concern* bagi perusahaan adalah kemampuan untuk tetap dapat bertahan dalam kondisi apapun termasuk dalam kondisi yang dapat mengakibatkan bangkrutnya perusahaan, seperti terjadinya kegagalan pembayaran hutang kepada pihak ketiga, perpecahan di antara para pemegang saham pendiri, atau bahkan karena adanya perubahan dinamika pasar.
5. Meningkatkan citra perusahaan
Dengan *go public* suatu perusahaan akan selalu mendapat perhatian media dan komunitas keuangan yang membuat perusahaan tersebut mendapat publikasi secara cuma-cuma, sehingga dapat meningkatkan citranya.
6. Meningkatkan nilai perusahaan
Selain memperoleh manfaat dengan melakukan *go public*, perusahaan yang melakukan *go public* juga akan menimbulkan beberapa konsekuensi, antara lain:
 1. Berbagi kepemilikan
 2. Mematuhi peraturan pasar modal yang berlaku

Earnings Management

Sugiri (1998, dalam Widyandiyah, 2001) membagi definisi *earnings management* menjadi dua, yaitu:

1. Definisi sempit
Earnings management dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. *Earnings management* dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya *earnings*.
2. Definisi luas
Earnings management merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

Sedangkan menurut Scott (2009, dalam Kusumawardhani dan Siregar, 2009), manajemen laba dapat digambarkan sebagai perilaku manajemen dalam memilih kebijakan akuntansi tertentu, atau melalui penerapan aktivitas tertentu, yang bertujuan mempengaruhi laba untuk mencapai sebuah tujuan spesifik. Namun praktek *earnings management* di sisi lain dapat mempengaruhi nilai perusahaan, karena hal ini dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan perusahaan tersebut (Setyawati, 2000; dalam Praditya, 2008). Kondisi ini terjadi karena *earnings* yang diumumkan pada saat IPO tampak relatif lebih baik daripada yang sebenarnya sehingga respon pasar menjadi positif.

Menurut Scott (1997, dalam Praditya 2008), bentuk-bentuk tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh manajer antara lain:

1. Taking A Bath
2. Income Minimization
3. Income Maximization

Sedangkan motivasi yang mendasari tindakan manajemen laba antara lain sebagai berikut (Scott, 1997; dalam Praditya, 2008):

1. *Bonus Plans* : Laba sering dijadikan indikator penilaian prestasi manajer perusahaan.

2. *Initial Public Offering* : Saat perusahaan *go public*, informasi keuangan yang ada digunakan sebagai sinyal pada calon investor tentang nilai perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan investor maka manajer berusaha menaikkan laba yang dilaporkan.
3. *Stock Price Effects*: Manajer melakukan manajemen laba dalam laporan keuangan bertujuan untuk mempengaruhi pasar.
4. *Political Motivations* : Dengan cara menurunkan laba perusahaan untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah misalnya subsidi, dan untuk meminimalkan tuntutan serikat buruh.
5. *Taxation Motivations*: Manajer berusaha menurunkan laba untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar.
6. Pergantian CEO: Dalam kasus penggantian manajer biasanya di akhir tahun tugasnya, manajer akan melaporkan laba yang tinggi, sehingga CEO yang baru akan merasa sangat berat untuk mencapai tingkat laba tersebut.

Underpricing

Underpricing didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana nilai saham yang diperdagangkan di pasar saham perdana lebih rendah dibandingkan ketika diperdagangkan di pasar sekunder (Sumarso, 2003; dalam Syahputra, 2008). Hal ini merupakan fenomena yang sangat sering dijumpai dalam *initial public offering*. *Underpricing* disebabkan oleh perbedaan kepentingan dari pihak-pihak yang terkait dalam penawaran saham perdana.

Harga saham pada penawaran perdana ditentukan berdasarkan kesepakatan antara perusahaan emiten dengan penjamin emisi efek (*underwriter*). Sebagai pihak yang membutuhkan dana, emiten menginginkan harga perdana tinggi. Sebaliknya, *underwriter* sebagai penjamin emisi berusaha untuk meminimalkan risiko yang ditanggungnya. Upaya yang dilakukan adalah dengan bernegosiasi dengan emiten agar saham tersebut tidak terlalu tinggi harganya, bahkan cenderung *underpriced*.

Secara umum tingkat *underpricing* pada IPO lebih tinggi di pasar saham negara berkembang dibandingkan dengan di pasar saham negara. Salah satu penyebab lebih tingginya tingkat *underpricing* di negara berkembang adalah karena faktor kepemilikan yang cenderung terkonsentrasi. Para pemilik perusahaan menginginkan agar dapat meminimalisasi *underpricing* karena terjadinya *underpricing* akan menyebabkan transfer kemakmuran dari pemilik kepada para investor. Sebaliknya, bila terjadi *overpricing*, maka investor akan merugi karena tidak menerima *initial return*.

Earnings Management, Underpricing dan Initial Public Offering

Sejalan dengan perkembangan ukuran sebuah perusahaan, kebutuhan modal perusahaan tersebut juga pasti akan meningkat. Salah satu cara perusahaan memenuhi kebutuhan tersebut adalah dengan melakukan IPO. Untuk menjalankan IPO, sebelumnya perusahaan harus memberikan informasi kepada publik mengenai laporan keuangannya demi menarik minat para investor. Perusahaan harus meningkatkan kinerja keuangannya terlebih dulu dengan mengambil kebijakan *earnings management* (manajemen laba). *Earnings management* adalah kebijakan perusahaan dimana nilai perusahaan ditingkatkan melalui manipulasi laporan keuangan yang dilakukan oleh pihak manajemen.

Fenomena adanya praktik manajemen laba pernah terjadi di pasar modal Indonesia, salah satunya terjadi pada PT Kimia Farma. PT Kimia Farma yang melakukan IPO pada tahun 2001 tersebut terbukti melakukan kesalahan yang cukup mendasar menurut hasil pemeriksaan Bapepam. Bapepam melihat adanya indikasi penggelembungan keuntungan (*overstated*) pada laporan keuangan PT Kimia Farma per semester I tahun 2002. Setelah diaudit, nilai laba bersih yang disajikan yaitu sebesar Rp 132,3 miliar ternyata lebih tinggi sebesar Rp 32,3 milyar dari laba bersih yang sesungguhnya. Hal ini merupakan suatu tindak kecurangan, karena berdasarkan siaran pers yang dikeluarkan Bapepam, PT Kimia Farma melakukan manajemen laba dengan tidak menuruti beberapa ketentuan akuntansi yang berlaku dikarenakan direksi manajemen membuat 2 (dua) daftar harga persediaan (*master prices*) yang berbeda.

Harga saham yang ditawarkan pada saat hari pertama perdagangan merupakan harga yang telah disepakati antara perusahaan emiten dan pihak *underwriter* (penjamin emisi). Kemudian saham tersebut ditawarkan pada perusahaan-perusahaan investasi maupun investor individual. Investor tidak akan membeli saham apabila harga saham tersebut terlalu tinggi (*overpriced*) dan meninggalkan seluruh resiko penanggung saham tersebut kepada pihak *underwriter*. Jika harga saham yang ditawarkan terlalu tinggi akibat dampak manajemen laba yang dilakukan, maka hal ini akan mendorong terjadinya *underpricing*. Jika harga saham *underprice*, investor akan membeli sebagian besar saham yang *underprice* tersebut (Yoga, 2010).

Secara umum, *underpricing* terjadi pada perusahaan yang melakukan IPO. Hal yang sama terjadi pada PT Kimia Farma yang menjadi contoh kasus diatas. PT Kimia Farma mengalami *underpricing* pada hari pertama penawaran saham, dimana pada saat IPO harga saham PT Kimia Farma sebesar 200 sedangkan pada saat penutupan harga sahamnya menjadi 210 (www.e-bursa.com). Menurut Ali dan Hartono (2001, dalam Syahputra 2008), *underpricing* ditentukan dengan melihat selisih antara harga saham pada penutupan hari perdana dengan harga saham pada saat IPO. Jika hasil yang didapat bernilai positif, maka hal itu menunjukkan terjadinya *underpricing*, sebaliknya bila hasil yang didapat negatif, maka yang terjadi justru *overpricing*.

Underpricing merupakan fenomena yang menarik karena dialami oleh sebagian besar pasar modal di dunia. Fenomena ini menunjukkan adanya asimetri informasi (*asymmetric information*) yang menyertai kebijakan IPO. Walaupun investor mempunyai informasi yang cukup mengenai perusahaan yang melakukan IPO tersebut, asimetri informasi tetap terjadi dalam penawaran. Kondisi inilah yang memotivasi manajemen untuk bersikap oportunistik untuk melakukan manipulasi terhadap kinerjanya baik sebelum dan pada saat penawaran.

Kebijakan yang dikenal dengan istilah *earnings management* ini akan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kondisi ini terjadi karena *earnings* yang diumumkan pada saat IPO tampak relatif baik sehingga respon pasar menjadi positif. Manipulasi yang dilakukan manajer dapat menjadi IPO-trap (jebakan IPO) bagi investor karena manajemen melakukan manajemen laba dengan menggunakan *discretionary accruals*, yaitu kebijakan akuntansi yang memberikan keleluasaan pada manajemen untuk menentukan jumlah transaksi akrual secara fleksibel. Sehingga terjadi peningkatan laba (*income increasing*) menjelang penawaran (IPO), memuncak pada saat penawaran yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham dan menurun setelah penawaran (*underpricing*) dan dalam jangka panjang akan berdampak pada penurunan kinerja perusahaan. Penurunan kinerja ini akan diikuti dengan penurunan nilai perusahaan tersebut.

SIMPULAN

Sehubungan dengan pengaruh dunia bisnis yang terus berkembang pesat dan kompetitif, perusahaan dihadapkan dengan jumlah kebutuhan dana yang tidak sedikit sebagai modal bisnisnya. Salah satu cara perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dananya adalah dengan melakukan IPO. Namun pada umumnya, perusahaan yang akan melakukan IPO biasanya terindikasi melakukan manajemen laba. Hal ini dilakukan dengan memainkan *discretionary accruals*, agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan telah dilakukannya *earnings management* maka manajemen perusahaan akan menetapkan harga yang rendah untuk menarik minat para investor. Akan tetapi, terjadi salah persepsi dari para investor dimana investor pasti akan menganggap nilai perusahaan yang tinggi juga akan memiliki harga saham yang tinggi pula. Hal ini nantinya akan menimbulkan apa yang disebut dengan *underpricing*.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Tineke Wehartaty, SE, MM selaku pembimbing dari tugas akhir makalah ini.

REFERENSI

- Amin, A., 2007, Pendeteksian Earning Management, Underpricing, Dan Pengukuran Kinerja Perusahaan Yang Melakukan Kebijakan Initial Public Offering (IPO) Di Indonesia, *Symposium Nasional Akuntansi X*, Makassar, 26-28 Juli 2007.
- Firmansyah, E., 2009, Panduan Go Public, Bursa Efek Jakarta, (<http://202.155.2.90/pdf/panduan%20go%20public.pdf>, diunduh 6 Maret 2011).
- Handayani, S.R., 2008, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Underpricing pada Penawaran Umum Perdana (Studi Kasus pada Perusahaan Keuangan yang Go Public di Bursa Efek Jakarta Tahun 2000-2006), *Tesis*, Program Magister Manajemen Pascasarjana, Semarang: Universitas Diponegoro
- Herwidayatmo, 2002, Siaran Pers Badan Pengawas Pasar Modal, (www.bapepam.go.id/old/old/news/Des2002/PR_27_12_2002.PDF, diunduh 25 Mei 2012).
- Kusumawardhani, N.A.S., dan S.V. Siregar, 2009, Fenomena Manajemen Laba Menjelang IPO dan Kaitannya dengan Nilai Perusahaan Perdana Serta Kinerja Perusahaan Pasca-IPO: Studi Empiris Pada Perusahaan yang IPO di Indonesia Tahun 2000-2003, *Jurnal Akuntansi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Palepu, K.G., P.M. Healy, dan V.L. Bernard, 2004, *Business Analysis and Valuation Using Financial Statements*, Third Edition, Australia: Thomson South-Western.
- Praditya, P.G., 2008, Manajemen Laba di Sekitar Penawaran Saham Perdana (IPO) pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI), *Skripsi*, Program Sarjana, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Syahputra, S.H., 2008, Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Underpricing Saham pada Perusahaan yang IPO di BEI Tahun 2003-2006, *Skripsi*, Program Sarjana, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia
- Tandelilin, E., 2010, *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*, Edisi Pertama, Yogyakarta: Kanisius.
- Widyaningdyah, A.U., 2001, Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap *Earnings Management* pada Perusahaan *Go Public* di Indonesia, *Jurnal Akuntansi*, Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra.
- Yoga, 2010, Hubungan Teori Signalling dengan Underpricing Saham pada Penawaran Perdana (IPO) di Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Akuntansi*, Fakultas Ekonomi, STIE Atma Bakti