

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Penawaran Umum Perdana atau IPO

Penawaran saham perusahaan kepada masyarakat untuk pertama kalinya dikenal dengan istilah IPO. IPO merupakan proses yang dilakukan perusahaan yang akan mencatat sahamnya di bursa efek. Di bawah ini akan diuraikan pengertian IPO, alasan perusahaan melakukan IPO, manfaat dan konsekuensi IPO serta prosedur IPO.

IPO atau penawaran umum perdana adalah penjualan perdana efek sebelum efek tersebut dijual melalui bursa efek (pasar sekunder). Dimana efek ialah setiap surat pengakuan hutang, surat berharga komersial, saham, obligasi, sekuritas kredit, tanda bukti hutang, *rights* (bukti right), *warrants* (waran), opsi atau setiap saham derivatif dari efek atau setiap instrumen yang ditetapkan oleh BAPEPAM sebagai efek. Dalam penelitian ini, IPO dikhususkan dalam bentuk penawaran saham kepada masyarakat untuk pertama kalinya.

Ketika melakukan IPO, emiten tidak langsung menjual saham kepada masyarakat di bursa efek akan tetapi emiten menjual saham melalui *underwriter* dan agen-agen penjual. Harga saham IPO ditentukan secara bersama-sama oleh emiten dan *underwriter*.

Terdapat beberapa alasan perusahaan berminat melakukan IPO. Husnan mengemukakan adanya 2 alasan perusahaan melakukan IPO.

1. Perusahaan bertujuan untuk ekspansi dengan tidak menambah hutang baru.

2. Untuk mengganti sebagian hutang dengan ekuitas yang diperoleh dari IPO.

Syahrir juga mengemukakan beberapa alasan mengapa perusahaan melakukan IPO yaitu :

- a. Kebutuhan akan dana untuk melunasi hutang baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang.
- b. Meningkatkan modal kerja.
- c. Membiayai perluasan usaha (pembangunan pabrik baru, peningkatan kapasitas produksi).
- d. Memperluas jaringan pemasaran dan distribusi.
- e. Meningkatkan teknologi produksi

Sedangkan Darmadji dan Fakhruddin mengemukakan bahwa perusahaan melakukan IPO karena ingin memperoleh dana yang digunakan untuk:

- a. Melakukan ekspansi.
- b. Memperbaiki struktur permodalan.
- c. Meningkatkan investasi anak perusahaan.
- d. Melunasi sebagian hutang.
- e. Meningkatkan modal kerja.

2.1.1. Manfaat dan Konsekuensi IPO

Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan yang melakukan IPO adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan dapat memperoleh dana yang relatif besar dan diterima sekaligus (tidak dengan termin-termin).
- b. Biaya *go public* relatif murah.
- c. Proses relatif mudah.
- d. Pembagian deviden berdasarkan keuntungan.
- e. Tidak ada kewajiban pelunasan atau bunga (beban tetap) sehingga harga produk dapat lebih kompetitif.
- f. Penyertaan masyarakat biasanya tidak berminat masuk dalam manajemen.
- g. Perusahaan dituntut lebih terbuka sehingga hal ini dapat memacu perusahaan untuk meningkatkan profesionalisme.
- h. Memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk turut serta memiliki saham perusahaan.
- i. Emiten akan lebih dikenal oleh masyarakat (*go public* merupakan media promosi).
- j. Memberikan kesempatan bagi koperasi dan karyawan perusahaan untuk membeli saham.

Disamping adanya banyak manfaat yang diperoleh terdapat cukup banyak konsekuensi yang harus dihadapi oleh perusahaan yang melakukan IPO.

Konsekuensi tersebut antara lain:

- a. Karena *go public* berhubungan dengan masyarakat dan diatur dalam undang - undang dan peraturan perusahaan dituntut untuk terbuka dalam pelaporan

serta adanya keharusan untuk mengikuti peraturan-peraturan pasar modal mengenai kewajiban pelaporan.

- b. Kewajiban perusahaan untuk membayar deviden kepada pemegang saham bila perusahaan memperoleh laba.
- c. Senantiasa berusaha untuk meningkatkan tingkat pertumbuhan perusahaan.
- d. Gaya manajemen perusahaan berubah dari informal menjadi formal.

2.1.2. Prosedur IPO

Secara umum prosedur IPO dapat dibagi menjadi 3 tahap, yaitu persiapan untuk IPO, pendaftaran ke BAPEPAM (Badan Pengelola Pasar Modal) dan melakukan penawaran perdana.

1. Persiapan untuk IPO

Sebuah perusahaan yang akan melakukan IPO harus melaksanakan persiapan sebagai berikut:

- a. Manajemen perusahaan harus menetapkan rencana untuk mendapatkan dana dari IPO.
- b. Rencana untuk IPO tersebut harus dimintakan persetujuan kepada para pemegang saham dan perubahan Anggaran Dasar dalam Rapat Umum Pemegang Saham.
- c. Emiten mencari profesi penunjang dan lembaga penunjang untuk membantu menyiapkan kelengkapan dokumen:
 - Penjamin emisi (*underwriter*) untuk menjamin dan membantu calon

emiten dalam proses IPO.

- Para profesi penunjang:

- Akuntan publik (Auditor Independen) untuk melakukan audit atas laporan keuangan emiten untuk tiga tahun terakhir.
- Notaris untuk melakukan perubahan atas Anggaran Dasar, membuat akta perjanjian –perjanjian dalam rangka penawaran umum dan juga notulen-notulen rapat.
- Penilai untuk melakukan penilaian terhadap aktiva tetap perusahaan dan menentukan nilai wajar (*sound value*) dari aktiva tetap tersebut.

- Lembaga penunjang

- Penanggung (*Guarantor*)
- Biro Administrasi Efek (BAE)
- Tempat Penitipan Efek (*Custodian*)

d. Mempersiapkan segala dokumen yang diperlukan dalam proses penawaran perdana.

e. Menyusun kontrak pendahuluan dengan bursa efek.

f. Penandatanganan perjanjian-perjanjian yang berkaitan dengan IPO.

g. Menyampaikan Pernyataan Pendaftaran beserta dokumen-dokumennya kepada BAPEPAM sekaligus melakukan *limited expose* di BAPEPAM.

2. Pendaftaran ke BAPEPAM

Untuk melakukan pendaftaran ke BAPEPAM, prosedur yang harus dilalui

perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Pernyataan pendaftaran yang disampaikan oleh calon emiten bersama *underwriter* diterima BAPEPAM.
- b. Calon emiten melakukan *limited expose* di BAPEPAM.
- c. BAPEPAM mempelajari dokumen –dokumen yang diserahkan dari 3 aspek yaitu:
 - Kelengkapan dokumen
 - Ketepatan dan kejelasan informasi
 - Keterbukaan
 - Pengungkapan dari segi hukum, akuntansi, keuangan dan manajemen.
- d. Menanggapi dalam 45 hari.
- e. Pernyataan Pendaftaran dinyatakan efektif.

3. Penawaran Umum Perdana (IPO)

Penjamin emisi utama (*lead underwriter*) akan mengadakan kerjasama para penjamin emisi lainnya dengan dibantu oleh para perantara pedagang efek dan atau para agen penjualan untuk melakukan penjualan saham kepada masyarakat. Proses penjualan saham ini disebut dengan pasar perdana (*primary market*).

Sebelum melakukan IPO, calon emiten diwajibkan untuk mengumumkan prospektus ringkas yang berisi laporan keuangan dua atau tiga tahun terakhir

yang sudah diaudit kepada masyarakat lewat surat kabar berperedaran nasional selambat-lambatnya 2 hari kerja setelah disampaikannya Pernyataan Pendaftaran. Setelah itu proses IPO memasuki proses penawaran. Masa penawaran umum sekurang-kurangnya 3 hari kerja.

Jika saham yang dipesan investor melebihi jumlah saham yang ditawarkan akan dilakukan penjatahan. Berarti ada kemungkinan pihak yang memesan saham tidak mendapatkan apa yang dipesannya. Masa penjatahan dilakukan paling lambat 3 hari kerja, terhitung sejak berakhirnya masa penawaran.

Masa pengembalian uang pesanan (*refund*) merupakan masa pengembalian uang pesanan kepada para investor sebagai akibat dari tidak terpenuhinya pesanan oleh *underwriter*. Menurut peraturan yang berlaku, batas waktu pengembalian uang pesanan selambat-lambatnya 2 hari kerja setelah tanggal penjatahan.

Selanjutnya bukti kepemilikan efek harus tersedia kepada pembeli efek dalam penawaran umum selambat-lambatnya 2 hari kerja setelah tanggal penjatahan. Pencatatan efek dilakukan selambat-lambatnya 5 hari kerja setelah tanggal penjatahan.

2.2. Earnings Management

Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai:

1. Schipper.⁶

Disclosure management in the sense of purposeful intervention in the external reporting process with the intent of obtaining some private gain.

Dari pengertian tersebut jelas bahwa *earnings management* merupakan intervensi langsung manajemen dalam proses pelaporan keuangan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan atau manfaat tertentu baik bagi manajer maupun perusahaan.

2. Scott.⁷

The choice by a manager of accounting policies so as to achieve some specific objective. Dari definisi tersebut bahwa *earnings management* sebagai tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dari suatu standar tertentu dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan dan atau nilai perusahaan.

3. Surifah.⁸

Merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sarana komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan sehingga dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan apabila digunakan untuk pengambilan keputusan.

⁶ Gumanti, Tatang A., 2000, "Earning Management: Suatu Telaah Pustaka", Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. II, No. 2 hal. 107

⁷ Scott, William R., 2003, "Financial Accounting Theory", Third Edition, Toronto: Prentice-Hall, Pearson Education Canada Inc. hal.369

⁸ Widyaningdyah, Agnes U., November 2001, "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Earnings Management pada Perusahaan Go Public di Indonesia", Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. III, 4No. 2 hal. 92

Earnings management menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa.

2.2.1. Jenis- Jenis Earnings Management

Secara umum ada 3 jenis *earnings management* yaitu:

- a. *Earnings management* yang menaikkan keuntungan (*income increasing*)

Earnings management dilakukan manajemen dengan menggunakan metode yang dapat menaikkan laba supaya perusahaan kelihatan berkinerja baik.

Earnings management jenis ini biasanya dilakukan oleh perusahaan yang menentukan kompensasi (bonus) manajemen berdasarkan laba yang dihasilkan, perusahaan yang sedang menghadapi kesepakatan kontrak hutang atau kredit dan oleh perusahaan yang akan melakukan penawaran perdana (IPO).

- b. *Earnings management* yang menurunkan keuntungan (*income decreasing*)

Earnings management dilakukan manajemen dengan menggunakan metode yang dapat menurunkan laba dengan tujuan untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar, untuk meminimalkan denda yang harus dibayar karena suatu kasus (misalnya: melanggar undang-undang monopoli), agar mendapat proteksi dari pemerintah terhadap produknya.

- c. *Earnings management* yang meratakan keuntungan (*income smoothing*)

Earnings management dilakukan oleh manajemen dengan cara meningkatkan atau menurunkan laba untuk mengurangi gejolak dalam pelaporan laba sehingga perusahaan terlihat stabil dan tidak beresiko tinggi.

2.2.2. Cara Melakukan Earnings Management

Secara garis besar, teknik melakukan *earnings management* dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok yaitu:

- Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi.

Ini merupakan cara manajemen untuk mempengaruhi laba melalui *judgement* terhadap estimasi akuntansi antara lain: estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi dan lain-lain.

- Mengubah metode akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh: mengubah metode depresiasi aktiva tetap dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

- Menggeser periode biaya atau pendapatan

Rekayasa jenis ini disebut dengan manipulasi keputusan operasional.

Contoh : mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian sampai periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran

promosi sampai periode akuntansi berikutnya, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tidak dipakai dan lain-lain.

2.2.3. Cara Mendeteksi Earnings Management

Praktek manajemen laba merupakan hal yang sangat logis. Jika fleksibilitas akuntansi memungkinkan manajer mempengaruhi suatu keputusan dan secara legal (dalam batas tertentu) merupakan praktek yang sah, mengapa manajer tidak melakukannya? Besarnya kesempatan dan insentif manajer melakukan *earnings management* mendorong para peneliti untuk mengevaluasi praktek manajemen laba.

Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi *earnings management*. Proksi *earnings management* yang biasa digunakan dalam penelitian-penelitian terdahulu dapat dibedakan dalam beberapa kelompok berikut ini, yaitu:

a. *Unexpected accrual* sebagai proksi *earnings management*

Penggunaan *unexpected accrual* (*discretionary accrual*) dipelopori oleh Heally. Heally menggunakan *total accrual* sebagai proksi *discretionary accrual*. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$TA_{i,t} = (\Delta CA_{i,t} - \Delta CL_{i,t} - \Delta Cash_{i,t} + \Delta STD_{i,t} - Dep_{i,t}) / (A_{i,t-1})$$

Dimana:

TA = total akrual

ΔCA = perubahan aktiva lancar

ΔCL = perubahan hutang lancar

$\Delta Cash$ = perubahan kas dan yang setara dengan kas

ΔSTD = perubahan hutang jangka panjang yang tercakup dalam hutang lancar

Dep = biaya depresiasi dan amortisasi

A = total aktiva

Apabila *total accruals* positif maka terdapat indikasi *earnings management* dengan menaikkan angka laba. Apabila *total accruals* negatif maka ada indikasi *earnings management* yang dilakukan dengan menurunkan angka laba.

De Angelo mengasumsikan bahwa tingkat akrual yang *non discretionary* mengikuti pola *random walk*. Dengan demikian tingkat akrual yang *non discretionary* perusahaan i pada periode t diasumsikan sama dengan tingkat yang *non discretionary* pada periode $t-1$. Jadi selisih total akrual antara periode t dan $t-1$ merupakan tingkat akrual yang *discretionary*.

$$DA_{it} = (TA_{it} - TA_{it-1}) / A_{it-1}$$

Apabila *discretionary accruals* positif maka terdapat indikasi *earnings management* dengan menaikkan angka laba. Apabila *discretionary accruals* nol maka tidak terdapat indikasi *earnings management*. Sedangkan bila *discretionary accruals* negatif maka ada indikasi *earnings management* yang dilakukan dengan menurunkan angka laba.

Berikutnya berlandaskan model Healy, Jones mengembangkan model untuk memisahkan *discretionary accruals* dari *nondiscretionary accruals*.

Jones menggunakan pendapatan dan aktiva tetap untuk memproksi tingkat akrual yang normal.

$$TA_{it}/A_{it-1} = \alpha_1(1/A_{it-1}) + \alpha_2(\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \alpha_3(PPE_{it}/A_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

Dimana:

TA_{it} = total akrual perusahaan i pada periode tahun t

A_{it-1} = total aktiva perusahaan i pada periode tahun $t-1$

ΔREV_{it} = pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan ditahun $t-1$

PPE_{it} = gross property plant and equipment perusahaan i pada tahun t

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = firm-specific parameters

Selanjutnya nilai *discretionary accruals* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$DA_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - (\alpha_1(1/A_{it-1}) + \alpha_2(\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \alpha_3(PPE_{it}/A_{it-1}))$$

Dimana:

DA_{it} = *discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

Apabila *discretionary accruals* positif maka terdapat indikasi *earnings management* dengan menaikkan angka laba. Apabila *discretionary accruals* nol maka tidak terdapat indikasi *earnings management*. Sedangkan bila

discretionary accruals negatif maka ada indikasi *earnings management* yang dilakukan dengan menurunkan angka laba.

Aharony, Lin dan Loeb menggunakan *total accruals* sebagai proksi dari *discretionary accruals* yang dinyatakan dalam persamaan berikut:

$$TAC_t = NI_t - CFO_t$$

Dimana:

TAC_t = *total accruals* pada periode t

NI_t = laba bersih operasi pada periode t

CFO_t = aliran kas dari aktivitas operasi pada periode t

Apabila *total accruals* positif maka terdapat indikasi *earnings management* dengan menaikkan angka laba. Apabila *total accruals* nol maka tidak terdapat indikasi *earnings management*. Sedangkan bila *total accruals* negatif maka ada indikasi *earnings management* yang dilakukan dengan menurunkan angka laba.

Friedlan menggunakan *discretionary accruals* sebagai proksi *earnings management* dengan mengasumsikan bahwa terdapat proporsi konstan antara *total accruals* dan penjualan pada periode berurutan.

Secara matematis, perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$DAC_{pt} = (TAC_{pt} / SALE_{pt}) - (TAC_{pd} / SALE_{pd})$$

Dimana:

DAC_{pt} = *discretionary accruals* pada periode tes

TAC_{pt} = *total accruals* pada periode tes

$SALE_{pt}$ = penjualan pada periode tes

TAC_{pd} = *total accruals* pada periode dasar

$SALE_{pd}$ = penjualan pada periode dasar

Untuk mengetahui telah terjadi *earnings management* ditunjukkan oleh koefisien *DAC* yang positif, sebaliknya jika koefisien *DAC* negatif berarti tidak ada indikasi bahwa terdapat *earnings management*.

b. *Specific accruals* sebagai proksi *earnings management*

Dalam penelitian McNichols dan Wilson dan Ahmad, Takeda dan Thomas, cadangan kerugian piutang tak tertagih (*provision for bad debt*) digunakan sebagai proksi *earnings management*.

c. Pilihan metode akuntansi sebagai proksi *earnings management*

Dalam penelitian Neill, Pourciau dan Schaefer perusahaan menggunakan metode depresiasi dipercepat (*accelerated depreciation*) dan metode pencatatan persediaan LIFO dikelompokkan sebagai perusahaan yang *income decreasing*. Sedangkan perusahaan yang tidak menggunakan metode depresiasi yang dipercepat dan metode LIFO dikelompokkan sebagai perusahaan yang *income increasing*.

d. Aktivitas operasional sebagai proksi *earnings management*

Terdapat penelitian yang melihat *earnings management* dari aktivitas operasional manajer seperti : bagaimana manajer menggeserkan pembelian

persediaan pada tahun yang akan datang untuk dimasukkan ke dalam pembelian tahun ini.⁹

e. Indeks Eckel sebagai proksi *earnings management*

Penelitian Eckel menggunakan *coefficient variation* (CV) variabel penghasilan dan variabel penjualan bersih untuk mengelompokkan antara perusahaan yang melakukan *income smoothing* dan perusahaan yang tidak melakukan *income smoothing*. Perusahaan diklasifikasikan sebagai kelompok perusahaan yang tidak melakukan *income smoothing* jika

$$CV_{\Delta I} \geq CV_{\Delta S}$$

dimana:

ΔI = perubahan laba dalam satu periode

ΔS = perubahan penjualan dalam satu periode

CV= koefisien variasi yang dapat dihitung dengan cara :

$$CV = \frac{\text{Deviasi Standar}}{\text{Rata-rata}}$$

Nilai yang diharapkan

2.2.4. Motivasi Earnings Management¹⁰

Manajer dalam melakukan *earnings management* mempunyai berbagai alasan:

a. *Bonus Plan*

⁹ Frankel, Micah dan Robert Trezervant, April 1994, "The yearend LIFO Inventory Purchasing decision: An Empirical test", The Accounting Review, Vol. 69 hal. 382-398

¹⁰ Suriana, Yunni, 2003, "Earnings Management Dalam Penawaran Perdana Saham di Bursa Efek Jakarta Periode 1998-2000," Skripsi S1 Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta (tidak dipublikasikan)

Laba sering kali dijadikan indikator penilai prestasi manajer perusahaan dengan cara menetapkan tingkat laba yang harus dicapai dalam periode tertentu.

b. *Contracting*

Secara umum untuk memenuhi kewajiban-kewajiban kontraktual termasuk perjanjian hutang (*debt covenants*)

c. *Political Motivations*

- Untuk mengurangi biaya politis dan pengawasan dari pemerintah, dilakukan dengan cara menurunkan *earning*.
- Untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah misalnya: subsidi, perlindungan dari pesaing luar negeri dilakukan dengan cara menurunkan *earning*.
- Untuk meminimalkan tuntutan serikat buruh dilakukan dengan cara menurunkan *earning*.

d. *Stock Price Effect*

Manajer melakukan *earnings management* dalam laporan keuangan bertujuan untuk mempengaruhi pasar yaitu persepsi investor.

e. *Taxation Motivations*

Dalam hal ini manajer berusaha menurunkan laba untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar.

f. *Changes of Chief Executive Officer(CEO)*

Dalam kasus pergantian manajer biasanya tahun tugasnya, manajer akan melaporkan laba yang tinggi sehingga CEO yang baru akan merasa berat untuk mencapai tingkat laba tersebut.

2.3. Penelitian-Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu telah melaporkan keberadaan fenomena manajemen laba sebagai suatu wujud dari pencapaian keuntungan bagi perusahaan serta manajemen. Unikny, fenomena tersebut tidak selamanya terbukti, walaupun secara teoritis memungkinkan atau ada peluang bagi manajemen untuk memanipulasi keuntungan yang dilaporkan.

Dalam ruang lingkup penawaran perdana (IPO), beberapa penelitian telah dilakukan untuk menguji apakah manajemen melakukan manajemen laba.

Aharony, Lin dan loeb menggunakan sampel sebanyak 229 perusahaan yang melakukan IPO selama tahun 1985 sampai dengan Juni 1987 meneliti apakah perusahaan IPO memanipulasi pendapatan dengan menggunakan metode akuntansi sebelum melakukan penawaran perdana. Hasil penelitian mereka tidak ditemukan bukti yang kuat bahwa manajemen perusahaan menaikkan laba yang dilaporkan.

Friedlan menggunakan sampel sebanyak 221 perusahaan yang melakukan IPO selama tahun 1981 sampai dengan tahun 1984 meneliti apakah ada kecenderungan perusahaan melakukan manipulasi dengan menaikkan laba sebelum IPO lewat cara *discretionary accrual*. Hasilnya menunjukkan bahwa

perusahaan-perusahaan tersebut memanipulasi laba dengan cara meningkatkan tingkat keuntungan yang dilaporkan.

Penelitian yang dilakukan di Indonesia, diantaranya oleh Gumanti. Penelitian Gumanti menggunakan sampel sebanyak 39 perusahaan, dari penelitiannya ditemukan bahwa *issuer* melakukan manajemen laba pada periode sebelum *go public* di Bursa Efek Jakarta pada periode 1995 sampai dengan 1997. Dari penelitiannya diperoleh kesimpulan bahwa sebagian besar *issuer* melakukan manajemen laba pada laporan keuangannya dua tahun sebelum *go public*. Hal ini sengaja dilakukan agar manajemen laba yang dilakukan oleh *issuer* tidak mudah terdeteksi. Sedangkan Ihalauw dan Umami Arifa Afni menggunakan menggunakan sampel sebanyak 16 perusahaan selama tahun 1998 sampai dengan tahun 2000, hasil penelitiannya membuktikan bahwa *issuer* melakukan manajemen laba pada laporan keuangannya satu tahun sebelum *go public*.

Berdasarkan teori tentang *earnings management* dalam hubungannya dengan IPO menunjukkan ada kemungkinan atau peluang bagi manajemen untuk mengelola keuntungan yang dilaporkan. Penelitian-penelitian sebelumnya juga banyak yang membuktikan adanya *earnings management* dalam hubungannya dengan IPO. Namun, penelitian yang tidak menemukan bukti adanya *earnings management* dalam IPO juga terjadi. Hal ini menunjukkan penelitian lanjutan masih diperlukan. Oleh karena itu, penelitian ini akan menguji kembali kemungkinan adanya *earnings management* dalam IPO.