

ABSTRAK

ANALISIS PROFITABILITAS SEBELUM DAN SESUDAH *SEASONED EQUITY OFFERINGS* (SEO)

(Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Melakukan SEO tahun 2007-2011)

Oleh

Hasna Erliana Aruan

Perusahaan yang telah memasuki pasar modal masih membutuhkan dana untuk membiayai kegiatan usahanya. Bagi perusahaan yang sudah menerbitkan Initial *Public Offering* (IPO) maka perusahaan bisa saja mengeluarkan *Seasoned Equity Offerings* (SEO) untuk mendapatkan dana. *Seasoned Equity Offerings* (SEO) adalah penawaran saham tambahan setelah IPO, dana hasil SEO akan dimanfaatkan untuk membayar hutang dan Ekspansi perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui variasi penggunaan dana hasil SEO dan pengaruh profitabilitas yang dilihat dari nilai ROA, dan ROE dua tahun sesudah mengeluarkan SEO. Berdasarkan data yang terapat di Bursa Efek Indonesia ada 94 perusahaan yang mengeluarkan SEO. Objek penelitian menggunakan sampel berupa 15 perusahaan yang sesuai dengan kriteria.

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan variasi penggunaan dana perusahaan setelah mengeluarkan SEO (*Seasoned Equity Offerings*), pada bagian aktiva 8 perusahaan lebih besar menggunakan dana pada aktiva tetap, 7 perusahaan pada aktiva lancar. Pada bagian passiva, ada 7 perusahaan yang menggunakan untuk hutang jangka penjek, 1 perusahaan untuk hutang jangka panjang, dan 7 perusahaan untuk ekuitas. Berdasarkan hasil analisis pada perusahaan kebijakan SEO tidak berpengaruh terhadap profitabilitas.

Kata kunci : *Seasoned Equity Offerings* (SEO), variasi penggunaan dana, ROA, dan ROE.