

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan reaksi pasar disekitar pengumuman perubahan *rating* obligasi. Pengumuman perubahan rating diperoleh dari pengumuman perubahan rating yang dipublikasikan oleh Lembaga Pemeringkat Indonesia (Pefindo) dengan periode uji 15 hari sebelum pengumuman sampai 15 hari sesudah pengumuman perubahan *rating* obligasi. Penelitian ini menggunakan 15 sampel perusahaan dengan periode penelitian adalah tahun 2000 - 2004. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan *event study* dan menggunakan uji satu rata-rata yaitu uji t untuk melihat adanya reaksi pasar yang ditunjukkan dengan adanya *abnormal return* yang signifikan pada periode uji.

Hasil penelitian menunjukkan pengumuman perubahan peringkat obligasi hanya berpengaruh terhadap *abnormal return* tepat pada hari pengumuman perubahan peringkat obligasi.

