

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap tahun teknologi semakin berkembang, sehingga teknologi mulai menjadi sebuah kebutuhan dalam kehidupan masyarakat. Salah satunya dengan semakin meningkatnya penggunaan media *online* maka dapat membuat kegiatan masyarakat menjadi lebih praktis, seperti melakukan kegiatan pembelian secara *online*. Namun hal ini menyebabkan banyak dari masyarakat yang menjadi lebih agresif dalam melakukan kegiatan pembelian. Contohnya, banyak masyarakat lebih mengutamakan keinginan mereka dibandingkan kebutuhan mereka (*hedonisme*) dan banyak masyarakat lebih agresif dalam pembelian ketika ada penawaran terbatas atau promosi. Tindakan-tindakan yang dilakukan masyarakat ini menyebabkan tren berkembang dengan cepat, sehingga banyak dari perusahaan berusaha mengikuti perkembangan tren tersebut (Putri dan Lasdi, 2020).

Perkembangan tren ini pastinya membuat banyak perusahaan bersaing terutama dalam menarik perhatian pemegang saham agar memperoleh penanaman modal. Karena perusahaan membutuhkan modal yang cukup besar untuk menerapkan strategi mereka untuk mengikuti perkembangan tren. Pada tahun 2010 hingga Juni 2014, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menjelaskan bahwa penanaman modal di Indonesia semakin tinggi. Hal ini membuat banyak perusahaan bersaing ketat untuk menarik perhatian pemegang saham. Namun pada kenyataannya telah ditemukan beberapa kasus yang pelanggaran pasar modal yang terkait penyajian laporan keuangan. Hal ini bukanlah tindakan yang patut dilakukan oleh perusahaan. Salah satu cara untuk mengatasi hal ini adalah dengan mengungkapkan informasi keuangan dalam laporan perusahaan (Wahyudi dan Widaningsih, 2016).

Salah satu hal yang perlu diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi segmen. Menurut SFAS 131 dalam Wahyudi dan Widaningsih (2016), semakin banyak segmen yang diungkapkan maka dapat meningkatkan keakuratan dalam

memprediksi peningkatan laba. Namun, informasi segmen masih belum banyak digunakan oleh perusahaan. Setiap segmen pasti memiliki kinerja yang bervariasi, sehingga laba yang didapatkan perusahaan juga akan bervariasi. Para investor pasti juga membutuhkan laporan keuangan perusahaan yang lengkap seperti informasi pertumbuhan laba antar segmen operasi. Pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen adalah perbedaan kinerja dalam setiap segmen-segmen operasi. Berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan (2015), pengungkapan variasi pertumbuhan antar segmen dilakukan untuk menilai sifat dan dampak *financial* dari aktivitas bisnis yang terlibat dan lingkungan ekonomi dimana perusahaan beroperasi. Terdapat beberapa faktor yang digunakan untuk mengidentifikasi pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen yang dapat dilaporkan oleh perusahaan, yaitu perbedaan dalam produk dan jasa, wilayah geografis, lingkungan peraturan, gabungan dari faktor-faktor tersebut.

Manajemen menilai bahwa pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen yang tinggi menunjukkan bahwa penggunaan sumber daya perusahaan masih belum maksimal, begitu juga sebaliknya. Apabila penggunaan sumber daya perusahaan sudah maksimal maka menunjukkan bahwa kinerja manajemen tinggi, begitu pun sebaliknya. Namun bagi *stakeholder*, kelengkapan informasi menjadi hal utama dalam pengambilan keputusan atas penanaman modalnya. Perbedaan kepentingan tersebut akan menimbulkan adanya teori keagenan (Putri dan Lasdi, 2020).

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan dimana investor memberikan wewenang kepada manajemen dalam mengendalikan sumber daya perusahaan. Hubungan ini dapat menimbulkan masalah, karena manajemen mengetahui semua informasi perusahaan dan informasi tersebut dapat dimanfaatkan manajemen untuk kepentingannya sendiri (Scott, 2015). Sehingga ini membuat investor menuntut manajemen agar mengungkapkan informasi laporan keuangan secara lengkap termasuk informasi variasi pertumbuhan laba antar segmen agar investor dan manajemen dapat mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Pengungkapan pertumbuhan laba antar segmen yang dilakukan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu *proprietary cost*, *agency cost* dan *financing incentives* (Putri dan Lasdi, 2020). Menurut Lou (2006, dalam Afrianus, 2016), *Proprietary cost* merupakan biaya yang digunakan untuk pengambilan keputusan atas strategi perusahaan oleh pesaing dengan memakai semua informasi yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Prince (2004, dalam Afrianuh, 2016) menjelaskan bahwa *Proprietary cost* merupakan determinan yang mengakibatkan manajer perusahaan memperhitungkan resiko penyebaran informasi penting perusahaan kepada pesaing karena hal ini dapat merugikan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *proprietary cost* dapat mempengaruhi pengungkapan variasi pertumbuhan laba, sehingga *proprietary cost* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi variasi pertumbuhan laba.

Berdasarkan penelitian Wahyudi dan Widaningsih (2016) dan Putri dan Lasdi (2020) menjelaskan pengaruh *proprietary cost* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Hasil penelitian dari Wahyudi dan Widaningsih (2016), membuktikan bahwa *proprietary cost* berpengaruh negatif terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Hasil penelitian dari Putri dan Lasdi (2020), membuktikan bahwa *proprietary cost* berpengaruh positif terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.

*Agency cost* merupakan biaya yang dipakai *stakeholder* untuk memantau dan mengontrol kinerja manajemen dalam perusahaan. Dengan semakin tingginya biaya keagenan maka akan meningkatkan kinerja manajemen dalam perusahaan, namun *stakeholder* selalu ingin biaya keagenan yang rendah karena risiko yang diterima juga akan semakin rendah. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja manajemen masih belum maksimal dalam mengatur sumber daya. Namun, apabila biaya keagenan tinggi maka menunjukkan bahwa manajemen dapat memaksimalkan kegunaan dari sumber dayanya. Hal ini mengakibatkan stakeholder harus mengeluarkan biaya agensi untuk menyelesaikan masalah ini, sehingga biaya keagenan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi variasi pertumbuhan laba (Putri dan Lasdi, 2020).

Berdasarkan penelitian Wahyudi dan Widaningsih (2016) dan Putri dan Lasdi (2020) menjelaskan pengaruh *agency cost* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Hasil penelitian dari Wahyudi dan Widaningsih (2016), membuktikan bahwa *agency cost* berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Hasil penelitian dari Putri dan Lasdi (2020), membuktikan bahwa *agency cost* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.

*Financing incentives* merupakan pendanaan yang dapat mendukung perusahaan dalam pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen (Wahyudi dan Widaningsih, 2016). Apabila *financing incentives* yang dibagikan oleh perusahaan jauh lebih tinggi dari beberapa tahun sebelumnya, maka menunjukkan bahwa perusahaan tidak dalam kondisi yang baik sehingga membutuhkan dana yang untuk membiayai kegiatan operasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *financing incentives* yang dibagikan maka pengungkapan variasi pertumbuhan laba antara segmen semakin tinggi, begitupun sebaliknya (Putri dan Lasdi, 2020).

Berdasarkan penelitian Wahyudi dan Widaningsih (2016) dan Putri dan Lasdi (2020) menjelaskan pengaruh *financing incentives* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Hasil penelitian dari Wahyudi dan Widaningsih (2016), membuktikan bahwa *financing incentives* berpengaruh positif terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Hasil penelitian dari Putri dan Lasdi (2020), membuktikan bahwa *financing incentives* berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.

Hasil penelitian-penelitian diatas menunjukkan bahwa hasil yang dibuktikan pada pengaruh *proprietary cost*, *agency cost* dan *financing incentives* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen masih belum konsisten, sehingga perlu dilakukan penelitian kembali untuk menunjukkan hasil yang lebih jelas. Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) karena banyak dari perusahaan manufaktur yang mengungkapkan variasi pertumbuhan laba antar segmen. Periode yang digunakan adalah tahun 2017-2019

karena mengandung data yang paling baru dan relevan sehingga dapat dibandingkan dengan penelitian dari periode-periode lain yang dapat digunakan untuk mendukung analisis pada penelitian ini.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka dapat ditemukan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah *proprietary cost* berpengaruh terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen ?
2. Apakah *agency cost* berpengaruh terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen ?
3. Apakah *financing incentives* berpengaruh terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis dari :

1. Pengaruh *proprietary cost* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.
2. Pengaruh *agency cost* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.
3. Pengaruh *financing incentives* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian terdiri dari 2 (dua) manfaat, yaitu :

1. Manfaat Praktis

Manfaat Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan agar dapat mengambil keputusan yang lebih tepat. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat membantu para pemangku kepentingan agar dapat memahami pengaruh dari *proprietary cost*, *agency*

*cost* dan *financing incentives* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen.

## 2. Manfaat Akademis

Manfaat Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan dan dapat menjadi acuan dari pengaruh *proprietary cost*, *agency cost* dan *financing incentives* terhadap pengungkapan variasi pertumbuhan laba antar segmen di penelitian berikutnya.

### 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Skripsi ini terdiri dari sistematika penulisan sebagai berikut:

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 membahas landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, model penelitian/rerangka konseptual.

#### BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab 3 membahas desain penelitian, identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan dan analisis data.

#### BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab 4 membahas gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

#### BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Bab 5 membahas simpulan, keterbatasan, dan saran.