

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Agency Theory

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan mengenai sebuah fenomena ketidak samaan kepentingan antara *principal* dan *agent*. Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara pihak pemegang saham (*principal*) dan pihak manajer perusahaan (*agent*) (Indarawan 2018). Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian.

Agency theory mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka didalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Karena perbedaan kepentingan ini masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. *Principal* menginginkan pembelian yang sebesar-besarnya dan secepatnya atas investasi yang salah satunya di cerminkan dengan kenaikan porsi dividen dari tiap saham yang dimiliki. Agen menginginkan kepentingan diakomoditir dengan memberi kompensasi, bonus, insentif, remunerasi yang “memadai” dan sebesar-besarnya atas kinerjanya. *Principal* menilai prestasi agen berdasarkan kemampuannya memperbesar laba untuk dialokasikan pada pembagiannya dividen. Makin tinggi laba, harga saham dan makin besar deviden, maka agen dianggap berhasil dan berkinerja baik sehingga layak dapt insentif yang tinggi.

Dalam teori agensi, dijelaskan bahwa masalah antara *principal* dan agen timbul karena adanya informasi yang asimetri ada (*information asymmetry*). Informasi asimetri adalah keadaan dimana informasi yang diberikan kepada *principal* berbeda dengan yang diberikan internal dan prospek perusahaan dimana yang akan datang dibandingkan dengan investor dan kreditor lainnya. Disamping itu, informasi yang asimetris dapat menyebabkan *principal* sulit untuk mengamati kinerja agen, dengan demikian dapat membuka peluang manajemen perusahaan

melakukan tindakan yang oportunistik. Tindakan yang oportunistik adalah tindakan yang tujuannya mementingkan kepentingan diri sendiri.

2.2 Signalling Theory

Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa informasi yang diterima oleh masing-masing pihak tidak sama. Dengan kata lain, teori sinyal berkaitan dengan asimetri informasi. Teori sinyal menunjukkan adanya asimetri informasi antara manajemen perusahaan dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi. Untuk itu, manajer perlu memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan melalui penerbitan laporan keuangan. Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik dari perusahaan lain (Indrawan 2018).

Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka mengungkapkan informasi yang lebih lengkap yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip ini mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang tidak *overstate*. Informasi yang diterima oleh investor terlebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal baik (*good news*) (Indrawan 2018).

Apabila laba yang dilaporkan oleh perusahaan meningkat maka informasi tersebut dapat dikategorikan sebagai sinyal baik karena mengindikasikan kondisi perusahaan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang dilaporkan menurun maka perusahaan berada dalam kondisi tidak baik sehingga dianggap sebagai sinyal yang jelek. (Connelly 2011) menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan mengusahakan setiap modal yang baru diperlukan dengan cara-cara lain.

Sedangkan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung untuk menjual saham.

2.3 Pengungkapan Segmen

Diversifikasi usaha membuat bisnis perusahaan menjadi semakin kompleks sehingga para analis membutuhkan informasi terkait dengan kinerja segmen perusahaan untuk dapat melakukan analisis yang lebih baik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suprihatin 2013) juga menyimpulkan bahwa data segmen operasi memiliki nilai relevan bagi analis dalam melakukan valuasi dan analisis. Kinerja dan pencapaian perusahaan dapat tercermin dalam informasi laporan keuangan yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan. Informasi dalam laporan keuangan digunakan untuk mengambil keputusan ekonomi oleh para pengguna, yaitu pihak analis, pemegang saham dan pemaku kepentingan. Informasi yang ada dilaporan keuangan dapat dikatakan baik jika informasi tersebut dapat mengevaluasi kinerja masa lalu, saat ini, perkiraan posisi keuangan di masa depan (Darmayasa,2014).

Informasi yang diberikan terkait kondisi perusahaan secara keseluruhan masih dirasa kurang oleh pengguna dalam mengambil keputusan. Pengguna laporan keuangan membutuhkan pengungkapan informasi yang lebih mendalam dari rinci terkait operasi yang dimiliki perusahaan. Salah satu informasi penting yang dibutuhkan oleh para pengguna adalah informasi atas segmen perusahaan (Bestari,2012). Informasi atas segmen perusahaan dapat membantu pengguna dalam melakukan analisis investasi secara lebih baik untuk melihat pencapaian kinerja perusahaan, dan mengetahui bagi segmen mana yang dirasa kurang efektif dan memiliki risiko tinggi. Pelaporan segmen merupakan suatu pengungkapan informasi keuangan berdasarkan setiap segmen merupakan suatu pengungkapan, khususnya yang beroperasi dalam industri dan wilayah geografis yang berbeda. Pengungkapan segmen merupakan suatu pengungkapan yang penting bagi pihak investor, karna dengan adanya pengungkapan segmen maka efek asimetri informasi dan biaya keagenan akan berkurang.

Ketertarikan lain penelitian ini adalah jika pengungkapan segmen yang disyaratkan oleh IFRS 8 dihubungkan dengan biaya modal ekuitas. Manfaat

entitas terjadi saat kualitas pengungkapan segmen mendorong penurunan biaya modal. Sebagai akibat, biaya modal ekuitas memungkinkan dipengaruhi oleh kualitas pengungkapan segmen. (Krabbenborg 2012) dan (Vorst 2012) telah terlebih dahulu menghubungkan antara kualitas pengungkapan segmen dan biaya modal ekuitas. Keduanya menemukan hasil yang berbeda. (Krabbenborg 2012) menemukan bahwa kualitas pengungkapan segmen berpengaruh negatif terhadap biaya modal ekuitas, sedangkan (Vorst 2012) tidak menemukan pengaruh kualitas pengungkapan segmen terhadap biaya modal ekuitas. Di Indonesia, (Muhammad dan Siregar 2013) juga menguji pengaruh pengungkapan segmen yang disyaratkan oleh PSAK 5 (Revisi 2009) terhadap biaya modal ekuitas. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pengungkapan segmen tidak berpengaruh terhadap biaya modal ekuitas.

Tingkat pengungkapan dalam laporan keuangan akan membantu pengguna laporan keuangan untuk memahami isi angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Berdasarkan keputusan ketua BAPEPAM-LK : Kep-134 atau bl atau 2006 tentang kewajiban penyampaian laporan tahunan bagi emiten atau perusahaan publik, yang berlaku bagi semua perusahaan yang telah melakukan penawaran umum dan perusahaan publik. Pengungkapan laporan keuangan dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu:

1. Pengungkapan wajib (*Mandatory Disclosure*) merupakan pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh standar akuntansi yang berlaku.
2. Pengungkapan sukarela (*Voluntary Disclosure*) merupakan pengungkapan butirbutir yang dilakukan sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Salah satu cara meningkatkan kredibilitas perusahaan adalah melalui pengungkapan sukarela secara lebih luas dan membantu investor dalam memahami strategi bisnis manajemen.

Kualitas pengungkapan merupakan atribut penting dalam penyampaian suatu informasi akuntansi. Salah satu tolak ukur kualitas pengungkapan adalah luas pengungkapan. Ada tiga konsep pengungkapan yang umumnya diusulkan, yaitu:

1. Pengungkapan memadai (*Adequate Disclosure*) adalah pengungkapan yang cukup, yaitu pengungkapan minimum yang disyaratkan oleh peraturan yang

berlaku, dimana angka-angka yang disajikan dapat diinterpretasikan dengan oleh investor.

2. Pengungkapan wajar (*Fair Disclosure*) adalah pengungkapan yang wajar secara tidak langsung merupakan tujuan etis agar memberikan perlakuan yang sama kepada semua pemakai laporan keuangan dengan menyediakan informasi yang layak terhadap pembaca potensial.
3. Pengungkapan penuh (*Full Disclosure*) adalah yang pengungkapan penuh menyangkut kelengkapan penyajian informasi yang diungkapkan secara relevan. Pengungkapan penuh memiliki kesan penyajian informasi yang berlebihan, sehingga beberapa pihak menganggapnya tidak baik. Terlalu banyak informasi akan membahayakan, karena penyajian rincian-rincian yang tidak penting justru menyembunyikan informasi yang signifikan dan akan membuat laporan keuangan sulit ditafsirkan.

Menurut PSAK 05 revisi (2015) informasi semen disusun sesuai dengan kebijakan akuntansi yang dianut dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan konsolidasi. Bentuk primer pelaporan segmen adalah segmen usaha sedangkan segmen sekunder adalah segmen geografis. Segmen usaha adalah komponen perseroan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa (baik produk atau jasa individu itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan segmen lain. Segmen geografis adalah komponen perseroan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa pada lingkungan (wilayah) ekonomi tertentu dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan pada komponen yang beroperasi pada lingkungan (wilayah) ekonomi lain.

Segmen operasi adalah suatu komponen dari entitas :

- a. Yang melibatkan dalam aktivitas bisnis yang memperoleh pendapatan dan menimbulkan beban termasuk pendapatan dan menimbulkan beban (termasuk pendapatan dan beban terkait dengan transaksi dengan komponen lain entitas yang sama).
- b. Hasil operasinya dikaji ulang secara reguler oleh pengabdian keputusan tentang sumber daya yang dialokasikan pada segmen tersebut dan kinerjanya.

c. Tersedia informasi keuangan yang dapat dipisah.

Pendapatan, beban, hasil, aset dan liabilitas segmen termasuk item-item yang dapat diatribusikan langsung kepada suatu serta hal-hal yang dapat dialokasikan dengan dasar yang sesuai kepada segmen tersebut.

2.4 Biaya Modal Ekuitas

Menurut I made sudana (2013:133) pengertian biaya modal (*Cost Of Capital*) yaitu biaya modal merupakan tingkat pendapatan minimum yang disyaratkan pemilik modal. Dari sudut pandang perusahaan yang memperoleh dana, tingkat pendapatan yang disyaratkan tersebut merupakan biaya atas dana yang diperoleh perusahaan. Besar kecilnya biaya modal suatu perusahaan tergantung pada sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai investasi, khususnya sumber dana yang bersifat jangka panjang”.

2.4.1 Manfaat Biaya Modal

Ada tiga alasan mengapa biaya modal adalah hal penting, yaitu: 1. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, manajer harus meminimalkan biaya dari semua masukan, termasuk modal. Agar dapat meminimalkan biaya modal, manajer harus mampu mengukur biaya modal; 2. Manajer keuangan memerlukan estimasi dari biaya modal agar dapat mengambil keputusan yang tepat di bidang penganggaran barang modal; 3. Berbagai macam keputusan lainnya yang dapat diambil oleh manajer keuangan, perlu estimasi biaya modal.

2.4.2 Sumber Biaya Modal Ekuitas

Perusahaan memiliki beberapa sumber dana agar memiliki struktur biaya modal yang optimal. Biaya modal ekuitas dihitung 29 berdasarkan sumber dana jangka panjang yang tersedia bagi perusahaan. Ada 4 sumber dana jangka panjang, yaitu: 1) Hutang jangka panjang adalah biaya hutang setelah pajak saat ini untuk mendapatkan dana jangka panjang melalui pinjaman, 2) Saham preferen adalah deviden saham preferen tahunan dibagi dengan hasil penjualan saham preferen, 3) Saham biasa atau biaya modal ekuitas adalah besarnya rate (tingkat nilai, harga, kecepatan perkembangan) yang digunakan oleh investor untuk mendiskontokan deviden yang diharapkan akan diterima pada masa mendatang. Yang dimaksud

dengan diskonto adalah jumlah yang dikurangkan dari surat-surat berharga karena diperjualbelikan sebelum jatuh tempo, yang diberikan oleh pembeli karena pembayarannya tunai, cepat, dalam jumlah besar, atau akan dijual kembali, 4) laba ditahan adalah laba yang tidak dibagikan, tetapi ditambahkan pada modal. (I Made Sudana 2013:133)

Hubungan antara pengungkapan dan biaya modal ekuitas selalu menjadi hal yang menarik untuk diuji khususnya peralihan standar baru sebab hasilnya ditunjukkan kepada para investor. Penelitian mutakhir yang dilakukan oleh (Lan et al. 2013) belum menemukan pengaruh tingkat pengungkapan keuangan terhadap biaya modal ekuitas, tetapi (Li dan Yang 2012) serta (Petrova 2012) berhasil menemukan bahwa pengungkapan keuangan mengurangi biaya modal ekuitas. Temuan ini sekaligus mendukung Botosan dan (Plumlee 2002) yang sebelumnya menguji kedua.

2.4.3 Pengungkapan Segmen Dan Biaya Modal Ekuitas

Hubungan tersebut dan menyimpulkan bahwa tingkat pengungkapan keuangan berpengaruh negatif terhadap biaya modal ekuitas. Manfaat entitas terjadi saat pengungkapan yang berkualitas atau *improved disclosure* mendorong biaya modal yang rendah. Pengungkapan membantu para investor dan kreditur untuk memahami risiko investasi ekonomi. Ketidakakuratan dan ketidaklengkapan informasi keuangan dicerminkan dalam biaya modal. PSAK 5 menjadi regulasi yang sangat penting bagi perusahaan untuk mendorong perbaikan mengungkapkan segmennya di Indonesia. Pemberlakuan PSAK 5 (revisi 2015) akan mendorong kualitas pengungkapan yang baik dan berdampak pada pengurangan biaya modal ekuitas. (Pelaez et al 2009) dan (Semenenko serta Yoo 2012) menyimpulkan bahwa kualitas pengungkapan segmen telah berdampak negatif pada biaya modal ekuitas. Temuan keduanya didukung oleh (Krabbenborg 2012) dan (Saini dan Hermann 2012) yang konsisten bahwa pengungkapan segmen mampu menurunkan biaya modal ekuitas.

Manfaat entitas terjadi saat pengungkapan mendorong biaya modal yang rendah. Pengungkapan membantu pada investor dan kreditur untuk memahami risiko investasi ekonomi dengan ketidakakuratan dan ketidaklengkapan informasi yang

terungkap dicerminkan dalam biaya modal. PSAK 5 menjadi regulasi yang sangat penting bagi perusahaan dalam mengungkapkan segmennya di Indonesia. Pemberlakuan PSAK 5 akan mendorong kualitas pengungkapan yang baik dan berdampak pada pengurangan biaya modal ekuitas. Pelaez et al. (2009) dan Semenenko dan Yoo (2012) menyimpulkan bahwa kualitas pengungkapan segmen telah berdampak negatif pada biaya modal ekuitas. Hasil penelitian keduanya didukung oleh Krabbenborg (2012) dan Saini dan Hermann (2012) yang konsisten bahwa pengungkapan segmen menurunkan biaya modal ekuitas. Para investor dan kreditur harus membuat keputusan investasi yang baik ketika mereka mendapatkan informasi segmen yang akurat. Jika para investor dan kreditur tidak bisa memahami kandungan informasi segmen perusahaan, ini menjadi risiko berinvestasi. Masalah agensi mendasari pemahaman tersebut. Kebijakan pengungkapan segmen bertindak sebagai suatu mekanisme yang dapat mengurangi asimetri informasi. Pemahaman yang dipengaruhi oleh kualitas informasi segmen disediakan melalui pengungkapan. Pengungkapan dengan informasi yang berkualitas mengurangi biaya modal ekuitas melalui risiko estimasi. Para investor lebih menyukai risiko estimasi yang rendah, terlebih lagi jika para investor bisa lebih banyak memahami kandungan informasi segmen perusahaan. Ini menjadi manfaat bagi perusahaan sehingga jika ada permintaan saham dengan risiko estimasi yang rendah, para investor ingin membayar lebih saham-saham tersebut. Hubungan antara kualitas pengungkapan segmen dan biaya modal ekuitas berada pada kerangka teori agensi. Kualitas pengungkapan yang tinggi mencerminkan penurunan asimetri informasi. Asimetri informasi menurun pada tingkat saham perusahaan dijual sehingga itu mengurangi biaya dari modal ekuitas yang ditimbulkan. Dengan demikian, Pengungkapan yang dimandatkan dapat mengurangi biaya modal ekuitas melalui pengungkapan yang berkualitas. Kualitas pengungkapan diharapkan akan menurunkan biaya modal ekuitas.

Pengungkapan informasi segmen merupakan pengungkapan yang bersifat wajib sebagaimana diatur dalam PSAK No. 5 (Revisi 2015). Akan tetapi, masih banyak perusahaan yang belum mengungkap semua item yang sifatnya wajib untuk diungkap dalam pelaporan segmen. Reports on the Observance of Standards and

Codes (ROSC) Indonesia tahun 2010 menunjukkan bahwa terdapat sejumlah laporan keuangan perusahaan di Indonesia.

dalam jumlah yang signifikan yang tidak menyajikan informasi segmen sebagaimana yang diwajibkan oleh PSAK (ROSC, 2010). Diduga bahwa jika perusahaan mengungkapkan informasi segmen sebagaimana yang diwajibkan oleh standar, maka akan dapat menurunkan biaya modal ekuitas perusahaan tersebut, mengacu pada argumen yang diungkapkan oleh Bailey, Karolyi, and Salva (2006) serta Lambert et al. (2007) yang mengatakan bahwa pengungkapan informasi berpengaruh negatif dengan biaya modal ekuitas karena pengungkapan informasi dapat menurunkan kondisi asimetri informasi yang dialami investor. Selain itu, Saini dan Herrmann (2012) juga menunjukkan hasil bahwa pengungkapan informasi segmen berpengaruh negatif signifikan terhadap biaya modal ekuitas perusahaan yang terdaftar di Amerika Serikat.

2.5 Ukuran Perusahaan

Berdasarkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap luas informasi yang diungkapkan perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak. Pengungkapan cenderung menurun seiring dengan semakin besarnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan (Seftianne, 2011).

2.5.1 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan

atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

2.6 Kualitas Audit

Kualitas audit adalah hasil dari suatu fungsi dari proses audit, misalnya proses dari seorang auditor memberikan dan melaporkan pendapatan keuangan kliennya. Menurut (Simanjuntak 2008), Kualitas Audit adalah pemeriksaan yang sistematis dan independensi untuk melakukan aktivitas, mutu dan hasilnya sesuai dengan pengaturan yang telah direncanakan dan apakah pengaturan tersebut diimplementasikan secara efektif dengan tujuan. Kualitas audit juga dilaporkan dalam pengungkapan segmen yang luas agar meningkatkan kepercayaan bagi para pengguna laporan keuangan.

2.6.1 Pengukuran Kualitas Audit

Berdasarkan Peraturan Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia No. 01 Tahun 2007 mengenai Standar Pemeriksaan Keuangan Negara (SPKN), pengukuran kualitas audit didasarkan pada hal hal berikut ini, diantaranya yaitu:

1. Kualitas Proses (keakuratan temuan audit, sikap skeptisme). Besarnya manfaat yang didapatkan dari pekerjaan pemeriksaan tidak terletak pada pertemuan

pemeriksaan tidak terletak pada temuan pemeriksaan yang dilaporkan atau rekomendasi yang dibuat, namun terletak pada efektifitas penyelesaian yang ditempuh oleh entitas yang diperiksa. Selain itu, audit harus dilakukan dengan cermat, sesuai prosedur, sembari terus mempertahankan sikap skeptisme.

2. Kualitas hasil (nilai rekomendasi, kejelasan laporan, manfaat audit). Manajemen entitas yang diperiksa bertanggung jawab untuk menindak lanjuti rekomendasi dan juga menciptakan serta memelihara suatu proses dan sistem informasi untuk memantau status tindak lanjut atas rekomendasi pemeriksa.
3. Kualitas tindak lanjut hasil audit. Pemeriksa wajib merekomendasikan agar manajemen memantau status tindak lanjut atas rekomendasi pemeriksa. Perhatian secara terus menerus terhadap temuan pemeriksaan yang material serta rekomendasinya bisa membantu pemeriksa untuk menjamin terwujudnya manfaat pemeriksaan yang dilakukan.

2.7 Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Reyanto 2008:313). (Haryy 2011:4) mengemukakan bahwa persero memiliki umur yang tidak terbatas, sesuai dengan asumsi kesinambungan usaha atau *going concern*. Artinya umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kesinambungan usahanya. Dalam melakukan suatu pengukuran terhadap umur perusahaan, (Ulum 2009:203) mengemukakan bahwa umur perusahaan dihitung mulai tanggal IPO hingga tanggal laporan keuangan. (Nugroho 2012) mendefinisikan umur perusahaan melakukan aktivitas oprasional hingga dapat mempertahankan *going concern* perusahaan tersebut atau mempertahankan eksistensi dalam dunia bisnis. (Harry 2011:4) mengemukakan bahwa persero memiliki umur yang tidak terbatas sesuai dengan asumsi kesinambungan usaha *going concern*. Artinya umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kesinambungan usahanya. Berdasarkan dari beberapa definisi di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa umur perusahaan adalah layanan waktu hidup suatu perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan tetap eksis.

2.8 Diversifikasi Usaha

Perusahaan mampu meningkatkan kualitas informasi segmennya ketika usahanya semakin beragam. Crawford *et al.* (2012), Mardini (2012), dan Nichols *et al.* (2012) telah menunjukkan bahwa jumlah segmen yang diungkapkan oleh perusahaan meningkat setelah adopsi IFRS 8. Jumlah segmen menggambarkan tingkat diversifikasi usaha. Peningkatan jumlah segmen yang diungkapkan oleh perusahaan menandakan kualitas pengungkapan segmen yang meningkat. Pihak eksternal tidak hanya memerlukan informasi mengenai aktivitas umum perusahaan, melainkan mereka juga memerlukan informasi segmen perusahaan. Segmen adalah komponen yang diharapkan dapat berkontribusi terhadap keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan diversifikasi usaha bagi tujuan pelaporan membantu pihak eksternal dalam menilai perusahaan secara memadai.

Perusahaan yang mengungkapkan diversifikasi usaha bagi tujuan pelaporan keuangan membantu pihak eksternal dalam menilai perusahaan secara memadai. (Andre et al 2013) telah menemukan bahwa diversifikasi usaha menjadi indikator dalam melihat kualitas pengungkapan, tetapi mereka ternyata menemukan pengaruh negatif antara diversifikasikan usaha dan kualitas pengungkapan segmen. Walaupun hasilnya demikian, pengungkapan segmen sinyal yang sangat informatif dalam memahami kualitas segmen perusahaan. PSAK 5 yang bersifat *mandatory* menyediakan pengaruh terhadap peningkatan jumlah segmen usaha yang diungkapkan, semakin mengingkat kualitas pengungkapan segmen.

Menurut Dewi, dkk (2017), diversifikasi merupakan salah satu bentuk ekspansi usaha secara geografis atau secara produk. Menurut Satoto (2009) diversifikasi merupakan strategi yang dilakukan perusahaan untuk menambah produk baru tetapi masih berkaitan dengan produk yang sudah ada (diversifikasi konsentrik). Diversifikasi juga dapat dilakukan dalam bentuk penambahan produk baru yang tidak memiliki kaitan dengan produk yang sudah ada (diversifikasi horizontal). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) mendefinisikan tentang segmen operasi, segmen usaha dan segmen geografis. PSAK 5 revisi tahun 2009 merevisi PSAK 5 tentang Pelaporan Segmen yang telah dikeluarkan pada tanggal 6

Oktober 2000. Dewan Standar Akuntansi Keuangan telah mengesahkan penyesuaian atas PSAK 5 tentang Segmen Operasi pada tanggal 27 Agustus 2014.

Mulai dari PSAK 5 revisi tahun 2009 hingga 2015 definisi yang diungkapkan hanya definisi segmen operasi. Segmen operasi diartikan sebagai suatu komponen dari entitas yang terlibat dalam aktivitas bisnis yang mana memperoleh pendapatan dan menimbulkan beban (termasuk pendapatan dan beban terkait dengan transaksi dengan komponen lain dari entitas yang sama), hasil operasinya dikaji ulang secara reguler oleh pengambil keputusan operasional untuk membuat keputusan tentang sumber daya yang dialokasikan pada segmen tersebut dan menilai kinerjanya, dan tersedia informasi keuangan yang dapat dipisahkan. Sedangkan, PSAK No. 5 revisi 2000 (Standar Akuntansi Keuangan, 2009) mendefinisikan tentang segmen usaha dan segmen geografis. Segmen usaha adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa (baik produk atau jasa individual maupun kelompok produk atau jasa terkait) dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan segmen lain. Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan terkait atau tidaknya produk atau jasa meliputi: karakteristik produk atau jasa; karakteristik proses produksi; jenis atau golongan pelanggan (produk atau jasa); metode pendistribusian produk atau penyediaan jasa; dan jika praktis, karakteristik iklim regulasi, misalnya dalam perbankan, asuransi, atau *public utilities*. Segmen geografis adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa pada lingkungan (wilayah) ekonomi tertentu dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan pada komponen yang beroperasi pada lingkungan (wilayah) ekonomi lain. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam mengidentifikasi segmen geografis meliputi: kesamaan kondisi ekonomi dan politik; hubungan antar-operasi 14 dalam wilayah geografis berbeda; kedekatan geografis operasi; risiko khusus yang terdapat dalam operasi di wilayah tertentu; regulasi pengendalian mata uang; dan risiko mata uang. Ada dua tipe diversifikasi usaha yang dilakukan oleh beberapa perusahaan, yaitu (Griffin, 2004):

1. Diversifikasi Usaha Berkaitan

Diversifikasi usaha berkaitan adalah diversifikasi usaha perusahaan ke dalam suatu bisnis lain yang masih mempunyai hubungan erat dengan bisnis sebelumnya, sehingga dapat dikembangkan strategi bisnis yang saling berkesesuaian (*strategic fit*) di antara setiap bisnis tersebut. Menerapkan diversifikasi usaha berkaitan memiliki tiga keunggulan. Pertama, strategi tersebut mengurangi ketergantungan organisasi terhadap satu aktivitas bisnisnya dan oleh karena itu mengurangi risiko ekonomi. Bahkan jika satu atau dua dari bisnis perusahaan kehilangan uang, organisasi secara keseluruhan masih mungkin dapat bertahan karena bisnis yang sehat akan menghasilkan cukup uang untuk mendukung bisnis lainnya. Kedua, dengan mengelola beberapa bisnis pada waktu yang bersamaan, organisasi dapat mengurangi biaya overhead yang dihubungkan dengan mengelola satu bisnis. Dengan kata lain, jika biaya administrasi normal yang diperlukan untuk mengoperasikan bisnis manapun (seperti jasa hukum dan akuntansi) dapat disebar dalam sejumlah bisnis, maka biaya overhead perbisnis akan lebih rendah dibandingkan jika setiap bisnis harus menyerap semua biaya sendiri. Oleh karena itu biaya overhead bisnis dalam perusahaan terdiversifikasi yang berkaitan 15 biasanya lebih rendah dibanding bisnis serupa yang bukan merupakan suatu bagian dari perusahaan besar. Ketiga, diversifikasi usaha yang berkaitan membuat suatu perusahaan dapat mengeksplotasi kekuatan dan kemampuannya di lebih dari satu bisnis. Ketika perusahaan berhasil melakukan hal ini, perusahaan memanfaatkan sinergi yang merupakan dampak pelengkap yang ada di antara bisnis mereka. Sinergi muncul pada serangkaian bisnis ketika nilai ekonomi dari gabungan bisnis lebih besar dibandingkan nilai ekonomi bisnis secara terpisah.

2. Diversifikasi Usaha Tidak Berkaitan

Diversifikasi usaha tidak berkaitan adalah diversifikasi usaha perusahaan ke dalam suatu bisnis lain yang tidak mempunyai hubungan erat dengan bisnis sebelumnya. Alasan utama yang menjadi dasar diversifikasi usaha ini adanya peluang keuntungan yang lumayan besar yang dapat diraih pada industri tertentu. Strategi ini bisa saja dijalankan perusahaan korporasi dengan tujuan khusus untuk meraih keuntungan yang besar dalam jangka pendek. Untuk itu, perusahaan tidak mendirikan perusahaan yang baru tetapi mengambil alih perusahaan lain (akuisisi, dan merger). Secara teori, diversifikasi usaha tidak berkaitan memiliki dua

keunggulan. Pertama, perusahaan harus memiliki kinerja yang stabil dari waktu ke waktu. Selama periode tertentu jika beberapa bisnis yang dimiliki oleh organisasi berada dalam siklus penurunan, yang lainnya mungkin berada dalam suatu siklus pertumbuhan. Kedua, diversifikasi usaha yang tidak berkaitan dianggap memiliki keunggulan dalam alokasi sumber daya. Setiap tahun, ketika suatu perusahaan mengalokasikan modal, orang, dan sumber daya lain di antara berbagai bisnisnya, perusahaan harus mengevaluasi informasi mengenai masa depan dari bisnis-bisnis tersebut sehingga perusahaan dapat menempatkan sumber dayanya pada bisnis yang memiliki potensi pengembalian yang paling tinggi. Dengan demikian perusahaan yang melakukan diversifikasi usaha yang tidak berkaitan seharusnya mampu mengalokasikan modal untuk memaksimalkan kinerja perusahaan. Menurut Dewi, dkk (2017) perusahaan yang melakukan diversifikasi bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah pemilik perusahaan. Menurut Montgomery (1994) terdapat tiga perspektif motif dilaksanakannya diversifikasi perusahaan, antara lain:

1. Pandangan kekuatan pasar (*market power view*), diversifikasi sebagai alat untuk menumbuhkan pengaruh anti kompetisi yang bersumber pada kekuatan konglomerasi.
2. Pandangan yang mendasarkan pada sumber daya (*resource based view*) yang dimiliki oleh perusahaan. Diversifikasi dilakukan untuk memanfaatkan kelebihan kapasitas dari sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Alokasi sumberdaya yang efisien memungkinkan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang.
3. Pandangan perspektif keagenan (*agency view*), terjadinya konflik kepentingan antara pemilik atau pemegang saham dan manajer perusahaan karena kemungkinan manajer bertindak tidak sesuai dengan kepentingan pemilik atau pemegang saham. Dalam hal ini manajer mempunyai kecenderungan mengarahkan diversifikasi untuk memenuhi kepentingannya, karena kinerja 17 manajerial dikaitkan dengan tingkat penjualan, sehingga diversifikasi menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan omset perusahaan. Perusahaan yang terdiversifikasi mempunyai lebih banyak akses secara internal ke berbagai sumber daya termasuk ke sumber dana eksternal sehingga menyebabkan formasi modal

yang lebih fleksibel. Berbagai mekanisme dapat digunakan untuk menciptakan dan memperluas keunggulan dari kekuatan pasar yang dimilikinya, diantaranya pemotongan harga, kelebihan pendapatan dari satu segmen dapat dialokasikan untuk mendukung segmen lainya (subsidi silang), meningkatkan hambatan masuk industri. Mekanisme lain yang dapat dilakukan perusahaan adalah memperluas kelebihan aset khusus perusahaan dan berbagi sumber daya antar segmen, seperti *brand names*, kemampuan managerial, loyalitas konsumen dan inovasi teknologi.

2.8.1 Tujuan Perusahaan Melakukan Diversifikasi

Terdapat alasan yang menjadi tujuan perusahaan melakukan diversifikasi pada produknya yang umumnya berkaitan dua hal terpenting. Yakni peningkatan keuntungan dan pembagian resiko.

2.9 Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik merupakan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat (Aprilia, 2013). Dalam penelitian ini, proporsi kepemilikan publik dihitung dengan persentase perbandingan jumlah saham yang dimiliki masyarakat dengan total jumlah saham beredar memiliki perusahaan. (Sriayu Mimba 2013) berpendapat bahwa semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu melakukan pengungkapan informasi secara luas. Kepemilikan saham publik adalah proporsi saham yang dimiliki publik/masyarakat terhadap saham perusahaan. Pengertian publik disini adalah pihak individu atau institusi yang memiliki saham dibawah 5% (<5%) yang berbeda di luar manajemen dan tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan. Kelompok pemegang saham masyarakat, yaitu kelompok pemegang saham yang masing-masing memiliki kurang dari 5% biasanya merupakan gabungan kepemilikan dari banyak masyarakat. Kelompok pemegang saham ini disebut dengan pemegang saham publik. Pemegang saham publik biasanya merupakan pemegang saham minoritas perusahaan.

2.10 Profitabilitas

Rasio profitabilitas merupakan sebuah rasio yang digunakan untuk mengetahui keadaan keuangan suatu perusahaan. Ada berbagai jenis rasio profitabilitas namun

penggunaan rasio secara sebagian memberikan arti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa rasio yang dianggap perlu untuk diketahui. Salah satu rasio yang digunakan adalah hasil pengembalian atas aset (*Return on Assets*). Rasio ini sangat penting untuk mengetahui sampai sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba baik yang berasal dari kegiatan oprasional maupun kegiatan non oprasional. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset, ROA adalah teknik analisis yang lazim digunakan untuk mengukur tingkat efektifitas dari keseluruhan operasi perusahaan. Rasio ini adalah keuntungan bersih setelah pajak terhadap jumlah aset secara keseluruhan. Rasio ini merupakan suatu ukuran menilai seberapa besar tingkat pengembalian (%) dari aset yang dimiliki (Anggreli, 2018).

2.10.1 Tujuan Dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Manfaat yang diberikan oleh rasio ini tidak hanya berguna bagi perusahaan namun juga berguna bagi pihak diluar perusahaan. Berikut adalah tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan.

1. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkn laba selama periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu kewaktu.
4. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam pada aset.

2.11 Leverage

Menurut (Fakhrudin 2008:109), leverage merupakan jumlah utang yang digunakan untuk membiayai / membeli aset-aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki utang lebih besar dari equity dikatakan sebagai perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi. Perusahaaan dengan tingkat leverage yang lebih

besar akan pengungkapan informasi dengan lebih luas dalam pengungkapan segmen.

2.11.1 Tujuan Rasio Leverage

Menurut Kasmir, tujuan perusahaan menggunakan rasio leverage, diantaranya yaitu:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

2.12 Likuiditas

Menurut (Handono Mardiyanto 2009:54), pengertian likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban (utang) jangka pendek tepat pada waktunya, termasuk melunasi bagian utang jangka panjang yang jatuh tempo pada tahun bersangkutan. Apa bila perusahaan memiliki likuiditas rendah akan mengungkapkan informasi yang banyak guna memberikan informasi kepada pemegang saham bahwa kondisi perusahaan sedang tidak baik.

Adapun beberapa fungsi dan manfaat likuiditas sebagai berikut:

1. Sebagai media dalam melakukan kegiatan bisnis perusahaan sehari-hari.
2. Sebagai alat untuk mengantisipasi kebutuhan dana yang mendesak atau tiba-tiba.
3. Untuk memudahkan nasabah bagi bank atau lembaga keuangan yang hendak melakukan pinjaman atau penarikan dana.
4. Sebagai acuan tingkat fleksibilitas suatu perusahaan dalam mendapatkan persetujuan investasi atau usaha lain yang menguntungkan.
5. Sebagai alat untuk memicu perusahaan dalam upaya perbaikan kinerja.

6. Sebagai alat untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek.
7. Dapat membantu manajemen dalam memeriksa efisiensi modal kerja.
8. Membantu perusahaan dalam melakukan analisis dan menginterpretasikan posisi keuangan jangka pendek.

2.13 Pertumbuhan Perusahaan

Menurut (Supranti ningrum 2013), pertumbuhan perusahaan (*company growth*) adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya. Selain itu juga pengungkapan bahwa terdapat potensi adanya pesaing yang lebih tinggi terhadap pengungkapan informasi segmen operasi pada perusahaan yang lagi tumbuh karena khawatir pesaing akan memanfaatkan informasi tersebut. Menurut (Fauzi dan Suhadak 2015) “Pertumbuhan perusahaan yang tinggi mencerminkan semakin luasnya jangkauan perusahaan”.

Pertumbuhan perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, karena terjadi peningkatan terhadap aset atau penjualan perusahaan. Menurut (Nurhasanah 2016: 17), pertumbuhan perusahaan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aktiva dimana pertumbuhan masa lalu akan menggambarkan profitabilitas yang akan datang. Menurut (Brigham dan Houston 2011:189) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki pertumbuhan lebih cepat harus lebih mengandalkan diri pada modal eksternal.

2.14 Penelitian Terdahulu

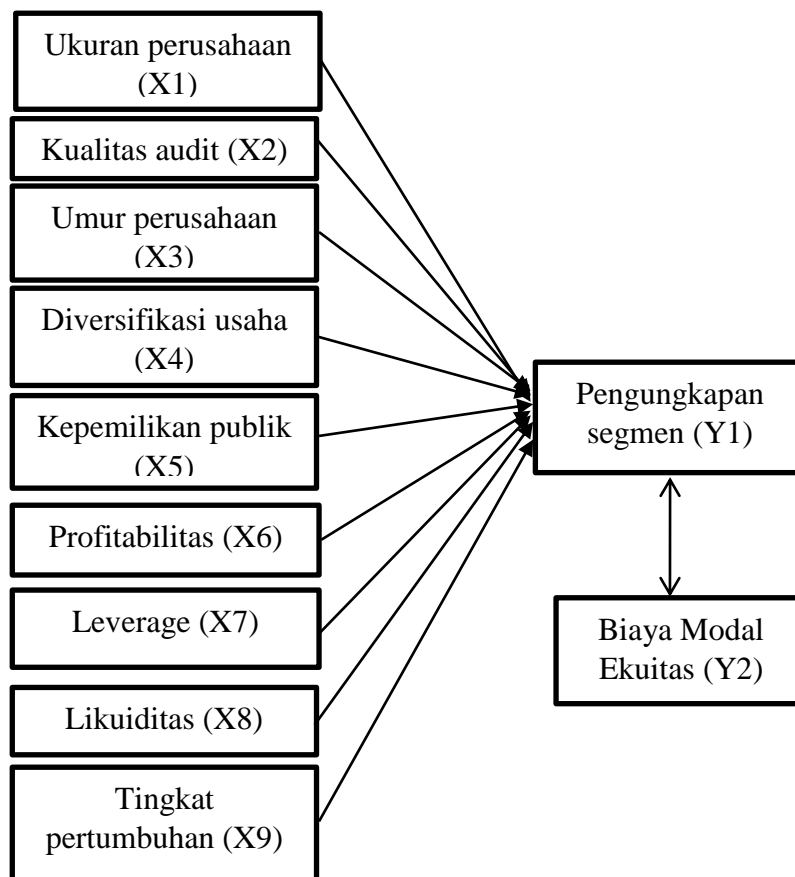
No.	Nama Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Mishari M. Alfaraih, dan Faisal S. Alanezi, (2011)	Variabel (Y) Pengungkapan segmen Variabel (X) - Ukuran perusahaan - Tipe auditor	Statistik deskriptif menunjukkan tingkat rata-rata pengungkapan segmen dalam sampel 123 KSE perusahaan yang terdaftar pada tahun 2008 adalah 56%,

		<ul style="list-style-type: none"> - Usia - Kepemilika - Profitabilitas - Leverage 	disetujui antara 18% hingga 94%. Variasi penting dalam tingkat segmen perusahaan pengungkapan ulasan dalam sampel peneliti.
2.	Fadhil Muhammad, Sylvia veronica siregar (2013)	<p>Variabel (Y)</p> <p>Pengungkapan Segmen Operasi dan Biaya Modal Ekuitas</p> <p>Variable (X)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ukuran perusahaan - Kualitas audit - Umur perusahaan - Kepemilikan publik - Profitabilitas - Leverage - Likuiditas - Pertumbuhan perusahaan 	Dari hasil pengujian didapat bahwa luas pengungkapan informasi segmen tidak berpengaruh signifikan terhadap biaya modal ekuitas perusahaan.
3.	Ahmad Abbas, Abdul Hamid Habbe, Grace T. Pontoh (2014)	<p>Variable (Y)</p> <p>Kualitas Pengungkapan Segmen dan Hubungan dengan Biaya Modal Ekuitas</p> <p>Variable (X)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya agensi - Biaya kepemilikan - Kinerja perusahaan - Kualitas audit - Diversifikasi usaha 	hasil penelitian ini dengan mengandalkan pengukuran kualitas pengungkapan segmen yang tidak bergantung pada indeks pengungkapan dari jumlah item segmen, melainkan pada analisis kandungan informasi segmen pada profitabilitasnya.
4.	Robbert Plus	Variable (Y)	- Setelah penerapan PSAK 5

	Pardede (2015)	<p>Segmen Oprasi Variable (X)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penerapan PSAK No 5 (Revisi 2009) 	<p>revisi 2009, jumlah perusahaan manufaktur di Indonesia yang mengidentifikasi segmen operasi meningkat.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Penerapan PSAK 5 (revisi 2009) menyebabkan peningkatan item-item yang diungkapkan pada segmen usaha dan informasi lainnya. Kecuali untuk item pengungkapan pada segmen geografis yang mengalami penurunan setelah diterapkannya standar baru.
5	Aleksanyan, M., dan Danbolt, J. (2015)	<p>Variabel (Y) Pelaporan segmen:</p> <p>Variabel (X) apakah IFRS 8 benar-benar lebih baik</p>	<p>menunjukkan bahwa IAS 14R dan IFRS 8 menghasilkan pengurangan besar dalam volume informasi profitabilitas segmen, dibandingkan dengan yang di bawah SSAP 25. Sementara investor seharusnya mampu menghitung rata-rata enam item data margin keuntungan segmental per perusahaan di bawah SSAP 25, setelah adopsi IAS 14R dan kemudian IFRS 8 ini turun menjadi kurang dari empat, karena data laba tidak harus diungkapkan untuk segmen sekunder berdasarkan IAS 14R atau sebagai bagian dari pengungkapan entitas-lebar IFRS 8.</p> <p>Oleh karena itu, sementara margin keuntungan dapat</p>

			<p>dihitung untuk lebih dari 90% dari segmen yang dilaporkan di bawah SSAP</p> <p>25, di bawah IAS 14R ini dapat dilakukan untuk sekitar 60% segmen. Memperlakukan seluruh entitas</p> <p>pengungkapan seolah-olah mereka adalah segmen (pendekatan luas) menghasilkan pengurangan lebih lanjut dalam proporsi segmen yang margin keuntungannya dapat dihitung berdasarkan IFRS 8, hingga 54%. Penurunan nilai volume informasi profitabilitas bahkan lebih dramatis untuk segmen geografis.</p>
--	--	--	--

2.15 Kerangka Penelitian



2.16 Bangunan Hipotesis

2.16.1 Pengaruh Ukuran Perusahaanaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Berdasarkan studi literatur, ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap luas informasi yang diungkapkan perusahaan. Perusahaan yang lebih besar cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak. Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang besar akan menanggung biaya keagenan yang lebih besar pula, karena *monitoring costs* secara inheren akan menjadi lebih sulit dan mahal dalam sebuah organisasi yang lebih besar (Fadhil dan Siregar 2013). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha ditinjau dari lapangan usaha yang dijalankan (Seftianne, 2011). Didukung dari penelitian (Fadhil dan Siregar 2013) bawah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan segmen. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis pertama adalah sebagai berikut :

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan

2.16.2 Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Kualitas audit adalah hasil dari suatu fungsi dari proses audit, misalnya proses dari seorang auditor memberikan dan melaporkan pendapatan keuangan kliennya. Menurut (Simanjuntak 2008), Kualitas Audit adalah pemeriksaan yang sistematis dan independensi untuk melakukan aktivitas, mutu dan hasilnya sesuai dengan pengaturan yang telah direncanakan dan apakah pengaturan tersebut diimplementasikan secara efektif dengan tujuan. Kualitas audit juga dilaporkan dalam pengungkapan segmen yang luas agar meningkatkan kepercayaan bagi para pengguna laporan keuangan. Pada proses pengungkapan segmen, (Fadhil dan Siregar 2013) menemukan pengaruh yang signifikan antara kualitas audit dan pengungkapan segmen perusahaan. Pengungkapan segmen yang lebih efektif dilakukan bagi perusahaan yang diaudit KAP Big 4. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis kedua adalah :

H2: Kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan

2.16.3 Pengaruh Umur Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva (Reyanto 2008:313). (Haryy 2011:4) mengemukakan bahwa persero memiliki umur yang tidak terbatas, sesuai dengan asumsi kesinambungan usaha atau *going concern*. Artinya umur perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kesinambungan usahanya. Dalam melakukan suatu pengukuran terhadap umur perusahaan, (Ulum 2009:203) mengemukakan bahwa umur perusahaan dihitung mulai tanggal IPO hingga tanggal laporan keuangan. Umur merupakan indikator umum bagi tingkat kedewasaan atau kematangan. Menurut (Munsaidah, Andini, & Supriyanto 2016) semakin lama perusahaan dapat bertahan, maka untuk mengembalikan investasi akan semakin besar. Perusahaan yang lebih muda usianya memiliki system akuntansi yang masih belum handal sehingga kualitas pelaporan akuntansi dalam pengungkapan masih kurang baik (Alfaraih dan Alanezi 2011). (Fadhil Dan Siregar 2013) menemukan pengaruh signifikan antara umur perusahaan dan pengungkapan segmen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis ketiga adalah :

H3: Umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan

2.16.4 Pengaruh Diversifikasikan Usaha Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Perusahaan mampu meningkatkan kualitas informasi segmennya ketika usahanya semakin beragam. (Crawford et al 2012), telah menunjukkan jumlah segmen yang diungkap oleh perusahaan meningkat setelah adopsi IFRS 8. Jumlah segmen menggambarkan tingkat diversifikasikan usaha. Peningkatan jumlah segmen yang diungkapkan oleh perusahaan menandakan kualitas pengungkapan segmen yang meningkat. Pihak eksternal tidak hanya memerlukan informasi mengenai aktivitas

umum perusahaan, melainkan mereka juga memerlukan informasi segmen perusahaan. Segmen adalah komponen yang diharapkan dapat berkontribusi terhadap keberhasilan perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan diversifikasi usaha bagi tujuan pelaporan keuangan membantu pihak eksternal dalam menilai perusahaan secara memadai.

(Andre et al. 2013) telah menemukan bahwa diversifikasi usaha menjadi indikator dalam melihat kualitas pengungkapan, tetapi mereka ternyata menemukan pengaruh negatif antara diversifikasikan usaha dan kualitas pengungkapan segmen. Walaupun hasilnya demikian, pengungkapan segmen sinyal yang sangat informatif dalam memahami kualitas segmen perusahaan. PSAK 5 yang bersifat *mandatory* menyediakan pengaruh terhadap peningkatan jumlah segmen usaha yang diungkapkan, semakin meningkat kualitas pengungkapan segmen. (Ahmad dan Abbas 2014) menemukan bahwa berpengaruh signifikan diversifikasi usaha dan pengungkapan segmen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis keempat adalah :

H4. Diverifikasikan usaha berpengaruh signifikan terhadap kualitas pengungkapan segmen.

2.16.5 Pengaruh Kepemilikan Publik Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Kepemilikan publik merupakan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat (Aprilia, 2013). Dalam penelitian ini, proporsi kepemilikan publik dihitung dengan persentase perbandingan jumlah saham yang dimiliki masyarakat dengan total jumlah saham beredar memiliki perusahaan. (Sriayu Mimba 2013) berpendapat bahwa semakin besar komposisi saham perusahaan yang dimiliki publik, maka dapat memicu melakukan pengungkapan informasi secara luas. (Alfaraih dan alanezi 2011) dalam penelitiannya mengukur kepemilikan publik dengan total jumlah saham publik diduga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis kelima adalah :

H5: Kepemilikan public berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informs segmen perusahaan.

2.16.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh (Kartika 2009) dengan menggunakan *return on asset* (ROA) sebagai ukuran profitabilitas dan memperoleh bukti empiris bahwa ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan laporan keuangan. Dengan rentabilitas ekonomi dan profit margin yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih rinci, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan mendorong kompensasi terhadap manajemen. Hal ini juga didukung penelitian empiris yang dilakukan (Alfaraih dan Alanezi 2011) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara profitabilitas dan luas pengungkapan informasi segmen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis keenam adalah :

H6: Profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan.

2.16.7 Pengaruh Tingkat Leverage Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Banyak pandangan yang berpendapat bahwa perusahaan dengan tingkat leverage yang lebih besar akan mengungkapkan informasi dengan lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan kreditur (Alesaeed 2006). Leverage menunjukkan proporsi pendanaan perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Semakin tinggi leverage suatu perusahaan berarti semakin tinggi pula ketergantungan perusahaan tersebut kepada krediturnya. Hal ini sesuai dengan *agency teory*, yaitu hubungan keagenan antara prinsipal (kreditur) dengan agennya (perusahaan). Perusahaan akan berusaha memberikan informasi yang seluasluasnya mengenai kondisi perusahaan kepada krediturnya. Harapannya kreditur lebih mengetahui dan memahami perusahaan dalam kaitannya dengan kredit yang diberikan (tri sunu 2016). Hal ini juga didukung penelitian empiris yang dilakukan (Alfaraih dan Alanezi 2011) (Fadhil dan Siregar 2013) yang menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara leverage dan luas pengungkapan informasi segmen. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis ketujuh adalah :

H7: Tingkat leverage perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan.

2.16.8 Pengaruh Tingkat Likuiditas Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Menurut (Handono Mardiyanto 2009:54), pengertian likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban (utang) jangka pendek tepat pada waktunya, termasuk melunasi bagian utang jangka panjang yang jatuh tempo pada tahun bersangkutan. Adapun penelitian menduga bahwa faktor likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap luas pengungkapan informasi (Sutrisno & Assih 2009) (Fadhil & Siregar 2013). Oleh karena itu, hipotesis kedelapan adalah :

H8: Tingkat likuiditas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan

2.16.9 Pengaruh Tingkat Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Segmen Perusahaan

Menurut (Suprانتiningrum 2013), pertumbuhan perusahaan (company growth) adalah peningkatan atau penurunan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya. Adapun penelitian menduga faktor tingkat pertumbuhan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan informasi segmen perusahaan (Fadhil dan Siregar 2013). Dari penjelasan tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis kesembilan yaitu :

H9: Tingkat pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap luas pengungkapan.

2.16.10 Pengaruh Luas Pengungkapan Segmen Perusahaan Terhadap Biaya Modal Ekuitas Perusahaan

Pengungkapan informasi segmen merupakan pengungkapan yang bersifat wajib sebagaimana diatur dalam PSAK No.5 (Revisi 2000 & 2009). Akan tetapi, masih banyak perusahaan yang belum mengungkapkan semua item yang bersifat wajib untuk diungkapkan dalam pelaporan segmen. *Reports on the Observance of Standards and Codes* (ROSC) Indonesia tahun 2010 menunjukkan bahwa terdapat

sejumlah laporan keuangan perusahaan di Indonesia dalam jumlah yang signifikan yang tidak menyajikan informasi segmen sebagaimana yang diwajibkan oleh PSAK.

(Saini dan Herrman 2012) menunjukkan hasil bahwa pwnungkapan informasi segmen berpengaruh negative signifikan terhadap biaya modal ekuitas perusahaan yang terdaftar di Amerika Serikat. (Fadhil dan Siregar 2013) juga menunjukkan hasil bawah luas pengungkapan informasi segmen perusahaan berpengaruh signifikan, maka karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesis kesepuluh yaitu :
H10: Luas pengungkapan informasi segmen operasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap modal ekuitas perusahaan.