

# ANALISIS KINERJA SEGMENTASI PRODUK DAN GEOGRAFIS PADA PT. KIKIJAYA AIRCONINDO

1<sup>st</sup> Noni Suharyani, 2<sup>nd</sup> Hamdani M Syah

Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia

Jakarta Timur, Indonesia

[Nonny.anggi@gmail.com](mailto:Nonny.anggi@gmail.com); [hamdanimsyah@stei.ac.id](mailto:hamdanimsyah@stei.ac.id);

***Abstrak**– Pengungkapan laporan segmen diperlukan untuk melihat pembagian jenis usaha yang ada di perusahaan dan dibagi menurut jenis produk atau jasa dan menurut letak geografisnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan segmen pelaporan berdasarkan uji sepuluh persen terhadap pendapatan dan laba rugi di laporan keuangan tahun 2018 dan 2019 telah sesuai dengan PSAK No. 5, hal ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan perubahan persentase dalam masing-masing pengujian tersebut. Tujuan lainnya juga untuk mengetahui pendapatan, biaya dan laba rugi setiap segmen usaha atau produk yang dimiliki perusahaan PT. Kikijaya Airconindo.*

*Bentuk penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus. Metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Metode analisis data menggunakan analisis kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan uji pendapatan sepuluh persen dan uji laba rugi sepuluh persen. Pengujian tersebut juga berdasarkan pada data pendapatan yang diambil dari semua cabang PT. Kikijaya Airconindo.*

*Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti, terdapat beberapa segmen usaha dan segmen geografis yang tidak memenuhi ketentuan PSAK No. 5. Penentuan pelaporan segmen usaha berdasarkan uji pendapatan dan uji laba rugi pada tahun 2018 dan 2019 penerapannya kurang tepat menurut PSAK No. 5. Dilihat dari laporan laba rugi laba yang didapat dari divisi sparepart sangat sedikit dibandingkan dengan penjualannya yang memiliki nominal besar*

***Kata Kunci:** Segmentasi Produk, Segmentasi Geografis, Laporan Segmentasi*

## I. PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam persaingan usaha yang semakin ketat di era ini, perusahaan dituntut untuk mengembangkan usaha untuk menjadi lebih besar lagi. Perusahaan yang berkembang pasti akan terus menerus menggerakkan proyek-proyek investasi yang potensial. Perusahaan pasti akan memilih investasi yang menarik dan memiliki tingkat kegagalan yang rendah.

Banyak perusahaan yang menawarkan berbagai kelompok produk dan jasa atau beroperasi di berbagai wilayah geografis dengan tingkat keuntungan, peluang pertumbuhan, prospek, dan risiko yang berbeda. Informasi tentang jenis-jenis produk atau jasa perusahaan dan operasinya di wilayah geografis berbeda disebut informasi segmen. Informasi ini dibutuhkan untuk menilai risiko dan

imbangan Suatu perusahaan yang memiliki di versifikasi usaha atau suatu perusahaan multinasional, namun informasi ini tidak mungkin diperoleh dari data agregat. Oleh karena itu, informasi segmen merupakan suatu hal yang dipandang perlu untuk memenuhi kebutuhan para pengguna laporan keuangan.

Secara global banyak perusahaan yang berbondong-bondong mulai menawarkan produk baru atau jasa andalan mereka, baik dari perusahaan domestic maupun dari perusahaan mancanegara, dengan melihat dari segi pertumbuhan ekonomi masyarakat, prospek pasar, dan risiko internal maupun eksternal yang akan dihadapi oleh masing-masing perusahaan tersebut.

Perusahaan melakukan suatu strategi guna menarik para investor dan juga para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan ialah dengan Diversifikasi usaha. Diversifikasi usaha ialah kebijakan strategi perusahaan dengan membuka lini bisnis yang baru, makin meluas lini produk yang ada, terbukanya kantor cabang di berbagai tempat, makin luasnya wilayah pemasaran produk, juga mergerdan akuisisi guna meningkatkan skala ekonomis perusahaan ataupun nilai perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan (Sumendap et al, 2018).

Perusahaan yang memiliki segmentasi contohnya adalah Aqua. Aqua memiliki segmen geografisnya yaitu dengan menunjukan semua pasar yang ada di wilayah Indonesia. Aqua tidak hanya bisa ditemukan di daerah perkotaan, namun produk Aqua juga sudah sangat mudah ditemukan di daerah pedesaan. selain itu, secara demografis, Aqua menargetkan orang – orang di semua kalangan, dari anak-anak, remaja dan sampai orang dewasa. Bisa dilihat kemasan Aqua yang berbentuk lucu yang disediakan Aqua untuk menarik minat anak-anak. Secara psikografis, Aqua ditunjukan untuk kalangan kelas sosial menengah. Namun bisa juga untuk kalangan bawah karena Aqua menyediakan kemasan yang sangat terjangkau dengan harga Rp 1000 dan Rp 3000. Selain itu Aqua sangat cocok untuk orang-orang dengan gaya hidup praktis dan sehat karena kemasan Aqua mudah untuk dibawa dan mudah didapat.

Dalam segmen usaha, Aqua hanya memproduksi satu macam produk saja yaitu air mineral. Aqua tidak berusaha untuk mengembangkan segmentasi usaha yaitu menambah produk baru selain air mineral, namun hal itu tidak menjadikan omset Aqua menurun sehingga Aqua tidak perlu mengembangkan segmentasi dalam segmen usahanya.

Contoh lainnya yaitu perusahaan ponsel. Perusahaan ponsel pastinya akan mengeluarkan jenis dan tipe, maka dari itu perusahaan ponsel akan melakukan segmentasi. Diantara segmentasi yang dilakukan oleh perusahaan ponsel yaitu seperti ponsel low end yang di bandrol dengan harga terjangkau dengan fitur yang terbatas diperuntukan untuk konsumen kelas menengah ke bawah. Sedangkan perusahaan ponsel juga akan memproduksi ponsel jenis flagship yang diproduksi dengan fitur lengkap dan lebih canggih serta harga yang cukup tinggi dihadirkan untuk mereka dari kalangan menengah ke atas. Untuk kasus seperti ini, perusahaan ponsel telah membagi pasar konsumen ponsel yang heterogen bisa menjadi pasar homogen. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan ponselpun pasti berbeda, semua itu akan disesuaikan dengan produk dan juga konsumen yang menjadi tujuan utamanya.

Untuk perusahaan yang memiliki jenis produk yang tergabung dalam beberapa segmen produk. Perusahaan perlu memberikan laporan mengenai operasional tiap segmen produk untuk mengurangi asimetri informasi, laporan ini disebut laporan segmentasi. Di dalam laporan pengungkapan keuangan segmen tersebut perusahaan mengungkapkan masing-masing segmen secara terpisah. Pengungkapan laporan keuangan dari segmen digunakan oleh pihak manajemen perusahaan untuk membuat alokasi sumber daya dan keputusan lain yang terkait dengan segmen operasi.

Laporan segmentasi memiliki peran yang penting dalam pengambilan keputusan untuk kegiatan operasional masing-masing segmen. Laporan ini juga merupakan bentuk pertanggungjawaban dikarenakan adanya pendelegasian wewenang yang dilakukan di setiap segmen produk pada perusahaan. Segmentasi operasi diatur dalam PSAK 5, prinsip ini adalah entitas mengungkapkan informasi yang memungkinkan pengguna laporan keuangan untuk mengevaluasi sifat dan dampak keuangan dari aktivitas bisnis entitas.

Laporan keuangan memberikan informasi yang sangat penting bagi perusahaan itu sendiri. Perseroat terbatas (PT) Kikijaya Airconindo, merupakan perusahaan yang pada awalnya usahanya sebagai pemasangan AC untuk mobil yang hanya memiliki satu kantor di Jakarta pusat. Seiring perkembangannya yang baik, PT. Kikijaya Airconindo mulai menjual suku cadang atau sparepart AC Denso, dilihat dari segmen usahanya, PT. Kikijaya Airconindo mengembangkan segmen usaha dari yang tadinya hanya memiliki workshop (produk jasa) kemudian mulai mengembangkan usahanya yaitu menjual sparepart AC dan memiliki empat cabang.

## ***Analisis Kinerja Segmentasi Produk, dan Geografis***

Perusahaan ini dipilih oleh menjadi sampel penelitian karena memiliki segmen usaha yaitu jasa dan penjualan sparepart serta segmen geografis yaitu perusahaan ini sudah memiliki empat cabang untuk mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kinerja Segmentasi Produk dan Geografis pada PT. Kikijaya Airconindo.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Penulisan skripsi ini didasarkan atas masalah yang mengacu pada judul Analisis Kinerja Segmentasi Produk dan Geografis pada PT. Kikijaya Airconindo. Rumusan masalah ini menggambarkan dasar pemikiran atas masalah yang harus diselesaikan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana kinerja segmentasi produk pada PT. Kikijaya Airconindo?
2. Bagaimana kinerja segmentasi geografis pada PT. Kikijaya Airconindo?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk meneliti kinerja segmentasi produk PT. Kikijaya Airconindo.
2. Untuk meneliti kinerja segmentasi geografis PT. Kikijaya Airconindo.

## **II. LANDASAN TEORI**

### **2.1. Laporan Keuangan**

Menurut PSAK No. 1 (2017: 1), Laporan keuangan adalah penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan ini menampilkan sejarah entitas yang di kuantifikasi dalam nilai moneter. Menurut (Sutrisno, 2012:9) laporan keuangan adalah hasil akhir dari proses akuntansi yang meliputi dua laporan utama yakni neraca dan laporan laba-rugi.

Laporan keuangan disusun dengan maksud untuk menyediakan informasi keuangan suatu perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan sebagai bahan pertimbangan di dalam mengambil keputusan. Menurut (Hans et al, 2016:12) pengertian laporan keuangan adalah media utama bagi suatu etitas untuk mengkomunikasikan informasi keuangan oleh manajemen kepada para pemangku kepentingan. Selain laporan keuangan tersebut di atas, terdapat jenis pelaporan khusus, baik yang diwajibkan oleh otoritas tertentu atau pun inisiatif manajemen.

Misalnya Peraturan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) No. X.K.6, yang mewajibkan emiten dan perusahaan publik untuk menyampaikan laporan tahunan. Dalam laporan tahunan tersebut, selain laporan keuangan, juga dimuat berbagai informasi, misalnya diskusi dan analisis manajemen dan informasi lain-lain yang dianggap relevan bagi stakeholder. Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia Indonesia (2012:5), laporan keuangan adalah struktur yang menyajikan posiskeuangan dan kinerja keuangan dalam sebuah entitas.

Tujuan umum dari laporan keuangan ini untuk kepentingan umum adalah penyajian informasi mengenai posisi keuangan (*financial position*), kinerja keuangan (*financial performance*), dan arus kas (*cash flow*) dari entitas yang sangat berguna untuk membuat keputusan ekonomis bagi para penggunanya. Sedangkan menurut (Kieso et al, 2011:5), menjelaskan bahwa pengertian laporan keuangan adalah “*The financial statment most frequently provided are (1) the statment of financial statment position, (2) the income statment or statment of comrehensive income, (3) the statment of cash flow, and (4) the statment of changes in equity. Note disclosures are in integral part of each financial statment.*”

### **2.2. Pengguna Laporan Keuangan**

Metode pelaporan segmen baru yang dibuat IASB, lebih menekankan pendekatan manajemen, ingin menyajikan informasi segmen yang lebih relevan karena memungkinkan bagi pengguna untuk menganalisis kinerja perusahaan melalui pandangan manajemen dan mendukung konsistensi yang lebih baik antara segmen informasi yang disajikan dalam laporan keuangan dan informasi yang diungkapkan dalam laporan manajemen internal (Lucchese & Carlo, 2012).

Dengan kata lain, para penyusun laporan keuangan, untuk mengidentifikasi segmen operasi, pertama-tama harus mempertimbangkan operasi organisasi internal dan kemudian, jika segmen operasi telah diidentifikasi dan tidak sesuai dengan bisnis atau segmen geografis, maka perlu untuk mengorganisasi ulang aktivitas kompleks entitas sehingga dapat mengidentifikasi suatu produk/jasa atau kelompok produk/jasa terkait atau wilayah geografis yang sesuai dengan tingkat risiko dan tingkat pengembalian yang sama. Metode pelaporan segmen tersebut disebut sebagai pendekatan manajemen/management approach with a risks-and rewards safely net. Dengan menggunakan metode ini, IASB ingin memperkenalkan suatu informasi yang disesuaikan berdasarkan organisasi internal perusahaan dan pada saat yang sama dapat diperbandingkan dengan informasi eksternal

### **2.3. Karakteristik dan Sifat Laporan Keuangan**

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2017:54) laporan keuangan adalah catatan informasi keuangan suatu perusahaan dalam periode akuntansi yang berguna untuk mengetahui kinerja suatu perusahaan tersebut. Informasi ini bisa digunakan bagi pihak internal seperti manajemen, karyawan dan juga pihak eksternal seperti investor, kreditor, maupun pemerintah. Selain untuk mengetahui kinerja perusahaan di masa lalu, laporan keuangan juga dijadikan dasar untuk pengambilan berbagai keputusan di masa depan. Karena laporan keuangan adalah hal yang sangat penting maka dalam pembuatannya harus memenuhi karakteristik laporan keuangan yang telah ditentukan oleh Ikatan Akuntan Indonesia yaitu, dapat dipahami, relevan keandalan dan dapat diperbandingkan.

Menurut (Kieso, 2013:12), dalam praktiknya sifat laporan keuangan dibuat bersifat historis dan menyeluruh. Bersifat historis artinya bahwa laporan keuangan dibuat dan disusun dari data masa lalu atau masa yang sudah lewat dari masa sekarang. Kemudian bersifat menyeluruh maksudnya laporan keuangan dibuat selengkap mungkin, laporan keuangan disusun sesuai dengan standar yang telah ditetapkan

### **2.4. Jenis Laporan Keuangan Menurut SAK**

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2017:126), laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan laporan laba-rugi. Secara lengkap menurut (Kieso, 2014:28), menyebutkan ada lima yang termasuk ke dalam unsur atau komponen laporan keuangan yakni:

- 1) Neraca
- 2) Laporan laba rugi
- 3) Laporan perubahan Modal
- 4) Laporan arus kas
- 5) Laporan catatan atas laporan keuangan

Menurut (Van Horne, 2013), neraca adalah ringkasan posisi keuangan perusahaan pada tanggal tertentu yang menunjukkan total aktiva dengan total kewajiban ditambah total ekuitas pemilik. Untuk dapat menggambarkan posisi keuangan perusahaan pada saat tertentu neraca mempunyai tiga unsur laporan keuangan, yaitu aktiva, kewajiban, dan ekuitas. Masing-masing unsur ini dapat disubklasifikasi sebagai berikut:

Aktiva, yang merupakan sumber daya yang dikuasai perusahaan dapat disubklasifikasi lebih jauh menjadi lima subklasifikasi aktiva, yaitu:

1) Aktiva lancar, yaitu aktiva yang manfaat ekonominya diharapkan diperoleh dalam waktu satu tahun atau kurang (atau siklus operasi normal), misalnya kas, surat berharga, persediaan, piutang, dan persekot biaya.

2) Investasi jangka panjang, yaitu penanam modal yang biasanya dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh penghasilan tetap atau untuk menguasai perusahaan lain dan jangka waktunya lebih dari satu tahun, misalnya investasi saham, investasi obligasi.

3) Aktiva tetap, yaitu aktiva yang memiliki substansi (wujud) fisik, digunakan dalam operasi normal perusahaan (tidak dimaksudkan untuk dijual) dan memberikan manfaat ekonomi lebih dari satu tahun. Termasuk dalam sub-klasifikasi aktiva ini antara lain tanah, gedung, kendaraan, dan mesin serta peralatan.

4) Aktiva yang tidak berwujud, yaitu aktiva yang tidak mempunyai substansi fisik dan biasanya berupa hak atau hak istimewa yang memberikan manfaat ekonomi bagi perusahaan untuk jangka waktu lebih dari satu tahun. Termasuk dalam sub-klasifikasi aktiva ini misalnya *patent*, *goodwill*, *royalty*, *copyright* (hak cipta), *tradenam/ trademark* (merek/nama dagang), *franchise* dan *license* (lisensi).

5) Aktiva lain-lain, yaitu aktiva yang tidak dapat dimasukkan ke dalam salah satu dari empat sub-klasifikasi tersebut, misalnya beban ditangguhkan, piutang kepada direksi, deposito, pinjaman karyawan.

Kewajiban, yang merupakan utang perusahaan masa kini dapat di subklasifikasi lebih jauh menjadi tiga sub-klasifikasi, yaitu:

a. Kewajiban lancar, yaitu kewajiban yang penyelesaiannya diharapkan akan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya perusahaan (yang memiliki manfaat ekonomi) dalam jangka waktu satu tahun atau kurang (atau siklus operasi normal). Termasuk dalam kategori kewajiban ini misalnya utang dagang, utang wesel, utang gaji dan upah, utang pajak, dan utang biaya atau beban lainnya yang belum dibayar.

b. Kewajiban jangka panjang, yaitu kewajiban yang penyelesaiannya diharapkan akan mengakibatkan arus keluar dari sumber daya perusahaan (yang memiliki manfaat ekonomi) dalam

jangka waktu lebih dari satu tahun. Termasuk dalam kategori kewajiban ini misalnya utang obligasi, utang hipotik dan utang bank atau kredit investasi.

c. Kewajiban lain-lain, yaitu kewajiban yang tidak dapat dikategorikan ke dalam salah satu sub-klasifikasi kewajiban tersebut, misalnya utang pada Direksi, utang kepada para pemegang saham. Ekuitas, yang merupakan bagian hak pemilik dalam perusahaan yang merupakan selisih antara aktiva dan kewajiban yang ada. Unsur ekuitas ini dapat disubklasifikasi lebih jauh menjadi dua subklasifikasi, yaitu:

1. Ekuitas yang berasal dari setoran para pemilik, misalnya modal saham.
2. Ekuitas yang berasal dari hasil operasi, yaitu laba yang tidak dibagikan kepada para pemilik, misalnya dalam bentuk dividen (ditahan).

Di dalam neraca, masing-masing unsur tersebut disajikan dengan menganut ketentuan-ketentuan tertentu. Aktiva disajikan menurut urutan likuiditas, kewajiban menurut jatuh tempo, sedangkan ekuitas disajikan menurut kekekalan.

## 2. Laporan laba rugi

Menurut (Kasmir, 2013:45), laporan laba rugi merupakan laporan yang menunjukkan jumlah pendapatan atau penghasilan yang diperoleh dan biaya-biaya yang dikeluarkan dan laba rugi dalam suatu periode tertentu.

Menurut (Van Horne, 2013), laporan laba rugi adalah ringkasan pendapatan dan biaya perusahaan selama periode tertentu diakhiri dengan laba atau rugi pada periode tersebut.

Menurut (Munawir, 2010:26), laporan laba rugi merupakan suatu laporan yang sistematis tentang penghasilan, beban, laba-rugi yang diperoleh oleh suatu perusahaan selama periode tertentu. Walaupun belum ada keseragaman tentang susunan laporan laba-rugi bagi tiap-tiap perusahaan, namun prinsip-prinsip yang umumnya diterapkan adalah sebagai berikut:

a. Bagian yang pertama menunjukkan penghasilan yang diperoleh dari usaha pokok perusahaan (penjualan barang dagangan atau memberikan service) diikuti dengan harga pokok dari barang yang dijual, sehingga diperoleh laba kotor.

b. Bagian kedua menunjukkan beban-beban operasional yang terdiri dari beban penjualan dan beban umum/ administrasi (*operating expenses*).

c. Bagian ketiga menunjukkan hasil-hasil yang diperoleh di luar operasi pokok perusahaan, yang diikuti dengan beban-beban yang terjadi di luar usaha pokok perusahaan (*nonoperating/ financial income dan expense*).

d. Bagian keempat menunjukkan laba atau rugi yang insidental (*extra ordinary gain or loss*) sehingga akhirnya diperoleh laba bersih sebelum pajak pendapatan.

Untuk dapat menggambarkan informasi mengenai potensi (kemampuan) perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (kinerja), laporan laba rugi mempunyai dua unsur, yaitu penghasilan dan beban, yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Penghasilan (*Income*) yang diartikan sebagai kenaikan manfaat ekonomi dalam bentuk pemasukan atau peningkatan aktiva atau penurunan kewajiban (yang menyebabkan kenaikan ekuitas selain yang berasal dari kontribusi pemilik) perusahaan selama periode tertentu dapat di subklasifikasikan menjadi:

1. Pendapatan (*revenues*), yaitu penghasilan yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas yang biasa dan yang dikenal dengan sebutan yang berbeda, seperti misalnya penjualan barang dagang, penghasilan jasa (*fees*), pendapatan bunga, pendapatan dividen, royalty, dan sewa.

2. Keuntungan (*Gains*), yaitu pos lain yang memenuhi definisi penghasilan dan mungkin timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang rutin misalnya pos yang timbul dalam pengalihan aktiva lancar, revaluasi sekuritas, kenaikan jumlah aktiva jangka panjang.

3. Beban (*Expense*) yang diartikan sebagai penurunan manfaat ekonomi dalam bentuk arus keluar, penuruna aktiva atau kewajiban (yang menyebabkan penuruna ekonomis yang tidak menyangkut pembagian kepada pemilik) perusahaan selama periode tertentu dapat disubklasifikasikan menjadi:

a. Beban, yang timbul dalam pelaksanaan aktivitas perusahaan yang biasa (yang biasanya berbentuk arus keluar atau berkurangnya aktiva seperti kas persediaan, aktiva tetap), yang meliputi misalnya harga pokok penjualan, gaji dan upah, penyusutan.

b. Kerugian, yang mencerminkan pos lain yang memenuhi beban yang timbul atau tidak timbul dari aktivitas perusahaan yang jarang terjadi, seperti misalnya rugi karena bencana kebakaran, banjir atau pelepasan aktiva tidak lancar.

Selisih antara total penghasilan (*revenue*) dan beban (*expense*) disebut penghasilan bersih (laba). Di dalam laporan laba rugi, keuntungan (*gains*) dan kerugian biasanya disajikan secara terpisah, sehingga akan memberikan informasi yang lebih baik dalam pengambilan keputusan ekonomi. Pada laporan laba rugi, seringkali penghasilan dan beban disajikan sesuai dengan aktivitas

perusahaan. Berdasarkan sifat aktivitas ini, penghasilan dan beban dapat disajikan menjadi penghasilan dan beban usaha dari aktivitas yang bersifat biasa dan rutin dan menjadi penghasilan dan merupakan usaha/ aktivitas utama; penghasilan dan beban di luar usaha (dari aktivitas yang rutin tetapi bukan merupakan usaha/ aktivitas utama perusahaan). Laporan laba rugi dapat disajikan dengan menggunakan dua bentuk, yaitu bentuk single-step dan bentuk multiple-step, yaitu dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Single-Step

Pada bentuk ini semua penghasilan yang diperoleh dari berbagai kegiatan/ aktivitas dikelompokkan menjadi satu kelompok yang disebut kelompok penghasilan, sedangkan untuk semua beban dikelompokkan ke dalam satu kelompok yang disebut beban. Penghasilan bersih (laba) merupakan selisih antara kelompok penghasilan dan total kelompok beban.

2) Multiple-Step

Pada bentuk ini penghasilan bersih (laba) dihitung secara bertahap sesuai dengan aktivitas perusahaan. Dengan demikian, semua penghasilan dan beban disajikan sesuai dengan kegiatan/ aktivitas, yaitu kegiatan usaha dan di luar usaha.

## **2.5. Tujuan Laporan Keuangan**

Menurut (Kieso, 2013:10) secara umum laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi keuangan suatu perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu. Jelasnya adalah laporan keuangan mampu memberikan informasi keuangan kepada pihak dalam dan luar perusahaan yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. berikut ini beberapa tujuan pembuatan atau penyusunan laporan keuangan, yaitu:

1. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah aktiva (harta) yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
2. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah kewajiban dan modal yang dimiliki perusahaan pada saat ini.
3. Memberikan informasi tentang jenis dan jumlah pendapatan yang diperoleh pada saat periode tertentu.
4. Memberikan informasi tentang jumlah biaya dan jenis biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam suatu periode tertentu.
5. Memberikan informasi tentang perubahan-perubahan yang terjadi terhadap aktiva, pasiva, dan modal perusahaan.
6. Memberikan informasi tentang kinerja manajemen perusahaan dalam suatu Periode.
7. Memberikan informasi tentang catatan-catatan atas laporan keuangan;
8. Informasi keuangan lainnya.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2017:3), tujuan laporan keuangan adalah menyediakan informasi yang menyangkut posisi keuangan, kinerja, serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan yang bermanfaat bagi sejumlah besar pemakai dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Menurut (Purba, 2010:27), laporan keuangan disusun dengan tujuan untuk memberikan informasi terkait dengan posisi keuangan, kinerja dan perubahan posisi keuangan suatu entitas yang berguna untuk pengambilan keputusan para pemakainya. Keputusan yang diambil oleh para pemakai laporan keuangan sangat bervariasi, tergantung kepentingan mereka. Informasi keuangan yang ada pada laporan keuangan harus memiliki karakteristik tertentu agar dapat memenuhi kebutuhan pemakainya. Karakteristik yang harus dipenuhi suatu informasi yang ada pada laporan keuangan ditetapkan dalam kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan atau IFRS Framework.

Sedangkan menurut (Fahmi, 2011:28), tujuan utama dari laporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan yang mencakup perubahan dari unsur-unsur laporan keuangan yang ditujukan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam menilai kinerja keuangan terhadap perusahaan di samping pihak manajemen perusahaan.

Para pemakai laporan akan menggunakannya untuk meramalkan, membandingkan dan menilai dampak keuangan yang timbul dari keputusan ekonomis yang diambilnya. Informasi mengenai dampak keuangan yang timbul tadi sangat berguna bagi pemakai untuk meramalkan, membandingkan dan menilai keuangan. Seandainya nilai uang tidak stabil, maka hal ini akan dijelaskan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan akan lebih bermanfaat apabila yang dilaporkan tidak saja aspek-aspek kuantitatif, tetapi mencakup penjelasan-penjelasan lainnya yang dirasakan perlu. Dan informasi ini harus faktual dan dapat diukur secara objektif. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca (menggambarkan informasi posisi keuangan), laporan laba rugi (menggambarkan informasi kinerja), laporan perubahan posisi keuangan (yang dapat disajikan dalam berbagai cara), catatan, dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian

## **2.6. Laporan Segmen**

Untuk mengetahui definisi “Afiliasi” tidak perlu lagi melakukan rujukan silang ke UUPM karena dalam POJK 42/2020 definisi tersebut telah dicantumkan. POJK 42/2020 juga mendefinisikan Transaksi Afiliasi menjadi lebih luas dari sebelumnya. Tidak hanya aktivitas dan/atau transaksi yang dilakukan secara langsung dengan pihak yang memiliki hubungan Afiliasi, setiap aktivitas dan/atau transaksi yang dilakukan untuk kepentingan Afiliasi juga dapat dikategorikan sebagai Transaksi Afiliasi.

BAPEPAM semakin memperketat peraturan dengan dikeluarkannya lampiran surat Keputusan Nomor: Kep-431/BL/2012 yang menyatakan bahwa laporan keuangan tahunan disertai dengan laporan akuntan dengan pendapat yang lazim harus disampaikan kepada BAPEPAM selambat-lambatnya pada akhir bulan ketiga (90 hari) setelah tanggal laporan keuangan tahunan.

Menurut BAPEPAM, batas keterlambatan suatu perusahaan menyampaikan laporan keuangan adalah tanggal 31 Maret. Keterlambatan publikasi laporan keuangan mengindikasikan adanya masalah dalam pelaporan keuangan emiten sehingga memerlukan waktu penyelesaian lebih lama.

Menurut buku Standar Akuntansi Keuangan (SAK) (2017:5.1) entitas mengungkapkan informasi yang memungkinkan pengguna laporan keuangan untuk mengevaluasi sifat dan dampak keuangan dari aktivitas bisnis yang mana entitas terlibat dan lingkungan ekonomik di mana entitas beroperasi.

PSAK ini diterapkan atas laporan keuangan entitas dan laporan keuangan konsolidasi keompok usaha dengan entitas induk:

1. Yang instrumen utang atau instrumen ekuitasnya diperdagangkan di pasar publik (pasar modal domestik atau luar negeri atau *over-the-counter* termasuk pasar modal lokal dan regional)
2. Yang telah mengajukan pernyataan pendaftaran, atau dalam proses pengajuan pernyataan pendaftaran, pada regulator pasar modal atau regulator lainnya untuk tujuan penerbitan seluruh kelas instrumen di pasar publik.

Jika suatu entitas yang tidak disyaratkan untuk menerapkan pernyataan ini memilih untuk mengungkapkan informasi tentang segmen yang tidak mematuhi pernyataan ini, maka entitas tersebut tidak mendeskripsikan informasi tersebut sebagai informasi segmen.

Jika laporan keuangan terdiri atas laporan keuangan konsolidasian atau laporan keuangan tersendiri sebagai lampiran dari laporan keuangan konsolidasian dari entitas induk dalam ruang lingkup PSAK ini, maka informasi segmen hanya disyaratkan pada laporan keuangan konsolidasian.

Segmen operasi adalah suatu komponen dari entitas:

1. 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).
2. Hasil operasinya dikaji ulang secara reguler oleh pengambilan keputusan operasional untuk membuat keputusan tentang sumber daya yang dialokasikan pada segmen tersebut dan menilai kinerjanya.
3. Tersedia informasi keuangan yang dapat dipisahkan.

Segmen operasi dapat terlibat dalam aktivitas bisnis yang belum menghasilkan pendapatan, sebagai contoh operasi permulaan (*start-up*) dapat menjadi segmen operasi sebelum memperoleh pendapatan.

Pernyataan ini menjelaskan pelaporan informasi keuangan menurut segmen dari suatu perusahaan khususnya yang beroperasi dalam industri dan wilayah geografis yang berbeda. Tujuan penyajian informasi menurut segmen adalah menyediakan informasi bagi para pemakai laporan keuangan mengenai skala relatif, kontribusi laba, dan trend pertumbuhan dari berbagai industri dan wilayah geografis perusahaan yang di diversifikasi untuk memungkinkan para pemakai laporan keuangan dapat:

1. Memahami kinerja masa lalu perusahaan secara lebih baik
2. Menilai risiko dan imbalan perusahaan secara lebih baik.
3. Membuat pertimbangan yang lebih baik terhadap perusahaan secara keseluruhan

## **2.7. Segmen Usaha dan Segmen Geografis**

Perusahaan pada umumnya terdiversifikasi secara operasi dan geografis. Diversifikasi operasi atau yang dalam PSAK No. 5 Revisi 2018 disebut segmen usaha adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa, baik produk atau jasa individual maupun kelompok produk atau jasa terkait yang memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan segmen lain. Sedangkan diversifikasi geografis atau segmen geografis merupakan komponen perusahaan

yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa pada lingkungan atau wilayah ekonomi tertentu dengan tingkat risiko dan imbalan yang berbeda di masing-masing lingkungan atau wilayah ekonomi.

Perusahaan yang terdiversifikasi operasi maupun geografis diwajibkan melakukan pengungkapan jika segmen memenuhi kriteria persyaratan penjualan, aset dan laba usaha yang memenuhi syarat tertentu sesuai dengan PSAK No. 05 Revisi 2018. Menurut PSAK No. 5 Revisi 2018 diversifikasi geografis atau segmen geografis adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa pada lingkungan atau wilayah ekonomi tertentu dan komponen tersebut memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan pada komponen yang beroperasi pada lingkungan atau wilayah ekonomi lain. Segmen geografis dapat merupakan suatu negara, sekelompok negara, atau wilayah dalam suatu negara.

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.

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.

## **2.8. Faktor-faktor Untuk Mengidentifikasi Usaha dan Segmen Geografis**

1. Faktor-faktor yang harus dipertimbangkan dalam mengidentifikasi Segmen Usaha:
  - a. Karakteristik produk atau jasa.
  - b. Karakteristik proses produksi.
  - c. Jenis atau golongan pelanggan (produk atau jasa).
  - d. Metode pendistribusian produk atau penyediaan jasa.
  - e. Jika praktis, karakteristik iklim regulasi, misalnya dalam perbankan, asuransi, atau public utilities.
2. Faktor-faktor yang Harus Dipertimbangkan dalam Mengidentifikasi Segmen Geografis:
  - a. Kesamaan kondisi ekonomi dan politik.
  - b. Hubungan antar operasi dalam wilayah geografis berbeda.
  - c. Kedekatan geografis operasi.
  - d. Risiko khusus yang terdapat dalam operasi di wilayah tertentu.
  - e. Regulasi pengendalian mata uang.
  - f. Risiko mata uang.

## **2.9. Pendapatan dan Beban Segmen**

Pendapatan segmen adalah pendapatan yang dilaporkan dalam laporan laba/rugi perusahaan yang secara langsung dapat dikaitkan dengan suatu segmen dan porsi yang relevan dari pendapatan perusahaan yang dapat dialokasikan secara rasional kepada suatu segmen, baik berasal dari penjualan kepada pelanggan ekstern maupun dari transaksi dengan segmen lainnya dalam perusahaan yang sama. Pendapatan segmen tidak mencakup:

1. Pos-pos luar biasa,
2. Penghasilan bunga atau dividen, termasuk bunga yang diperoleh atas uang muka atau pinjaman kepada segmen lain, kecuali jika operasi utama segmen ialah jasa keuangan; atau
3. Keuntungan penjualan investasi atau keuntungan penyelesaian utang, kecuali jika operasi utama segmen ialah jasa keuangan.

Di samping itu, pendapatan segmen mencakup bagian perusahaan atas laba/rugi perusahaan asosiasi, usaha patungan (*joint venture*), atau investasi lainnya yang dilaporkan berdasarkan metode ekuitas, hanya jika pos-pos tersebut termasuk dalam pendapatan konsolidasi atau pendapatan perusahaan keseluruhan.

Pendapatan segmen mencakup bagian pendapatan peserta usaha patungan (*joint venture*) pada entitas yang dikendalikan bersama yang dilaporkan berdasarkan metode konsolidasi secara proporsional sesuai dengan PSAK 12: Pelaporan Keuangan mengenai Bagian Partisipasi dalam Pengendalian Bersama Operasi dan Aset.

Beban segmen adalah beban aktivitas operasi suatu segmen yang secara langsung dapat dikaitkan dengan segmen tersebut dan porsi relevan beban yang dapat dialokasikan secara rasional kepada segmen tersebut, termasuk beban yang berkaitan dengan penjualan kepada pelanggan ekstern dan beban yang berkaitan dengan transaksi kepada segmen lainnya dalam perusahaan yang sama. Beban segmen tidak mencakup:

1. Pos-pos luar biasa;



2. Bunga, termasuk atas uang muka atau pinjaman dari segmen lain, kecuali jika operasi utama segmen ialah jasa keuangan;
3. Kerugian penjualan investasi atau kerugian penyelesaian utang, kecuali jika operasi utama segmen ialah jasa keuangan;
4. Bagian perusahaan atas kerugian perusahaan asosiasi, usaha patungan (*joint venture*), atau investasi lainnya yang dilaporkan berdasarkan metode ekuitas;
5. Beban pajak penghasilan; atau
6. Beban umum dan administrasi, beban kantor pusat, dan beban lainnya yang terjadi di tingkat perusahaan dan berkaitan dengan perusahaan secara keseluruhan. Akan tetapi, kadang-kadang beban perusahaan terjadi untuk kepentingan segmen. Beban tersebut merupakan beban segmen jika berkaitan dengan kegiatan operasi segmen dan biaya-biaya tersebut dapat dikaitkan secara langsung dengan segmen atau dialokasikan kepada segmen secara rasional.

Beban segmen mencakup bagian peserta usaha patungan (*joint venture*) dalam beban pada entitas yang dikendalikan bersama yang dilaporkan berdasarkan metode konsolidasi secara proporsional sesuai dengan PSAK 12: Pelaporan Keuangan mengenai Bagian Partisipasi dalam Pengendalian Bersama Operasi dan Aset.

## **2.10. Tujuan Pelaporan Segmen**

Tujuan penyajian laporan segmen adalah menyediakan informasi bagi para pemakai (user) laporan keuangan mengenai skala relatif, kontribusi laba, dan trend pertumbuhan dari berbagai industri dan wilayah geografis perusahaan yang didiversifikasi untuk memungkinkan para pemakai laporan keuangan membuat pertimbangan yang lebih baik terhadap perusahaan secara keseluruhan. Di samping itu, tujuan penyajian laporan segmen – sebagai bagian dari laporan keuangan tahunan – adalah untuk membantu pemakai (user) laporan keuangan dalam melakukan analisis dan memahami kinerja masa lalu dan prospek masa depan suatu entitas bisnis.

## **2.11. Pengguna Laporan Segmen**

Secara spesifik, pemakai (user) laporan keuangan segmen dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Investor dan Kreditor.  
Pada prinsipnya, pemisahan data dibutuhkan investor dan kreditor untuk membandingkan keberhasilan segmen-segmen secara individu dengan perusahaan lain yang sejenis.
2. Pemerintah.  
Pemerintah sebagai pemegang fungsi kendali dalam perekonomian negara juga dapat menggunakan informasi yang tersegmentasi (laporan keuangan segmen) dari suatu perusahaan atau entitas untuk mengawasi pelaksanaan kebijakan dan peraturan-peraturan yang ditetapkannya, misalnya dalam hal pasar modal dan peraturan perpajakan.
3. Manajemen.  
Manajemen merupakan pihak internal yang sangat berkepentingan terhadap pengungkapan laporan keuangan (menurut) segmen, karena kinerja manajemen dalam segmen produk dan segmen daerah geografis diukur berdasarkan tingkat profitabilitas dan didukung oleh trend pertumbuhan yang merupakan kesempatan bersaing dan prospek masa depan dari masing-masing segmen. Manajemen bertanggung jawab terhadap pengungkapan laporan yang tersegmentasi.
4. Karyawan.  
Karyawan membutuhkan laporan keuangan segmen untuk memotivasi kerja guna meningkatkan kualitas kerja.
5. Akuntan Publik.  
Akuntan publik merupakan pihak independen yang berkepentingan dengan laporan keuangan segmen dari suatu perusahaan dalam menilai kewajaran penyajian laporan keuangan yang terdiri dari laporan posisi keuangan, hasil usaha, dan arus kas. Akuntan publik dapat mengaudit dan melaporkan laporan keuangan yang memasukkan informasi segmen suatu perusahaan untuk memenuhi ketentuan kesesuaian dengan prinsip-prinsip akuntansi berterima umum (PABU).

## **2.12. Keuntungan Pelaporan Segmen**

Di dalam penelitian pasar modal terdapat bukti bahwa segmental disclosure, baik secara line of business maupun geographical segment, dapat mengurangi risiko atau kesalahan dalam penaksiran pasar tentang perusahaan yang diungkapkan.

Penggunaan laporan keuangan segmen (segmental reporting) mempunyai keuntungan:

1. Lebih akurat dalam memprediksi earnings periode yang akan datang.
2. Lebih akurat dalam menentukan tingkat harga saham

Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Pemikiran



### III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus pada PT. Kikijaya Airconindo, tidak ada generalisasi yang diambil dan berhubungan dengan segmentasi pada perusahaan yang bersangkutan. Penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2013). Laporan akhir dari penelitian kualitatif mempunyai struktur atau kerangka yang fleksibel.

Penelitian ini dilakukan di PT. Kikijaya Airconindo yang berlokasi di Rukan Sentra Bisnis A7B/16, Jl. Boulevard Artha Gading, Kelapa Gading Barat, Kelapa Gading, RT.18/RW.8, Klp. Gading Barat Kec. Klp. Gading, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350. Peneliti memutuskan untuk meneliti di PT. Kikijaya Airconindo Kelapa Gading karena perusahaan ini berpusat di alamat tersebut. Penelitian ini dilakukan pada bulan Sptember 2019 sampai Februari 2020 atau selama tiga bulan

Dimana sampel yang digunakan peneliti merupakan Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dengan Purposive Sampling yang artinya teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu Sugiyono (2018: 131), sampel yang di ambil dalam penelitian ini berupa sampel data laporan keuangan PT. Kikijaya Airconindo tahun 2018 dan 2019.

Untuk mencapai tujuan yang diharapkan peneliti, maka data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan cara analisis kualitatif, dengan langkah sebagai berikut:

1. Peneliti melakukan pengumpulan data di PT. Kikijaya Airconindo melalui wawancara, kemudian melakukan analisis terhadap hasil wawancara dengan informan untuk mengetahui cabang mana sajakah yang menghasilkan laba atau hasil penjualan yang lebih dominan dari hasil servis dan penjualan sparepart.
2. Setelah data dikumpulkan kemudian peneliti akan menganalisis lebih lanjut kemudian disajikan secara deskriptif menggunakan tabel dan grafik.

### IV. HASIL

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

PT. Kikijaya Airconindo didirikan pada tahun 1975 oleh bapak Anton Halim. PT. Kikijaya Airconindo memulai usahanya sebagai pemasangan AC untuk kendaraan. Awalnya perusahaan ini hanya memiliki satu kantor yang terletak di daerah Sawah Besar Jakarta Pusat. Seiring perkembangannya PT. kikijaya Airconindo mulai menjual suku cadang atau sparepart AC Denso.

PT. Denso Indonesia sendiri adalah sebuah perusahaan penanaman modal asing antara Jepang dengan Indonesia yang merupakan pelopor dalam pembuatan komponen otomotif seperti AC, Busi, filter dan komponen lainnya, perusahaan ini berdiri sejak 12 Mei 1975. Setelah mengalami kemajuan yang pesat, pihak Denso Corporation Jepang menunjuk PT. Kikijaya Airconindo sebagai dealer resmi Indonesia.

Hingga saat ini PT. Kikijaya Airconindo sudah memiliki lima cabang yang berlokasi di:

1. Jl. Boulevard Artha Gading Ruko sentra bisnis A7B No. 16 Jakarta Utara. Lokasi kantor ini merupakan kantor pusat PT. Kikijaya Airconindo. Lokasi ini dijadikan kantor pusat karena letaknya yang sangat strategis dibandingkan dengan kantor PT. Kikijaya Airconindo pertama kali berdiri yaitu di daerah Sawah Besar Jakarta Pusat. Kantor pusat dibagi menjadi dua divisi yaitu divisi penjualan suku cadang atau sparepart untuk mobil dan bus merk Denso serta divisi service workshop yang melayani jasa service AC kendaraan secara berkala.

## Analisis Kinerja Segmentasi Produk, dan Geografis

2. Cabang kedua berlokasi di daerah Sawah besar Cabang ini memiliki divisi sparepart dan workshop, hanya saja dua divisi tersebut tidak digabung menjaadi satu kantor, divisi sparepart beralamat lengkap di Jl. Sukoharjo Wiryopranoto No. 22A, Jakarta Pusat sedangkan divisi workshop letaknya tidak jauh dari divisi sparepart yaitu ada di Jl. Sukarjo Wiryopranoto No. 37, Jakarta Pusat. Cabang ini khusus untuk divisi workshop atau bengkel, berbeda dengan cabang lainnya, divisi workshop dan sparepart letaknya terpisah dikarenakan tempatnya yang tidak cukup luas untuk dua divisi sekaligus.

3. Cabang ketiga berada di Jl. Radio dalam No. 37 jakarta selatan. Cabang ini sama seperti cabang Kelapa Gading yang memiliki dua divisi yaitu divisi sparepart dan divisi workshop.

4. Cabang keempat berlokasi di Jl. Ki Hajar Dewantara, Ruko Crystal 2 No. 8 gading Serpong Tangerang Banten. Cabang ini hanya menjual suku cadang saja atau menjual sparepart. Dibanding dengan cabang lainnya, lokasi di Serpong ini adalah termasuk cabang yang paling kecil oleh sebab itu cabang ini hanya menjual suku cadang saja tanpa ada divisi workshop.

5. Cabang kelima adalah cabang yang paling besar lokasinya berada di Jl. RE Martadinata No. 39 iputat Tangerang Selatan. Selain divisi workshop dan sparepart cabang ini adalah cabang terbesar dan memiliki lahan yang paling luas diantara cabang lainnya. Kelebihan cabang ini yaitu bisa menerima service semua jenis merk mobil yang merasa garansi service di bengkel resmi sudah habis. Biasanya, pemilik mobil baru akan memanfaatkan jasa service gratis di bengkel resmi. Bengkel Pit & Go ini menyasar mobil yang sudah berusia 4 sampai 25 tahun yang sudah tidak memiliki jasa service gratis. Bengkel hasil kerja sama dengan Denso, Aisin dan Toyota Tsusho ini menempati lahan seluas 2.600 m<sup>2</sup>. Pelayanan di bengkel ini meliputi service AC mobil, salon dan cuci mobil, spooring, balancing dan maintenance mobil seperti ganti oli dan perawatan berkala. Terdapat pengecekan 35 item komponen mobil, pengecekan 39 item pada bagian bawah mobil dan pengecekan 24 item pada sistem AC mobil.

PT. Kikijaya Airconindo memiliki visi dan misi sebagai berikut:

1. Visi

Untuk mendukung bisnis otomotif di Indonesia, dan berusaha melayani pelanggan langsung dan bengkel resmi atau umum dengan produk dan pengalaman terbaik dalam memenuhi kebutuhan suku cadang purna jual.

2. Misi

Misi meningkatkan tingkat layanan kepada pelanggan dan bengkel/supplier di Jakarta dan sekitarnya juga meningkatkan ketersediaan suku cadang dan pengiriman agar terwujudnya profit yang berkesinambungan dalam memperluas lebih banyak cabang di Indonesia.

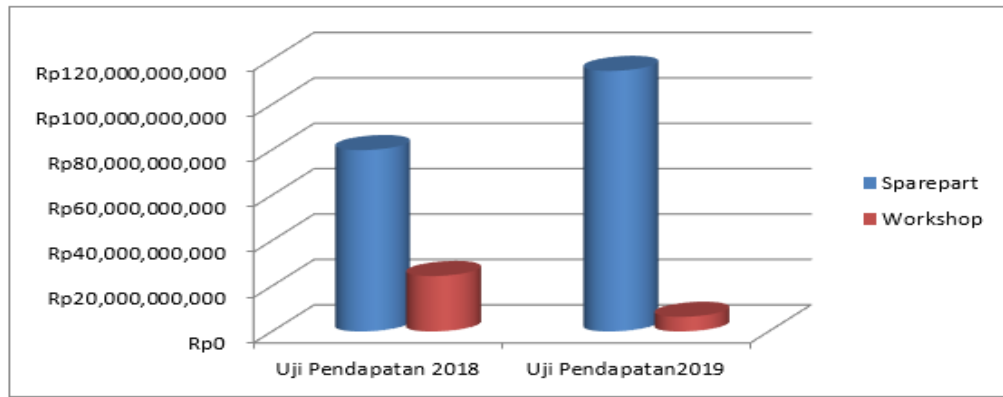
Dalam hal ini peneliti akan meneliti segmen geografis dan segmen usaha atau segmen produk pada perusahaan PT. Kikijaya Airconindo berdasarkan laporan keuangan tahun 2018 dan 2019. Segmen geografis diambil berdasarkan cabang yang dimiliki oleh perusahaan, segmen usaha atau produk di ambil berdasarkan produk apa saja yang di sediakan oleh perusahaan PT. kikijaya Airconindo untuk melayani pelanggan atau konsumen PT. Kikijaya Airconindo. Berikut adalah pengujian segmen usaha pada tahun 2018 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.1** UJI PENENTUAN SEGMENT TAMBAHAN  
SEGMENT USAHA TAHUN 2018

No.	Segmen	Uji Pendapatan 2018	Persentase	Uji Pendapatan 2019	Persentase
1	<i>Sparepart</i>	Rp79.889.838.249	77%	Rp114.780.112.152	95%
2	<i>Workshop</i>	Rp24.418.602.261	23%	Rp6.449.562.075	5%
<b>Total</b>		<b>Rp104.308.440.510</b>	<b>100%</b>	<b>Rp121.229.674.226</b>	<b>100%</b>

Sumber: data primer yang telah di olah, 2019

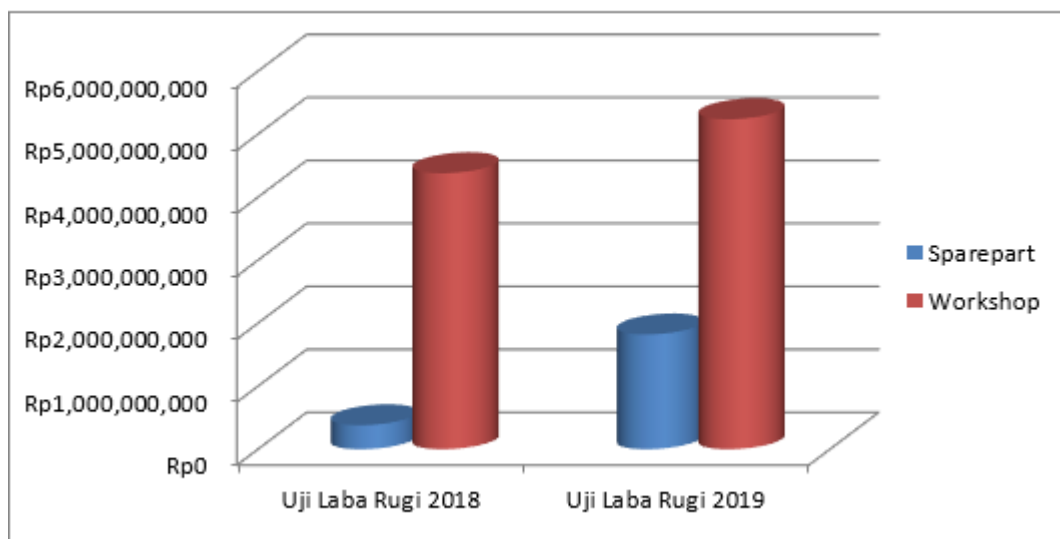
GRAFIK 1



Tabel 4.2 UJI PENENTUAN SEGMENT TAMBAHAN SEGMENT USAHA TAHUN 2019

No.	Segmen	Uji Laba Rugi 2018	Persentase	Uji Laba Rugi 2019	Persentase
1	<i>Sparepart</i>	Rp381.751.347	8%	Rp1.822.350.711	26%
2	<i>Workshop</i>	Rp4.381.751.405	92%	Rp5.238.812.706	74%
<b>Total</b>		<b>Rp4.763.502.752</b>	<b>100%</b>	<b>Rp7.061.163.417</b>	<b>100%</b>

GRAFIK 2



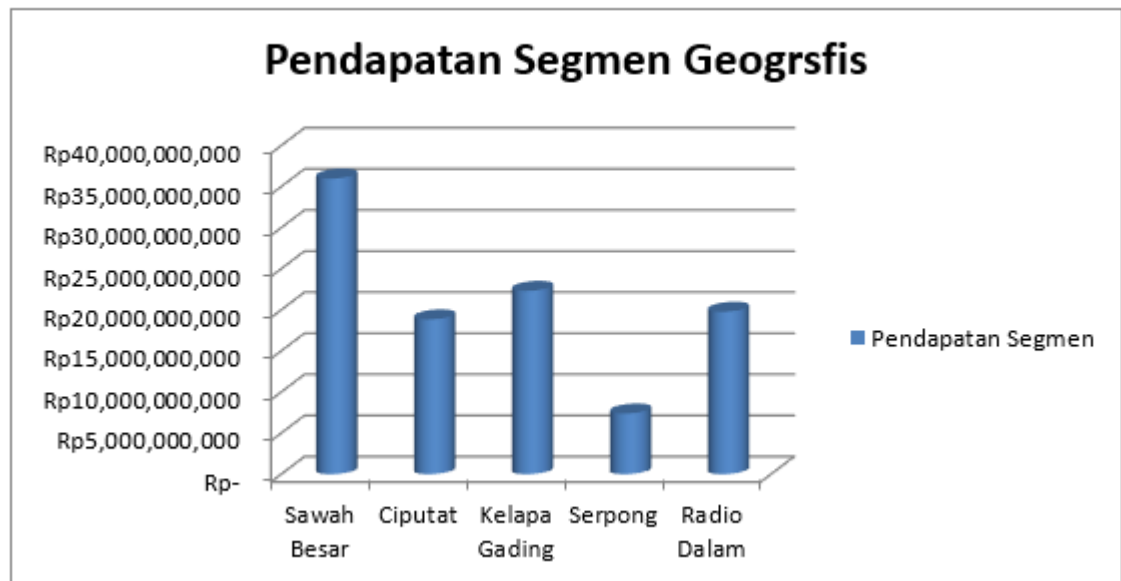
Dilihat dari tabel 1 dalam uji sepuluh persen segmen yang sama atau lebih dari sepuluh persen untuk uji pendapatan yang memenuhi sebagai pelaporan segmen adalah segmen sparepart dan workshop di tahun 2018. Namun di tahun 2019 dari uji pendapatan yang memenuhi sebagai pelaporan segmen hanya sparepart saja, hal ini dikarenakan segmen workshop penjualannya menurun sehingga tidak mencapai sepuluh persen.

Berbeda dengan tabel 2 dalam uji sepuluh persen segmen yang sama atau lebih dari sepuluh persen untuk uji laba rugi yang memenuhi sebagai pelaporan segmen di tahun 2018 adalah segmen workshop. Namun di tahun 2019 yang memenuhi sebagai pelaporan segmen adalah segmen workshop dan sparepart. Dapat dilihat di sini bahwa pendapatan sparepart lebih banyak dari pendapatan workshop namun dalam laba rugi, sparepart lebih kecil keuntungan yang didapat dari workshop. Hal ini disebabkan oleh biaya yang dikeluarkan divisi sparepart lebih banyak dari biaya yang dikeluarkan oleh divisi workshop. Oleh sebab itu walaupun pendapatan sparepart lebih banyak dari workshop namun laba yang dihasilkan sparepart akan selalu lebih kecil daripada laba yang dihasilkan oleh divisi workshop. Rekapitulasi pengujian segmen geografis 2018 dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**Tabel 4.3 UJI PENDAPATAN SEPULUH PERSEN  
SEGMENT GEOGRAFIS TAHUN 2018**

No.	Segmen	Pendapatan Segmen	Persentase	Segmen dilaporkan
1	Sawah Besar	Rp 35.984.025.005	34%	Ya
2	Ciputat	Rp 18.845.433.188	18%	Ya
3	Kelapa Gading	Rp 22.317.096.200	21%	Ya
4	Serpong	Rp 7.389.832.431	7%	Tidak
5	Radio Dalam	Rp 19.772.054.505	19%	Ya
<b>Total</b>		<b>Rp 104.308.441.328</b>	<b>100%</b>	

**GRAFIK 3**



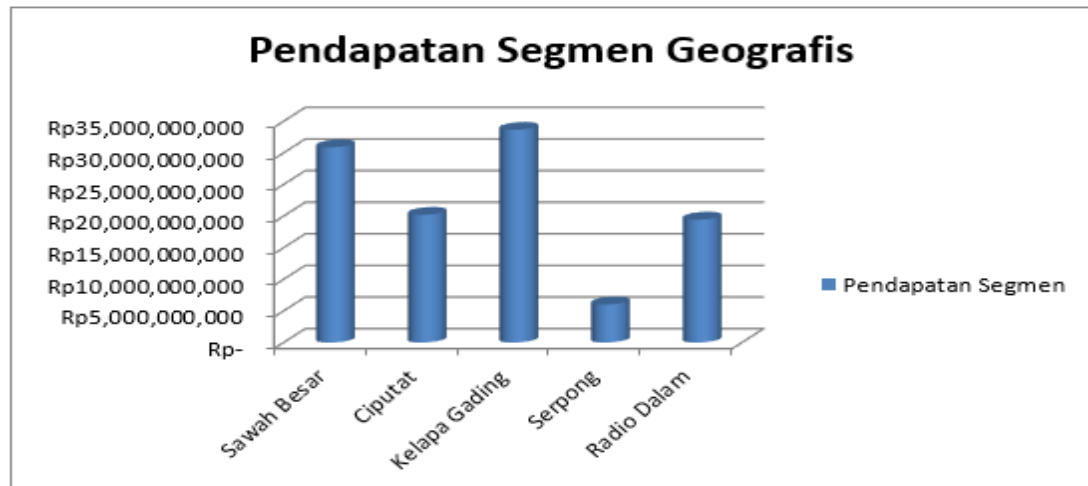
Berdasarkan tabel 3 dan grafik 3 bisa dilihat persentase pendapatan dari segmen geografis hanya cabang Serpong saja yang tidak perlu dilaporkan karena tidak memenuhi uji sepuluh persen pendapatan, sehingga cabang Serpong dimasukkan ke segmen lainnya yang tidak dilaporkan di tahun 2018. Pendapatan tersebut adalah pendapatan dua divisi yaitu pendapatan divisi sparepart dan pendapatan divisi workshop. Cabang serpong adalah cabang satu-satunya di PT. Kikijaya Airconindo yang tidak memiliki divisi workshop, sehingga semua pendapatannya didapat dari divisi sparepart saja.

Rekapitulasi pengujian segmen geografis dan 2019 dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 4.4 UJI PENDAPATAN SEPULUH PERSEN  
SEGMENT GEOGRAFIS TAHUN 2019**

No.	Segmen	Pendapatan Segmen	Persentase	Segmen dilaporkan
1	Sawah Besar	Rp 30.882.424.485	28%	Ya
2	Ciputat	Rp 20.207.379.667	18%	Ya
3	Kelapa Gading	Rp 33.655.065.028	31%	Ya
4	Serpong	Rp 6.027.307.348	5%	Tidak
5	Radio Dalam	Rp 19.444.650.801	18%	Ya
<b>Total</b>		<b>Rp 110.216.827.330</b>	<b>100%</b>	

GRAFIK 4



Berdasarkan tabel 4 dan grafik 4, masih sama dengan laporan segmen tahun 2018 dilihat dari pendapatan segmen geografis hanya cabang Serpong saja yang bukan merupakan segmen yang perlu dilaporkan karena tidak memenuhi uji sepuluh persen pendapatan. Ada perbedaan dari tahun 2018 dan tahun 2019 yaitu pendapatan pada tahun 2018 paling banyak diperoleh oleh cabang Sawah Besar, namun pada tahun 2019 terjadi kenaikan penjualan di cabang Kelapa Gading sehingga cabang ini adalah cabang yang pendapatannya paling tinggi diantara cabang lainnya.

Penyebab cabang Serpong memiliki pendapatan lebih kecil dari cabang lain yaitu cabang Serpong adalah cabang yang paling kecil di antara cabang lainnya, memiliki karyawan paling sedikit yang terdiri dari satu sales counter, satu staff gudang, dua kurir dan satu OB. Penyebab lainnya yaitu daerah serpong belum banyak bengkel mobil yang menerima service ac dan belum banyak toko yang menjual sparepart ac mobil.

Pada tahun 2018 dapat dilihat pendapatan yang paling banyak diperoleh di cabang Sawah Besar untuk divisi sparepart nya. Hal ini dikarenakan PT. Kikijaya Airconindo berdiri pertama kali berada di Sawah Besar. Di area ini banyak toko sparepart yang menjadi langganan cabang Sawah Besar, kemudian bengkel untuk service AC mobil di daerah inipun lumayan sangat banyak. Karyawan di cabang ini pun lebih banyak dari karyawan cabang lain. Atas dasar inilah PT. Kikijaya mulai membuka cabang lain selain di Sawah Besar

Berdasarkan wawancara dengan general manager PT. kikijaya Airconindo Hendra Salim mengatakan bahwa penjualan sparepart lebih banyak daripada penjualan workshop dikarenakan harga sparepart lebih murah daripada harga sparepart yang di jual di workshop. pembelian sparepart hanya memiliki keuntungan sekitar 9 sampai 10%, sedangkan penjualan sparepart di workshop harganya lebih tinggi dikarenakan adanya tambahan biaya jasa untuk penggantian sparepart yang rusak dan harus di ganti untuk setiap mobil yang masuk untuk melakukan service.

Berdasarkan hasil analisis promosi merupakan partial mediation antara promosi dan kepuasan pelanggan. Hal ini di dasari pada nilai direct effect promosi terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai 0,287 dan p-value 0,01.

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini tentang pengungkapan laporan keuangan segmen PT. Kikijaya Airconindo maka peneliti dapat memberi kesimpulan sebagai berikut:

1. Penentuan pelaporan segmen usaha berdasarkan uji pendapatan dan uji laba rugi pada tahun 2018 dan 2019 penerapannya kurang tepat menurut PSAK No. 5 karena pendapatan dari segmen workshop di tahun 2019 tidak mencapai pengujian sepuluh persen dari total pendapatan seluruh segmen. Sedangkan penentuan segmen geografis berdasarkan uji pendapatan pada tahun 2018 dan 2019 penerapannya juga kurang tepat menurut PSAK No. 5 karena persentase dari segmen Serpong tidak mencapai pengujian sepuluh persen dari total pendapatan seluruh segmen, sehingga hal tersebut bukan merupakan segmen pelaporan. Dari penelitian di atas tidak diperlukan adanya segmen tambahan dalam pelaporan segmen usaha pada tahun 2018 dan 2019, hal ini dikarenakan nilai penjualan eksternal segmen-segmen pelaporan masih ada yang kurang dari 75 persen dari total penjualan seluruh segmen.

### *Analisis Kinerja Segmentasi Produk, dan Geografis*

2. Dilihat dari laporan laba rugi laba yang didapat dari divisi sparepart sangat sedikit dibandingkan dengan penjualannya yang memiliki nominal besar. Hal ini dikarenakan banyak biaya yang harus dikeluarkan oleh divisi sparepart. Biaya-biaya tersebut meliputi gaji karyawan sparepart yang lebih banyak SDM-nya dibanding karyawan workshop.
3. Berdasarkan hasil penelitian segmen geografisnya dapat disimpulkan bahwa di tahun 2018 cabang Sawah Besar memiliki pendapatan terbesar di antara cabang lainnya, hasil pendapatan tersebut didapat atas akumulasi dari divisi sparepart dan divisi workshop. Sedangkan di tahun 2019 cabang yang memiliki pendapatan terbesar diantara cabang lainnya yaitu cabang Kelapa Gading, hasil pendapatan ini juga didapat dari akumulasi dari divisi sparepart dan divisi workshop.

## **5.2 Saran**

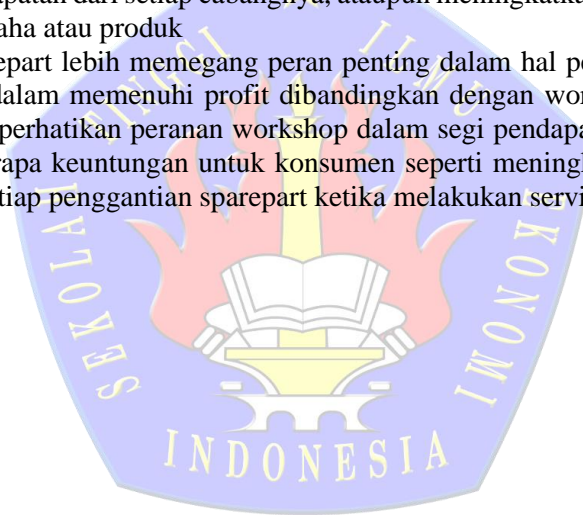
Berhubungan dengan hal ini peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Segmen geografis

Dikarenakan pada awal usaha PT. Kikijaya Airconindo yang bertempat di Sawah Besar, hal ini berdampak pada pendapatan Sawah Besar lebih tinggi dibandingkan cabang lainnya pada periode 2018. Oleh karena itu PT. Kikijaya Airconindo harus mempertimbangkan beberapa aspek antara lain agar lebih meningkatkan suplai sparepart dan workshop yang ada pada cabang lainnya, sehingga terjadi pemerataan pendapatan dari setiap cabangnya, ataupun meningkatkan dari segi pemasarannya.

2. Segmen usaha atau produk

Dalam hal ini sparepart lebih memegang peran penting dalam hal penjualan, sebab penjualan sparepart lebih mudah dalam memenuhi profit dibandingkan dengan workshop. Disarankan untuk PT. Kikijaya lebih memperhatikan peranan workshop dalam segi pendapatannya, dengan cara agar lebih memberikan beberapa keuntungan untuk konsumen seperti meningkatkan diskon jasa servis, atau tambahan promo setiap penggantian sparepart ketika melakukan servis.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Abbas, A., Habbe, A. H., & Pontoh, G. T. (2015). Kualitas pengungkapan segmen dan hubungannya dengan biaya modal ekuitas. Simposium Nasional Akuntansi XVIII Medan.
- Abd Mutalib, F., & Jaafar, H. (2019). Segment Reporting Practices and Determinants: Evidence from Malaysian Public Listed Companies. *Management*, 9(3), 264-273.
- Atufah, I. D. (2018). Penerapan PSAK No. 45 tentang Pelaporan Keuangan Organisasi Nirlaba Yayasan Pendidikan Pondok Pesantren Al-Khairiyah. *International Journal of Social Science and Business*, 2(3), 115-123.
- Erwyn, A. (2017). Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen dan laporan Keuangan Interim Pada PT. Astra Internasional. *Tbk dan Entitas.FIN-ACC (Finance Accounting)*, 1(11).
- Gutsche, R., & Rif, A. (2019). The Shortcomings of Segment Reporting and their Impact on Analysts' Earnings Forecasts. Available at SSRN.
- Heti, M. (2017). Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen dan Laporan Keuangan Interim PT. millennium Pharmacon, Tbk. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 1(8).
- Indonesia, I. A. (2016). Standar Akuntansi Keuangan Efektif Per 1 Januari 2017. Dewan Standar Akuntansi Keuangan. Jakarta.
- Manik, T., & Si, M. (2012). Analisis Pengaruh Laporan Keuangan Segmen Interim Terhadap Pengambilan Keputusan Pemisahan Laporan Keuangan Anak Perusahaan Di Pt Telkom Indonesia. *Jurnal JEMI Vol. 3 No, 1*, 1-14.
- Odia, J. O., & Imagbe, V. U. (2015). Towards the usefulness and implications of segment reporting standards. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 30-30.
- Riduwan, A. (2018). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 46 dan Koefisien Respon Laba Akuntansi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 12(3), 336-358.
- Ronald, M. O., Nyangosi, R., & Martin, L. (2011). Segment reporting (IFRS-14 and AS-17): a study of commercial banks in Kenya and India. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 1(8), 237-247.
- Sumendap, R., Tommy, P., & Maramis, J. B. (2018). Analisis perbandingan kinerja keuangan berdasarkan diversifikasi segmen bisnis pada industri manufaktur yang go public. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Suryandari, E., & Arisanti, I. P. (2017). Interpretasi investor non-profesional atas implementasi international financial reporting standard (IFRS) 8 dan pernyataan standar akuntansi keuangan (PSAK) 5 dalam perspektif framing information. *Journal of Accounting and Investment*, 18(1), 128-140.
- Tatilu, T. R. J. (2015). PENERAPAN LAPORAN KEUANGAN SEGMENTAL SEBAGAI ALAT PENILAIAN PRESTASI MANAJER PADA PERUM BULOG DIVRE SULUT DAN GORONTALO. *JURNAL BERKALA ILMIAH EFISIENSI*, 15(4).
- Welly, A. S. (2016). Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen dan Laporan Keuangan Interim Pada PT. Intiland Development, Tbk. Dan Entitas. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 1(5).
- Yenny, Y. (2016). Pengungkapan laporan Keuangan Segmen dan laporan Keuangan interim Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk dan Entitas Anak. *FIN-ACC (Finance Accounting)*, 1(3).