

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Negara yang bisnis domestiknya memiliki akses pada pasar modal asing dianggap sebagai bukti atas kemampuan mereka berkompetisi di pasar global dalam era globalisasi saat ini. Dengan terdaftar di pasar modal asing, perusahaan dapat memperoleh akses pada pasar yang lebih likuid, menarik pendanaan lebih mudah pada biaya yang lebih rendah dan syarat lebih mudah. Selain itu dengan terdaftar di pasar modal asing juga membuka pada basis investor yang lebih luas (Claessens *et al*, 2003). Peningkatan modal ekuitas pada pasar modal selalu lebih murah dibandingkan pendanaan privat, dan penjualan saham secara publik merupakan peredaran yang berguna dalam akuisisi dan membantu perusahaan untuk bertumbuh.

Kelayakan sebuah perusahaan untuk mendaftarkan sahamnya pada pasar modal asing harus memenuhi standar keuangan dan operasi yang ketat. Contohnya perusahaan yang akan mendaftarkan dirinya di *New York Stock Exchange* (NYSE) harus memiliki laba sebelum pajak agregat selama lebih dari tiga tahun terakhir adalah \$10 million USD dan minimal laba sebelum pajak dalam dua tahun terakhir adalah \$2 million USD (www.nyse.com). Selain harus memenuhi beberapa syarat minimal tersebut, perusahaan harus menemukan *underwriter* yang cukup percaya mengenai prospek masa depan perusahaan (*profitable*) yang sahamnya akan mereka tanggung (Albrecht, 2007).

Salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara adalah kompetisi bisnis dengan negara lainnya. Aktivitas bisnis ini secara langsung memberikan kontribusi pada tingkat output dan pertumbuhan output, tenaga kerja, dan stabilitas umum dari suatu negara. Persaingan bisnis antar perusahaan yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk dapat bertahan dan dapat mengembangkan perusahaannya. Upaya yang dilakukan oleh perusahaan tersebut adalah dengan memperluas pangsa pasarnya, melalui peningkatan diversifikasi produk maupun perluasan jangkauan pemasarannya. Peningkatan jumlah perusahaan dan pasar yang berkembang ini mendorong perusahaan untuk memperluas jaringannya hingga ke luar negeri. Penelitian-penelitian terdahulu memberikan bukti bahwa ekspansi pada pasar internasional meningkatkan kompleksitas informasi yang diproses untuk investor, manajer dan analisis keuangan (Khurana *et al*, 2003).

Tidak semua manajemen laba diartikan negatif karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Manajemen laba (*earnings management*) itu sendiri merupakan konsekuensi langsung dari upaya-upaya manajer atau pembuat laporan keuangan untuk melakukan manajemen informasi akuntansi, demi kepentingan pribadi dan atau perusahaan. Pada prinsipnya manajemen laba merupakan suatu cara dalam menyajikan informasi laba kepada publik yang sudah disesuaikan dengan *interest* atau kepentingan dari pihak manajer itu sendiri atau menguntungkan perusahaan. Bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa praktek manajemen laba ditemui dalam banyak konteks.

Banyaknya konteks melalui peristiwa-peristiwa atau variabel-variabel ekonomi tertentu dapat dijadikan sebagai sarana untuk manajemen laba. Penelitian mengenai manajemen laba ini tetap menarik untuk dilakukan bila dikaitkan dengan fenomena hangat yang muncul dalam dunia bisnis, yaitu kompleksitas bisnis perusahaan, termasuk pengaruh segmen geografis dan segmen operasi terhadap manajemen laba. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *segment reporting* terhadap manajemen laba yang dilakukan perusahaan-perusahaan Asia yang terdaftar di NYSE. Negara-negara yang termasuk dalam wilayah Asia yang terdaftar di NYSE adalah Australia, India, Singapura, Cina, Indonesia, Korea Selatan, Hongkong, Jepang, Kepulauan Marshall, New Zealand, Filipina, Taiwan, dan Thailand. Negara di wilayah Asia menarik untuk diteliti karena beberapa negara Asia merupakan negara dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di dunia yang terus berkembang di tengah persaingan global (Krantz, 2007).

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan beberapa pemaparan hasil penelitian sebelumnya, maka masalah dalam penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu :

”Apakah *segment reporting* mempengaruhi manajemen laba yang dilakukan perusahaan-perusahaan Asia yang terdaftar di *New York Stock Exchange* (NYSE)?”.

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah menguji secara empiris pengaruh *segment reporting* terhadap manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan Asia yang terdaftar di *New York Stock Exchange* (NYSE). Hasil pengujian empiris diharapkan dapat mendukung dugaan-dugaan sebelumnya bahwa *segment reporting* akan mempengaruhi manajemen laba perusahaan, walaupun perusahaan tersebut terdaftar di pasar modal Amerika.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, yaitu:

1. Bagi peneliti dan akademisi dalam mengungkap fenomena, apakah status internasional dan segmen operasi mempengaruhi manajemen laba perusahaan.
2. Bagi perkembangan ilmu akuntansi, sebagai suatu literatur bahan kajian dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.