

Analisis Pelaporan Keuangan Segmentasi PT.Indofood Sukses Makmur Tbk

Cindy Fredicia Putri¹, Yolanda Citra², Hesti Juliani³, Agum Murtaib⁴, Siti Rodiah⁵

Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau

E-mail : cindyfredicia.83@gmail.com

Article Informations

Received:
(07-07-2023)

Accepted
(22-07-2023)

Available Online :
(01-08-2023)

Keywords

Financial Statements,
Go public, PT
Indofood Sukses
Makmur Tbk

Abstract

Financial reporting is one of the activities carried out by companies that have gone public, financial reporting can assist users in making decisions or policies to develop activities. Segment and interim financial statements are one of the reports that need to be disclosed in the company's financial statements. The purpose of segment and interim financial reports is to provide information about the different types of business activities and the economic environment in which the company operates. Fulfillment of this objective will help users of financial statements to better understand the company's performance and assess future cash flow prospects, as well as be able to make more informed judgments about the company as a whole. The purpose of this study is to analyze the determination of reporting segments using the ten percent test on revenue and profit and loss in the financial statements of PT.Indofood Sukses Makmur Tbk for 2018-2022 in accordance with PSAK number 5. The research method used is a qualitative research method, the sample used is a purposive sampling technique, which is a sampling technique with certain considerations. The sample taken comes from the Financial Statements of PT.Indofood Sukses Makmur Tbk segment which consists of 4 segments namely Branded Consumer Products, Bogasari, Agribusiness and Distribution. The research results show that the distribution segment does not need to be reported because it does not pass the 10% test on income for 5 years (2018-2022), the agribusiness segment and the distribution segment do not pass the 10% test on profit and loss in 2018 and 2019 but in 2020, 2021, 2022 the agribusiness segment passed the 10% test on profit and loss, and the 10% test on distribution segment assets did not pass the test for 5 years (2018-2022). And the bogasari segment only in 2020 did not pass the 10% test on assets

Pendahuluan

Standar Akuntansi Keuangan atau PSAK No.5 menyatakan bahwa pelaporan keuangan segmen dalam sebuah perusahaan penting, terutama pada perusahaan yang bergerak dibidang industri yang memiliki berbagai macam jenis segmen dan segmen geografis yang mempunyai wilayah berbeda. Laporan Keuangan Segmen ini nantinya akan menggambarkan perkembangan pada setiap segmen dan segmen geografis yang dilaporkan perusahaan (Meita, 2016). Pengujian laporan keuangan segmen ini sangat diperlukan di sebuah perusahaan untuk mengetahui kemajuan dari perusahaan tersebut pada segmen perusahaan yang ada (Fitriyani, 2022)

Dalam pengungkapan pelaporan keuangan segmen usaha, penentuan segmen usaha mana yang dilaporkan oleh suatu perusahaan sangat penting. Kebutuhan untuk mengidentifikasi segmen utama bisnis yang diversifikasi ini muncul karena tidak adanya informasi yang memadai untuk

mengevaluasi pendapatan, aktiva yang diidentifikasi, profitabilitas, pertumbuhan, variabilitas operasi, dan resiko. Sebuah segmen usaha yang dianggap memberikan kontribusi signifikan bagi perusahaan harus dilaporkan sebagai suatu segmen pelaporan, dan segmen usaha lainnya harus diungkapkan. Setelah menentukan bagian pelaporan mana yang harus dilaporkan, pengujian kembali dilakukan untuk menentukan apakah ada kebutuhan untuk bagian tambahan. Tidak ada kebutuhan untuk segmen tambahan jika total pendapatan eksternal yang dilaporkan yang telah melakukan pengujian total seluruh penjualan segmen tersebut sama dengan atau lebih dari 75% dari total pendapatan. Sebaliknya, segmen tambahan diperlukan jika kurang dari 75%. (Meita, 2016) Identifikasi segmen preferensi adalah salah satu dari banyak cara untuk membentuk segmen pasar. (Saparso, 2021)

Dalam rangka merealisasikan manfaat potensial segmentasi pasar perusahaan membutuhkan penelitian empiris tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, serta sistem manajemen yang dapat menyesuaikan proses bisnis dengan kebutuhan dan keinginan tersebut. Konsumen melakukan pembelian berdasarkan manfaat yang diberikan, atau kemampuan produk dan jasa untuk membantu mereka memecahkan masalah spesifik. Ini adalah dua cara yang dapat digunakan untuk mencapai keuntungan potensial dari segmentasi pasar perusahaan. (Elistia, 2021) Segmentasi pasar memberikan peluang bagi bisnis untuk menyesuaikan barang dan jasanya dengan permintaan pembeli. Perusahaan yang tidak berusaha mempertahankan kedudukannya terhadap konsumen mungkin digeser oleh perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki sumber daya manusia berkualitas, perusahaan yang telah berdiri cukup lama, atau perusahaan yang akan berdiri akan memerlukan operasi yang lancer. (Andy Kridasusila, 2007)

Dasar-dasar segmentasi pasar konsumen:

- Variabel geografi: wilayah, ukuran daerah, ukuran kota, dan kepadatan iklim;
- Variabel demografi: umur, keluarga, siklus hidup, pendapatan, pendidikan;
- Variabel psikologis: kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian;
- Variabel perilaku pembeli: manfaat yang dicari, status pemakai, tingkat pemakaian, status kesetiaan, dan sikap terhadap produk.

Dasar-dasar segmentasi pasar industri:

- Tahap 1 menetapkan segmentasi makro, yang mencakup pasar pemakai akhir, lokasi geografis, dan jumlah langganan;
- Tahap 2 membahas sikap penjual, atribut kepribadian, kualitas produk, dan pelanggan. (Farida Yulianti, 2019)

Perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran segmen mengetahui sepenuhnya bahwa pembeli memiliki keinginan, daya beli, lokasi, budaya, preferensi pembelian, dan kebiasaan pembelian yang berbeda. Segmen pasar adalah kelompok besar yang dapat diidentifikasi dalam sebuah pasar. Oleh karena itu, bisnis berusaha untuk memecah pasar yang heterogen ini menjadi kelompok kecil yang lebih seragam sehingga mereka dapat melayaninya dengan lebih efisien dan efektif. (Rahayu et al., 2017). Menurut Beams et al. (2006: 110): Segmen dianggap material dan dapat dilaporkan secara terpisah jika salah satu dari tiga kriteria berikut dipenuhi:

- Pendapatan yang dilaporkan, termasuk pendapatan antarsegmen, adalah sepuluh persen atau lebih dari pendapatan gabungan semua segmen operasi;
- Nilai absolut laba atau rugi yang dilaporkan adalah sepuluh persen atau lebih dari laba gabungan yang dilaporkan oleh semua segmen operasi yang melaporkan. (Haryanti & Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak, 2016)

Laporan segmen, yang saat ini dikenal sebagai "segmen operasi", menurut PSAK 5 adalah suatu bagian dari entitas:

- a. Yang terkait atau berhubungan dengan proses aktivitas bisnis yang menghasilkan pendapatan dan beban (termasuk beban dan pendapatan yang terkait dengan transaksi dengan komponen lain namun dari entitas yang sama).
- b. Yang oleh pengambil keputusan operasional hasil operasinya dikaji kembali secara reguler dengan tujuan untuk membentuk keputusan mengenai sumber daya yang akan dialokasikan pada segmen tersebut serta menilai kinerjanya.
- c. Informasi keuangan yang dapat dibedakan harus tersedia, sehingga para pengguna laporan keuangan dapat mengevaluasi efek keuangan dari aktivitas bisnis yang dilakukan oleh entitas dan lingkungan ekonomi di mana entitas tersebut beroperasi. (Purwanti et al., 2023)

Segmen Industri adalah bagian dari bisnis yang bergerak dalam pengiriman barang dan jasa yang tidak terafiliasi untuk menghasilkan laba. Sebuah segmen industri atau kelompok segmen industri yang sangat berhubungan harus memenuhi uji berikut:

- a. Uji Pendapatan 10%
- b. Uji Aktiva 10%
- c. Uji Laba Rugi 10%.

Sebagian besar orang yang menggunakan laporan keuangan ialah untuk membuat keputusan ekonomi menggunakannya untuk mengetahui posisi keuangan, kinerja, dan arus kas suatu organisasi dalam rencana jangka pendek, menengah maupun jangka panjang (Ilham et al., 2022). Pengungkapan laporan keuangan harus memberikan informasi yang mencukupi untuk membantu pengguna mengevaluasi dan membuat keputusan (Christine Natalia, 2016)

IFRS 8 yang telah diadopsi oleh PSAK No.5 (Revisi 2009) tentang sebuah pengungkapan segmen yang telah mengenalkan sebuah metode yang disebut dengan metode pendekatan manajemen, dimana pendekatan manajemen ini memberikan kebebasan kepada manajernya untuk membuat sebuah keputusan terkait informasi segmen yang akan dilaporkan. (Ilham et al., 2022)

Tujuan dari penyajian informasi segmen ini gunanya untuk menyediakan informasi untuk para pemakai laporan keuangan mengenai skala relatif, kontribusi laba serta trend pertumbuhan dari berbagai macam industri dan wilayah geografis yang memungkinkan untuk para pemakai laporan keuangan dapat memahami bagaimana kinerja masa lalu perusahaan secara baik, menilai risiko serta imbalan perusahaan secara lebih baik, lalu membuat pertimbangan yang lebih baik juga terhadap perusahaan secara keseluruhan. (Margareta Heti, 2016)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan di Indonesia yang utamanya bergerak dalam industri pengolahan makanan olahan, bumbu, minuman, kemasan, minyak goreng, pabrik gandum dan pabrik pembuatan karung tepung yang bermarkas di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini didirikan pada tanggal 14 Agustus 1990 sebagai PT Panganjaya Intikusuma, kemudian pada tanggal 5 Februari 1994 berganti nama menjadi Indofood Sukses Makmur. Perusahaan ini mengeksport bahan makanannya hingga Australia, Asia, dan Eropa. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1990. PT Indofood memiliki empat (4) segmen Operasi yaitu Produk Konsumen Bermerek, Bogasari, Agribisnis dan Distribusi. Dalam beberapa dekade ini Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan *total food solutions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh

tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di rak para pedagang eceran.

Berdasarkan PSAK No. 5 yang telah dijelaskan sebelumnya, PT Indofood Sukses Makmur Tbk termasuk ke dalam perusahaan go public yang memiliki beberapa segmen operasi sehingga perusahaan tersebut diwajibkan untuk menyusun laporan keuangan segmen. Oleh sebab itu, penelitian ini ingin menganalisis kinerja PT Indofood Sukses Makmur Tbk melalui pelaporan ke empat segmen operasinya.

Penelitian serupa telah dilakukan di PT Unilever Tbk, berdasarkan penelitian tersebut ditemukan bahwa berdasarkan uji pendapatan sepuluh persen, uji laba/rugi sepuluh persen, dan uji aktiva sepuluh persen dari tahun 2020 hingga 2021 di PT Unilever, Tbk. Dan segmen usaha Entitas Anak telah memenuhi ketentuan PSAK No. 5 sehingga merupakan pelaporan segmen karena seluruh segmen telah melampaui uji sepuluh persen. (Ekonomi et al., 2022; Lestyaningrum, 2022)

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Anselm Strauss dan Juliet Corbin (2003:4) (Washington, 2014) adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. Sampel yang digunakan adalah teknik Purposive Sampling yang dimana teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam, Sampel yang diambil berasal dari Laporan Keuangan segmen PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Tahun 2018-2022 yang terdiri dari 4 segmen yaitu Produk Konsumen Bermerek, Bogasari, Agribisnis dan Distribusi (Yenny, 2016).

Hasil dan Pembahasan

Penentuan Segmen Pelaporan Berdasarkan Uji Pendapatan Sepuluh Persen Pada Tahun 2020 dan tahun 2021

Pengujian dilakukan dengan menjumlahkan penjualan eksternal dengan penjualan antar segmen usaha perusahaan, kemudian nilai masing-masing segmen dibandingkan dengan total pendapatan dari seluruh segmen. Jika ada segmen yang memiliki nilai perbandingan lebih dari atau sama dengan sepuluh persen dari total pendapatan seluruh segmen, maka segmen tersebut akan diungkapkan sebagai segmen yang dilaporkan/segmen pelaporan. Jika tidak, segmen tersebut akan digabungkan dengan segmen non-pelaporan yang akan dilaporkan di segmen lain. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Dan Entitas Anak Uji Pendapatan Sepuluh Persen Tahun 2022-2018

Tahun	Segmen	Aktiva	Persentase	Segemen
2018	Produk Bermerek	38.709.729	48,69%	Ya
	Bogasari	21.245.125	26,72%	Ya
	Agribisnis	14.049.668	17,67%	Ya
	Distribusi	5.496.614	6,91%	Tidak
2019	Produk Bermerek	42.753.427	51,30%	Ya
	Bogasari	22.839.054	27,40%	Ya
	Agribisnis	13.599.994	16,32%	Ya
	Distribusi	4.140.120	4,96%	Tidak

2020	Produk Bermerek	46.968.562	52,74%	Ya
	Bogasari	22.965.103	25,79%	Ya
	Agribisnis	14.550.797	16,34%	Ya
	Distribusi	4.561.586	5,12%	Tidak
2021	Produk Bermerek	56.963.539	52,96%	Ya
	Bogasari	25.883.050	24,06%	Ya
	Agribisnis	19.691.808	18,30%	Ya
	Distribusi	5.021.146	4,66%	Tidak
2022	Produk Bermerek	65.257.670	53,87%	Ya
	Bogasari	31.878.670	26,31%	Ya
	Agribisnis	17.770.004	14,66%	Ya
	Distribusi	6.231.559	5,14%	Tidak

Sumber. Data Olahan, 2023

Berdasarkan Tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa segmen Distribusi tidak lolos uji 10% pada pendapatan selama 5 Tahun berturut-turut sehingga segmen distribusi tidak dapat dilaporkan.(Pt.Indofood Sukses Makmur, 2018).

Penentuan Segmen Pelaporan Berdasarkan Uji Laba Rugi Sepuluh Persen Pada Tahun 2020 dan tahun 2021

Pengujian dilakukan dengan cara menjumlahkan laba seluruh segmen usaha perusahaan kemudian membandingkannya dengan laba rugi absolut masing-masing segmen usaha dengan total laba seluruh segmen. Jika nilai perbandingannya lebih atau sama dengan sepuluh persen, maka segmen tersebut akan dilaporkan sebagai pelaporan segmen. Jika tidak, segmen tersebut akan digabungkan di segmen lain. Tabel 2 menggambarkan hasil pengujian laba rugi segmen sepuluh persen, antara lain:

Tabel 2. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Dan Entitas Anak Uji Laba Rugi Sepuluh Persen Tahun 2022-2018

Tahun	Segmen	Aktiva	Persentase	Segemen
2018	Produk Bermerek	5.750.940	72,55%	Ya
	Bogasari	1.277.841	16,12%	Ya
	Agribisnis	711.066	8,97%	Ya
	Distribusi	186.770	2,35%	Tidak
2019	Produk Bermerek	7.199.605	75,55%	Ya
	Bogasari	1.621.373	17,01%	Ya
	Agribisnis	494.901	5,19%	Tidak
	Distribusi	212.688	2,23%	Tidak
2020	Produk Bermerek	9.114.534	72,57%	Ya
	Bogasari	1.790.248	14,25%	Ya
	Agribisnis	1.492.728	11,88%	Ya
	Distribusi	161.633	1,28%	Tidak
2021	Produk Bermerek	11.567.572	68,33%	Ya
	Bogasari	1.900.725	11,22%	Ya
	Agribisnis	3.233.971	19,10%	Ya
	Distribusi	226.325	1,33%	Tidak
2022	Produk Bermerek	12.407.690	66,59%	Ya
	Bogasari	2.478.444	13,30%	Ya

Agribisnis	3.342.264	17,93%	Ya
Distribusi	404.213	2,16%	Tidak

Sumber. Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa segmen Agribisnis dan Distribusi tidak lolos uji 10% pada Laba Rugi di tahun 2018 dan 2019, tapi pada tahun 2020,2021,2022 segmen Agribisnis lolos uji 10% pada Laba Rugi.(Pt.Indofood Sukses Makmur, 2019).

Penentuan Segmen Pelaporan Berdasarkan Uji Aktiva Sepuluh Persen Pada Tahun 2020 dan Tahun 2021

Pengujian ini dilakukan dengan menjumlahkan total aktiva yang dimiliki setiap segmen yang akan dibandingkan dengan total aset seluruh segmen usaha. Jika hasil pengujian lebih dari atau sama dengan sepuluh persen, maka segmen tersebut akan menjadi segmen pelaporan. Jika tidak, segmen tersebut dilaporkan sebagai segmen lain. Berikut Tabel 3 akan memaparkan hasil pengujian aset segmen PT.Indofood Sukses Makmur Tbk.

Tabel 3. PT. Indofood Sukses Makmur Dan Entitas Anak Uji Aktiva Sepuluh Persen Tahun 2022-2018

Tahun	Segmen	Aktiva	Persentase	Segemen
2018	Produk Bermerek	34.353.292	35,83%	Ya
	Bogasari	17.930.985	18,70%	Ya
	Agribisnis	37.925.000	39,55%	Ya
	Distribusi	5.658.608	5,90%	Tidak
2019	Produk Bermerek	42.753.427	41,05%	Ya
	Bogasari	22.839.054	12,50%	Ya
	Agribisnis	13.599.994	40,48%	Tidak
	Distribusi	4.140.120	5,94%	Tidak
2020	Produk Bermerek	103.607.761	65,46%	Ya
	Bogasari	11.250.571	7,10%	Tidak
	Agribisnis	37.352.315	23,60%	Ya
	Distribusi	6.058.788	3,82%	Tidak
2021	Produk Bermerek	115.870.766	63,11%	Ya
	Bogasari	25.538.774	13,91%	Ya
	Agribisnis	35.494.714	19,33%	Ya
	Distribusi	6.680.818	3,63%	Tidak
2022	Produk Bermerek	113.104.361	61,21%	Ya
	Bogasari	28.407.888	15,37%	Ya
	Agribisnis	36.187.688	19,58%	Ya
	Distribusi	7.070.605	3,82%	Tidak

Sumber. Data Olahan, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa segmen distribusi tidak lolos uji 10% pada aktiva dan segmen bogasari hanya pada tahun 2020 saja tidak lolos uji 10% dan tidak bisa dilaporkan karena Segmen tersebut tidak memenuhi ketentuan PSAK No.5 (PT.Indofood Sukses Makmur, 2020).

PEMBAHASAN

Pelaporan keuangan menjadi salah satu kegiatan yang wajib dilakukan oleh perusahaan yang sudah go public gunanya untuk membuat para investor tertarik berinvestasi di perusahaan mereka (Hana Afifah Zahra et al., 2022). Dalam penyusunan laporan keuangan membutuhkan sebuah kebijakan segmen, karena segmen harus disusun sesuai dengan kebijakan akuntansi dalam penyusunan dan penyajian laporan keuangan konsolidasian perusahaan. (Margareta Heti, 2016)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan yang berbasis di Indonesia yang utamanya bergerak dalam industri pengolahan makanan. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk bergerak dalam bidang makanan olahan, bumbu, minuman, kemasan, minyak goreng, pabrik gandum dan pabrik pembuatan karung tepung. Perusahaan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1990. Yang memiliki empat (4) segmen Operasi yaitu Produk Konsumen Bermerek, Bogasari, Agribisnis dan Distribusi (Pt. Indofood Sukses Makmur, 2021.)

Informasi segmen dari tabel-tabel di atas dilaporkan berdasarkan informasi yang digunakan oleh manajemen untuk mengevaluasi kinerja setiap segmen usaha dan didalam mengalokasikan sumber daya. Manajemen memantau hasil operasi dari unit usahanya secara terpisah guna keperluan pengambilan keputusan mengenai alokasi sumber daya dan penilaian kinerja. Kinerja segmen dievaluasi berdasarkan laba atau rugi usaha pada laporan keuangan konsolidasian. Namun, pendanaan kelompok usaha (termasuk beban keuangan dan pendapatan keuangan) dan pajak penghasilan dikelola secara grup dan tidak dialokasikan kepada segmen operasi. (Pt. Indofood Sukses Makmur, 2022)

Transaksi penjualan antar segmen dilakukan dengan menggunakan harga yang disepakati yang secara umum hampir sama dengan harga penjualan kepada pihak ketiga. Tabel di atas menyajikan hasil uji 10% pada pendapatan, laba rugi dan aset PT. Indofood dengan segmen operasi kelompok usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji 10% pendapatan segmen Distribusi dari tahun 2018-2022 tidak lolos uji 10% sehingga tidak bisa dilaporkan, dan pada uji 10% laba rugi segmen Agribisnis dan Distribusi tidak lolos uji 10% pada Laba Rugi di tahun 2018 dan 2019, tetapi pada tahun 2020, 2021, 2022 segmen Agribisnis lolos uji 10% pada Laba Rugi. Dan terakhir uji 10% pada aset segmen distribusi tidak lolos uji 10% pada aktiva sedangkan segmen bogasari hanya pada tahun 2020 saja tidak lolos uji 10% dan tidak bisa dilaporkan karena Segmen tersebut tidak memenuhi ketentuan PSAK No.5.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengungkapan pelaporan keuangan segmen industri pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dan Entitas Anak, Berdasarkan uji pendapatan sepuluh persen, uji laba/rugi sepuluh persen, dan uji aktiva sepuluh persen dari tahun 2018 hingga 2022 di PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. Dan segmen usaha Entitas Anak tidak Semua segmen memenuhi ketentuan PSAK No. 5 karena ada beberapa segmen yang tidak lolos uji 10% sehingga pelaporan segmen tidak bisa dilaporkan.

Daftar Pustaka

- Andy Kridasusila. (2007). *Buku Manajemen Pemasaran*.
Christine Natalia. (2016). *Jurnal Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen dan Laporan Keuangan Interim PT. Bakrie & Brothers, Tbk dan Entitas*.

- Ekonomi, J., dan Akuntansi Manajemen, Lestyaningrum, L., Kartini Panggiarti, E., & Ekonomi, F. (2022). *Jurnal Analisis Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen Pada PT Unilever Tbk Dan Entitas Anak*.
- Elistia. (2021). *Buku Segmenting, Targeting, Positioning*.
- Farida Yulianti. (2019). *Buku Manajemen Pemasaran*.
- Fitriyani, L. (2022). *Jurnal Analisis Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen Dan Interim Pada PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. 2020-2021*.
- Hana Afifah Zahra, Pebrina Mellani, Julistia Wulandari, & Samuel Arjuna. (2022). Jurnal Analisis Pelaporan Keuangan Segmentasi Pada PT. Telekomunikasi Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 6(2), 226–233.
<https://doi.org/10.23887/jppsh.v6i2.50774>
- Haryanti, D., & Studi Akuntansi STIE Widya Dharma Pontianak, P. (2016). Jurnal Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen Pada Pt Perdana Bangun Pusaka, Tbk Dan Entitas Anak. In *Jurnal FinAcc* (Vol. 1, Issue 7).
- Ilham, M., David Novri Sitanggang, A., Asriyani, R., & Firmansyah, A. (2022). *Jurnal Kesesuaian Pelaporan Keuangan Segmen Dan Interim Berdasarkan PSAK 3, PSAK 5, IFRS 8 Dan IAS 34: Studi Kasus Pt. Unilever Indonesia, Tbk* (Vol. 1, Issue 1).
- Lestyaningrum, L. (2022). *Analisis Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen Pada PT Unilever Tbk Dan Entitas Anak*.
- Margareta Heti. (2016). *Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen Dan Laporan Keuangan Interim Pt. Millenium Pharmacon International, Tbk*.
- Meita. (2016). *Jurnal Analisis Pengungkapan Pelaporan Keuangan Segmen Pada Pt. Timah (Persero), Tbk Dan Entitas Anak*.
- Pt. Indofood Sukses Makmur. (2018). *Annual Report 2018 PT. Indofood Sukses Makmur*.
- Pt. Indofood Sukses Makmur. (2019). *Annual Report 2019 PT. Indofood Sukses Makmur*.
- Pt. Indofood Sukses Makmur. (2020). *Annual Report 2020 PT. Indofood Sukses Makmur*.
- Pt. Indofood Sukses Makmur. (2021). *Annual Report 2021 PT. Indofood Sukses Makmur*.
- Pt. Indofood Sukses Makmur. (2022). *Annual Report 2022 PT. Indofood Sukses Makmur*.
- Purwanti, U. D., Try Savika, A., Rahmawati, L., & Panggiarti, K. (2023). *Jurnal Evaluasi Pelaporan Segmen Keuangan Di PT Astra International Tbk Dan Anak Perusahaannya*.
- Rahayu, B., Putri, T., & Pt, S. (2017). *Buku Manajemen Pemasaran*.
- Saparso. (2021). *Buku Marketing Process*.
- Washington, D. C. (2014). *Book United States Securities And Exchange Commission*.
- Yenny. (2016). *Pengungkapan Laporan Keuangan Segmen Dan Laporan Keuangan Interim Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Dan Anak*.