



PENGARUH ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DISCLOSURE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

**(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods Non-Cyclicals* yang Terdaftar di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2022-2024)**

Maharani Saskia Putri, Wahyu Meiranto¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl.Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +6282135240978

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of AI disclosure on firm value in non cyclical consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2022–2024 period. Furthermore, this study examines the role of financial performance as a mediating variable in the relationship between AI disclosure and firm value. This is conducted amidst the increasing adoption of AI as a strategic capability that has the potential to influence market perceptions of firm value. The study employed a quantitative approach with secondary data sourced from annual reports and financial reports on the official IDX and Bloomberg websites. The sample was selected using a purposive sampling method, resulting in 66 companies with a total of 198 observations over the three-year study period. AI disclosure was measured using content analysis-based AI Frequency Disclosure (AIFREC), firm value was measured using Tobin's Q, and financial performance was proxied by Return on Assets (ROA). Hypotheses were tested using panel data regression analysis and Aroian's mediation test. The results of the study indicate that AI disclosure has a negative and insignificant effect on both firm value and financial performance. While financial performance has a positive and significant effect on firm value, it fails to mediate the relationship between AI disclosure and firm value. This indicates that the market does not yet consider AI disclosure a credible signal without concrete evidence of company performance. Therefore, AI disclosure will be more meaningful to the market if supported by financial performance that reflects the effectiveness of AI implementation in company operations.

Keywords: AI disclosure, financial performance, firm value, ROA, Tobin's Q

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan persepsi investor terhadap prospek dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, penilaian investor tidak lagi hanya didasarkan pada kinerja historis perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya strategis yang dapat mendukung pertumbuhan di masa depan (Damodaran, 1999). Salah satu sumber daya strategis yang semakin mendapat perhatian adalah Artificial Intelligence (AI). Teknologi ini dinilai mampu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, serta mendorong inovasi yang berpotensi menciptakan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja perusahaan (Collins et al., 2021).

Meningkatnya pemanfaatan AI mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait penggunaan, implementasi, dan pengembangan AI kepada para pemangku kepentingan melalui laporan tahunan. Pengungkapan tersebut dikenal sebagai AI disclosure. Informasi mengenai AI menjadi semakin relevan karena memberikan gambaran mengenai kesiapan perusahaan dalam menghadapi transformasi digital dan potensi manfaat ekonomi yang dihasilkan dari pemanfaatan teknologi tersebut (Duan et al., 2019). Dengan demikian, AI disclosure berpotensi memengaruhi persepsi investor dan penilaian pasar terhadap perusahaan.

¹ Corresponding author

Meskipun demikian, kualitas AI disclosure masih bervariasi antarperusahaan. Sebagian perusahaan mengungkapkan informasi AI secara rinci dan didukung bukti implementasi yang jelas, sementara sebagian lainnya hanya menyampaikan narasi umum tanpa menunjukkan manfaat ekonomi yang nyata. Kondisi ini berpotensi menimbulkan fenomena AI washing, yaitu praktik perusahaan yang menonjolkan penggunaan AI untuk membangun citra inovatif tanpa didukung penerapan yang substansial (Mayhew, 2025). Akibatnya, investor dapat mengalami kesulitan dalam menilai kredibilitas informasi AI yang diungkapkan perusahaan sehingga respons pasar terhadap AI disclosure menjadi tidak selalu konsisten.

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang beragam mengenai hubungan antara AI disclosure dan nilai perusahaan. Wang dan Yen (2023) menemukan bahwa AI disclosure dan AI risk disclosure memiliki relevansi nilai (*value relevance*), yang menunjukkan bahwa investor merespons positif transparansi terkait implementasi AI. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Xing et al. (2025) yang menunjukkan bahwa AI technology dan AI narrative berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa investor cenderung memandang AI disclosure sebagai informasi yang mencerminkan inovasi dan potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan.

Pada sisi lain, penelitian mengenai hubungan AI disclosure dan kinerja keuangan menunjukkan hasil yang belum konsisten. Shiyyab et al. (2023), Abdelraouf et al. (2025), dan Elnokoudy (2025) menemukan bahwa AI disclosure berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Sebaliknya, Alzaghoul dan Alsharari (2024) menunjukkan bahwa AI disclosure tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja keuangan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa manfaat ekonomi dari AI tidak selalu tercermin secara langsung dalam profitabilitas perusahaan.

Selain itu, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kinerja keuangan merupakan salah satu determinan utama nilai perusahaan. Aditya dan Cindiyasari (2024), Primadani dan Sudana (2025), serta Valencia (2025) menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja keuangan yang lebih baik cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan informasi strategis yang diungkapkan perusahaan, tetapi juga memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan kinerja keuangan yang baik.

Meskipun hubungan antara AI disclosure, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan telah banyak diteliti, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengaruh langsung antarvariabel. Pendekatan tersebut belum mampu menjelaskan mekanisme yang menghubungkan AI disclosure dengan peningkatan nilai perusahaan. Dalam praktiknya, investor tidak dapat secara langsung mengamati manfaat ekonomi dari implementasi AI hanya melalui informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Investor cenderung menggunakan indikator kinerja keuangan sebagai bukti bahwa implementasi AI benar-benar menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan. Oleh karena itu, kinerja keuangan berpotensi menjadi mekanisme yang menjelaskan bagaimana AI disclosure diterjemahkan menjadi peningkatan nilai perusahaan. Namun, penelitian yang secara khusus menguji peran kinerja keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara AI disclosure dan nilai perusahaan masih relatif terbatas, terutama pada konteks negara berkembang seperti Indonesia.

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan sektor consumer goods non-cyclicals karena sektor tersebut menghadapi tuntutan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing secara berkelanjutan. Pemanfaatan AI dalam proses produksi, distribusi, manajemen persediaan, dan analisis perilaku konsumen menjadikan sektor ini relevan untuk menguji hubungan antara AI disclosure, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh AI disclosure terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan serta menguji peran kinerja keuangan sebagai variabel mediasi pada perusahaan sektor consumer goods non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap literatur AI disclosure dengan menjelaskan mekanisme hubungan antara AI disclosure dan nilai perusahaan melalui kinerja keuangan, sekaligus memberikan bukti empiris pada konteks pasar negara berkembang.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bagian ini menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian, dan pengembangan hipotesis penelitian.

Teori Sinyal

Signaling Theory pertama kali diperkenalkan oleh Spence (1973) untuk menjelaskan kondisi ketika terjadi asimetri informasi antara pihak yang memiliki informasi lebih banyak (informed party) dan pihak yang memiliki informasi lebih sedikit (uninformed party). Dalam kondisi tersebut, pihak yang memiliki informasi akan berupaya menyampaikan sinyal (signal) kepada pihak lain guna mengurangi ketidakpastian dan membantu proses pengambilan keputusan. Sinyal yang diberikan harus bersifat kredibel (credible signal) sehingga dapat dipercaya dan direspons oleh penerima informasi. Sinyal yang kredibel umumnya memiliki biaya atau konsekuensi tertentu sehingga tidak mudah ditiru oleh pihak lain yang tidak memiliki kualitas atau karakteristik yang sama (Spence, 1973)..

Dalam konteks perusahaan, Signaling Theory menjelaskan bahwa manajemen dapat mengurangi asimetri informasi dengan mengungkapkan informasi yang relevan kepada investor dan pemangku kepentingan. Informasi yang disampaikan perusahaan melalui laporan tahunan, laporan keberlanjutan, maupun media komunikasi lainnya dapat menjadi sinyal mengenai kualitas, prospek, dan strategi perusahaan. Semakin informatif dan kredibel suatu pengungkapan, semakin besar kemungkinan investor memberikan respons positif terhadap perusahaan.

Dalam penelitian ini, AI disclosure dipandang sebagai salah satu bentuk sinyal yang diberikan perusahaan kepada investor mengenai komitmen terhadap inovasi, transformasi digital, dan pengembangan teknologi. Pengungkapan informasi terkait penggunaan dan implementasi AI dapat membantu investor mengevaluasi kesiapan perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis dan menciptakan peluang pertumbuhan di masa depan. Oleh karena itu, AI disclosure berpotensi memengaruhi persepsi investor terhadap prospek perusahaan di masa depan. Respons positif investor terhadap informasi tersebut dapat meningkatkan permintaan atas saham perusahaan yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Resources-Based View (RBV)

Resource-Based View (RBV) merupakan teori yang dikembangkan oleh Barney (1991) yang menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif perusahaan berasal dari kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Menurut RBV, sumber daya yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif harus memiliki karakteristik valuable, rare, inimitable, dan non-substitutable (VRIN). Sumber daya yang memenuhi karakteristik tersebut dapat menjadi faktor pendorong terciptanya kinerja yang unggul dan berkelanjutan.

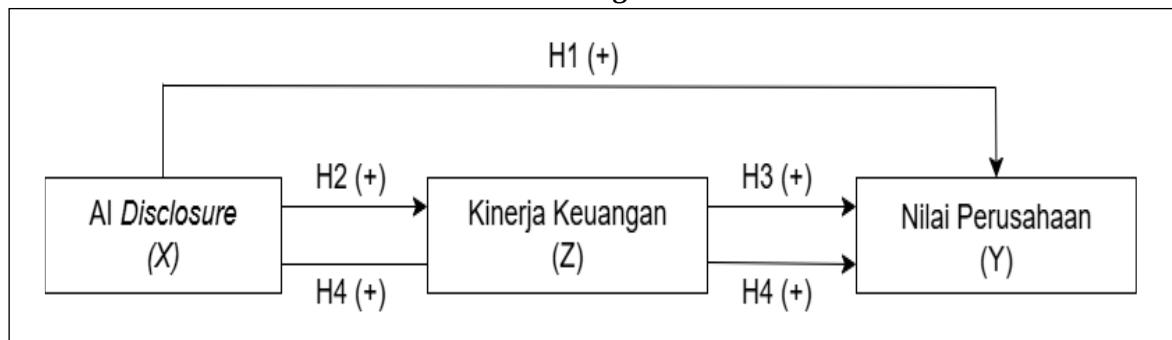
RBV menekankan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya ditentukan oleh kondisi eksternal, tetapi juga oleh kemampuan internal perusahaan dalam mengelola sumber daya strategis yang dimiliki. Perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber daya secara efektif akan memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan profitabilitas dibandingkan pesaingnya.

Dalam penelitian ini, Artificial Intelligence (AI) dipandang sebagai salah satu sumber daya strategis yang dapat menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pemanfaatan AI memungkinkan perusahaan mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data. Oleh karena itu, implementasi AI yang efektif berpotensi meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi. Informasi mengenai pemanfaatan AI yang diungkapkan melalui AI disclosure dapat memberikan gambaran kepada pemangku kepentingan mengenai upaya perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya strategis tersebut. Semakin efektif implementasi AI yang dilakukan perusahaan, semakin besar potensi peningkatan efisiensi dan profitabilitas yang tercermin dalam kinerja keuangan perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran menggambarkan hubungan antar variabel penelitian dalam bentuk skema. Penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol.

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Perumusan Hipotesis

Pengaruh AI Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Teori Sinyal (Spence, 1973), perusahaan yang mengungkapkan informasi terkait Artificial Intelligence (AI) memberikan sinyal kepada investor mengenai kesiapan teknologi, kapasitas inovasi, dan orientasi strategis perusahaan dalam menghadapi transformasi digital. Pengungkapan tersebut dapat meningkatkan keyakinan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi di masa depan. AI disclosure juga dapat dipandang sebagai sinyal yang kredibel karena implementasi AI memerlukan investasi yang tidak sedikit pada infrastruktur teknologi, pengelolaan data, dan pengembangan sumber daya manusia sehingga tidak mudah ditiru oleh perusahaan lain.

Selain itu, perspektif Resource-Based View (Barney, 1991) menjelaskan bahwa AI merupakan sumber daya strategis yang berpotensi menciptakan keunggulan kompetitif berkelanjutan. Investor dapat menginterpretasikan AI disclosure sebagai indikasi bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memanfaatkan sumber daya tersebut guna meningkatkan daya saing dan kinerja bisnis. Dengan demikian, AI disclosure berpotensi meningkatkan persepsi investor yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian Xing et al. (2025) menunjukkan bahwa AI technology dan AI narrative berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan serupa juga dikemukakan oleh Wang dan Yen (2023) yang membuktikan bahwa AI disclosure memiliki relevansi nilai (value relevance) bagi investor. Berdasarkan argumentasi teoritis dan temuan empiris tersebut, hipotesis pertama dirumuskan sebagai berikut:

H1: AI disclosure berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh AI Disclosure terhadap Kinerja Keuangan

Berdasarkan Teori Sinyal (Spence, 1973), AI disclosure dapat menjadi sinyal mengenai kemampuan perusahaan dalam mengimplementasikan teknologi yang mendukung peningkatan efisiensi dan produktivitas. Pengungkapan informasi terkait AI memberikan gambaran kepada investor bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap inovasi dan pengembangan teknologi yang berpotensi meningkatkan kinerja operasional.

Perspektif Resource-Based View (Barney, 1991) menjelaskan bahwa AI merupakan sumber daya strategis yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif apabila dimanfaatkan secara efektif. Implementasi AI dapat membantu perusahaan mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat pengambilan keputusan, dan mengurangi biaya operasional. Manfaat tersebut pada akhirnya dapat meningkatkan profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.

Penelitian Abdelraouf et al. (2025), Elnokoudy (2025), dan Shiyyab et al. (2023) menemukan bahwa AI disclosure berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan argumentasi teoritis dan bukti empiris tersebut, hipotesis kedua dirumuskan sebagai berikut:

H2: AI *disclosure* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan merupakan salah satu indikator utama yang digunakan investor dalam menilai kondisi dan prospek perusahaan. Berdasarkan Teori Sinyal (Spence, 1973), informasi kinerja keuangan yang tercermin melalui profitabilitas memberikan sinyal mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber daya secara efektif. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi sehingga meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang.

Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik cenderung memperoleh respons positif dari pasar karena dianggap memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar dan tingkat risiko yang lebih rendah. Kondisi tersebut dapat meningkatkan permintaan saham dan pada akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian Aditya dan Cindiyasari (2024), Primadani dan Sudana (2025), serta Valencia (2025) menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan argumentasi teoritis dan temuan empiris tersebut, hipotesis ketiga dirumuskan sebagai berikut:

H3: Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Peran Mediasi Kinerja Keuangan dalam Hubungan AI *Disclosure* dan Nilai Perusahaan

Teori Sinyal (Spence, 1973) menjelaskan bahwa AI disclosure dapat memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung pertumbuhan bisnis di masa depan. Namun, investor tidak selalu merespons informasi tersebut secara langsung karena manfaat ekonomi dari implementasi AI sering kali tidak dapat diamati secara instan. Investor cenderung membutuhkan bukti bahwa pemanfaatan AI benar-benar menghasilkan manfaat ekonomi bagi perusahaan.

Perspektif Resource-Based View (Barney, 1991) menjelaskan bahwa AI merupakan sumber daya strategis yang mampu meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, dan kualitas pengambilan keputusan. Implementasi AI yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Selanjutnya, peningkatan kinerja keuangan menjadi sinyal yang lebih konkret dan terukur mengenai keberhasilan pemanfaatan AI sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor dan nilai perusahaan.

Dengan demikian, pengaruh AI disclosure terhadap nilai perusahaan diperkirakan tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga melalui peningkatan kinerja keuangan. Kinerja keuangan berperan sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana informasi mengenai pemanfaatan AI diterjemahkan menjadi peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan argumentasi tersebut, hipotesis keempat dirumuskan sebagai berikut:

H4: Kinerja keuangan memediasi hubungan antara AI *disclosure* dan nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan populasi dan sampel penelitian, variabel-variabel yang digunakan beserta pengukurannya, serta model penelitian.

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2017), populasi merupakan semua objek/subjek yang karakteristiknya hendak diduga oleh peneliti. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) sejumlah 132 perusahaan. Penelitian menggunakan data keuangan dan laporan tahunan perusahaan selama 3 tahun, yaitu dari tahun 2022, 2023, dan 2024. Dalam menentukan sampel, digunakan metode *purposive sampling* dengan pendekatan non-probabilistik, yaitu metode penentuan sampel penelitian yang merujuk dari pertimbangan tertentu yang sudah diselaraskan dengan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan beberapa kriteria dalam penentuan sampelnya, yaitu:

1. Perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2022-2024.
2. Perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang tidak mengalami delisting atau penghapusan pencatatan dari BEI selama periode penelitian 2022-2024.
3. Perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang mempublikasikan laporan tahunan dengan lengkap dan konsisten pada tahun buku 2022-2024.
4. Perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang mempunyai kelengkapan data keuangan terkait variabel penelitian, yakni *Tobin's Q* dan ROA, pada tahun buku 2022-2024.
5. Perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang tidak terjadi kerugian secara berturut-turut pada tahun buku 2022-2024.

Variabel dan Pengukurannya

Penelitian ini menggunakan variabel independen *AI disclosure*, variabel dependen nilai perusahaan, dan variabel mediasi kinerja keuangan. Berikut adalah variabel yang digunakan dalam penelitian ini beserta pengukurannya:

Tabel 1
Variabel & Pengukurannya

Variabel	Simbol	Pengukuran
Variabel Independen <i>AI Disclosure</i>	AIFREC	Jumlah kemunculan kata kunci AI dalam laporan tahunan perusahaan
Variabel Dependen Nilai Perusahaan	TOBIN	Perbandingan antara jumlah dari kapitalisasi pasar dan total liabilitas dengan total aset
Variabel Mediasi Kinerja Keuangan	ROA	Perbandingan laba bersih perusahaan terhadap total aset

Model Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode regresi data panel yang diolah dengan perangkat lunak EViews 13. Data penelitian berupa data panel yang terdiri atas 66 perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals*. Variabel *AI disclosure* diamati pada periode 2022–2024, sedangkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan diamati pada periode berikutnya ($t+1$), yaitu 2023–2025, sehingga diperoleh 198 observasi. Berdasarkan hasil uji Chow, Hausman, dan Lagrange Multiplier, model estimasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Random Effect Model (REM). Untuk menguji hipotesis penelitian digunakan dua model regresi data panel sebagai berikut:

$$\text{Model 1: } ROA(t+1) = \alpha + \beta_1 AIFREC(t) + \varepsilon$$

$$\text{Model 2: } TOBIN(t+1) = \alpha + \beta_1 AIFREC(t) + \beta_2 ROA(t+1) + \varepsilon$$

Model pertama digunakan untuk menguji pengaruh AI disclosure terhadap kinerja keuangan, sedangkan model kedua digunakan untuk menguji pengaruh AI disclosure dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Penggunaan variabel dependen pada periode $t+1$ bertujuan untuk menangkap adanya jeda waktu (time lag) antara pengungkapan AI dan realisasi dampaknya terhadap kinerja keuangan maupun nilai perusahaan.

Evaluasi model dilakukan melalui koefisien determinasi ($Adjusted R^2$ dan R^2), uji simultan (F -statistic), dan uji signifikansi parsial (uji t) pada tingkat signifikansi 5%. Selanjutnya, untuk menguji peran mediasi kinerja keuangan digunakan Aroian Test. Efek mediasi dinyatakan signifikan apabila nilai p -value lebih kecil dari 0,05 (MacKinnon, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil penelitian dan pembahasan berisi penjelasan pemilihan sampel dan hasil temuan yang meliputi analisis statistik deskriptif, uji normalitas, hasil deskriptif kuantitatif, dan pengujian *Partial Least Square*.

Deskripsi Sampel Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Populasi yang digunakan terdiri dari perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada tahun 2022-2024. Metode *purposive sampling* digunakan untuk penentuan sampel. Langkah-langkah pemilihan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2
Pemilihan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sektor <i>consumer goods non-cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 2022-2024.	112
2.	Perusahaan sektor <i>consumer goods non-cyclicals</i> yang tidak mengalami delisting atau penghapusan pencatatan dari BEI selama periode penelitian 2022-2024.	(0)
3.	Perusahaan sektor <i>consumer goods non-cyclicals</i> yang tidak mempublikasikan laporan tahunan dengan lengkap dan konsisten pada tahun buku 2022-2024.	(9)
4.	Perusahaan sektor <i>consumer goods non-cyclicals</i> yang mempunyai tidak memiliki kelengkapan data keuangan terkait variabel penelitian, yakni <i>Tobin's Q</i> dan ROA, pada tahun buku 2022-2024.	(15)
5.	Perusahaan sektor <i>consumer goods non-cyclicals</i> yang tidak terjadi kerugian secara berturut-turut pada tahun buku 2022-2024.	(22)
Jumlah perusahaan yang memenuhi syarat sampel		66
Jumlah sampel penelitian (66 x 3)		198

Statistik Deskriptif

Tabel 3 menunjukkan statistik deskriptif untuk variabel yang digunakan, yang berisi nilai minimum, nilai maximum, rata-rata, dan standar deviasi. Berdasarkan analisis statistik deskriptif pada Tabel 3, variabel AI disclosure (AIFREC) sebagai variabel independen memiliki nilai rata-rata sebesar 5,191919 dengan standar deviasi sebesar 7,995147. Standar deviasi yang lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata mengindikasikan bahwa data variabel ini memiliki tingkat variasi yang cukup besar, yang mencerminkan heterogenitas tingkat pengungkapan AI di antara perusahaan sampel. Nilai minimum AIFREC sebesar 0,000000 menunjukkan bahwa masih terdapat perusahaan yang belum sama sekali mengungkapkan informasi terkait kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) dalam laporan tahunannya, sehingga kondisi ini mencerminkan bahwa penerapan maupun pengungkapan AI pada perusahaan sampel masih belum merata. Sebaliknya, nilai maksimum AIFREC sebesar 61,000000 mengindikasikan adanya perusahaan dengan tingkat AI disclosure yang jauh lebih tinggi dibandingkan perusahaan lainnya dalam sampel. Kesenjangan yang cukup besar antara nilai minimum dan maksimum tersebut mengindikasikan adanya ketimpangan yang signifikan dalam tingkat pengungkapan informasi terkait AI di antara perusahaan dalam sampel penelitian ini.

Variabel nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q* (TOBIN) memiliki nilai rata-rata sebesar 1,907172 dengan standar deviasi sebesar 2,030101. Standar deviasi yang lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata menunjukkan bahwa data variabel ini memiliki tingkat variasi yang cukup besar. Nilai minimum *Tobin's Q* sebesar 0,510000 dan nilai maksimum sebesar 22,49000 mencerminkan rentang penilaian pasar yang sangat lebar di antara perusahaan dalam sampel penelitian. Perbedaan nilai tersebut mengindikasikan bahwa penilaian pasar terhadap perusahaan dalam sampel penelitian cenderung bervariasi. Perusahaan dengan nilai *Tobin's Q* yang tinggi umumnya memperoleh persepsi positif dari investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang, sedangkan nilai *Tobin's Q* yang rendah mencerminkan persepsi pasar yang relatif lebih rendah terhadap perusahaan bersangkutan.

Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA). Proksi ROA memiliki nilai rata-rata sebesar 0,088068 dengan standar deviasi sebesar 0,066791. Nilai standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata mengindikasikan bahwa distribusi data ROA relatif homogen. Nilai minimum ROA sebesar 0,000100 dan nilai maksimum sebesar 0,340000 mencerminkan variasi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pemanfaatan aset yang dimiliki bervariasi antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, meskipun secara umum perusahaan sampel memiliki tingkat profitabilitas yang cukup baik. Nilai ROA yang rendah menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang belum mampu memanfaatkan asetnya secara optimal dalam menciptakan laba, sedangkan nilai ROA yang tinggi mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset guna menghasilkan keuntungan.

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
AIFREC	198	0,000000	61,00000	5,191919	7,995147
TOBIN	198	0,510000	22,49000	1,907172	2,030101
ROA	198	0,000100	0,340000	0,088068	0,066791
Valid N (listwise)	198				

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan Eviews13, 2026.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Pemilihan model regresi data panel dilakukan melalui uji Chow, uji Hausman, dan uji Lagrange Multiplier (LM) untuk menentukan model estimasi yang paling sesuai. Uji Chow digunakan untuk memilih model terbaik antara Common Effect Model (CEM) dan Fixed Effect Model (FEM), uji Hausman digunakan untuk menentukan model terbaik antara Fixed Effect Model (FEM) dan Random Effect Model (REM), sedangkan uji Lagrange Multiplier (LM) digunakan untuk menentukan model terbaik antara Common Effect Model (CEM) dan Random Effect Model (REM).

Uji Chow

Hasil uji *chow* di Tabel 4 menunjukkan bahwa kedua model regresi memiliki nilai Prob. *cross-section F* sebesar 0,0000 dan 0,0008. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga FEM dinilai lebih layak untuk digunakan dalam penelitian ini. Namun demikian, untuk memastikan bahwa FEM merupakan model estimasi data panel yang paling tepat, maka pengujian dilanjutkan dengan uji *hausman*.

Tabel 4
Hasil Uji Chow

Model Regresi 1			
$ROA_{(t+1)} = \alpha + \beta_1 AIFREC_t + \epsilon$			
<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	17,553884	(65,131)	0,0000
<i>Cross-section Chi-Square</i>	450,083775	65	0,0000
Model Regresi 2			
$TOBIN_{(t+1)} = \alpha + \beta_1 AIFREC_t + \beta_2 ROA_{(t+1)} + \epsilon$			
<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	1,920894	(65,130)	0,0008
<i>Cross-section Chi-Square</i>	133,288150	65	0,0000

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan Eviews13, 2026.

Uji Hausman

Hasil uji *Hausman* pada Tabel 5 menunjukkan nilai prob. *cross-section random* untuk model regresi 1 sebesar 0,6777 dan model regresi 2 sebesar 0,9683. Karena kedua nilai tersebut melebihi tingkat signifikansi 0,05 maka REM dipilih sebagai model yang lebih sesuai untuk digunakan. Namun demikian, guna memastikan kesesuaian penggunaan REM pada kedua model regresi tersebut, pengujian dilanjutkan dengan uji *Lagrange Multiplier* (LM).

Tabel 5
Hasil Uji Hausman

Model Regresi 1			
$ROA_{(t+1)} = \alpha + \beta_1 AIFREC_t + \epsilon$			
<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	0,172710	1	0,6777
Model Regresi 2			
$TOBIN_{(t+1)} = \alpha + \beta_1 AIFREC_t + \beta_2 ROA_{(t+1)} + \epsilon$			
<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	0,064484	2	0,9683

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan Eviews13, 2026.

Uji Lagrange Multiplier

Hasil pengujian pada Tabel 6 menunjukkan nilai *cross-section Breusch-Pagan* untuk model regresi 1 sebesar 0,0000 dan model regresi 2 sebesar 0,0010. Kedua nilai tersebut berada di bawah tingkat signifikansi 0,05, sehingga REM dipilih menjadi model yang paling tepat digunakan pada kedua model regresi. Dengan mempertimbangkan hasil uji *Chow*, *Hausman*, dan LM secara komprehensif, maka model estimasi yang diterapkan pada kedua model dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model* (REM).

Tabel 6
Hasil Uji Lagrange Multiplier

Model Regresi 1			
$ROA_{(t+1)} = \alpha + \beta_1 AIFREC_t + \epsilon$			
	<i>Cross-section</i>	<i>Time</i>	<i>Both</i>
<i>Breusch-Pagan</i>	141,3064 (0,0000)	0,972947 (0,3239)	142,2794 (0,0000)
Model Regresi 2			
$TOBIN_{(t+1)} = \alpha + \beta_1 AIFREC_t + \beta_2 ROA_{(t+1)} + \epsilon$			
	<i>Cross-section</i>	<i>Time</i>	<i>Both</i>
<i>Breusch-Pagan</i>	10,88757 (0,0010)	0,657416 (0,4175)	11,54499 (0,0007)

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan Eviews13, 2026.

Hasil Regresi Data Panel

Model regresi 1 digunakan untuk menguji pengaruh **AI disclosure (AIFREC)** terhadap **kinerja keuangan (ROA)**. Hasil estimasi pada Tabel 7 menunjukkan nilai *R-Squared* sebesar 0,002088 menunjukkan bahwa AI disclosure hanya mampu menjelaskan variasi kinerja keuangan sebesar 0,21%, sedangkan sisanya sebesar 99,79% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai *Adjusted R-Squared* sebesar -0,003003 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi kinerja keuangan relatif sangat rendah.

Hasil uji F menunjukkan nilai Prob. (*F-statistic*) sebesar 0,522616, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan belum mampu menjelaskan hubungan antara AI disclosure dan kinerja keuangan secara signifikan.

Selanjutnya, hasil uji t menunjukkan bahwa variabel AI disclosure (AIFREC) memiliki koefisien sebesar -0,000296 dengan nilai probabilitas sebesar 0,5235. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga AI disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Koefisien negatif mengindikasikan bahwa peningkatan AI disclosure cenderung diikuti oleh penurunan kinerja keuangan, namun pengaruh tersebut tidak signifikan secara statistik.

Tabel 7
Hasil Regresi Model 1 - REM

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,089604	0,008223	10,89727	0.0000
AIFREC	-0,000296	0,000463	-0,639116	0.5235
<i>R-Squared</i>				0,002088
<i>Adjusted R-Squared</i>				-0,003003
<i>S.E of regression</i>				0,026160
<i>F-statistic</i>				0,410201
<i>Prob. (F-statistic)</i>				0,522616

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan Eviews13, 2026.

Model regresi 2 digunakan untuk menguji pengaruh AI disclosure (AIFREC) dan kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hasil estimasi pada Tabel 8 menunjukkan nilai *R-Squared* sebesar 0,117128, yang berarti AI disclosure dan kinerja keuangan mampu menjelaskan variasi nilai perusahaan sebesar 11,71%, sedangkan sisanya sebesar 88,29% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai *Adjusted R-Squared* sebesar 0,108073 menunjukkan bahwa kemampuan model dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan masih relatif terbatas.

Hasil uji F menunjukkan nilai Prob. (*F-statistic*) sebesar 0,000005, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara AI disclosure, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji t, variabel AI disclosure (AIFREC) memiliki koefisien sebesar -0,005956 dengan nilai probabilitas sebesar 0,5542. Nilai probabilitas tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga AI disclosure tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, variabel kinerja keuangan (ROA) memiliki koefisien sebesar 11,83985 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0299. Nilai probabilitas tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 8
Hasil Regresi Model 2 - REM

Variabel	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0,895380	0,312300	2,867050	0,1032
AIFREC	-0,005956	0,008456	-0,704377	0,5542
ROA	11,83985	2,094715	5,652251	0,0299
R-Squared				0,117128
Adjusted R-Squared				0,108073
S.E of regression				1,636810
F-statistic				12,93506
Prob. (F-statistic)				0,000005

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan Eviews13, 2026.

Uji Mediasi

Pengujian mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah kinerja keuangan berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara AI disclosure dan nilai perusahaan. Pengujian dilakukan menggunakan *Aroian Test* dengan menguji signifikansi pengaruh tidak langsung AI disclosure terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan.

Hasil pengujian mediasi pada Tabel 10 menunjukkan bahwa koefisien pengaruh tidak langsung sebesar **-0,003504596**, dengan nilai statistik *Aroian* sebesar **-0,625663602** dan *p-value* sebesar **0,531535612**. Nilai *p-value* tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 sehingga pengaruh tidak langsung AI disclosure terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan tidak signifikan.

Tabel 10
Hasil Uji Mediasi – Aroian Test

Koefisien Pengaruh Tidak Langsung (a x b)	Statistic Aroian	p-value
- 0,003504596	- 0,625663602	0,531535612

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2026.

Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah dilaksanakan maka dapat ditarik konklusi sebagai berikut:

Hasil pengujian hipotesis terkait AI disclosure pada nilai perusahaan menunjukkan variabel AIFREC model regresi 2 mempunyai koefisien senilai -0,005956 dengan standar error senilai 0,008456, *t-statistic* senilai -0,704377, dan nilai Prob. senilai 0,5542. nilai Prob. (*p-value*) tersebut berada di atas tingkat Sig. 0.05 (5%) menyatakan jika **H1ditolak**. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan tingkat AI disclosure dalam laporan tahunan belum direspons oleh pasar sebagai sinyal yang mampu meningkatkan nilai perusahaan, sehingga informasi tersebut belum menjadi faktor penentu utama dalam penilaian investor terhadap prospek perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Song *et al.* (2026) yang menyatakan jika pengungkapan AI yang bersifat berlebihan dan tidak didukung implementasi nyata dapat menimbulkan respons negatif dari investor dan pasar. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa pasar pada akhirnya akan menghukum perusahaan yang melakukan pengungkapan AI secara simbolis (*symbolic disclosure*) atau AI washing tanpa adanya bukti implementasi teknologi yang nyata. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tingginya AI disclosure belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan apabila informasi yang disampaikan belum mencerminkan manfaat ekonomi yang konkret bagi perusahaan maupun investor.

Hasil pengujian hipotesis terkait AI *disclosure* pada kinerja keuangan menunjukkan variabel AIFREC Model regresi 1 mempunyai koefisien senilai -0,000296 dengan standar *error* senilai 0,000463, *t-statistic* senilai -0,639116, dan nilai Prob (*p-value*) tersebut berada di atas tingkat Sig. 0.05 (5%) menyatakan jika **H2 ditolak**. Temuan ini mengindikasikan bahwa meningkatnya frekuensi pengungkapan AI dalam laporan tahunan tidak disertai peningkatan kinerja keuangan perusahaan, bahkan cenderung menunjukkan arah penurunan, meskipun pengaruh tersebut secara statistik belum signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Alzaghoul & Alsharari (2024) mengemukakan jika AI *disclosure* tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan perusahaan. Studi itu menerangkan jika AI *disclosure* belum bisa jadi indikator utama guna meningkatkan profit perusahaan karena manfaat implementasi AI memerlukan waktu yang cukup panjang untuk dapat dirasakan secara optimal. Selain itu, AI *disclosure* yang masih bersifat naratif juga belum tentu mencerminkan keberhasilan implementasi AI dalam meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis terkait kinerja keuangan pada nilai perusahaan menunjukkan ROA pada Model regresi 2 mempunyai koefisien senilai 11,83985 dengan standar *error* senilai 2,094715, *t-statistic* senilai 5,652251, dan nilai Prob (*p-value*) senilai 0,0299. Nilai Prob. tersebut lebih kecil dari tingkat Sig. 0.05 (5%) menyatakan jika **H3 diterima**. Temuan ini menandakan bahwa peningkatan kemampuan perusahaan dalam menciptakan laba dari pemanfaatan aset secara nyata direspons positif oleh pasar, sehingga mendorong kenaikan penilaian investor terhadap nilai perusahaan. Temuan studi ini menunjukkan konsistensi dengan hasil studi Primadani & Sudana (2025) yang menjumpai jika kinerja keuangan mempunyai dampak positif pada nilai perusahaan. Dalam studi tersebut, profitabilitas yang tinggi dipandang sebagai faktor yang memperkuat keyakinan investor terhadap prospek keberlanjutan perusahaan. Hal yang sama juga ditemukan oleh Valencia (2025), yang menerangkan jika profit yang meningkat berkaitan pada peningkatan nilai perusahaan dengan signifikan. Situasi tersebut terjadi sebab instansi yang keuntungannya tinggi dinilai lebih mampu memenuhi ekspektasi keuntungan bagi investor. Sejalan dengan itu, Aditya & Cindiyasari (2024) juga melaporkan bahwa ROA yang lebih tinggi dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. Hal tersebut menyatakan jika kecakapan perusahaan guna mengelola aset secara efisien berperan dalam meningkatkan laba yang dihasilkan.

Hasil pengujian hipotesis terkait peran kinerja keuangan memediasi hubungan tidak langsung antara AI *disclosure* dan nilai perusahaan menunjukkan nilai *p-value* sebesar 0,531535612 berada di atas tingkat Sig. 0.05 atau 5%. Nilai koefisien aroian senilai - 0,003504596 menunjukkan bahwa arah pengaruh tidak langsung bersifat negatif, jadi bisa diberi simpulan **H4 ditolak**. Temuan ini mengindikasikan menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak terbukti memediasi hubungan tidak langsung antara AI *disclosure* dan nilai perusahaan. Mekanisme mediasi dua tahap yang diprediksi secara teoritis tidak dapat dikonfirmasi secara empiris pada perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* di Indonesia selama periode penelitian. Temuan studi ini mendukung temuan Alzaghoul & Alsharari (2024) yang menunjukkan jika AI *disclosure* tidak berdampak signifikan pada kinerja keuangan perusahaan. Hal ini mengindikasikan jika perubahan kinerja keuangan tidak selalu diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan, sehingga kinerja keuangan tidak terbukti sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pajak tangguhan merupakan komponen yang material di laporan posisi keuangan namun bukan merupakan komponen yang material di laporan laba rugi perusahaan. Pajak tangguhan juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan pada nilai profitabilitas dan tarif pajak efektif di perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019. Selain beban pajak tangguhan, masih terdapat variabel-variabel lain yang memiliki signifikansi lebih besar pada penilaian profitabilitas dan tarif pajak efektif badan.

KESIMPULAN DAN KETERBATASAN

Bagian ini berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian kedepannya.

Kesimpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *AI disclosure* terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan serta menguji peran kinerja keuangan sebagai variabel mediasi pada perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *AI disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan maupun nilai perusahaan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pengungkapan informasi terkait kecerdasan buatan yang dilakukan perusahaan belum mampu diterjemahkan menjadi peningkatan profitabilitas maupun peningkatan penilaian pasar terhadap perusahaan. Sebaliknya, kinerja keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba masih menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam menilai prospek perusahaan.

Lebih lanjut, hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa kinerja keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara *AI disclosure* dan nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa manfaat ekonomi yang diharapkan dari pengungkapan AI belum tercermin dalam peningkatan kinerja keuangan yang dapat mendorong peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, *AI disclosure* pada perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* di Indonesia belum dapat dianggap sebagai informasi yang secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa perusahaan tidak hanya perlu meningkatkan intensitas pengungkapan AI, tetapi juga memastikan bahwa implementasi teknologi tersebut mampu menghasilkan peningkatan kinerja yang nyata agar dapat memperoleh respons positif dari pasar.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini ditemukan adanya beberapa keterbatasan yang didapatkan, diantaranya:

1. Kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variabel dependen sangat beragam pada setiap model regresi. Model 1 mempunyai koefisien determinasi yang relatif rendah, sementara model 2 lebih tinggi. Hal tersebut mengindikasikan masih ada aspek lainnya di luar model studi yang bisa berdampak pada hubungan antar variabel, khususnya pada model 1.
2. Pengukuran *AI disclosure* dilakukan melalui metode *content analysis* terhadap laporan tahunan perusahaan. Metode tersebut masih berpotensi menimbulkan unsur subjektivitas dalam proses penilaian dan pengkodean data. Perbedaan interpretasi peneliti terhadap kategori maupun tingkat *AI disclosure* pada setiap perusahaan masih dapat terjadi.
3. Fokus dari studi ini pada perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang menjadi sampel dengan periode pengamatan 2022–2024. Dengan demikian, temuan studi ini belum bisa sepenuhnya disamaratakan dengan sektor instansi lainnya maupun periode penelitian yang lebih panjang.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian dan mempertimbangkan keterbatasan pada penelitian ini, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Penelitian berikutnya juga dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain di luar model penelitian, seperti *corporate governance*, *intellectual capital*, ukuran perusahaan, *leverage*, *innovation capability*, maupun variabel non-keuangan lainnya agar hubungan antar variabel dapat dijelaskan secara lebih luas.
2. Pengukuran *AI disclosure* pada penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan indikator yang lebih rinci dan komprehensif, sehingga potensi subjektivitas dalam proses *content analysis* dapat dikurangi.
3. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek yang diteliti serta menambah periode penelitian sehingga hasil penelitian mampu memberi cakupan yang lebih luas dan tingkat generalisasi yang sangat tinggi.

REFERENSI

- Abdelraouf, M., Salem, M., & Hashim, A. A. (2025). Artificial Intelligence (AI) Disclosure and Financial Performance: An Empirical Study of Egyptian Banks. *MSA-Management Science Journal*, 4(1), 92–113. <https://doi.org/10.21608/msamsj.2025.344189.1082>
- Aditya, M. G., & Cindiyasari, S. A. (2024). Pengaruh Struktur Modal, Kinerja Keuangan dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting and Finance Management*, 5(5), 983–991. <https://doi.org/10.38035/jafm.v5i5.1150>
- Alzeghoul, A., & Alsharari, N. M. (2024). Impact of AI Disclosure on the Financial Reporting and Performance as Evidence from US Banks. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(1), 1–32. <https://doi.org/10.3390/jrfm18010004>
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.51.6.1173>
- Basuki, A. T. (2017). *Pengantar Ekonometrika (Dilengkapi Penggunaan Eviews)*. In *Danisa Media (Revisi)*. Danisa Media.
- Collins, C., Dennehy, D., Conboy, K., & Mikalef, P. (2021). Artificial intelligence in information systems research: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 60, 1–17. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102383>
- Damodaran, A. (1999). The Dark Side of Valuation : Firms with no Earnings , no History and no Comparables (10012). NYU Working Paper No. FIN-99-022, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1297075>
- Elnokoudy, S. (2025). Artificial Intelligence Voluntary Disclosures and Their Effect on Firms' Financial Performance: Evidence from Egypt Firms on the EGX30 Index. 587–553), 1(6, *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*). <https://doi.org/10.21608/cfdj.2024.326666.2065>
- Ferli, O., Wijaya, E., Ramadaniyati, O., Ramadhani, Z., & Kurniathena, R. N. (2025). AI Disclosure Improves Banking Market Performance in Indonesia and the Role of Bank Age as a Variabel Affecting Profitability and Profit Growth. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 9(2), 81–96. <https://doi.org/10.23969/oikos.v9i2>
- Haefner, N., Wincent, J., Parida, V., & Gassmann, O. (2021). Artificial intelligence and innovation management: A review, framework, and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120392>
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31, 405–440. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)
- Indonesia News Center. (2025, June 23). *Microsoft Rilis Laporan Work Trend Index 2025: Dorong Potensi Indonesia Lewat Kolaborasi Manusia dan AI*. Microsoft. <https://news.microsoft.com/id-id/2025/06/23/microsoft-rilis-laporan-work-trend-index-2025-dorong-potensi-indonesia-lewat-kolaborasi-manusia-dan-ai/>

- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- MacKinnon, D. P. (2019). Mediation Analysis. In Dana S Dun (ed.), *Oxford Bibliographies in Psycology*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/obo/9780199828340-0245>
- Mayhew, B. M. (2025). The Growing Problem of “ AI Washing ” in the Global Asset Management Industry.
- McKinsey & Company. (2025). *The state of AI in 2025: Agents, innovation, and transformation*. McKinsey. <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai>
- Mikalef, P., & Gupta, M. (2021). Artificial intelligence capability: Conceptualization, measurement calibration, and empirical study on its impact on organizational creativity and firm performance. *Information and Management*, 58, 1–20. <https://doi.org/10.1016/j.im.2021.103434>
- Primadani, N. P. S. R., & Sudana, I. putu. (2025). Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Udayana*, 14(12), 1712–1722. <https://doi.org/10.37034/infv.v5i4.729>
- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive-Signalling Approach. *The Bell Journal*, 27(1), 5–7. <https://doi.org/10.2307/3003485>
- Shiyyab, F. S., Alzoubi, A. B., Obidat, Q. M., & Alshurafat, H. (2023). The Impact of Artificial Intelligence Disclosure on Financial Performance. *International Journal of Financial Studies*, 11(115), 1–25. <https://doi.org/10.3390/ijfs11030115>
- Song, X., Hou, W., Ouyang, Z., & Hao, F. (2026). AI washing: Strategic disclosure and backlash. *Finance Research Letters*, 95, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2026.109684>
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *Oxford Journals*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syed, A., Khakwani, M. S., Zahara, F. tuz, & Kouser, R. (2025). Impact of Artificial Intelligence Disclosure on Financial Performance and Financial Inclusion. *Sustainable Business and Society in Emerging Economies*, 7(2), 443–454. <https://doi.org/10.26710/sbsee.v7i2.3446>
- Valencia, L. R. (2025). Financial Performance and Corporate Governance on Firm Value: Evidence from Spain. *International Journal of Financial Studies*, 13(3), 123. <https://doi.org/10.3390/ijfs13030123>
- Wang, T., & Yen, J.-C. (2023). Does AI bring value to firms? Value relevance of AI disclosures. *Die Unternehmung*, 77(2), 133–160. <https://doi.org/10.5771/0042-059x-2023-2-134>
- Wernerfelt, B. (1984). A Resources-Based View of the Firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171–180. <https://doi.org/10.1002/smj.4250050207>
- Xing, X., Zhang, Z., & He, W. (2025). AI technology, AI narrative, and firm value. *Technovation*, 149, 103349. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2025.103349>