

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *AI disclosure* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji peran kinerja keuangan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *AI disclosure* dan nilai perusahaan. Hal ini dilakukan di tengah meningkatnya adopsi AI sebagai kemampuan strategis yang berpotensi memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan dan laporan keuangan melalui situs resmi IDX dan *Bloomberg*, dengan sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dan menghasilkan 66 perusahaan dengan total 198 data observasi selama tiga tahun periode penelitian. *AI disclosure* diukur melalui *AI Frequency Disclosure* (AIFREC) berbasis *content analysis*, nilai perusahaan diukur dengan Tobin's Q, dan kinerja keuangan diproksikan oleh *Return on Assets* (ROA). Pengujian hipotesis dilakukan melalui analisis regresi data panel dan uji mediasi Aroian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *AI disclosure* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan maupun kinerja keuangan, sementara kinerja keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan namun tidak mampu memediasi hubungan antara *AI disclosure* dan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa pasar belum menganggap *AI disclosure* sebagai sinyal yang kredibel tanpa adanya bukti nyata dari kinerja perusahaan. Dengan demikian, *AI disclosure* akan lebih bermakna bagi pasar apabila didukung oleh kinerja keuangan yang mencerminkan efektivitas implementasi AI dalam operasi perusahaan.

Kata kunci: *AI disclosure*, kinerja keuangan, nilai perusahaan, ROA, Tobin's Q.