

PERAN REPUTASI KANTOR AKUNTAN PUBLIK (KAP) SEBAGAI PEMODERASI UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP *RETURN* SAHAM

Dhira Savira Syahputri *¹

Sri Rahayu ²

Roza Fitriawati ³

Dicky Arisudhana ⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

*e-mail : 2032500387@student.budiluhur.ac.id ¹, ayubl72@gmail.com ², rozafitriawati@gmail.com ³,
dicky.arisudhana@budiluhur.ac.id ⁴

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran reputasi KAP dalam memoderasi ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap return saham. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dan diperoleh 36 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2019-2023. Metode analisis data menggunakan metode PLS (Partial Last Square). Data diolah menggunakan software SmartPLS. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap return saham sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap return saham. Reputasi KAP tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap return saham.

Kata Kunci : Reputasi KAP, Ukuran perusahaan, Profitabilitas dan Return saham

Abstract

This study aims to find out the role of KAP reputation in moderating company size, and Profitability on stock returns. The sample selection technique in this study uses purposive sampling and was obtained from 36 food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2023 period. The data analysis method uses the PLS (Partial Last Square) method. The data is processed using SmartPLS software. Based on the results of the study, it can be concluded that profitability has a positive and significant effect on stock returns while the size of the company has no effect on stock returns. KAP's reputation is not able to moderate the size of the company and profitability to stock returns.

Keywords : KAP reputation, Company size, profitability and stock return

PENDAHULUAN

Di era globalisasi industri makanan dan minuman di Indonesia berkembang pesat dibandingkan dengan industri lainnya. Industri makanan dan minuman ini memiliki potensi yang sangat besar untuk terus tumbuh seiring bertambahnya jumlah penduduk Indonesia, kebutuhan terhadap makanan dan minuman pun semakin meningkat. Meningkatnya keinginan masyarakat Indonesia untuk menikmati makanan dan minuman yang higienis menjadi salah satu pendorong tumbuhnya industri makanan dan minuman. Peluang investasi di bidang Makanan dan minuman ini mempunyai potensi yang besar karena masih terdapat peluang yang luas dengan jumlah penduduk yang tinggi. Berinvestasi pada perusahaan makanan dan minuman merupakan hal yang menarik dan tahan terhadap fluktuasi ekonomi dan mempertimbangkan industri makanan dan minuman paling bertahan dan menanggung krisis dibandingkan sektor lainnya. pantauan data indonesia.id, ada 35 saham di sektor makanan dan minuman yang melantai di Bursa Efek Indonesia. Sepanjang per february 2023 berjalan hingga penutupan perdagangan tercatat ada 14 saham yang mengalami penguatan, 19 saham melemah dan 2 saham stagnan Adapun dari 14 saham yang menguat, PT.Indo Boga Sukses Tbk. (IBOS) menduduki peringkat puncak sebagai emiten makanan dan minuman dengan kenaikan harga saham tertinggi (Anggi Aprilia et al., 2023).

PT. Indo Boga Sukses Tbk.(IBOS) mengalami kenaikan harga saham tertinggi. Saham IBOS meroket 84,88% (ytd) ke posisi 159 hingga penutupan dari posisi akhir tahun lalu di level 86.

Posisi selanjutnya ditempati oleh saham PT. Pratama Abadi Nusa Industri Tbk.(PANI) yang meleset 22,63% (ytd) ke level 1.165 pada penutupan, kapitalisasi pasar PANI tercatat senilai Rp.15,76 triliun. Saham Pani memiliki nilai PER yang sudah terbilang tinggi yakni mencapai 7.928,3 kali. Di posisi ketiga ditempati oleh saham PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk. (CMRY) dengan kenaikan harga sepanjang tahun 2023 berjalan sebesar 18,24% (ytd) ke level 5.025. Kapitalisasi pasar CMRY tercatat senilai Rp 39,87 triliun. Perusahaan dengan kode saham CMRY ini tercatat memiliki nilai PER 33,8 kali. Berikutnya ada saham PT. Aman Agrindo Tbk. (GULA) yang menguat 17,72% (ytd) ke posisi 372, dengan nilai kapitalisasi pasar mencapai Rp 398,17 miliar. Saham GULA tercatat memiliki nilai PER sebesar 144,01 kali. Pada urutan kelima ada saham PT. FKS Food Sejahtera Tbk. (AISA) dengan penguatan harga 13,29% (ytd) ke posisi 162 pada penutupan. Kapitalisasi pasar saham AISA tercatat sebesar Rp1,51 triliun. Namun nilai PER saham AISA tercatat *undervalued* dimana berada di posisi minus 28,32 kali.

Posisinya diikuti oleh saham PT. Mayora Indah Tbk. (MYOR) yang melaju ke zona hijau dengan naik 6,4% (ytd) ke level 2.660 dan MYOR memiliki kapitalisasi pasar sebesar Rp 59,47 triliun. Saham MYOR mencatatkan nilai PER 40,97. Selanjutnya, ada saham PT. Buyung Poetra Sembada Tbk. (HOKI) yang tercatat naik 5,83% (ytd) ke posisi 109 hingga penutupan perdagangan. Nilai PER saham HOKI tercatat cukup tinggi yakni sebesar 320,18 kali. Adapun pada posisi terakhir delapan besar saham makanan dan minuman terdapat ditempati oleh PT Campina Ice Cream Industri Tbk. (CAMP) dengan kenaikan harga saham 4,58% (ytd) ke level 320. Nilai PER saham CAMP ini tercatat sebesar 15,46 kali. Saham dengan PER yang tinggi bisa menunjukkan bahwa saham tersebut bernilai tinggi karena terus bertumbuh dari waktu ke waktu. Menurut Jogiyanto (2013:235) dalam Sutanto (2021) *return* saham adalah nilai yang dihasilkan dan diperoleh dari kegiatan investasi, *return* merupakan tujuan utama investor adalah mendapatkan keuntungan atas investasi yang dilakukan investor, pada saham bernilai tinggi. Semakin menarik investor untuk membeli saham tersebut. Aspek penting bagi seorang investor adalah kinerja keuangan perusahaan yang baik. Semakin baik kinerja laba perusahaan maka diharapkan harga saham akan semakin naik dan membawa *return* bagi investor. *Return* saham mencakup tentang tingkat partisipasi yang diharapkan dari investasi portofolio yang dilakukan pada saham atau beberapa kelompok saham. Tanpa adanya harapan akan kinerja atau keuntungan, seorang investor tidak akan mau menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dengan membeli saham. Untuk mendapatkan hasil yang diharapkan, setiap pengusaha harus mengikuti beberapa aspek penting perusahaan dimana investor tersebut menanamkan modalnya baik *finansial* maupun *non finansial* yang mampu mempengaruhi kinerja *return* saham (Chandra & Darmayanti, 2022).

KAJIAN TEORI

Teori Sinyal (Signaling Theory)

Teori sinyal atau *signalling theory* adalah sebuah kerangka kerja dalam ilmu ekonomi dan sosial, ini digunakan untuk menjelaskan perilaku orang atau organisasi. sinyal atau tanda untuk mengkomunikasikan informasi kepada pihak lain. Teori sinyal didasarkan pada asumsi bahwa penerima sinyal (misalnya, konsumen, investor, atau karyawan) tidak memiliki informasi penuh tentang karakteristik atau kualitas dari apa yang disinyalkan, sehingga mereka mengandalkan sinyal untuk membuat keputusan (A Gumanti, 2012).

Return Saham

Return merupakan salah satu Faktor pendorong mendorong investor untuk berinvestasi dan juga memberi imbalan atas keberanian investor dalam menerima risiko atas investasi yang dilakukan. keuntungan pasar saham adalah keuntungan yang diperoleh investor yang memegang saham atas investasi yang dilakukannya, termasuk *dividen* dan *capital gain*. Tingkat pengembalian pasar saham adalah tingkat pengembalian yang diharapkan investor di masa depan atas sejumlah uang yang telah mereka investasikan. Imbalan dari mengembangkan sesuatu bisa menurut (Yusrizal et al., 2021). Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *Return* saham :

$$\text{Return Saham} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Sumber : (Kristanti & Putra, 2022)

Keterangan :

P_t = Harga saham tahun t

P_{t-1} = Harga saham tahun t-1

Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP)

Secara umum Kantor Akuntan Publik (KAP) merupakan badan usaha yang diberi wewenang oleh Menteri Keuangan sebagai wadah bagi akuntan untuk memberikan jasanya. Setiap KAP memiliki perbedaan kualitas dan reputasi diantara keduanya, sehingga mengharuskan perusahaan publik untuk memilih kantor akuntan publik (KAP) yang dinilai memiliki reputasi dan kualitas yang baik untuk melakukan laporan audit. Kantor akuntan publik (KAP) di Indonesia terbagi menjadi empat kantor akuntan besar dan empat kantor akuntan non-besar. Jenis kantor akuntan yang berasosiasi dengan empat perusahaan besar di Indonesia adalah:

1. KAP *Price Waterhouse Coopers*, yang bermitra dengan KAP Tanudiredja, Wibisana & Rekan
2. KAP KPMG (*Klynveld Peat Marwick Goerdeler*), yang bermitra dengan KAP Siddharta dan Widjaja.
3. KAP *Ernst & Young*, bekerjasama dengan KAP Purwantono, Suherman dan Surja.
4. KAP *Deloitte Touche Tohmatsu*, bekerjasama dengan KAP Osman Bing Satrio dan Rekan.

Keempat KAP utama di atas dinilai memiliki reputasi yang baik. Keempat KAP *big four* ini dikenal karena dominasi mereka dalam industri akuntansi global, melayani sejumlah besar klien dari berbagai sektor dan memberikan layanan yang luas, dari audit tradisional hingga konsultasi strategis dan teknologi. Peran mereka juga sangat penting dalam mengaudit laporan keuangan perusahaan besar dan publik. dihitung dengan variable dummy :

- a. Jika emiten menggunakan KAP *big four*, diberikan kode 1.
- b. Jika emiten menggunakan KAP *non big four*, diberikan kode 0.

Sumber : (Ma'sumah & Rusyida, 2022)

Ukuran Perusahaan

Menurut (Nursita, 2021) ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya perusahaan yang dinyatakan sebagai nilai total aset perusahaan pada neraca akhir tahun, diukur dengan mentransformasikan logaritma natural dari total operasi. Perusahaan yang lebih besar dianggap memiliki keunggulan dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar mempunyai sumber daya yang cukup besar sehingga relatif lebih tahan terhadap gejolak ekonomi dan tidak mudah bangkrut. Perusahaan yang lebih besar menghadapi konsekuensi yang lebih besar ketika bangkrut, sehingga kemampuan pemerintah untuk melakukan intervensi membantu mereka juga lebih besar. Hal ini diharapkan dapat memberikan kepercayaan yang lebih besar kepada investor terhadap pendekatan investasinya. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan :

$$\text{Size} = \ln (\text{Total Aset})$$

Sumber : (Yusrizal et al., 2021)

Profitabilitas

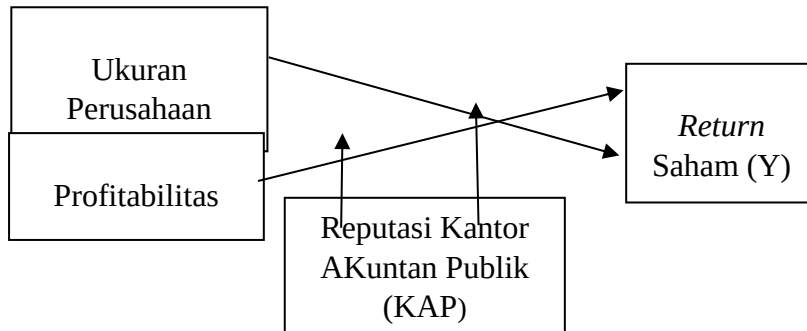
Profitabilitas adalah ukuran seberapa jumlah keuntungan yang dihasilkan oleh modal Tingkat penjualan dan kekayaan (asset) yang dimiliki perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam memperoleh laba dapat dilihat melalui meningkatnya profitabilitas perusahaan tersebut. Profitabilitas menunjukkan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba. Jika kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba meningkat maka hal ini akan mendorong investor atau pemodal untuk menanamkan modalnya pada Perusahaan. Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan *return on assets* (ROA), semakin tinggi nilai

ROA maka semakin baik perusahaan tersebut, dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi ROA maka semakin tinggi pula pembayaran yang diterima pemegang saham. (Aprillia & Amanah, 2023). ROA dihitung dengan menggunakan rumus :

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{total asset}} \times 100$$

Sumber: (Aprillia & Amanah, 2023)

Kerangka pemikiran



Sumber : diolah penulis

Berdasarkan kerangka penelitian diatas disusun hipotesis sebagai berikut :

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham

Ukuran perusahaan dilihat dari besar kecilnya suatu perusahaan ditentukan oleh besar kecilnya aset yang dimiliki Perusahaan tersebut. memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya maka perusahaan perlu dikelola aktivitya dengan baik agar dapat menjalankan usaha utama perusahaan. Semakin besar size atau besar kecilnya perusahaan, maka semakin mudah pula perusahaan tersebut mendapatkan pendanaan internal. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Aprillia & Amanah, 2023) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return* saham. H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return* saham

Pengaruh profitabilitas Terhadap Return saham

Profitabilitas mengukur seberapa besar keuntungan yang dapat diperoleh dari modal saham, Tingkat penjualan dan aset yang memiliki perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dilihat dari tumbuhnya profitabilitas tersebut. Sehingga kinerja perekonomian perusahaan pun meningkat, profitabilitas adalah tentang perolehan keuntungan perusahaan. Ketika keuangan suatu perusahaan membaik dalam laba, hal ini akan menarik investor atau calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aprillia & Amanah, 2023; Profitabilitas et al., 2023) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* saham. H₂ : Profitabilitas Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap *Return* Saham

Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) Memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Return saham

Pada hipotesis pertama sudah diterangkan jika terdapat berpendapat bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *return* saham. Ukuran perusahaan mencerminkan skala dan kompleksitas operasional Suatu perusahaan diukur dari total asetnya dan pendapatan, pengaruh ukuran perusahaan terhadap *return* saham dapat bervariasi tergantung pada reputasi KAP yang terlibat. Dalam kasus perusahaan besar reputasi KAP yang kuat dan diakui dapat memberikan sinyal positif kepada investor dan pasar.

H₃: Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Return* saham

Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Return saham

Pada hipotesis kedua sudah diterangkan jika terdapat berpendapat bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *return* saham. Berdasarkan teori sinyal pentingnya sinyal kualitas dalam pengambilan Keputusan investasi, reputasi yang baik dari KAP Hal ini dapat memberikan

sinyal yang baik kepada investor. tentang kualitas laporan keuangan yang telah diaudit oleh perusahaan, KAP dengan reputasi yang baik cenderung melaksanakan audit yang lebih cermat dan menyeluruh dapat mengurangi ketidakpastian dan risiko terkait dengan informasi keuangan perusahaan. Sebagai hasilnya jika sebuah perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi dan diperiksa oleh KAP yang memiliki reputasi yang kuat, investor akan mengasumsikan bahwa informasi keuangan perusahaan tersebut lebih dapat dipercaya dan resiko lebih rendah yang menghasilkan dampak positif pada return saham. Reputasi KAP memoderasi hubungan antara profitabilitas perusahaan dan *return* saham reputasi yang baik dapat memperkuat sinyal positif tentang kualitas informasi keuangan dan meningkatkan kepercayaan investor.

H₄: Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) Mampu Memoderasi pengaruh Profitabilitas Terhadap *Return* saham

METODE

Populasi dan sampel penelitian

Penelitian ini mengambil populasi berupa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. (BEI) [PT Bursa Efek Indonesia \(idx.co.id\)](https://idx.co.id), dengan periode (2019-2023). Menghasilkan total populasi 75 perusahaan dan total sampel sejumlah 36 perusahaan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode purposive sampling. penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Peneliti memiliki keterbatasan Ketika menganalisis seluruh populasi Ketika jumlah sangat besar. Oleh karena itu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang telah dijelaskan sebelumnya. Sampel yang diambil harus *representatif* agar kesimpulannya dapat menjelaskan gambaran umum populasi. Peneliti ini menggunakan teknik non- probability sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan probabilitas atau peluang pada setiap item. ataupun anggota populasi dipilih sebagai sampel. Salah satu teknik *non probability* Sampel yang digunakan adalah *purposive* sampling. *Purposive* sampling merupakan suatu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria khusus.

Model Penelitian

Model penelitian untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian ini menggunakan model struktural dan model pengukuran dengan PLS-SEM (*Partial Least Squares Structural Equation Modeling*) Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, periksa apakah setiap variabel independen berkorelasi positif atau negatif. *Partial Least Square (PLS)* dengan melalui beberapa langkah seperti penilaian kesesuaian uji model fit dan uji hipotesis. Uji kesesuaian model dilakukan dengan membandingkan hasil keluaran SmartPLS dengan standar kriteria penilaian model fit untuk mengetahui seberapa tepat kesesuaian model penelitian. Uji hipotesis digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai P-value dalam output. Jika nilai P-values kurang dari <0,05, maka hipotesis akan terbukti. Model inner model dirumuskan seperti ini: Dengan menggunakan *SmartPLS*, dapat menguji model penelitian yang melibatkan moderasi secara efektif dan mendapatkan hasil yang komprehensif untuk mendukung atau menolak hipotesis penelitian.

HASIL Dan PEMBAHASAN

Hasil Uji Convergent Validity

Outer Loading

Matriks	Salin ke Clipboard: Format Excel Format R					
	Efek Moderasi 1	Efek Moderasi 2	PROFITABILIT...	REPUTASI KAP	RETURN SAHAM	UK PERUSAHAAN
PROFITABILITAS * REPUTASI KAP		0.843				
UK PERUSAHAAN * REPUTASI KAP	0.945					
X1						1.000
X2			1.000			
Y					1.000	
Z				1.000		

Sumber : Hasil olahan SmartPLS 3.2.9

Berdasarkan hasil *output outer loading* di table atas, nilai *outer loadings* dari setiap variabel menunjukkan nilai di atas 0,70. Ini menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai validitas konvergen yang baik, sehingga persyaratan validitas konvergen telah terpenuhi.

Hasil Uji Discriminant Validity

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Matriks	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekst...	Salin ke Clipbc
	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)	
Efek Moderasi 1	1.000	1.000	1.000	1.000	
Efek Moderasi 2	1.000	1.000	1.000	1.000	
PROFITABILITAS	1.000	1.000	1.000	1.000	
REPUTASI KAP	1.000	1.000	1.000	1.000	
RETURN SAHAM	1.000	1.000	1.000	1.000	
UK PERUSAHAAN	1.000	1.000	1.000	1.000	

Sumber : Hasil olahan SmartPLS 3.2.9

Berdasarkan data yang sudah diproses dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pada variabel studi ini memiliki nilai *outer loading* yang lebih tinggi daripada nilai *cross loading* variabel lainnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator dalam studi ini memiliki validitas diskriminan yang baik dalam membentuk variabel mereka.

Uji Hipotesis Path Koefisien

Koefisien Jalur

Mean, STDEV, T-Values, P-Val...	Keyakinan Interval	Keyakinan Interval Bias-Dik...	Sampel	Salin ke Clipboard: Format Excel Format R		
	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values	
Efek Moderasi 1 -> RETURN SAHAM	0.012	0.015	0.077	0.156	0.876	
Efek Moderasi 2 -> RETURN SAHAM	0.214	0.178	0.233	0.915	0.361	
PROFITABILITAS -> RETURN SAHAM	0.345	0.358	0.150	2.293	0.022	
REPUTASI KAP -> RETURN SAHAM	-0.102	-0.106	0.080	1.264	0.207	
UK PERUSAHAAN -> RETURN SAHAM	-0.045	-0.044	0.090	0.502	0.616	

Sumber: Hasil olah smartPLS 3.2.9, 2023

Berdasarkan Tabel hasil *p-values* dan *t statistics* sebagai berikut:

1. Hipotesis:

H₁ : Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai *P-values* sebesar 0,616 atau > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Nilai *t-statistics*

memiliki nilai 0,502 atau $< 1,96$, maka dianggap tidak signifikan antara variabel ukuran perusahaan terhadap *return* saham. menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham, Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak.

2. Hipotesis:

H_2 : profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *return* saham

Variabel skeptisme profesional memiliki nilai *P-values* sebesar 0,022 atau $< 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap *return* saham. Nilai *t-statistics* profitabilitas memiliki nilai 2.293 atau $> 1,96$, maka dianggap signifikan antara variabel profitabilitas terhadap *return* saham. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima karena berpengaruh positif signifikan.

3. Hipotesis:

H_3 : Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) tidak mampu Memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Return* saham

Variabel *P-values* sebesar 0,616 atau $> 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Nilai *t-statistics* memiliki nilai 0.502 atau $< 1,96$, maka dianggap tidak signifikan antara variabel ukuran perusahaan terhadap *return* saham. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_4 ditolak karena tidak mampu memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Return* saham.

4. Hipotesis:

H_5 Reputasi Kantor Akuntan Publik (KAP) tidak mampu Memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *Return* saham

Variabel *P-values* sebesar 0,207 atau $> 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *return* saham. Nilai *t-statistics* profitabilitas memiliki nilai 1,264 atau $< 1,96$, maka dianggap tidak signifikan antara variabel profitabilitas terhadap *return* saham. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa H_5 ditolak karena tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *return* saham.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas. Variabel dependen dalam penelitian ini *return* saham, dan variabel moderasi dalam penelitian ini adalah reputasi KAP. Sampel menggunakan 36 perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023, penelitian ini menggunakan data sekunder, pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Pengujian analisis data menggunakan SEM-PLS dengan *Software SmartPLS 3.2.9*. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham.
2. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *return* saham.
3. Reputasi KAP tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan ukuran perusahaan terhadap *return* saham.
4. Reputasi KAP tidak dapat memoderasi pengaruh hubungan profitabilitas terhadap *return* saham.

DAFTAR PUSTAKA

- A Gumanti, T. (2012). Teori Sinyal Dalam Manajemen Keuangan. *Manajemen Usahawan Indonesia*, 38(December 2014), 0–29.
- Anggi Aprilia, Dirvi Surya Abbas, Hesty Ervianni Zulaecha, & Imam Hidayat. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham.

- OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 26–59. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i1.932>
- Aprillia, D., & Amanah, L. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Likuiditas terhadap Return Saham. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(6).
- Arfah, Y. A. (2022). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan PBV Terhadap Return Saham Perusahaan yang Terdaftar dalam Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 862. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4309>
- Chandra, A. A., & Darmayanti, N. P. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Penilaian Pasar, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(2), 358. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i02.p08>
- Ma'sumah, L., & Rusyida, W. Y. (2022). Reputasi KAP dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas dan Likuiditas Terhadap Audit Report Lag. *AKTSAR: Jurnal Akuntansi Syariah*, 5(2), 196. <https://doi.org/10.21043/aktsar.v5i2.16765>
- Nursita, M. (2021). Pengaruh Laba Akuntansi, Arus Kas Operasi Arus Kas Investasi, Arus Kas Pendanaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Industri Sektor Konsumsi Yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2016. *Jurnal Riset Akuntansi*, 16(1), 1–15.
- Profitabilitas, P., Ukuran Perusahaan, D., Vanessa Martha Wulan, F., & Annis Syahzuni, B. (2023). Terhadap Return Saham. *Journal Of Social Science Research*, 3, 3249–3265.
- Wahyudi, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Laba Akuntansi Terhadap Return Saham Pada BUMN Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 53–62. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1193>
- Yusrizal, Y., Sitompul, S. S., & Rahwana, N. (2021). Pengaruh Inflasi, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Likuiditas Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 1(1), 14–27. <https://doi.org/10.58794/bns.v1i1.33>