

PENGARUH GOODWILL, RETURN ON ASSET, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFIT MARGIN TERHADAP PRICE EARNING RATIO

Danny Ivan Rantung¹, Ika Prayanthi², Nouke Sysca Oroh³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Klabat, Indonesia

Corresponding author e-mail: ikaprayanthi@unklab.ac.id

ABSTRAK

Di masa pandemi, sebagian besar perusahaan mengalami penurunan baik dalam hal kinerja keuangan maupun dalam hal kesulitan-kesulitan lainnya. Memahami berbagai variasi faktor yang mempengaruhi kinerja keuangan menjadi sangat penting, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah *goodwill*, *return on asset*, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan dalam konteks perusahaan-perusahaan publik di Indonesia saat situasi krisis pandemic COVID-19. Sampel menyesuaikan dengan semua perusahaan yang mengungkapkan informasi tentang *goodwill*. Metode statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda dengan data panel. Penelitian ini berfokus pada periode 2020-2022 bertepatan dengan situasi pandemic COVID-19. Hasil penelitian menemukan bahwa pada masa pandemic COVID-19 ROA, total aset, dan *profit margin* berpengaruh signifikan negatif terhadap *price earning ratio* sedangkan *goodwill* tidak berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio* dengan arah hubungan positif.

Kata Kunci: goodwill, profitabilitas, nilai perusahaan

ABSTRACT

During the pandemic, most companies have experienced a decline both in terms of financial performance and in terms of other difficulties. Understanding the wide variety of factors that affect financial performance is very important, so the purpose of this study is to test whether goodwill, return on assets, firm size and profitability affect firm value in the context of public companies in Indonesia during the COVID-19 pandemic crisis. The sample adjusts to all companies that disclose information about goodwill. The statistical method used in this study is multiple regression with panel data. This study focuses on the period 2020-2022 to coincide with the COVID-19 pandemic situation. The results found that during the COVID-19 pandemic ROA, total assets, and profit margin had a significant negative effect on the price earning ratio while goodwill had no significant effect on the price earning ratio with a positive relationship direction.

Keywords: goodwill, profitability, firm value

PENDAHULUAN

Wabah virus corona (COVID-19) memberikan dampak negatif terhadap perekonomian dan menimbulkan kesulitan bagi individu dan bisnis (Qin et al., 2020). Dalam situasi pandemi, Fu & Shen (2020) mengatakan bahwa sebagian besar perusahaan mengalami penurunan baik dalam hal kinerja, penurunan harga saham (Narayan & Phan, 2020) serta kesulitan-kesulitan lainnya (Gil-Alana & Monge, 2020). Dalam dunia keuangan dan penilaian perusahaan, analis, investor, dan eksekutif perusahaan perlu memahami elemen-elemen yang memengaruhi nilai perusahaan (Dewi & Badjra, 2017) terlebih di masa kesulitan seperti pandemi COVID-19 sebab berhubungan dengan pengambilan keputusan strategis yang dilakukan oleh berbagai pihak.

Salah satu ukuran untuk melihat nilai perusahaan adalah tercermin dari *price earning ratio* (PER) (Sari & Handajani, 2018; Septian & Bodroastuti, 2014). Demikian juga seperti yang dikatakan oleh Hermuningsih (2012) dan Beta (2016) bahwa persepsi investor terhadap potensi pertumbuhan perusahaan di masa depan diukur dengan rasio ini. Semakin besar rasio ini, semakin optimis investor terhadap pertumbuhan perusahaan di masa depan. Kenaikan akan menghasilkan *capital gain*, yang merupakan salah satu komponen pengembalian, sehingga naiknya harga saham akan menaikkan nilai *price earning ratio* dan menaikkan tingkat pengembalian saham perusahaan.



Rasio PER terutama digunakan dalam analisis harga saham karena membantu investor dan analis menilai saham. Selain itu, karena harga saham saat ini adalah indikator yang baik untuk prospek perusahaan di masa depan, PER dapat membantu para analis mengambil keputusan yang lebih baik. Pendekatan ini memiliki keunggulan dibandingkan metode arus kas, termasuk sederhana dan mudah diterapkan, serta memiliki standar yang memudahkan investor untuk membandingkan penilaian dengan bisnis lain di industri yang sama (Arisona, 2013; Hartono, 2010; Purwohandoko & Nadia, 2006; Sari & Handajani, 2018).

Beberapa peneliti terdahulu telah menemukan beberapa faktor yang berpengaruh positif signifikan terhadap price earning ratio (PER) yakni *return on asset* (ROA) (Beta, 2016; Hayati, 2010; Sari & Handajani, 2018), *ukuran perusahaan yakni total* aset dan profit margin (Agustina, 2016). Variabel ROA adalah metrik yang berguna untuk menilai seberapa baik bisnis menghasilkan uang dari asetnya. Dalam hal ini, ROA membantu dalam mengevaluasi seberapa baik bisnis menggunakan asetnya untuk menghasilkan pendapatan dan laba. Perusahaan yang lebih besar mungkin lebih mampu mendapatkan sumber daya keuangan seperti pinjaman dan pembiayaan ekuitas. Hal ini dapat mendorong ekspansi bisnis dan investasi dalam usaha yang menguntungkan, yang keduanya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Agustina, 2016; Dewi & Badjra, 2017; Meidiawati, 2016). Karena potensi pengembalian investasi yang lebih tinggi, perusahaan dengan profit yang besar juga sering kali menarik minat investor (Dewi & Badjra, 2017). Hal ini dapat meningkatkan permintaan atas saham perusahaan, sehingga meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Selain ketiga faktor tersebut, adalah hal yang menarik ketika *goodwill* juga ditemukan ternyata berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tidak seperti aset tidak berwujud lainnya, *goodwill* tidak dapat dipertukarkan secara individual atau dipisahkan dari unit perusahaan. Hal ini menjadikan *goodwill* sebagai jenis aset tak berwujud yang paling khas (Nuryani & Samsudiono, 2014). Perhitungan nilai aset tidak berwujud yakni *goodwill* merupakan bukti bahwa nilai aset tidak berwujud ini sangat diperhatikan oleh perusahaan (Devi & Amanah, 2021). Suad (2004) juga memberikan penekanan bahwa selain itu, niat baik dapat menginspirasi kepercayaan diri organisasi dari para investor. Karena mereka berpikir bahwa nilai *goodwill* dapat menghasilkan keuntungan di masa depan, investor mungkin lebih cenderung berinvestasi di perusahaan dengan niat baik yang besar. Sebagai hasil dari harga saham yang lebih tinggi dan akses yang lebih mudah ke pendanaan, nilai perusahaan dapat meningkat.

Telah dibuktikan bahwa *goodwill* ternyata berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Dewi & Badjra, 2017). Namun demikian, ada juga penelitian yang mendapati bahwa *goodwill* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Devi & Amanah, 2021; Gunawan et al., 2023; Indah & Ratnaningsih, 2023; Kobori, 2021; Nuryani & Samsudiono, 2014; Syrifah & Wulandari, 2023). Penelitian tentang *goodwill* sangat penting untuk memahami bagaimana hubungan *goodwill* terhadap nilai perusahaan dalam konteks situasi tidak normal seperti krisis pandemic COVID-19.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang dikenal sebagai "teori signal" berpusat pada indikator atau signal yang ditemukan dalam laporan keuangan. Karena laporan keuangan akan memberikan gambaran mengenai posisi keuangan perusahaan, maka kondisi keuangan suatu perusahaan dapat diketahui dengan menginterpretasikan atau menganalisis data keuangan yang tersedia (Karewur, 2016). Dalam kaitannya dengan penelitian ini ketika perusahaan memberikan signal dalam bentuk laporan untuk aspek-aspek penting seperti *goodwill*, bagaimana efisiensi perusahaan yang diukur melalui ROA, bagaimana ukuran perusahaan yang diukur dengan total



aset serta profitabilitas perusahaan yang diukur dengan profit margin maka hal ini akan mendapat respons dari para pengguna laporan keuangan termasuk investor sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan *goodwill* dengan nilai perusahaan

Investor dapat melihat kepemilikan perusahaan atas *goodwill* dan aset tidak berwujud yang dipandang sebagai indikator modal intelektual yang tinggi sebagai sinyal positif (Gunawan et al., 2023). Hal ini mensiratkan bahwa potensi pendapatan perusahaan di masa depan lebih tinggi. Didorong oleh teori sinyal, sinyal positif yang ditangkap oleh investor dapat meningkatkan nilai perusahaan karena pengungkapan yang transparan menambah kepemilikan *goodwill* sebagai poin bonus untuk dipertimbangkan oleh investor (Yani, 2017). Dengan demikian, adanya kepemilikan *goodwill* dalam laporan keuangan akan meningkatkan nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa kepemilikan *goodwill* mempengaruhi nilai perusahaan. Temuan serupa dari penelitian sebelumnya dilaporkan, misalnya Syafitri (2020) berpendapat bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh kepemilikan *goodwill* dalam laporan keuangan. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Dewi & Badjra (2017) dan Gunawan et al (2023) mendapati bahwa *goodwill* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian ada juga beberapa peneliti sebelumnya yang mendapati bahwa *goodwill* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Devi & Amanah, 2021; Gunawan et al., 2023; Indah & Ratnaningsih, 2023; Kobori, 2021; Nuryani & Samsudiono, 2014; Syrifah & Wulandari, 2023). Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu maka dikembangkanlah hipotesis berikut:

H₁: *Goodwill* berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*

Hubungan ROA dengan nilai perusahaan

ROA adalah metrik yang menunjukkan seberapa baik bisnis menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Bisnis dengan laba atas aset (ROA) yang tinggi menunjukkan bahwa mereka menggunakan sumber daya mereka secara menguntungkan dan efisien. Menurut teori sinyal, bisnis dengan laba atas aset (ROA) yang tinggi dapat memanfaatkan hal ini untuk memberi tahu investor bahwa bisnis tersebut berjalan dengan baik secara finansial dan berpotensi menghasilkan laba yang stabil di masa depan (Beta, 2016). Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun memiliki arah hubungan negatif (Beta, 2016; Hayati, 2010). Namun Sari & Handajani (2018) menemukan bahwa *Return on asset* berpengaruh signifikan positif terhadap *price earning ratio*. Berdasarkan acuan teori dan penelitian terdahulu maka dikembangkanlah hipotesis berikut ini:

H₂ : ROA berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*

Hubungan Ukuran Perusahaan dengan nilai perusahaan

Sesuai prinsip-prinsip Teori Signal, ukuran perusahaan dapat menjadi indikator kinerja atau kualitasnya. Perusahaan yang lebih besar biasanya memiliki sumber daya yang lebih besar, akses yang lebih mudah ke pasar yang lebih besar, dan reputasi yang lebih baik. Akibatnya, pasar dapat melihat ukuran perusahaan yang besar sebagai tanda bahwa bisnis tersebut akan dapat tumbuh dan menghasilkan keuntungan di masa depan (Aji & Pangestuti, 2012). Agustina (2016) mendapati dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Arisona (2013) yang mendapati hasil yang bertentangan dimana ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Berdasarkan teori signal



dan penelitian terdahulu dikembangkanlah hipotesis berikut ini:

H₃ : Total Aset berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*

Hubungan Profit Margin dengan nilai perusahaan

Profit margin yang tinggi biasanya ditafsirkan oleh investor sebagai tanda bahwa bisnis tersebut dapat menghasilkan pendapatan jangka panjang yang stabil. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap bisnis dan menguntungkan harga saham dan valuasi perusahaan (Purwaningrum, 2011). Dalam hal ini, margin laba yang besar dapat meningkatkan nilai perusahaan dan mengirimkan pesan yang baik ke pasar. Agustina (2016) mendapati bahwa profit margin berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*.

H₄: Profit margin berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mengambil populasi semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, peneliti mengambil sampel penelitian sesuai kriteria berikut ini:

1. Semua sektor perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia kecuali sektor keuangan.
2. Perusahaan yang menyediakan informasi pengungkapan tentang *goodwill*.
3. Perusahaan yang menyajikan laporan lengkap tentang semua variabel data yang digunakan dalam penelitian ini pada periode laporan keuangan tahunan tahun 2020-2022.

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen yakni *price earning ratio* untuk mengukur nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel independen dalam penelitian ini adalah *goodwill*, *return on asset*, total aset dan *profit margin*. Adapun definisi dan ukuran dari setiap variabel dapat dilihat berikut ini:

1. *Price earning ratio* (PER)

PER merupakan rasio antara harga per lembar saham dengan laba bersih per sahamnya (Sari & Handajani, 2018). PER juga menunjukkan indikasi tentang adanya masa depan perusahaan. Rumus untuk mencari PER adalah:

$$\text{PER} = \text{harga saham} / \text{earning per share}$$

2. *Goodwill*

Goodwill mengacu pada nilai ekonomi potensial yang dapat menghasilkan keuntungan berlebih untuk operasi bisnis di masa depan, atau nilai yang dikapitalisasi bahwa profitabilitas bisnis yang diharapkan melebihi profitabilitas normal aset yang dapat diidentifikasi, seperti tingkat pengembalian investasi rata-rata (Godfrey & Koh, 2001; Qin et al., 2020). *Goodwill* adalah aset akuntansi yang unik yang dihasilkan dari *merger* dan akuisisi (Fu & Shen, 2020). Ketika imbalan yang dibayarkan lebih tinggi daripada nilai wajar aset neto target, selisih di antara keduanya akan diakui sebagai *goodwill*, yang mungkin akan tercermin dalam laporan keuangan gabungan dari pihak pengakuisisi.

3. *Return on Asset*

Rasio *Return on Asset* digunakan untuk menghitung laba bersih dari penggunaan aset. semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam



memperoleh keuntungan bersih (Sari & Handajani, 2018).

$$\text{Return on Asset} = (\text{Laba bersih setelah pajak/total aset}) \times 100\%$$

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan juga akan berdampak pada seberapa mudah perusahaan mendapatkan dana dari pasar modal dan seberapa kuat perusahaan dalam melakukan negosiasi kontrak keuangan antar bisnis. Bisnis dengan total aset yang besar akan lebih memudahkan manajemen untuk mengendalikan bisnis dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai bisnis (Dewi & Badjra, 2017). Investor akan sangat mementingkan ukuran perusahaan karena secara langsung mempengaruhi risiko investasi mereka. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan *LnTotal Asset*.

5. Profit Margin

Profit Margin dihitung dengan cara membandingkan laba operasional dengan penjualannya.

$$\text{Profit margin} = \text{laba operasional/penjualan}$$

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan-perusahaan sampel. Metode statistik yang digunakan adalah metode regresi berganda regresi data panel dengan model penelitian sebagai berikut:

$$\text{PER}_{it} = \beta_{0it} + \beta_1 \text{GWL}_{it} + \beta_2 \text{ROE}_{it} + \text{TAS}_{it} + \text{PrM}_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

PER_{it} = price earning ratio untuk entitas i pada waktu t

β_{0it} = intercept (konstanta)

GWL_{it} = goodwill untuk entitas i pada waktu t

ROE_{it} = return on asset untuk entitas i pada waktu t

TAS_{it} = total asset untuk entitas i pada waktu t

PrM_{it} = profit margin untuk entitas i pada waktu t

ε_{it} = kesalahan acak

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini ditampilkan deksripsi data dari variabel yang digunakan serta hasil pengelolaan data untuk menjawab hipotesis yang sudah dikembangkan sebelumnya. Adapun gambaran deskripsi data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1 Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Mean	Std Dev	Min	Max
PER	44.03	84.27	0.83	748.03
Goodwill (X₁) (dalam jutaan rupiah)	1,771,816	7,621,477	0	5,650,000
ROA (X₂)	6.94	0.69	4.93	8.62
LnTotal Aset (X₃)	7.61	10.07	0.04	71.69
Profit Margin (X₄)	15.76	14.24	-2.79	93.8

Sumber: Data diolah peneliti



Dari tabel 1 terlihat bahwa *Mean* (rata-rata) nilai price earning ratio adalah 44.03, dengan standar deviasi sebesar 84.27, menunjukkan bahwa PER adalah variabel yang bervariasi secara signifikan di dalam sampel. Nilai *goodwill* yang tertinggi adalah sebesar 5,650,000 hal ini menunjukkan nilai yang ditetapkan oleh pasar terhadap merek atau reputasi perusahaan. Nilai ROA dalam tabel ini menunjukkan efisiensi dalam penggunaan aset untuk menghasilkan laba dimana nilai tertinggi adalah sebesar 8.62 sedangkan yang paling minimum adalah 4.93. Untuk Ln Total Aset memiliki maksimum nilai 71.69 sedangkan nilai minimum 0.04. Nilai standar deviasi yang lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa nilai Ln Total Aset memiliki variasi yang sangat besar. Hal ini berarti bahwa ada perbedaan besar dalam skala aset antara perusahaan-perusahaan dalam sampel. Nilai profit margin yang tertinggi adalah 93.8 yang berarti bahwa perusahaan menghasilkan laba, sedangkan nilai terenda adalah sebesar -2.79 yang menunjukkan adanya kerugian. Keberagaman nilai dapat menunjukkan tingkat fluktuasi laba yang signifikan di antara perusahaan dalam sampel.

Hasil pengolahan data untuk menjawab hipotesis penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2 Adjusted R-Square dan Prob F

Item	Nilai
Adjusted R-Square	0.1329
Prob F	0.0000

Sumber: Data diolah peneliti

Nilai *adjusted r-square* sebesar 0.1329 menunjukkan bahwa sekitar 13.29% dari variasi dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi ini. Sedangkan nilai prof F sebesar 0.000 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan adalah signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi yang sangat tinggi.

Tabel 3 Nilai Signifikansi

Variabel	Arah hubungan	pvalue
Goodwill (X ₁)	+	0.799
ROA (X ₂)	-	0.001***
Ln Total Aset (X ₃)	-	0.000***
Profit Margin (X ₄)	-	0.013***

Sumber: Data diolah peneliti

*** 1 persen level signifikansi

Dari hasil yang dapat dilihat pada tabel 3 dapat ditarik diketahui bahwa dari ke empat variabel independent hanya *goodwill* yang didapati tidak berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio* sedangkan ROA, Ln Total Aset dan profit margin berpengaruh signifikan negatif pada level tingkat signifikansi 1 persen terhadap *price earning ratio*. Berikut pembahasannya:

Pengaruh *goodwill* terhadap *price earning ratio*

Seperti yang terlihat pada tabel 3 didapati bahwa variabel *goodwill* tidak berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Namun demikian arah hubungan yang ditunjukkan adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan nilai *goodwill* akan berdampak pada optimisme pasar terhadap prospek perusahaan atau pasar secara keseluruhan walaupun kekuatan pengaruhnya tidak kuat. Dikaitkan dengan era pandemi, bisa jadi *goodwill* tidak menjadi pertimbangan dalam menilai perusahaan tetapi ada faktor-faktor lain yang



dipertimbangkan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Devi & Amanah, 2021; Gunawan et al., 2023; Indah & Ratnaningsih, 2023; Kobori, 2021; Nuryani & Samsudiono, 2014; Syrifah & Wulandari, 2023). Walaupun ada juga penelitian sebelumnya yang mendapati bahwa goodwill berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Agustina, 2016; Gunawan et al., 2023; Syafitri, 2020)

Pengaruh ROA terhadap price earning ratio

Pengaruh ROA terhadap *price earning ratio* digambarkan dengan nilai *pvalue* sebesar 0.001 atau signifikan pada level 1 persen. Hal ini berarti bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Dengan kata lain setiap perubahan pada ROA akan berpengaruh signifikan pada perubahan *price earning ratio*. Arah hubungan yang ditunjukkan adalah negatif dimana hal ini berarti setiap peningkatan ROA maka hal ini akan otomatis berdampak pada penurunan nilai *price earning ratio*. Beberapa argumen yang dapat dikemukakan sehubungan dengan hasil ini antara lain adalah pengaruh negatif ROA terhadap *price earning ratio* juga bisa mencerminkan respons investor terhadap risiko yang terkait dengan kinerja perusahaan. Bisa jadi karena dalam situasi pandemi maka investor jelas akan mempertimbangkan resiko yang besar ditengah ketidakpastian situasi krisis apalagi kondisi krisis yang jarang terjadi. Disisi lain walaupun nilai ROA meningkat namun karena faktor sentimen pasar terkait pandemi justru lebih kuat berpengaruh terhadap pesimisnya investor dalam melakukan keputusan berinvestasi. Meskipun ROA meningkat, penurunan *price earning ratio* mungkin terjadi jika ekspektasi pertumbuhan pasar atau pertumbuhan perusahaan di masa depan menurun. Ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk proyeksi laba yang lebih rendah, penurunan permintaan di pasar, atau ketidakpastian ekonomi yang meningkat terutama juga saat dalam situasi krisis pandemi COVID-19. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Beta (2016) dan Hayati (2010) yang mendapati ROA berpengaruh signifikan negatif terhadap *price earning ratio*. Walaupun didapati juga ada penelitian yang berbeda sebelumnya dimana ROA berpengaruh signifikan positif terhadap *price earning ratio* (Sari & Handajani, 2018).

Pengaruh Total Aset terhadap price earning ratio

Nilai *pvalue* untuk variabel total aset seperti pada tabel 3 adalah 0.000 atau signifikan pada level 1 persen. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan total aset berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*. Jika terjadi perubahan pada total aset maka secara signifikan akan berpengaruh terhadap berubahnya nilai *price earning ratio*. Arah hubungan negatif dalam argumentasi bisa saja penurunan *price earning ratio* dapat dipengaruhi oleh siklus bisnis atau kondisi pasar yang lebih luas. Misalnya, jika total aset meningkat karena akuisisi atau ekspansi yang dilakukan di saat-saat yang tidak menguntungkan atau dalam siklus bisnis yang menurun, hal ini bisa menyebabkan penurunan *price earning ratio* karena pasar mungkin kurang optimis tentang prospek perusahaan. Dalam masa pandemi beberapa perusahaan juga mengalami siklus bisnis yang menurun oleh karena dampak krisis yang besar ini. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Agustina (2016) dan Aji & Pangestuti (2012) namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Arisona (2013) yang mendapati bahwa total aset tidak berpengaruh signifikan terhadap *price earning ratio*.

Pengaruh profit margin terhadap price earning ratio

Nilai signifikansi yang ditunjukkan pada tabel 3 adalah senilai 0.013 yakni signifikan pada level 1 persen. Hal ini menunjukkan bahwa *profit margin* berpengaruh signifikan negatif terhadap *price earning ratio*. Kenaikan *profit margin* akan berpengaruh signifikan terhadap perubahan pada *price earning ratio*. Hubungan antara *profit margin* dan *price earning*



ditunjukkan dengan arah negatif. Untuk masa pandemi dimana krisis ketidakpastian dalam berbagai aspek dapat menjadikan investor pesimis sehingga walaupun terjadi peningkatan dari sisi profit margin namun karena dalam situasi yang tidak normal seperti pandemi faktor lain menjadi hal yang dipertimbangkan dan hal ini dapat menyebabkan pesimisnya investor untuk prospek perusahaan di masa depan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh (Agustina, 2016).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan apakah faktor-faktor seperti *goodwill*, ROA, ukuran perusahaan dan *profit margin* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *price earning ratio* dalam konteks perusahaan public yang berada pada situasi krisis pandemi COVID-19. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel ROA, ukuran perusahaan dan profit margin berpengaruh negatif signifikan terhadap *price earning ratio*. Sedangkan *goodwill* didapati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *price earning ratio* namun memiliki arah hubungan positif.

Penelitian selanjutnya dapat menganalisis lebih lanjut faktor-faktor lain yang mungkin mempengaruhi *price earning ratio* seperti *Dividen Payout Ratio*, *Earning Growth*, dan *Debt to Equity Ratio*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, D. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi price earnings ratio. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 18(2), 209–216.
- Aji, N., & Pangestuti, I. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio. *Journal of Accounting*, 1(1), 1–7.
- Arisona, V. F. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio pada indeks LQ 45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Beta, A. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio pada perusahaan LQ 45. *Jurnal Riset Manajemen*, 3(1), 49–60.
- Devi, P. S., & Amanah, L. (2021). Pengaruh intangible asset, kebijakan keuangan, dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(5), 1–18.
- Dewi, A. A. A. K., & Badjra, I. B. (2017). Pengaruh profitabilitas, aktiva tidak berwujud, ukuran perusahaan, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2161–2190.
- Fu, M., & Shen, H. (2020). COVID-19 and corporate performance in the energy industry. *Energy Research Letters*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.46557/001c.12967>
- Gil-Alana, L., & Monge, M. (2020). Crude oil prices and COVID-19: Persistence of the shock. *Energy Research Letters*, 1(1). <https://doi.org/10.46557/001c.13200>
- Godfrey, J., & Koh, P. (2001). The relevance to firm valuation of capitalizing intangible assets in total and by category. *Australian Accounting Review*, 11(2), 39–48. <https://doi.org/10.1111/j.1835-2561.2001.tb00186.x>
- Gunawan, D. A., Djajadikerta, H., Setiawan, A., & Wirawan, S. (2023). Pengaruh sales growth, quick ratio, kepemilikan goodwill, pengungkapan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan. *Co-Value: Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14(3), 203–216.
- Hartono, J. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. BPFE.



- Hayati, N. (2010). Faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio (PER) sebagai salah satu kriteria keputusan investasi saham perusahaan real estate dan property di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 11(April), 53–62.
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh profitabilitas, size terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 232–242.
- Indah, P., & Ratnaningsih, S. D. A. (2023). Pengaruh goodwill, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 10(3), 2048–2058.
- Karewur, S. (2016). Deteksi analisis efisiensi modal kerja dengan pendekatan teori sinyal. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 4(1), 37–43.
- Kobori, K. (2021). Does amortization of goodwill effect on companies' profits and future cash flows? *Research in Business & Social Science*, 9(5), 255–268.
- Meidiawati, K. (2016). Pengaruh size, growth, profitabilitas, struktur modal, kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5(2), 1–16.
- Narayan, P., & Phan, D. (2020). Country respons and the reaction of the stock market to COVID-19-a preliminary exposition. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10). <https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1784719>
- Nuryani, N., & Samsudiono, I. (2014). Pelaporan kerugian penurunan nilai goodwill serta dampaknya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 2(3), 508–524.
- Purwaningrum, E. (2011). Factors affecting price earning ratio of company's share in the manufacture sectore. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis2*, 10(1), 47–51.
- Purwohandoko, & Nadia, A. (2006). *Manajemen Keuangan I*. Unesa University Press.
- Qin, X., Huang, G., Shen, H., & Fu, M. (2020). COVID-19 pandemic and firm level cash holding-moderating effect of goodwill and goodwill impairment. *Emerging Markets Finance and Trade*, 56(10), 2243–2258. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2020.1785864>
- Sari, O. K., & Handajani, L. (2018). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 30(12), 3220–3238. <https://doi.org/10.24843/EJA.2020.v30.i12.p18>
- Septian, A., & Bodroastuti, T. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi price earning ratio. *Jurnal Ilmiah Aset*, 16(1), 1–10.
- Suad, H. (2004). *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. UPP AMP YKPN.
- Syafitri, N. (2020). Pengaruh goodwill, research and development, growth opportunity, dan transaksi pihak berelasi terhadap nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai variabel moderasi. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/55389>
- Syrifah, N. I., & Wulandari, R. (2023). Pengaruh goodwill, intelektual capital dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai pasar perusahaan sektor barang konsumen primer. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 7(1), 133–146.
- Yani, F. (2017). *Pengaruh goodwill dan aset tidak berwujud lainnya pada nilai perusahaan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

