

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Era modern seperti saat ini, banyak masyarakat yang telah sadar untuk berinvestasi. Banyaknya jenis investasi memudahkan masyarakat untuk memilih investasi mana yang akan dijalankan. Pilihan untuk berinvestasi tidak hanya berupa asset fisik seperti tanah, bangunan, dan perhiasan namun saat ini pilihan investasi juga dapat berupa instrument keuangan seperti saham, obligasi, dan reksadana yang diperjual belikan melalui Pasar modal yaitu Bursa Efek Indonesia.

Pasar modal di Indonesia semakin berkembang ditandai dengan banyaknya perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI. Pasar modal menjadi perantara bagi pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar, selain itu pasar modal memiliki peranan penting dalam menunjang kemajuan perekonomian Negara sehingga pemerintah ikut berpartisipasi mendukung perkembangan pasar modal di Indonesia dengan mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No 8 tahun 1995 dimana dinyatakan “Pasar modal mempunyai peran strategis dalam pembangunan nasional sebagai salah satu sumber pembiayaan bagi dunia usaha dan wahana investasi bagi masyarakat”. Pasar modal memiliki fungsi utama sebagai sarana pembentukan modal dan akumulasi dana bagi pembiayaan suatu perusahaan/ emiten. Dengan demikian pasar modal merupakan salah satu sumber dana bagi pembiayaan pembangunan nasional pada umumnya dan emiten pada khususnya (Pranyoto & Lestari, 2015).

Dari beberapa produk pasar modal, saham merupakan produk yang paling banyak diminati oleh investor karena banyak keuntungan yang didapat seperti deviden dan juga *capital gain*. Harga saham dapat mengalami perubahan, perubahan harga saham dapat di sebabkan oleh faktor internal dan juga eksternal perusahaan. Faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam perusahaan, yakni berupa kinerja perusahaan (kinerja keuangan maupun kinerja manajemen), kondisi

perusahaan, dan prospek perusahaan. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar perusahaan yang berupa informasi-informasi seperti kondisi pasar uang, kondisi pasar modal (*supply and demand*), politik, dan isu- isu yang beredar saat ini dapat berperan dalam jatuhnya harga suatu saham. Investor adalah pihak yang dapat memutuskan untuk melakukan transaksi ataupun tidak. Para investor menggunakan informasi-informasi mengenai faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Suatu informasi yang memiliki nilai bagi investor dapat tercermin melalui perubahan harga saham dan tingkat perdagangan. Pasar yang dapat bereaksi secara cepat akibat suatu informasi yang relevan yang tercermin dari perubahan harga pada sekuritas mengidentifikasikan bahwa kondisi pasar tersebut efisien. Suatu pasar dikatakan efisien apabila tidak seorangpun, baik investor individu maupun investor institusi, akan mampu memperoleh *return* tidak normal (*abnormal return*), setelah disesuaikan dengan risiko, dengan menggunakan strategi perdagangan yang ada (Gumanti, Ary, & Utami, 2002). Pasar modal yang efisien merupakan pasar yang harga sekuritas-sekuritasnya telah mencerminkan semua informasi yang relevan, semakin cepat informasi baru tercermin pada harga sekuritas, maka semakin efisien pasar tersebut, dengan demikian akan sulit bagi pemodal untuk memperoleh keuntungan di atas normal secara konsisten dengan melakukan transaksi perdagangan di Bursa Efek Indonesia (Husnan, 2009).

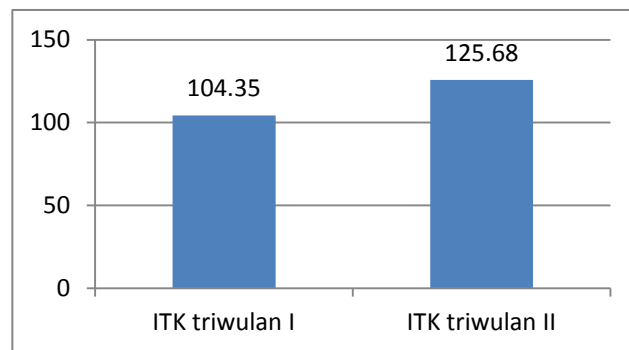
Menurut Malkiel, G, & Fama, (1970) bentuk efisien pasar dapat dikelompokkan menjadi tiga, yang dikenal sebagai hipotesis pasar efisien (*efficient market hypothesis*). Ketiga bentuk efisien pasar yang dimaksud adalah (1) hipotesis pasar efisien bentuk lemah (*weak form of the efficient market hypothesis*), (2) hipotesis pasar efisien bentuk setengah kuat (*semistrong form of the efficient market hypothesis*), dan (3) hipotesis pasar efisien bentuk kuat (*strong form of the efficient market hypothesis*). Dalam pasar modal yang efisien, investor tidak dapat menggunakan analisis- analisis teknikal untuk mendapat keuntungan. Sehingga muncul berbagai perilaku ketidakteraturan akan penyimpangan-penyimpangan yang biasa dikenali di dalam pasar modal. Ketidakteraturan ini secara terus

menerus hadir dan telah memberikan dampak yang cukup besar yang disebut sebagai Anomali Pasar (*Market Anomalies*) (Lestari, 2011). Anomali disini adalah salah satu bentuk dari fenomena yang ada di pasar modal. Pada anomaly ditemukan hal-hal yang seharusnya tidak ada bilamana dianggap bahwa pasar efisien benar-benar ada. Artinya, suatu peristiwa (*event*) dapat dimanfaatkan untuk memperoleh *Abnormal return* (Gumanti et al., 2002). Dengan demikian investor memiliki kemungkinan untuk memperoleh *Abnormal return* dengan mengandalkan suatu peristiwa tertentu.

Anomali pasar adalah teknik-teknik atau strategi-strategi yang berlawanan atau bertentangan dengan konsep pasar modal yang efisien dan penyebab kejadian tersebut tidak dapat dijelaskan dengan mudah (Hinawati, 2016). Dalam teori keuangan, dikenal beberapa jenis anomali pasar yaitu : (1) Anomali perusahaan (*firm anomalies*), (2) Anomali musiman (*seasonal anomalies*), (3) Anomali peristiwa atau kejadian (*event anomalies*), dan (4) Anomali akuntansi (*accounting anomalies*) (Gumanti et al., 2002). Salah satu peristiwa yang diduga dapat menunjukkan *Abnormal Return* saham adalah *Monthly Effect*. Fenomena *monthly effect* atau efek bulanan adalah ketika keinginan investor atas likuiditas suatu saham dapat berubah dari bulan kebulan mengacu pada perbedaan return saham yang diterima pada bulan-bulan tertentu. Dalam *Monthly effect* terdapat salah satu contoh peristiwa yaitu *Ramadhan Effect*. *Return* saham mengalami peningkatan di bulan Ramadhan disebabkan karena adanya peningkatan optimisme investor yang ditandai dengan meningkatnya kebahagiaan, solidaritas dan rasa percaya diri selama bulan Ramadhan berlangsung (Rusmayanti, Yusniar, & Juniar, 2016), sedangkan menurut Mustafa & Turner, (2011) dalam (Winkasari, Soesetio, & Ningsih, 2019) terjadi penurunan *return* pasar dan transaksi saham selama bulan Ramadhan di pasar modal Pakistan. Hal ini diduga terjadi karena meningkatnya konsumsi masyarakat dan menjadi kurang berfokus pada perdagangan di pasar modal selama bulan Ramadhan.

Dalam penelitian ini, peneliti kembali menguji efek dari peristiwa Ramadhan pada pasar modal Indonesia mengingat penduduk Indonesia yang mayoritas beragama

Islam. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2010), penganut agama islam di Indonesia sebesar 87,18% dan merupakan penduduk muslim terbesar di dunia. Pada bulan Ramadhan masyarakat cenderung lebih konsumtif dibandingkan bulan-bulan lainnya. Badan Pusat Statistik (2019) merilis adanya peningkatan indeks tendensi konsumen (ITK) nasional pada Triwulan II-2019. Tingkat optimisme konsumen pada triwulan II-2019 mengalami kenaikan secara signifikan sebesar 21,33 poin dibandingkan triwulan I-2019 (104,35) menjadi sebesar 125.68 di triwulan II-2019.



Gambar 1.1 Indeks Tendensi Konsumen (ITK) 2019

Faktor utama yang menyebabkan peningkatan terhadap optimisme ini adalah peningkatan pengeluaran kebutuhan konsumsi rumah tangga selama bulan Ramadhan hingga Idul Fitri. Pada saat bulan Ramadhan Allah juga menjanjikan pahala bagi orang-orang yang menyediakan makan bagi orang yang berpuasa sehingga kebutuhan untuk pemenuhan konsumsi meningkat. Dampak dari peristiwa ini adalah terjadinya kenaikan pada harga kebutuhan pokok karena adanya aktivitas pemenuhan kebutuhan konsumsi selama bulan ramadhan hingga perayaan hari raya. Adanya budaya dalam pemberian tunjangan hari raya (THR) pada akhir bulan ramadhan juga turut andil dalam memberikan efek meningkatnya jumlah uang yang beredar di Indonesia sehingga kemungkinan berdampak pada keuangan pribadi seperti tabungan maupun jual beli saham pada pasar modal. Masyarakat yang hanya berfokus kepada aktivitas pemenuhan kebutuhan akan mengakibatkan menurunnya transaksi jual beli saham di pasar modal.

Terdapat penelitian dengan hasil yang berbeda-beda mengenai Ramadhan Effect. Penelitian lain yang dilakukan mengenai tingkat *return* selama bulan ramadhan adalah penelitian yang dilakukan oleh Winkasari et al., (2019) dengan periode penelitian 1432-1437 Hijriah dengan hasil rata-rata kumulatif *Abnormal Return* tertinggi terjadi pada bulan Rabiul Awal akhir sedangkan rata-rata kumulatif *Abnormal Return* terendah terjadi pada bulan safar. Rata-rata kumulatif *Abnormal Return* pada bulan ramadhan dibandingkan dengan rata-rata bulan selain ramadhan tidak ditemukan adanya perbedaan yang signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Setiasri & Rinofah, (2016) menunjukkan bahwa pengujian terhadap *return* saham sebelum dan selama, selama dan sesudah ramadhan tidak berpengaruh secara signifikan. Sedangkan pada pengujian volume perdagangan saham selama dan sesudah Ramadhan, menunjukkan hasil yang signifikan. Penelitian oleh Rusmayanti et al., (2016) mengatakan bahwa tidak terjadi Ramadhan *Effect* di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian, penelitian ini juga menunjukkan bentuk pasar di Indonesia adalah Efisien dalam bentuk lemah, investor tidak dapat menggunakan informasi masa lalu untuk memperoleh *abnormal return* di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian yang dilakukan A'immah, Suhadak, & Hidayat, (2015) menunjukkan bahwa *Abnormal Return* (AR) selama Ramadhan tidak berbeda secara signifikan dengan AR selama Sya'ban dan Syawal, namun *Trading Volume Activity* (TVA) selama Ramadhan berbeda secara signifikan. Hasil penelitian mengindikasikan *Trading Volume Activity* bereaksi terhadap Ramadhan *Effect*. Penelitian ini juga menemukan bahwa AR dan TVA Sya'ban lebih tinggi dibandingkan dengan Syawal dan Ramadhan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk mengambil judul “Ramadhan *Effect* pada *Stock Market* Di Jakarta Islamic Index periode 1440 Hijriah”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah dalam penelitian ini :

- a. Bagaimana perbedaan *Abnormal Return* sebelum dan selama Ramadhan periode 1440 hijriah?
- b. Bagaimana perbedaan *Abnormal Return* bulan Ramadhan dengan bulan lainnya?

1.3. Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subyek

Ruang lingkup subyek yang diteliti adalah reaksi pasar pada saat bulan Ramadhan.

1.3.2 Ruang Lingkup Obyek

Ruang lingkup obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan yang tercatat di *Jakarta Islamic Index*.

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat dalam penelitian ini adalah Negara Indonesia.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya maka tujuan penelitian ini adalah:

- a Untuk mengetahui perbedaan yang signifikan *Abnormal Return* sebelum dan selama Ramadhan.
- b Untuk mengetahui perbedaan *Abnormal return* bulan Ramadhan dengan bulan lainnya.

1.5 Manfaat Penelitian

Dalam menyelesaikan permasalahan, diperoleh manfaat untuk mahasiswa yaitu hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, menambah ilmu pengetahuan dan diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran mengenai Ramadhan Effect terhadap *return* saham di Bursa Efek Indonesia. Manfaat bagi investor yaitu dapat menjadi sumber informasi mengenai dampak dari Ramadhan

Effect, dan menjadi alternative bagi perusahaan dalam mengambil keputusan berinvestasi pada bulan-bulan tertentu.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pertama ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian. Dimana bab I ini membahas tentang fenomena penelitian dan alasan yang akan dibahas pada bab berikutnya.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memuat tentang teori teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yang berisi bahasan dasar dalam teori penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pengambilan data, penentuan populasi dan sampel, pengumpulan data, metode pengolahan data, rumus yang digunakan dalam penelitian, pendekatan, penyelesaian masalah yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, peneliti memberikan deskripsi perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian dan pembahasan dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti serta saran yang diberikan berdasarkan dari hasil kesimpulan.

DAFTAR PUSTAKA