

ABSTRAK

Udiniyah, Iftitah Rita. 2024. *Pengaruh Bulan Ramadhan Terhadap Return Saham Perusahaan Di Sektor Makanan Dan Minuman*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam. Universitas Muhammadiyah Jember. Dosen Pembimbing : (1) Dimas Herliandis Shodiqin, M.E. (2) Muhammad Syafi'i, M.E.I.

Kata kunci : Ramadhan Effect, Return, Saham.

Fenomena *Monthly Effect* merupakan fenomena dimana preferensi investor terhadap likuiditas suatu saham dapat mengalami perubahan. Fenomena ini tercermin dalam perbedaan pada tingkat pengembalian atau return yang diperoleh pada waktu tertentu. Salah satu fenomena yang termasuk dalam *Monthly Effect* adalah *Ramadhan Effect*. Fenomena *Ramadhan Effect* mencerminkan hubungan yang erat antara faktor-faktor budaya, sosial, dan ekonomi dengan dinamika pergerakan harga saham. Selama bulan suci Ramadhan banyak negara dengan mayoritas penduduk muslim mengalami peningkatan aktivitas ekonomi terutama dalam sektor makanan dan minuman. Hal ini berkaitan erat dengan meningkatnya konsumsi masyarakat selama bulan puasa saat umat muslim berbelanja lebih banyak untuk persiapan berbuka puasa dan merayakan Idul Fitri. Bulan Ramadhan juga menciptakan atmosfer yang penuh dengan nilai-nilai positif dan spiritual yang pada gilirannya dapat mempengaruhi suasana hati dan sikap investor secara positif. Dalam periode ini ada kecenderungan pada investor untuk menjalani suasana hati yang lebih optimis saat mereka melakukan evaluasi investasi. adanya peningkatan aktivitas ekonomi dalam sektor makanan dan minuman di Bulan Ramadhan serta faktor spiritual yang ingin dicapai bagi umat muslim menjadikan perdagangan efek di pasar modal memiliki dua kemungkinan yaitu semakin banyak investor yang akan datang atau sebaliknya. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu harga –harga saham perusahaan makanan dan minuman tahun 2012-2022 yang didapat dari *Google Finance*. Dengan jumlah sampel sebanyak 59 emiten. Metode pengujian menggunakan analisis deskriptif. Berdasarkan hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Bulan Ramadhan berpengaruh terhadap return saham perusahaan makanan dan minuman.

ABSTRACT

Udiniyah, Iftitah Rita. 2024. *The Influence Of The Month Of Ramadhan On The Stock Return Of Companies In The Food And Beverage Sector*. Thesis, School Of Sharia Economics. Faculty Of Islamic Religion. Muhammadiyah University Jember. Director Of Education : (1) Dimas Herliandis Shodiqin, M.E. (2) Muhammad Syafi'i, M.E.I.

Keywords : Ramadhan Effect, Return. Stocks

The Monthly Effect phenomenon is a phenomenon where investors' preferences for the liquidity of a stock can change. This phenomenon is reflected in the differences in the level of returns obtained at certain times. One of the phenomena included in the Monthly Effect is the Ramadan Effect. The Ramadan Effect phenomenon reflects the close relationship between cultural, social, and economic factors with the dynamics of stock price movements. During the holy month of Ramadan, many countries with a majority Muslim population experience increased economic activity, especially in the food and beverage sector. This is closely related to the increased consumption of the community during the fasting month as Muslims shop more for breaking the fast preparations and celebrating Eid al-Fitr. Ramadan also creates an atmosphere filled with positive and spiritual values, which in turn can positively influence the mood and attitude of investors. During this period, there is a tendency for investors to experience a more optimistic mood as they evaluate investments. The increased economic activity in the food and beverage sector during Ramadan, along with the spiritual factors desired by Muslims, make trading securities in the capital market have two possibilities: more investors coming in or vice versa. This study uses primary data on the prices of food and beverage company stocks from 2012 to 2022 obtained from Google Finance, with a sample size of 59 issuers. The testing method uses deskriptive analysis. Based on the results of the deskriptive analysis, it is shown that Ramadan does have an effect on the returns of food and beverage company stocks.