

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saham merupakan salah satu bentuk investasi yang sangat umum di Bursa Efek Indonesia (BEI). Saham adalah sebuah dokumen berupa surat berharga yang diterbitkan oleh perusahaan sebagai cara untuk menghimpun dana. Bagi sebuah perusahaan harga sahamnya adalah indikator penting dalam dunia investasi. Kemampuan perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan harga sahamnya memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan calon investor. Ketika suatu perusahaan berhasil mempertahankan atau meningkatkan nilai sahamnya, hal ini tidak hanya mencerminkan kinerja dan prospek positif perusahaan tersebut tetapi juga bisa meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di dalamnya. Ini dikarenakan investasi saham tidak hanya tentang memperoleh keuntungan, tetapi juga tentang mempercayai dan memahami perusahaan dibalik saham tersebut. Dengan demikian, harga saham tidak hanya mencerminkan nilai pasar tetapi juga kepercayaan yang diberikan oleh investor kepada perusahaan tersebut (Rohmah & Hidayati, 2023).

Return saham merujuk pada tingkat keuntungan yang dapat diperoleh oleh seorang investor dari investasi yang dilakukan pada saham suatu perusahaan. Return ini menjadi indikator utama dalam mengevaluasi kinerja investasi saham. Keuntungan ini berasal dari dua sumber utama yaitu kenaikan harga saham (*Capital Gain*) yang menjadi salah satu sumber utama bagi investor yang berinvestasi dalam saham serta deviden yang diberikan oleh perusahaan kepada pemegang saham

sebagai bagian dari laba yang dihasilkan (Pandaya et al., 2020). Penerimaan deviden dapat memberikan pendapatan tambahan kepada pemodal dan menjadi komponen pendapatan pasif dari investasi saham. Selain itu return saham juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar saham secara keseluruhan, peristiwa ekonomi, kebijakan moneter, dan berita atau peristiwa yang mempengaruhi perusahaan tertentu (Sudarsono & Sudiyatno, 2016). Oleh karena itu pemodal seringkali harus melakukan analisis menyeluruh tentang saham dan pasar keuangan secara keseluruhan untuk memahami dan memproyeksikan return yang dapat mereka harapkan dari investasi saham. Tingkat return saham adalah salah satu parameter penting yang digunakan oleh pemilik modal untuk menilai sejauh mana investasi saham mereka berhasil dan menguntungkan. Selain itu return saham juga memainkan peran penting dalam membandingkan investasi lainnya dan dalam merencanakan strategi investasi jangka panjang.

Fenomena *Monthly Effect* atau efek bulanan adalah fenomena dimana preferensi investor terhadap likuiditas suatu saham dapat mengalami perubahan dari suatu bulan ke bulan lain dalam satu tahun atau lebih. Fenomena ini tercermin dalam perbedaan pada tingkat pengembalian saham yang diperoleh pada bulan – bulan tertentu. Ini berarti bahwa investor dapat memiliki kecenderungan untuk mengalokasikan investasinya dengan cara yang berbeda pada berbagai bulan dalam suatu periode waktu yang lebih lama sebagai respon terhadap faktor – faktor eksternal, siklus pasar, atau perubahan dalam faktor-faktor fundamental perusahaan. Salah satu fenomena yang termasuk dalam *Monthly Effect* adalah *Ramadhan Effect*.

Fenomena ini telah menjadi subjek beberapa penelitian yang dilakukan di negara-negara dengan mayoritas penduduk beragama islam (Rusmayanti et al., 2016).

Selain itu pasar saham juga dapat dipengaruhi oleh *January Effect*. *January Effect* merupakan salah satu fenomena dimana tingkat return atau pengembalian pada Bulan Januari mengalami peningkatan yang signifikan dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya di dalam satu tahun. (Pratomo, 2007). Tingginya return pada Bulan Januari juga berkaitan dengan tekanan penjualan yang terjadi pada Bulan Desember. Pada Bulan Desember biasanya banyak masyarakat yang merayakan bahkan mereka pergi berlibur untuk menikmati suasana akhir tahun. Untuk merayakan hari tersebut banyak investor yang menjual sahamnya untuk mendapatkan dana yang nantinya akan digunakan sebagai dana tambahan untuk merayakan akhir tahun. Setelah melewati masa perayaan dan liburan para investor ini akan kembali beraktivitas termasuk dalam berinvestasi. Mereka biasanya akan kembali aktif dalam melakukan investasi dengan membeli saham kembali sehingga menciptakan tekanan beli yang cukup tinggi. Tekanan beli yang tinggi ini menyebabkan naiknya harga saham pada saat itu (Pratomo, 2007).

Menjelang hari libur sering kali terjadi fluktuasi pasar saham yang tidak biasa. Harga dan indeks saham di Bursa Efek Indonesia menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan ketika mendekati hari-hari libur besar seperti tahun baru, hari kemerdekaan, dan lain sebagainya. Fenomena ini terjadi secara berulang dan memunculkan istilah yang disebut dengan *Holiday Effect*. *Holiday Effect* merupakan salah satu bagian dari *Event Study*. Satu atau lebih liburan penting dalam kalender

mengandung *Holiday Effect* dimana pendapatan saham sehari-hari menjelang hari libur jauh lebih tinggi dibandingkan hari-hari biasa. Penelitian kinerja pasar saham sebelum periode liburan dapat mengalami efek positif atau negatif. Efek positif terjadi ketika prospek pasar setelah hari libur diperkirakan akan membaik sehingga pembelian saham umumnya akan meningkat menjelang hari libur. Sebaliknya investor akan kehilangan peluang jika mereka membeli saham setelah libur. Di sisi lain efek negatif terjadi jika berada di kondisi sebaliknya, dimana pasar saham menjadi sepi dari pembeli menjelang libur. Grafik harga saham akan berubah pada hari libur diakibatkan oleh ditutupnya aktivitas *Trading Volume*. Dengan adanya hari libur yang berakibat pada liburunya hari perdagangan juga dapat mempengaruhi investor dalam pengambilan keputusan dalam bertransaksi (Apriani & Komariah, 2022).

Ramadhan *Effect* merupakan fenomena unik dalam dunia pasar saham yang mengindikasikan bahwa harga saham perusahaan dengan penjualan musiman tinggi cenderung mengalami kenaikan selama Bulan Ramadhan daripada dalam hari perdagangan biasa (Rohmah & Hidayati, 2023). Hijazi&Tabash (2020) telah melakukan penelitian terhadap dampak Bulan Ramadhan di Bursa Efek Palestina, *The Palestine Exchange (PEX)* dan menemukan adanya pengaruh positif Bulan Ramadhan terhadap return saham di *PEX* (Hijazi & Tabash, 2020). 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 terutama pada produk-produk halal. Indonesia juga merupakan salah satu Negara dengan mayoritas penduduk muslim. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)* yang diakses dalam *katadata.co.id*, jumlah penduduk muslim di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 240,62 juta jiwa setara dengan 86,7% populasi nasional yang totalnya sebanyak 277,53 juta jiwa. Maka dari itu produk-produk halal menjadi produk yang paling banyak dicari di Indonesia. Peningkatan aktivitas ekonomi ini berkaitan erat dengan meningkatnya konsumsi masyarakat selama bulan puasa saat umat muslim berbelanja lebih banyak untuk persiapan berbuka puasa dan merayakan Idul Fitri (Rohmah & Hidayati, 2023). Mengutip dari laman berita *www.republika.id*, bahwa situasi pada Bulan Ramadhan akan menyebabkan pola konsumsi masyarakat yang cenderung menurun akan tetapi kondisi yang terjadi pola permintaan masyarakat justru meningkat tajam sehingga menyebabkan kenaikan harga. Dilansir dari *liputan6.com*, menjelang Bulan Ramadhan sampai lebaran selalu terjadi lonjakan harga karena tingginya nilai permintaan. Hal ini disampaikan oleh Vera Ismainy selaku *Relations Manajer Center For Indonesia Policy Studies (CIPS)*. Vera juga menyampaikan kepada CNBC Indonesia bahwa “*Didalam Bulan Ramadhan, logika penghematan konsumsi tidak berlaku. Sekalipun masyarakat mengurangi konsumsi di siang hari, peningkatan konsumsi di waktu sahur dan berbuka mampu meningkatkan konsumsi lebih dari 30%.*” Akibatnya perusahaan-perusahaan yang beroperasi di sektor-sektor terkait dengan Ramadhan sering mengalami lonjakan penjualan. Efek ini menarik perhatian

para investor dan analisis pasar modal karena menunjukkan potensi peluang investasi yang mungkin timbul selama Bulan Ramadhan. Penelitian yang dilakukan oleh Hartini et al. (2019) tentang analisis perbedaan abnormal return dan aktivitas volume perdagangan sebelum dan sesudah Ramadhan pada perusahaan makanan dan minuman menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari abnormal return sebelum dan sesudah Ramadhan akibat dari kecepatan investor dalam merespon Bulan Ramadhan. Selain itu juga terdapat perbedaan yang signifikan terkait dengan aktivitas volume perdagangan sebelum dan sesudah Ramadhan. Pada Bulan Sya'ban nilai volume aktivitas perdagangan cenderung tinggi karena terdapat respon investor terhadap saham-saham yang akan menguat di Bulan Ramadhan salah satunya sektor makanan dan minuman (Hartini et al., 2019). Akan tetapi dengan melonjaknya harga makanan dan minuman apakah akan mendorong calon investor untuk berinvestasi saham atau justru akan menurunkan minat calon investor.

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. Seyyed et al. (2005) dalam Rokhim&Octaviani (2019) memprediksi bahwa Ramadhan merupakan periode khusus yang memiliki dampak emosional terhadap sentiment investor. Ia mengasumsikan bahwa periode Ramadhan akan memicu pola kehidupan sosial dan ekonomi individu. Umat islam akan berpuasa untuk meningkatkan tindakan spiritual mereka dan mengarahkan emosi mereka kepada

Allah SWT. Mereka juga akan meningkatkan frekuensi beramal sebagai bentuk sedekah, berdoa, membaca Al-Quran dan kegiatan lainnya untuk mencapai tujuan spiritual. Namun, umat islam akan menghindari kegiatan yang dilarang selama bulan suci seperti perdagangan sekuritas yang mirip dengan perjudian dan perdagangan sekuritas berbasis bunga yang mirip dengan riba yang mengakibatkan frekuensi perdagangan akan turun pada periode Ramadhan. Di sisi lain Al-hajieh et al. (2011) dalam Rokhim&Octaviani (2019) memprediksi bahwa Ramadhan dapat memberikan dampak positif terhadap kegiatan ekonomi karena suasana hati yang senang dan bahagia. Mood yang positif dari umat islam akan membuat investor cenderung tidak terlalu diskriminatif dan analitis dalam memilih saham. Selain itu suasana hati yang baik cenderung memicu keinginan investasi yang lebih kuat pada investor (Rokhim & Octaviani, 2019).

Melihat dari faktor – faktor yang telah disebutkan yaitu naiknya permintaan yang seiring dengan naiknya harga makanan dan minuman di Bulan Ramadhan serta faktor spiritual yang ingin dicapai bagi umat muslim menjadikan perdagangan efek yang di pasar modal memiliki dua kemungkinan yaitu semakin banyak investor yang akan datang atau sebaliknya. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengetahui reaksi pada perdagangan efek ketika Bulan Ramadhan. Reaksi tersebut dapat diketahui melalui tingkat pengembalian atau return yang akan didapatkan oleh investor. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh Bulan Ramadhan terhadap return penelitian ini menganalisis return Bulan Ramadhan dan Non-Ramadhan sebagai pembanding. Maka dari itu judul penelitian yang diambil adalah

PENGARUH BULAN RAMADHAN TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN DI SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana keadaan return saham perusahaan makanan dan minuman saat Bulan Ramadhan dan selain Bulan Ramadhan?
2. Apakah Bulan Ramadhan berpengaruh pada return saham makanan dan minuman di Bursa Saham Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui keadaan return saham perusahaan makanan dan minuman saat Bulan Ramadhan dan selain Bulan Ramadhan.
2. Untuk mengetahui pengaruh Bulan Ramadhan terhadap return saham makanan dan minuman di Bursa Saham Indonesia.

1.4. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah proses menentukan atau memberikan makna kepada suatu variabel dengan menjelaskan secara rinci bagaimana variabel tersebut akan diukur, dikategorikan, atau dimanipulasi dalam konteks penelitian. Definisi operasional menguraikan laporan penelitian tindakan konkret yang harus dilakukan untuk menjawab pertanyaan atau menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian tersebut. Dengan kata lain, definisi operasional menggambarkan langkah-langkah atau operasi yang harus dilakukan agar variabel tersebut dapat diukur atau dimengerti

dengan jelas dalam kerangka penelitian (Ridha, 2017). Maka definisi operasional yang terdapat pada penelitian ini antara lain :

a) Bulan Ramadhan

Bulan Ramadhan akan dioperasionalkan sebagai periode waktu yang dimulai dari awal hingga akhir bulan dalam Kalender *Hijriah* setiap tahun.

b) Return saham

Return saham adalah kembalian yang merujuk pada tingkat keuntungan yang didapatkan oleh investor sebagai hasil dari investasi yang mereka lakukan (Hermawan, 2012). Return saham diperoleh dari selisih harga saham periode ke t atau harga saham periode sekarang dikurangi dengan harga saham periode sebelumnya lalu dibagi dengan harga saham periode sehari sebelumnya.

c) Saham perusahaan sektor makanan dan minuman

Saham perusahaan sektor makanan dan minuman merupakan daftar perusahaan yang telah menerbitkan saham untuk kemudian menjadi anggota bursa. Variabel ini digunakan untuk mengukur kinerja sektor makanan dan minuman secara umum selama periode yang sama.

1.5. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Pustakatis

1) Bagi Instansi / Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi bentuk kontribusi ilmiah yang signifikan dalam literatur akademik khususnya dalam bidang keuangan, ekonomi, dan bisnis serta dapat membantu mengembangkan pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja saham.

2) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan sebagai sarana pertimbangan untuk melakukan kegiatan investasi musiman.

3) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti untuk memahami secara lebih mendalam tentang bagaimana Bulan Ramadhan memberikan efek terhadap pergerakan return saham.

b) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan berkaitan dengan efek Bulan Ramadhan terhadap return saham perusahaan makanan dan minuman.

1.6. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada platform pasar modal dengan saham sebagai objek penelitiannya. Penelitian ini berfokus pada pengaruh Bulan Ramadhan terhadap return saham yang akan dihasilkan oleh pemilik modal.

Tabel 1.1 Ruang Lingkup Penelitian

No.	Variabel	Lokasi penelitian	Metode	Objek penelitian	Teknik pengumpulan data
1.	Bulan Ramadhan (X) Return saham makanan dan minuman (Y)	Bursa Efek Indonesia	Penelitian kuantitatif Dengan Teknik Analisis Deskriptif	Saham perusahaan sektor makanan dan minuman	Data primer dari Bursa Efek Indonesia

Penelitian ini akan menguji variabel X terhadap variabel Y untuk mengetahui pengaruh Bulan Ramadhan terhadap return saham perusahaan makanan dan minuman. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif dengan mengumpulkan data saham perusahaan yang menjadi objek penelitian.