

SKRIPSI

ANALISIS *MONDAY EFFECT* DAN *WEEKEND EFFECT* PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* DI BURSA EFEK INDONESIA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
Pekanbaru



DISUSUN OLEH:

ELFYNA ROSA
NPM: 155210936

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – S1

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU
2020**

**MONDAY EFFECY AND WEEKEND EFFECT ANALYSIS OF FOOD AND
BEVERAGE COMPANIES IN INDONESIA STOCK EXCHANGE.**

BY

ELFYNA ROSA

ABSTRACT

This study aims to determine the occurrence of Monday and Weekend effects on Food and Beverage companies on the Indonesia Stock Exchange and the benefits obtained. The data analysis method uses time series data by taking daily stock price data samples from January to December 2018. This analysis method is a quantitative analysis method using the Average Difference Test (t Test). then the next test uses the Independent Sample t-test test using Statistical Package For Social Science Software (SPSS 12.0 for Windows). The variable used in this study is stock returns. The results of this study indicate that there is no effect of average returns on the Indonesia Stock Exchange in the 2018 period and there are no Monday effects but the discovery of weekend effects at the Food and Beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2018 period.

Keywords: Stock return, Monday effect and Weekend Effect.

**ANALISIS *MONDAY EFFECY* DAN *WEEKEND EFFECT* PADA
PERUSAHAAN *FOOD AND BEVERAGE* DI BURSA EFEK INDONESIA.**

**OLEH
ELFYNA ROSA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terjadinya Monday dan Weekend effect pada perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia serta manfaat yang didapatkan. Metode analisis data menggunakan data time series dengan mengambil sampel data harga saham harian selama periode Januari - Desember 2018. Metode analisis ini yaitu metode analisis kuantitatif menggunakan Uji Beda Rata - rata (Uji t). kemudian Uji selanjutnya menggunakan Uji Independent sample t-test menggunakan Software Statistical Package For Social Science (Software SPSS 12.0 for Windows). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Return saham. Hasil penellitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh rata-rata return di Bursa Efek Indonesia periode 2018 dan tidak terjadinya efek hari Senin namun ditemukannya efek akhir pekan di perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018.

Kata kunci : Return saham, Monday effect dan Weekend Effect.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, dan tak lupa solawat serta salam untuk Baginda Nabi Besar Muhammad ﷺ yang telah menjadikan kita manusia yang berilmu dan beradab sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dengan judul “Analisis *Monday Effect* dan *Weekend Effect* di Perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia” sebagai syarat mencapai gelar sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan jauh dari kesempurnaan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran untuk kemajuan dalam skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, baik dari segi moril maupun materil, sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati yang paling dalam, penulis mengucapkan terimakasih yang begitu besar kepada:

1. Teristimewa kepada orang tua tercinta, Bapak Suliswan dan Mamak Harian Demi Sukses yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dukungan, semangat serta materi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Seluruh keluarga besar dan Adik yang telah senantiasa memberikan doa serta semangat yang luar biasa.

3. Ibu Dr. Dra. Eka Nuraini R, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk selalu memeberikan petunjuk, pengetahuan, bimbingan, dan pengarahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Abrar, M.Si, Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
5. Bapak Azmansyah, SE., M.Econ selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
6. Ibu Yul Efnita, SE., MM selaku Sekretaris Program Studi M anajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
7. Ibu Dr. Dra. Hj. Eka Nuraini R, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan arahan dan ilmunya kepada penulis.
8. Ibu Restu Hayati, SE, MM dan ibu Poppy Camenia Jamil, SE, MSM selaku dosen yang selalu memberikan bimbingan dan ilmu kepada penulis.
9. Seluruh bapak dan ibu Dosen yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
10. Zifarra Pandalika, SE. dan Riko Zulhendri, SE. Yang bersedia membantu penulis memberikan saran dan arahan selama penulis mengalami kesulitan memahami sebagian penelitian.
11. Teman-teman dan orang terdekat Rizky Lestari, Arief Rachman Satiraksa, Asmara Jega Piyuri, Taufik Nurdiansyah, Titi Husnur Rodiyah, Heri Prayetno, Arif Budiman, Sri Julistiani, Dessy Fitriani, Fatma Dewi Anggraini dan terspesial Radilla Marlioni. Terimakasih untuk masa-masa

kuliah yang menyenangkan serta motivasi dan semangat dari kalian semua
sungguh sangat berharga.

12. Teman-teman seperjuangan Manajemen S1 2015 Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Riau.

13. Serta semua pihak yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu karena
terlalu banyak.

Penulis sadar dan mengetahui bahwa masih banyak terdapat kekurangan dari segi
manapun, untuk itu kritik dan saran sangat diterima untuk membuat penelitian ini
lebih baik dan semoga bisa bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkan. Aamiin
yaRabbal'alamiin.

Pekanbaru, 15 April 2020

Penulis,

Elfyna Rosa

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1. Saham	10
2.1.2 Return Saham	13
2.1.3 Efisiensi Pasar Modal	15
2.1.4 Anomali Pasar	19
2.1.5 Hari Perdagangan	23
2.1.6 <i>Monday Effect</i>	24
2.1.7 <i>Weekend Effect</i>	26
2.2 Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Berpikir	31
2.4 Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Populasi Dan Sampel	32

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian	33
3.3 Jenis Dan Sumber Data	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	34
3.6. Teknik Analisis Data.....	34
1. Menghitung <i>Return</i> Saham Pasar.....	34
2. Uji <i>Independent sample t-test</i> Untuk Pengujian Hipotesis	36
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
4.1 Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia	38
4.2 Sejarah Singkat Perusahaan <i>Food and Beverage</i>	41
4.2.1 Akasha Wira International Tbk.....	41
4.2.2 Tri Banyan Tirta Tbk.....	41
4.2.3 Bumi Teknokultura Unggul Tbk.....	42
4.2.4 Budi Starch & Sweetener Tbk.....	42
4.2.5 Campina Ice Cream Industry Tbk.....	43
4.2.6 Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	43
4.2.7 Sariguna Primatirta Tbk Delta Djakarta Tbk	44
4.2.8 Delta Djakarta Tbk.....	44
4.2.9 Buyung Poetra Sambada Tbk.....	44
4.2.10 Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.....	45
4.2.11 Inti Agri Resources Tbk.....	45
4.2.12 Indofood Sukses Makmur Tbk.....	46
4.2.13 Prima Cakrawala Abadi Tbk.....	46
4.2.14 Prasadha Aneka Niaga Tbk	47
4.2.15 Nippon Indosari Corpindo Tbk.....	47
4.2.16 Sekar Bumi Tbk	47
4.2.17 Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.....	48
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Analisis Data	49
5.1.1 Analisis Return.....	49

5.2 Pengujian Hipotesis Pertama	50
5.3 Pembahasan.....	55
5.3.1 Pembahasan Hipotesis Pertama	55
5.3.2 Monday Effect	55
5.3.3 Weekend Effect.....	56
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	58
6.2 keterbatasan dan Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Kelompok Anomali Peristiwa	20
Tabel 2.3	Kelompok Anomali Musiman.....	20
Tabel 2.3	Kelompok Anomali Perusahaan.....	21
Tabel 2.4	Kelompok Anomali Akuntansi	33
Tabel 2.5	Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Daftar Perusahaan Food and Beverage	39
Tabel 3.2	Operasional Variabel Penelitian.....	41
Tabel 4.1	Sejarah Saingkat Bursa Efek Indonesia	46
Tabel 5.1	Analisis Return.....	61
Tabel 5.2	Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 5.3	Hasil Uji Independen Sample T-Test.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pergerakan Harga Saham Rata-rata Tahun 2018.....	5
Gambar 1.2 Jakarta Composite Index	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Perusahaan Sampel Penelitian

Lampiran 2 Data Perhitungan Return Saham Periode Januari – Desember 2018

Lampiran 3 Data Penyajian Hipotesis

Lampiran 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas (T-Test)

Lampiran 6 Hasil Uji Independent Sample T-Test



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini masyarakat mulai memikirkan pentingnya melakukan investasi, meningkatnya kebutuhan hidup dan perlunya jaminan hari tua membuat masyarakat mulai selektif dalam memilih jenis investasi yang akan dilakukan. Investasi jangka panjang maupun jangka pendek menawarkan kelebihan dan kekurangan yang berbeda. Salah satu investasi yang dilakukan masyarakat adalah dengan melakukan jual beli saham di pasar modal.

Risiko yang dihadapi para investor dalam menginvestasikan dananya timbul akibat beberapa informasi yang masuk ke pasar seperti situasi politik yang tidak menentu, munculnya kebijakan pemerintah, ketidakpastian dunia usaha, dan krisis global yang sampai saat ini masih melanda dunia termasuk Indonesia. Di tengah maraknya aliran keuangan berbasis perilaku (*behavior finance*), ternyata hipotesis pasar yang efisien masih menarik untuk didiskusikan.

Efficient market hypothesis menyatakan bahwa harga suatu saham telah mencerminkan semua informasi yang tersedia di dalam pasar. Berdasarkan teori *efficient market hypothesis*, dinyatakan bahwa tidak memungkinkan bagi investor untuk melakukan prediksi harga saham dan tingkat pengembalian di masa yang akan datang dengan menggunakan harga saham masa lalu (bodie, 2007). Namun demikian, beberapa peneliti menemukan adanya bukti yang bertolak belakang dengan teori *efficient market hypothesis* tersebut. Bukti tersebut menunjukkan bahwa investor pada dasarnya dapat mengambil keuntungan dengan melakukan

strategi jual-beli saham yang tepat berdasarkan data masa lalu untuk memprediksi return saham di masa yang akan datang. Kondisi tersebut lebih dikenal dengan *Market Anomaly*.

Adanya anomali dalam suatu pasar modal pada dasarnya dapat disebabkan oleh dua hal. Pertama karena adanya ketidaksempurnaan pada struktur pasar walaupun pada kenyataannya tidak ada satupun pasar yang benar-benar berada dalam kondisi sempurna (*perfect market*). Kedua ialah adanya serangkaian perilaku menyimpang (*behavior biases*) dari investor di dalam pasar. Perilaku menyimpang dari satu individu tidak akan dapat mempengaruhi pasar, namun bila penyimpangan tersebut dilakukan oleh banyak investor ketika melakukan perdagangan maka akan memiliki cukup kekuatan untuk mempengaruhi pasar. Terakhir karena adanya ketidaktepatan pada teori pasar modal yang digunakan sebagai acuan sehingga memungkinkan terjadinya penyimpangan dalam menilai suatu pasar modal (*biased*). (Relly, 2006). Keberadaan *market anomaly* tersebut memungkinkan investor untuk mendapatkan imbal hasil abnormal (*abnormal return*) dari adanya risiko abnormal di pasar.

Terdapat beberapa jenis anomali yang mungkin terjadi di pasar modal, salah satunya adalah *Calender Anomalies* atau *seasonality* yang merupakan penyimpangan yang berhubungan dengan serial waktu tertentu. Fenomena yang termasuk kedalam *Calender Anomalies* diantaranya adalah *January Effect*, *Turn of the Month Effect*, *Monday Effect*, *Weekend Effect (Day of the Week Effect)*, dan *Turn of the Year Effect*. Tidak semua anomali yang terjadi di pasar modal terkait dengan adanya pengumuman atau informasi mengenai perusahaan seperti stock

split (*stock split effect*) atau pun informasi mengenai merger atau akuisisi (*merger arbitrage*).

Salah satu faktor yang perlu diperhatikan juga dalam berinvestasi yaitu hari perdagangan di pasar modal. Hari perdagangan berjangka dan komoditi tidak memiliki jenis kebutuhan margin. Margin adalah fasilitas yang berupa pinjaman yang diberikan perusahaan kepada investor. Menurut Iramni, R., dan Mahdi, A. (2006) pengaruh hari perdagangan terhadap *return* merupakan fenomena yang cukup menarik untuk diperhatikan. Fenomena ini merupakan bagian dari anomali teori pasar efisien. Pada teori pasar efisien menyatakan *return* saham tidak berbeda pada setiap hari perdagangan.

French dan Gibbons & Hess dalam Winda Rika Lestari (2011) menunjukkan bukti bahwa terdapat perbedaan yang jelas dari segi persentase perubahan harga saham bergantung pada hari dalam minggu perdagangan. Persentase perubahan pada hari Senin adalah negatif sedangkan pada hari yang lain perubahannya adalah positif. Persentase perubahan harga hari Rabu dan Jumat adalah lebih besar dari hari Selasa dan Kamis. Keadaan yang bertentangan dengan pergerakan secara random ini merupakan suatu anomali yang tidak dapat diterangkan dalam hipotesis pasar efisien.

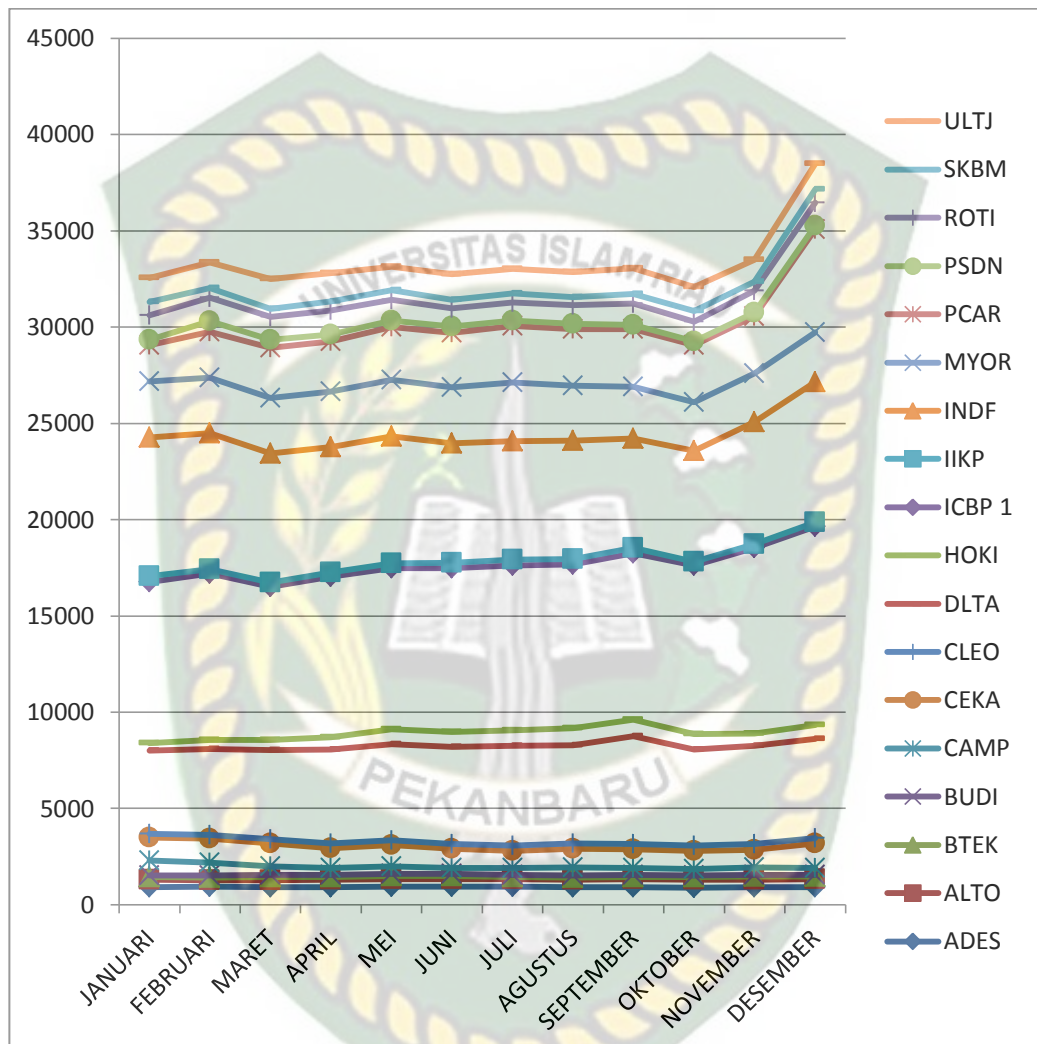
Penelitian Rystom dan Benson (1989) mengemukakan argumentasi mengenai *return* saham selalu negatif pada hari Senin dari sisi psikologis investor. *Return* negatif yang selalu terjadi pada hari Senin disebabkan oleh sikap 'tidak suka' dari banyak individu terhadap hari Senin, karena Senin merupakan hari pertama dari 5 hari kerja. Psikologis investor yang tidak menyukai hari Senin ini menjadikan

investor sering melakukan tindakan yang tidak rasional dan keputusan investasi dipengaruhi oleh faktor emosi, perilaku psikologis spesifik individu, dan *mood* investor. Tindakan yang tidak rasional dalam melakukan transaksi akan cenderung memperoleh *return* terendah pada hari perdagangan Senin dibandingkan dengan hari perdagangan lainnya.

Sektor yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sector *food and beverage*. Perusahaan *food and beverage* merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman. Perusahaan makanan dan minuman dapat berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari waktu ke waktu semakin meningkat. Meskipun ada beberapa perusahaan yang mengalami defisiensi modal karena imbas dari krisis ekonomi, namun tidak menutup kemungkinan perusahaan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat sehingga prospeknya menguntungkan baik di masa sekarang maupun di masa yang akan datang. Alasan dalam pemilihan sektor *Food and Beverage* karena saham dalam sektor ini merupakan saham-saham yang mampu bertahan terhadap perubahan kondisi lingkungan ekonomi atau krisis ekonomi dibandingkan sektor lain, karena dalam kondisi kritis atau tidak, besar kemungkinan produk makanan dan minuman masih akan dibutuhkan.

Jika digambarkan dalam grafik dapat dilihat pergerakan rata-rata harga saham perusahaan Food and Beverage selama tahun 2018 adalah:

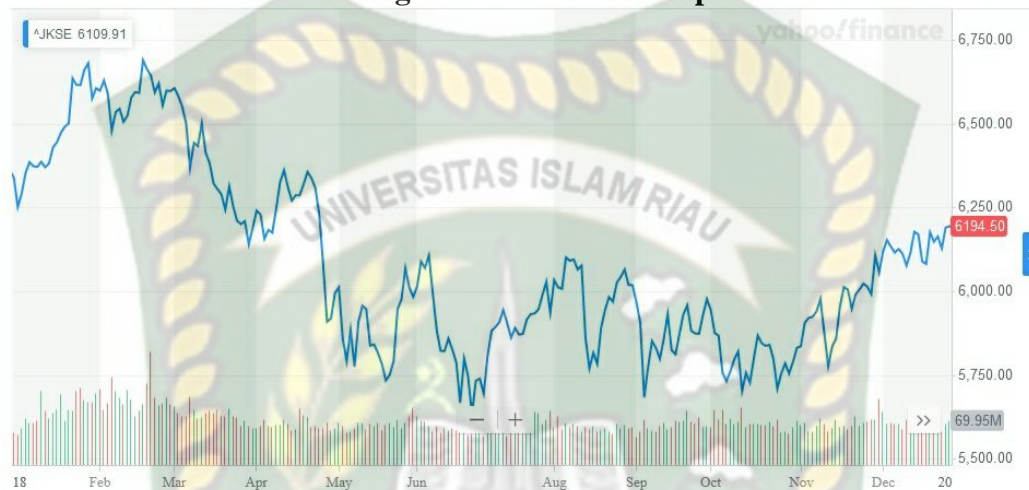
Gambar 1.1
Grafik Pergerakan Harga Saham Rata-Rata Perusahaan Food And Beverage Tahun 2018



Pada gambar di atas, harga saham perusahaan *Food and Beverage* mengalami peningkatan dari awal Januari dan mengalami peningkatan cukup signifikan pada bulan Desember 2018. Terlihat pada bulan Desember harga saham paling tinggi adalah ICBP (Indofood ICBP Sukses Makmur Tbk) sejak Januari hingga Desember mengalami peningkatan sebesar 22,79% . Hal ini juga sesuai dengan pergerakan IHSG. Dimana harga saham mengalami penurunan sejak di bulan

Februari dan mulai meningkat di sepanjang bulan Oktober sampai Desember 2018.

Gambar 1.2
Grafik Pergerakan Jakarta Composite Index



Pada gambar diatas, Jakarta Composite Index di Bursa Efek Indonesia mengalami perkembangan yang bervariasi mulai dari bulan Februari yang mengalami peningkatan cukup tinggi sebesar 6.995 dan bulan Desember pada angka 6.194,50. Melihat pergerakan Jakarta Composite Index yang bervariasi, penulis ingin mengetahui apakah terjadi *Monday Effect* dan *Weekend Effect* di Bursa Efek Indonesia khususnya pada saham perusahaan Food and Beverage. Penelitian ini oleh penulis dijadikan skripsi dengan judul “**ANALISIS MONDAY EFFECT DAN WEEKEND EFFECT PADA PERUSAHAAN FOOD AND BEVERAGE DI BURSA EFEK INDONESIA**”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

Apakah terjadi *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui terjadinya *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber referensi yang memberikan informasi teoritis maupun empiris bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian yang sejenis dan dapat menambah sumber pustaka yang telah ada dan melengkapi penelitian-penelitian terdahulu tentang anomali pasar di Bursa Efek Indonesia.

1.4.2. Manfaat Empiris

a. Bagi Investor

penelitian ini dapat berguna bagi investor sebagai bahan dalam mempertimbangkan strategi investasi yang efektif untuk memprediksi harga saham di masa yang akan datang dan menetapkan keputusan investasi pada sekuritas saham.

b. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang perbedaan rata-rata *Abnormal Return* yang signifikan akibat adanya *Monday Effect* dan *Weekend Effect* di Bursa Efek Indonesia.

c. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pasar modal, khususnya pada teori pasar efisien dalam melihat perbedaan rata-rata Abanormal Return yang signifikan akibat adanya *Monday Effect* dan *Weekend Effect* di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Demi kelancaran penulisan skripsi ini agar lebih sistematis dan terarah, maka dalam penulisannya peneliti membatasi luas pembahasan menjadi 6 bab, dimana sistematika masing-masing bab dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bab awal atau pembuka yang berisikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, serta manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori yang berkaitan dengan permasalahan yang akan dibahas dan kemudian digunakan sebagai acuan dan juga penalaran dan analisis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

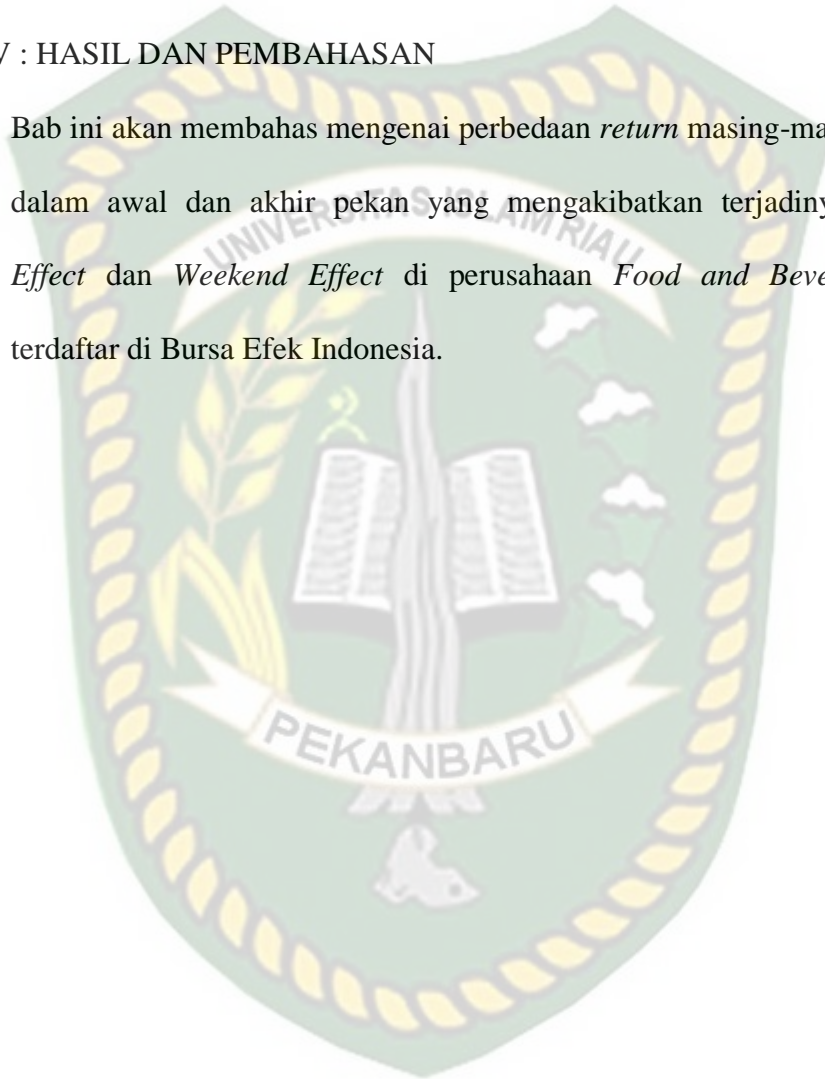
Bab ini merupakan metode dari penelitian yang didapat dari peninjauan langsung di lapangan meliputi lokasi/objek penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah dan profil perusahaan yang menjadi objek penelitian secara singkat.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai perbedaan *return* masing-masing saham dalam awal dan akhir pekan yang mengakibatkan terjadinya *Monday Effect* dan *Weekend Effect* di perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Saham

a. Definisi Saham

Suatu perusahaan dapat menjual hak kepemilikannya dalam bentuk saham (stock). Saham juga merupakan tanda penyertaan modal pada suatu perseroan terbatas. Investor yang melakukan pembelian saham otomatis akan memiliki hak kepemilikan di dalam perusahaan yang menerbitkan saham tersebut. Banyak sedikitnya jumlah saham yang dibeli, menentukan besarnya persentase kepemilikan dari investor tersebut.

Manfaat yang akan diperoleh oleh pembeli saham secara umum ada dua manfaat yaitu manfaat ekonomis dan manfaat non ekonomis meliputi perolehan *dividend* dan perolehan *capital gain*. *Dividen* merupakan sebagian keuntungan perusahaan yang dibagikan kepada pemegang saham, sedangkan *capital gain* adalah keuntungan yang diperoleh investor dari hasil jual beli saham, berupa selisih antara nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan nilai beli yang lebih rendah.

Nilai saham akan meningkat sejalan dengan bertambahnya kekayaan perusahaan emiten dalam jangka waktu tertentu. Inilah keuntungan yang diharapkan oleh investor khususnya dalam jangka panjang. Investor membeli

saham dan menyimpannya dalam waktu lama, bahkan sampai puluhan tahun. Mereka akan mendapatkan dividen yang dibayarkan oleh perusahaan setiap tahunnya. Pemegang sertifikat saham sebagai surat berharga juga akan mendapat manfaat lain, yaitu dapat dijamin sebagai jaminan tambahan untuk memperoleh kredit dari perbankan.

Manfaat non-ekonomis yang bisa diperoleh oleh pemegang saham adalah kepemilikan hak suara dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) untuk menentukan jalannya perusahaan.

Selain manfaat yang bisa diperoleh oleh pemegang saham dari suatu perusahaan seperti investasi pada umumnya, ada kemungkinan bahwa investor akan mengalami kerugian sebagai risiko yang harus ditanggungnya. Kerugian akan terjadi apabila investor menjual saham pada harga yang lebih rendah daripada harga saat investor membeli saham tersebut. Kerugian ini yang disebut *capital loss*. Di samping itu, kerugian yang dialami bisa berupa *opportunity loss*, yaitu selisih suku bunga deposito dibandingkan dengan total hasil yang diperoleh dari total investasi yang dilakukan. Kerugian lain adalah karena suatu keadaan perusahaan emiten dilikuidasi sedangkan nilai likuiditasnya lebih rendah dibandingkan dengan harga beli saham.

Harga saham di Bursa Efek ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Pada saat permintaan saham meningkat, maka harga saham tersebut cenderung meningkat. Sebaliknya pada saat banyak orang menjual saham, maka harga saham tersebut cenderung akan mengalami penurunan.

Bagi investor yang melakukan jual beli saham di bursa efek akan mendapatkan perlindungan pada saat melakukan transaksi, artinya kalau mereka membeli saham, maka saham-saham tersebut ada dalam kondisi siap diserahkan (*good deliver*), tidak cacat, baik secara fisik maupun secara hukum. Sebaliknya untuk penjual saham, mereka akan memperoleh hasil penjualannya yang berupa uang (*good fund*). Jika terjadi kegagalan dalam pelaksanaan *good delivery* dan *good fund*, maka investor dapat menuntut denda atas keterlambatan penyerahan saham atau keterlambatan pembayaran uang.

b. Jenis-jenis saham

Dari berbagai jenis saham yang diperdagangkan di bursa, jenis saham yang paling populer diperdagangkan ditinjau dari segi kemampuan hak tagih atau klaim maka saham terbagi atas dua jenis yaitu:

- 1) Saham biasa (*common stock*) adalah saham yang tidak memperoleh hak istimewa. Pemegang saham biasa mempunyai hak untuk memperoleh dividen sepanjang perseroan memperoleh keuntungan. Pemilik saham mempunyai hak suara pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) sesuai dengan jumlah saham yang dimilikinya (*one share one vote*). Pada likuidasi perseroan, pemilik saham memiliki hak memperoleh sebagian dari kekayaan setelah semua kewajiban dilunasi.
- 2) Saham preferen (*preferred stock*) merupakan saham yang diberikan atas hak untuk mendapatkan dividen dan/atau bagian kekayaan pada saat perusahaan dilikuidasi lebih dahulu dari saham biasa, disamping itu mempunyai preferensi untuk mengajukan usul pencalonan direksi/komisaris.

Saham preferen mempunyai ciri-ciri yang merupakan gabungan dari utang dan modal sendiri (debt and equity).

21.2. Return Saham

a. Definisi Return Saham

Return adalah laba atas suatu investasi yang biasanya dinyatakan sebagai tariff persentase tahunan. *Return* saham merupakan tingkat pengembalian saham yang diharapkan atas investasi yang dilakukan dalam saham atau beberapa kelompok saham melalui portofolio. *Return* saham ini dapat dijadikan sebagai indikator dari kegiatan perdagangan pasar modal.

Menurut Jones dalam Sulaiman dan Ana Handi (2008), "*return is yield and capital gain or loss*". Secara umum, return saham adalah keuntungan yang diperoleh dari kepemilikan saham investor atas investasi yang dilakukannya yang terdiri atas *dividend and capital gain* atau capital loss.

b. Jenis-jenis Return

return dibedakan menjadi dua jenis menurut Jogiyanto (2007), yaitu:

- 1) *Return* realisasi (*actual return*) merupakan *return* yang telah terjadi. *Return* realisasi dihitung berdasarkan data histori. *Return* realisasi penting karena digunakan sebagai salah satu pengukur kinerja dari perusahaan. *Return* histori ini juga berguna sebagai dasar penentuan *return* ekspektasi (*expected return*) dan risiko di masa mendatang.
- 2) *Return* ekspektasi (*expected return*) adalah *return* yang diharapkan oleh investor di masa mendatang. Berbeda dengan *return* realisasi yang sifatnya sudah terjadi, *return* ekspektasi sifatnya belum terjadi.

c. Komponen Return

Ada dua komponen *return* yaitu untung atau rugi modal (*capital gain/loss*) dan imbal hasil (*yield*). *Capital Gain/Loss* merupakan keuntungan (kerugian) bagi investor yang diperoleh dari kelebihan harga jual di atas harga beli maupun sebaliknya yang keduanya terjadi di pasar sekunder. Imbal hasil (*yield*) merupakan pendapatan atau aliran kas yang diterima investor secara periodik. Misalnya berupa dividen atau bunga. *Yield* dinyatakan dalam bentuk persentase. Dari kedua komponen *return* tersebut dapat dihitung total *return* dengan cara menjumlahkannya.

1) Capital Gain (Loss)

Capital Gain (Loss) merupakan selisih antara nilai pembelian saham dengan nilai penjualan saham. Capital Gain terjadi jika harga pasar yang dinilai sekarang lebih tinggi dari harga perolehannya, sedangkan Capital Loss merupakan kerugian pemegang saham karena yang dimilikinya dijual pada harga yang lebih rendah dari harga belinya, rumusnya sebagai berikut (Jogiyanto, 2009):

$$\text{Capital Gain (Loss)} = \frac{p_t - p_{t-1}}{p_{t-1}}$$

Keterangan:

p_t = Harga saham periode t

p_{t-1} = Harga saham pada periode t-1

2.1.3. Efisiensi Pasar Modal

a. Definisi Efisiensi Pasar Modal

sejak ditemukan oleh Fama pada tahun 1970, teori ini mendapatkan banyak perhatian serta banyak diuji secara empiris di hampir semua pasar modal di dunia. Tandililin (2010) mengemukakan bahwa istilah efisiensi bisa diartikan secara berbeda sesuai dengan konteks penggunaan *asset*, efisiensi diartikan bahwa tercapainya satu kondisi dimana *asset-asset* yang ada sudah teralokasi secara optimal. Sudut pandang investasi, efisiensi berarti bahwa harga pasar yang terbentuk sudah mencerminkan semua informasi yang tersedia. Bisa juga diartikan dengan tidak seorang investor pun bisa mengambil keuntungan dari pasar. Pasar yang efisien adalah pasar dimana harga semua sekuritas yang diperdagangkan telah mencerminkan semua informasi yang tersedia, baik informasi di masa lalu (misalnya laba perusahaan tahun lalu), informasi saat ini (misalnya rencana kenaikan deviden tahun ini) maupun informasi yang bersifat pendapat atau opini rasional yang beredar di pasar yang bisa mempengaruhi perubahan harga (misalnya jika banyak investor berpendapat bahwa harga saham yang cenderung naik).

Konsep efisiensi pasar bisa juga dikatakan sebagai efisiensi informasional. Menurut Alteza (2007) harga saham merefleksikan semua informasi yang telah diketahui seperti pendapatan perusahaan tahun lalu, informasi sekarang dan kejadian yang telah diumumkan tetapi belum bisa dilakukan seperti pemecahan saham. Serta informasi lain yang dianggap beralasan untuk disimpulkan misalnya apabila investor percaya tingkat bunga akan turun, maka dalam waktu

dekat harga akan mencerminkan kepercayaan investor tersebut sebelum penurunan tingkat bunga benar-benar terjadi.

Sementara Gumanti (2011) mengatakan bahwa efisiensi pasar modal atau pasar uang merupakan refleksi dari konsep efisiensi informasional. Artinya pasar dikatakan efisien jika dan hanya jika harga sekuritas di pasar merupakan cerminan dari semua informasi yang tersedia, baik informasi masa lalu, informasi publik, maupun informasi informasi privat. Konsep tersebut menyiratkan adanya suatu proses penyesuaian harga sekuritas menuju harga keseimbangan baru sebagai respon atas informasi yang masuk ke pasar.

Masuknya informasi akan mempengaruhi volatilitas *return* saham. Informasi baik merupakan sinyal positif naiknya harga saham sementara informasi yang bersifat negative akan berimbas pada turunnya harga saham. Naik dan turunnya harga saham akan mempengaruhi *return* saham yang ada.

b. Kondisi Yang Harus Dipenuhi Agar Pasar Efisien

Dalam kehidupan nyata keberadaan pasar efisien masih diperdebatkan apakah pasar efisien itu benar adanya. Menurut Jones (2007; dalam Gumanti, 2011) untuk menjawab pertanyaan tersebut ada beberapa kondisi yang idealnya harus terpenuhi

1. Banyak terdapat investor rasional dan berorientasi pada maksimasi keuntungan yang secara aktif berpartisipasi di pasar dengan menganalisis, menilai dan berdagang saham. Investor ini adalah *price taker*, artinya seorang pelaku sendiri tidak akan dapat mempengaruhi harga suatu sekuritas.

2. Tidak diperlukan biaya untuk mendapatkan informasi, dan informasi tersedia bebas bagi pelaku pasar pada waktu yang hampir sama (tidak jauh berbeda).
3. Informasi diperoleh dalam bentuk acak, dalam arti setiap pengumuman yang ada di pasar adalah bebas atau tidak terpengaruh dengan pengumuman yang lain.
4. Investor bereaksi dengan cepat dan sepenuhnya terhadap informasi baru yang masuk di pasar, yang menyebabkan harga saham segera melakukan penyesuaian.

c. Bentuk Efisiensi Pasar

Fama (1970; dalam tandelilin 2010) mengklasifikasikan bentuk pasar yang efisien dalam tiga *Efficient Market Hypothesis* yaitu:

1. Efisiensi dalam bentuk lemah (*weak form*)

Efisiensi dalam bentuk lemah berarti semua informasi dimasa lalu (historis) akan tercermin dalam harga yang terbentuk sekarang. Oleh karena itu informasi dimasa lalu tidak dapat untuk memprediksi perubahan harga dimasa yang akan datang karena sudah tercermin dalam harga saat ini. Artinya investor tidak dapat memprediksi data historis seperti yang dilakukan dalam analisis teknikal. Harga yang terbentuk bersifat acak (random walk) sehingga investor tidak akan bisa mendapatkan abnormal return.

2. Efisiensi dalam bentuk setengah kuat (*semi strong form*)

Efisiensi dalam bentuk setengah kuat yaitu harga yang ada telah mencerminkan harga saham historis serta semua informasi yang ada di

publik. Contoh informasi antara lain laporan keuangan dan catatan laporan keuangan, suku bunga, nilai tukar rupiah, kesulitan keuangan perusahaan dan lain-lain. Investor juga tidak akan mendapatkan *Abnormal Return* dalam pasar efisien bentuk setengah kuat ini.

Jika pasar tidak efisien maka ada kesempatan investor untuk mendapatkan *Abnormal Return*. Akan ada *lag* atau jeda untuk merespon informasi yang masuk. *Lag* inilah yang bisa digunakan investor untuk mendapatkan *Abnormal Return*. Dalam situasi lag investor dapat memanfaatkan analisis fundamental yaitu menganalisis estimasi nilai intrinsik sekuritas berdasarkan data-data yang terpublikasi.

3. Efisiensi dalam bentuk kuat (*Strong Form*)

Pasar efisien dalam bentuk kuat artinya semua informasi baik yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan sudah tercermin pada harga sekuritas saat ini. Informasi yang tidak dipublikasikan adalah *privat information* yang hanya diketahui oleh orang dalam misalnya manajemen perusahaan, dewan direksi, bank swasta atau bank pinjaman emisi. Jika memang pasar efisien dalam bentuk kuat memang ada, maka tidak seorangpun termasuk orang dalam (*Insider Trading*) akan memperoleh *Abnormal Return*. Jika pasar tidak efisien maka *Insider Trading* akan menyusun strategi sebelum informasi privat benar-benar menjadi milik publik. Tentu kesempatan mendapat *Abnormal Return* akan lebih besar. Perlu diketahui bahwa perdagangan dengan *Insider Trading* merupakan tindakan yang melawan hukum atau dilarang.

2.1.4 Anomali Pasar Efisien

a. Definisi Anomali Pasar Efisien

Menurut Alteza (2007), anomali pasar efisien adalah penyimpangan terhadap konsep pasar efisien yang penyebabnya sulit untuk dijelaskan. Sedangkan Gumanti (2011) mengungkapkan bahwa anomali pasar efisien adalah bukti yang menolak atau setidaknya kurang mendukung keberadaan teori pasar efisien yang muncul pada semua bentuk pasar efisien baik itu lemah, semi kuat maupun kuat yang bisa dieksploitasi untuk menghasilkan Abnormal Return. Werastuti (2012) mengemukakan bahwa anomali pasar adalah suatu ketidakteraturan yang terdeteksi di pasar modal, yang bersifat persisten dan mempunyai dampak yang cukup signifikan.

b. Jenis-jenis Anomali Pasar Efisien

Menurut Levi (1996; dalam Gumanti 2011) dalam teori keuangan sedikitnya dikenal empat macam anomali pasar. Keempatnya yaitu anomali perusahaan (*Firm Anomalies*), anomali musiman (*Seasonal Anomalies*), anomali peristiwa (*Event Anomalies*), dan anomali akuntansi (*Accounting Anomalies*).

Gumanti (2011) menyatakan bahwa anomali peristiwa terjadi bila harga mengalami perubahan setelah adanya suatu kejadian atau peristiwa yang mudah teridentifikasi. Misalnya pengumuman pencatatan saham, rekomendasi analis, perubahan rating perusahaan dan tindakan insider.

Tabel 2.1
Kelompok Anomali Peristiwa

No	Jenis Anomali	Keterangan
1	<i>Analyst's Recommendation</i>	Semakin banyak analis merekomendasi untuk membeli suatu saham, semakin tinggi peluang harga akan turun.
2	<i>Insider Trading</i>	Semakin banyak saham yang dibeli oleh <i>insider</i> semakin tinggi kemungkinan harga akan naik begitu pula sebaliknya.
3	<i>Listing</i>	Harga sekuritas cenderung naik setelah perusahaan mengumumkan akan melakukan pencatatan saham di bursa.
4	<i>Value Line Rating Changes</i>	Harga sekuritas akan terus naik setelah <i>value line</i> menempatkan sekuritas perusahaan pada kelompok nomor 1

Sumber: Levy (1996; dalam Gumanti 2002) dimodifikasi

Selain itu ada juga beberapa peristiwa yang akan menyebabkan harga saham mengalami perubahan misalnya pengumuman kenaikan harga BBM, pengumuman perubahan jumlah lot saham, peristiwa lain yang berhubungan dengan ekonomi dan politik.

Kelompok anomali yang selanjutnya adalah anomali musiman (*seasonal anomalies*) yang merupakan salah satu anomali pasar yang eksistensinya sangat tergantung sepenuhnya oleh waktu. Misalnya anomali Januari, *week-end anomaly*, anomali liburan dan lain-lain.

Tabel 2.2
Kelompok Anomali Musiman

No	Jenis Anomali	Keterangan
1	<i>January</i>	Harga sekuritas cenderung naik di bulan januari, khususnya di hari-hari pertama (<i>January Effect</i>)
2	<i>Week end</i>	Harga sekuritas cenderung naik hari jumat dan turun pada hari senin (<i>Day of the week effect</i>).
3	<i>Time of day</i>	Harga sekuritas cenderung naik di 45 menit pertama dan 15 menit terakhir hari perdagangan.
4	<i>End of Month</i>	Harga sekuritas cenderung naik di hari-hari akhir tiap bulan.
5	<i>Seasonal</i>	Saham perusahaan dengan penjualan musiman tinggi

		cenderung naik selama musim ramai, misalnya perusahaan konveksi sahamnya mengalami peningkatan pada menjelang hari raya keagamaan beriringan dengan aktivitas perusahaan.
6	<i>Week Four</i>	<i>Monday Effect</i> hanya terjadi pada minggu ke-4 dan ke-5
7	<i>Holidays</i>	Ditemukan <i>return</i> positif pada hari terakhir sebelum liburan.
8	<i>Rogalski</i>	<i>Return</i> hari senin yang negatif menghilang di bulan-bulan tertentu.

Sumber: Levy (1996; dalam Gumanti 2002) dimodifikasi

Dengan adanya anomali musiman seperti tersebut kemungkinan investor untuk menganalisis kapan waktu yang tepat untuk melakukan transaksi jual beli atau menjadi investor yang pasif untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Anomali musiman bisa dikatakan sebagai anomali pada pasar efisien bentuk lemah (*weak form*).

Kelompok anomali yang selanjutnya adalah kelompok anomali perusahaan. Anomali perusahaan (*Firm Anomalies*) muncul sebagai akibat dari adanya sifat atau karakteristik khusus perusahaan. Misalnya ukuran perusahaan, kepemilikan institusi, perusahaan yang kurang mendapat perhatian analis (*Neglected Firm Effect*).

Tabel 2.3
Kelompok anomali perusahaan

No	Jenis Anomali	Keterangan
1	<i>Size</i>	<i>Return</i> pada perusahaan kecil cenderung lebih besar walaupun sudah disesuaikan dengan risiko.
2	<i>Close-end Mutual Funds</i>	<i>Return</i> pada reksadana tertutup yang dijual dengan potongan cenderung lebih tinggi.
3	<i>Neglect</i>	Perusahaan yang tidak diikuti oleh banyak analis cenderung menghasilkan <i>return</i> yang lebih tinggi.
4	<i>Institutional Holding</i>	Perusahaan yang dimiliki oleh sedikit institusi cenderung memiliki <i>return</i> lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang pemilik saham institusinya menguasai sebagian besar saham perusahaan.

Sumber: Levy (1996; dalam Gumanti 2002)

Mungkin banyak orang mengira bahwa perusahaan besar dan diikuti oleh analis akan menghasilkan *return* yang besar pula. Hal tersebut tidaklah sepenuhnya benar. Terbukti dengan adanya anomali perusahaan. Perusahaan dengan skala kecil dan kurang mendapat perhatian analis justru yang menghasilkan *return* yang lebih tinggi. Hal tersebut membuktikan bahwa pasar dalam keadaan inefisien.

Kelompok anomali yang terakhir adalah anomaly akuntansi. Anomali akuntansi (*Accounting Anomalies*) adalah perubahan dalam harga saham sebagai akibat dari dikeluarkannya suatu informasi akuntansi. Informasi akuntansi antara lain laporan keuangan dan catatannya, *dividend yield* dan lain-lain.

Tabel 2.4
Kelompok Anomali Akuntansi

NO	Jenis Khusus	Keterangan
1	<i>P/E</i>	Saham dengan P/E rendah cenderung memiliki <i>return</i> yang lebih tinggi
2	<i>Earning Surprice</i>	Saham dengan capaian <i>earning</i> lebih tinggi dari yang diperkirakan diumumkan cenderung terus mengalami peningkatan harga.
3	<i>Price/Sale</i>	Jika rasio <i>price to sell</i> nya rendah, saham perusahaan tersebut cenderung berkinerja lebih baik.
4	<i>Price/Book</i>	Jika rasio <i>price to book</i> nya rendah saham perusahaan cenderung berkinerja lebih baik.
5	<i>Dividend Yield</i>	Jika <i>yield devidennya</i> tinggi, saham perusahaan cenderung berkinerja lebih baik
6	<i>Earning Momentum</i>	Saham perusahaan yang tingkat pertumbuhan <i>earnings</i> nya meningkat cenderung berkinerja lebih baik.

Sumber: Levy (1996; dalam Gumanti 2002)

Informasi akuntansi bisa dijadikan dasar untuk pengambilan keputusan investasi. Informasi akuntansi bisa berupa laporan keuangan dan catatannya di dalamnya terdapat informasi atas laba, hutang, harta perusahaan, modal

perusahaan, kepada siapa perusahaan berhutang, penjualan, pembelian bahkan rasio-rasio perusahaan juga terdapat di dalamnya. Namun dalam kenyataan laporan keuangan terkadang tidak sepenuhnya menggambarkan keadaan sebenarnya perusahaan berkaitan dengan adanya manajemen laba. Dalam hal ini pihak manajemen memodifikasi laporan keuangan perusahaan sehingga perusahaan terlihat berkinerja baik.

2.1.5 Hari Perdagangan

a. Definisi Hari Perdagangan

Hari perdagangan merupakan hari dimana pembelian atau penjualan dapat dilakukan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan. Dalam seminggu, Bursa Efek Indonesia hanya melakukan perdagangan lima hari kerja. Hari perdagangan dimulai pada hari Senin dan berakhir pada hari Jumat, sedangkan pada hari Sabtu dan hari Minggu tidak ada perdagangan menurut Gibbons dan Hess (1981; dalam Havid Sularso 2012) dengan adanya *Weekend Effect* akan berpengaruh terhadap kinerja baik dari internal perusahaan yang diakibatkan faktor psikologis karyawan maupun pola perdagangan pada bursa sebagai akibat faktor psikologis investor.

2.1.6 Monday Effect

a. Definisi Monday Effect

Monday effect adalah salah satu bagian dari *the day of the week effect* yaitu *seasonal anomalies* (anomali musiman) atau *calendar* (efek kalender) yang terjadi pada pasar financial yaitu ketika *return* saham secara signifikan negatif pada hari senin (Mehdian dan Perry dalam Budileksmana, 2005). Anomali tersebut melanggar hipotesis mengenai hipotesis efisiensi pasar bentuk lemah. Hipotesis efisiensi pasar bentuk lemah menganggap bahwa informasi yang terkandung dalam harga saham historis adalah sepenuhnya tergambarkan dalam harga saham yang sekarang dan informasi tersebut tidak dapat digunakan untuk mendapatkan *access return* (Elton dan Gruber dalam Budileksmana, 2005).

Untuk menguji mengenai hipotesis efisiensi pasar bentuk lemah, dalam batas tertentu dapat digunakan model *random walk*. Model random menganggap bahwa *return* adalah independen dan *return* terdistribusi secara acak dari waktu ke waktu, sehingga *return* pada masa lampau tidak berhubungan dengan *return* untuk masa selanjutnya, karena *return* bersifat random maka *return* pada masa lampau tidak dapat digunakan untuk memprediksi *return* untuk masa selanjutnya dan *return* tidak dapat diprediksi berdasarkan pengaruh kalender tertentu.

Penelitian model *random walk* tentang *Monday Effect* pertama kali dilakukan oleh Fields (1931) yang kemudian dilanjutkan oleh French (1980) serta Lakonishok dan Maberly (dalam Budileksmana, 2005) yang membuktikan bahwa *return* pada pada hari senin adalah berbeda dengan *return* pada hari-hari

lainnya. Dengan adanya *seasonal anomalies* (anomali musiman) atau efek kalender pada pasar finansial. Maka hal ini menyebabkan return pada hari senin adalah dapat diprediksi, sehingga akhirnya dapat dirancang suatu pedoman pasar yang dapat memanfaatkan pola musiman tersebut untuk mendapatkan *abnormal return*. Padahal pada pasar yang efisien, seharusnya tidak akan muncul suatu pola pergerakan harga yang bersifat konstan dan bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan *abnormal return*.

Penelitian di pasar modal Amerika Serikat menemukan bahwa *Monday Effect* adalah terkonsentrasi pada hari Senin dua minggu terakhir setiap bulannya. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Sun dan Tong (Budileksmana, 2005) yang menunjukkan bahwa *Monday Effect* adalah terkonsentrasi pada dua Senin terakhir setiap bulannya. Anomali *Monday Effect* kemungkinan berhubungan dengan masalah likuiditas dan perilaku investor individu di pasar. Pada hari senin investor individual lebih banyak bertransaksi daripada investor institusional dan permintaan penjualan ternyata lebih mendominasi. Apabila investor individual masuk atau keluar dari pasar karena alasan likuiditas dan likuiditas bersifat musiman, maka pola perdagangan investor individual bersifat musiman. Hal ini disebabkan banyaknya pembayaran bulanan pada saat mendekati akhir bulan sehingga pada saat tersebut diperlukan likuidasi yang lebih intensif. Oleh karena itu, investor individual cenderung membeli saham pada awal bulan dan menjualnya pada akhir bulan (Budileksmana, 2005).

Monday effect lebih banyak disebabkan oleh faktor psikologis investor. Para pedagang saham lebih cenderung merasa tidak bersemangat di hari senin, karena hari senin adalah hari yang mengawali hari kerja panjang selama seminggu (Rystom dan Benson dalam Sumiyana, 2008). Alasan investor tidak bersemangat untuk melakukan trading pada hari senin telah diteliti oleh Christie dan Venables (1973; dalam Iswardhini 2013) yang menyatakan bahwa pada hari senin rata-rata karyawan untuk semua perusahaan di Amerika Serikat mengalami *Psychological makeup*, artinya dalam kondisi tersebut, perilaku dan sikap karyawan dipengaruhi oleh persepsi keberadaan hari senin sebagai kelesuan hari permulaan kerja setelah libur panjang selama dua hari. Akibatnya para investor merasa pesimis terhadap saham yang dipegang bila dibandingkan dengan hari perdagangan lainnya. Investor cenderung merasa lebih tepat untuk menjual dengan harga yang rendah pada hari senin dibandingkan dengan memegang saham tersebut untuk dijual kembali pada hari-hari perdagangan berikutnya. Akibatnya terjadi *return* untuk periode perdagangan pada hari senin.

2.1.7 *Weekend Effect*

a. **Definisi *Weekend Effect***

Weekend effect merupakan suatu pengaruh akhir minggu yang mengakibatkan adanya suatu gejala yang menunjukkan bahwa *return* saham pada hari jumat akan lebih tinggi disbanding hari-hari perdagangan lainnya, sebaliknya hari senin akan menunjukkan *return* yang rendah (Tandelilin, 2001).

Weekend Effect adalah sebuah fenomena di pasar keuangan dimana pendapatan saham pada hari senin secara signifikan sering lebih rendah dibandingkan hari jumat sebelumnya. Beberapa teori yang menjelaskan pengaruh atribut di pasar keuangan dimana pendapatan saham pada hari senin secara signifikan sering lebih rendah dibandingkan hari jumat sebelumnya. Beberapa teori yang menjelaskan pengaruh atribut kecenderungan bagi perusahaan untuk rilis berita buruk pada hari jumat setelah pasar dekat dengan harga saham tertekan senin. Berdasarkan studi literatur dari beberapa jurnal keuangan ditemukan bahwa beberapa peneliti telah mencoba membangun kerangka teori yang dapat menjelaskan faktor-faktor penyebab terjadinya *weekend effect*.

b. Faktor-faktor penyebab *weekend effect*

Berdasarkan studi literatur dari beberapa jurnal keuangan ditemukan bahwa beberapa peneliti telah mencoba membangun kerangka teori yang dapat menjelaskan faktor-faktor penyebab terjadinya *weekend effect*. Beberapa faktor yang mungkin sebagai faktor penyebab *weekend effect* adalah sebagai berikut (Yulhelmi dan Afrida, 2010).

1. Perbedaan perilaku pemodal individu dan lembaga bursa efek. Rendahnya *return* hari senin mengidentifikasikan bahwa order penjualan lebih banyak daripada order pembelian. Dengan demikian terjadi surplus order penjualan hari senin (Harris; 1986 dalam Tandelilin 2011). Pemodal perseorangan, secara umum mereka bukan profesional dalam bidang investasi, akan melakukan *redjustment* setelah menilai *performance* portolio selama hari

perdagangan seminggu sebelumnya dan mereka baru akan mengambil tindakan berupa order pembelian atau penjualan pada senin minggu berikutnya.

2. Jenis rekomendasi broker di pasar modal. Sebagian besar rekomendasi yang dibuat oleh broker terhadap institusional investor adalah order pembelian, dengan kata lain mereka menjadi *net buyer*. Alasan utamanya adalah karena *customer* dapat merespon secara cepat rekomendasi pembelian, sementara itu *customer* yang dapat merespon rekomendasi penjualan hanyalah *customer* yang memiliki saham tertentu untuk dijual (Tandelilin, 2001).
3. Aktifitas keseharian Indonesia. Pengaruh hari perdagangan terhadap *timing* penjualan dan pembelian adalah sesuatu yang masuk akal. Aktifitas manusia tergantung pada hari dalam seminggu. Seperti kebiasaan banyak orang untuk berkreasi pada hari minggu, ataupun menonton film di malam minggu. Kegiatan bursa pun mempunyai pola rutinitas yang mirip dengan kegiatan manusia yaitu tergantung pola hari bersangkutan (Ryston dan Benson dalam Satoto, 2011).
4. Prosedur penyelesaian transaksi (*settlement prosedur*).
Dalam konsep ekonomi dikenal adanya *opportunity cost* yang akan semakin membesar apabila waktu penyelesaiannya semakin lama. Semakin lama prosedur penyelesaian transaksi berarti semakin besar pula *opportunity cost* dari dana yang tertahan (Husnan, 2001).
5. Pengaruh perbedaan Volume perdagangan antar pasar modal, saham yang diperdagangkan dan masuk dalam indeks pasar akan menjadi stabilisator

fluktuasi naik dan turunnya harga saham yang menjadi komponen angka indeks pasar tidak selamanya bergerak secara musiman.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

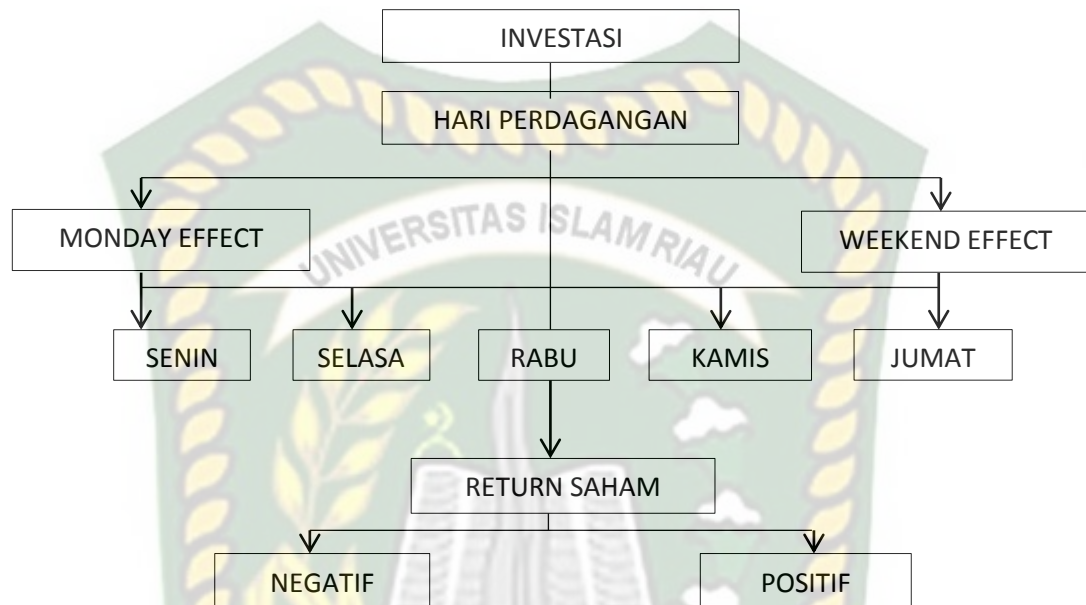
Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Winda Rika Lestari (2015)	Pengaruh <i>Weekend Effect</i> Terhadap <i>Return</i> Saham Di Bursa Efek Indonesia.	Uji Beda Rata-rata (Uji t).	1) Rata-rata <i>return</i> positif tertinggi pada hari jumat dan rata-rata <i>return</i> negatif pada hari senin. 2) terdapat perbedaan rata-rata abnormal <i>return</i> yang signifikan akibat adanya <i>weekend effect</i> di Bursa Efek Indonesia.
2	Havid Sularso, Eko Suryono dan Dwi Rahmawanto. (2011)	Analisis <i>Monday</i> dan <i>Weekend Effect</i> pada perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia.	Uji t satu sampel (<i>One sampel t test</i>), uji asumsi klasik, uji analisis regresi tanpa konstanta, uji simultan (<i>F Test</i>).	1) Terdapat perbedaan yang signifikan antara <i>return</i> saham harian pada hari-hari perdagangan dalam satu pekan di BEI. 2) Tidak terdapat pengaruh <i>Monday Effect</i> . 3) Tidak terdapat pengaruh <i>weekend effect</i> 4) Hari perdagangan berpengaruh signifikan terhadap <i>return</i> harian saham BEI adalah

				hari jumat.
3	Suci Rahmawati (2016)	Analisis <i>Monday Effect</i> dan <i>Weekend Effect</i> pada <i>Return Saham LQ45</i> di BEI.	Uji parsial (<i>t test</i>), uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji simultan (<i>F test</i>).	1) Terdapat perbedaan yang signifikan antara <i>return</i> saham harian pada hari-hari perdagangan dalam satu pekan di BEI. 2) Terdapat <i>Monday Effect</i> pada perdagangan saham di BEI 3) Tidak terdapat <i>Weekend Effect</i> pada perdagangan saham di BEI. 4) Terdapat pengaruh hari perdagangan saham di BEI terhadap <i>return</i> harian saham di BEI.
4	Annuar Bin Md. Nasir, Shamser Mohamad & Mohamad Ali Abdul Hamid (1988)	<i>Stock Return And The Weekend Effect : The Malaysian Experience</i>	Uji parsial (<i>t test</i>), uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji simultan (<i>F test</i>).	Terdapat kehadiran efek hari dalam seminggu atau efek Senin di Pasar Saham Malaysia. Khususnya, selama periode 1975-1985, Return rata-rata terendah terjadi pada hari Selasa dan Senin.
5	Kartono Liano & James T. Lindley (1995)	An Analysis of the Weekend Effect Within the Monthly Effect	Paired T-Test	1) Return Jumat Secara Signifikan Lebih Besar Dari Return Senin. 2) periode 1982-1992 tidak menunjukkan efek bulanan atau efek akhir pekan untuk nilai yang diukur indeks.

2.3 KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 HIPOTESIS

Dari penjelasan teori di atas, maka dapat diambil beberapa hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Tidak terjadi *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H_1 = Terjadi *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Populasi dan Sampel

3.1.1. Populasi

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan (Mudrajad Kuncoro,2009). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018.

3.1.2 SAMPEL

Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diselidiki atau bagian dari populasi yang dianggap mampu mewakili keseluruhan populasi. Sampel dipilih menggunakan Purposive Sampling, dimana ada batasan atau kriteria dalam pengambilan sampel. Adapun kriteria yang ditetapkan yaitu:

- Terdaftar sebagai perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia tahun 2018.
- Memiliki harga saham yang tidak konstan dan harga saham tercatat setiap harinya.

Dari jumlah populasi sebanyak 24 perusahaan tersisa 17 perusahaan yang sesuai dengan kriteria tersebut, yaitu:

Tabel 3.1
Ringkasan Daftar Sampel Perusahaan Food and Beverage

NO	KODE SAHAM	PERUSAHAAN
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
3	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk.
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
5	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
6	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
7	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
8	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
9	HOKI	Buyung Poetra Sambada Tbk.
10	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
11	IIKP	Inti Agri Resources Tbk.
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
13	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
14	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk.
15	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
16	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
17	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

Sumber: Lampiran 1 Halaman 66

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Obyek penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Selama periode 2018. Data diperoleh dengan mencari langsung data-data harga penutupan saham harian perusahaan melalui website www.yahoofinance.com dan www.idx.co.id

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder yang telah dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia dan harga penutupan saham harian perusahaan industri makanan dan

minuman selama periode 2018. Sumber data diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id dan www.yahoofinance.com

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan teknik dokumentasi, yaitu penggunaan data yang berasal dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Data sekunder yang diambil dari laporan harga penutupan saham harian di Bursa Efek Indonesia. Data sekunder dikumpulkan dan diperoleh dari situs www.yahoofinance.com dan situs web resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

3.5 Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Return Saham	Return saham adalah persentase perubahan saham antara saham pada periode ke-t dengan saham periode sebelumnya (t-1).	$R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$	Rasio

3.6 Teknik Analisis Data

Metode analisis data menggunakan data *time series* dengan mengambil sampel data harga saham penutupan harian selama periode Januari-Desember 2019. Langkah-langkah metode analisis data sebagai berikut:

1. Menghitung *return* saham pasar, kemudian menghitung rata-rata *return* menggunakan statistik deskriptif, setelah itu menghitung *Abnormal Return* (AR) dan *Cummulative Abnormal Return* (CAR) untuk melihat peluang keuntungan (AR) investor memanfaatkan anomali pasar efisien. Pengujian

Uji Beda Rata-rata (Uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh perbedaan rata-rata *return* dengan tingkat kepercayaan 5%. Teknik analisis yang dilaksanakan dapat dijabarkan sebagai berikut:

Menentukan Return Pasar Harian

- $R_{it} = \frac{P_{it} - P_{it-1}}{P_{it-1}}$

Keterangan:

R_{it} = Hasil return pasar pada periode t

P_{it} = Harga saham pada periode t

P_{it-1} = Harga saham pada periode t-1

- **Ekspektasi *return* dengan model Mean Adjusted**

$$E(\bar{R}) = R_m$$

Keterangan :

R_m = Rata-rata *return* pasar

- **Menentukan *Abnormal Return* (AR)**

$$AR_i = R_i - E(R_i)$$

Keterangan:

R_i = Return Sesungguhnya saham ke i

$E(R_i)$ = Ekspektasi Return saham ke i

- **Menentukan *Cummulative Abnormal Return* (CAR)**

$$CAR_{it} = \sum_{t=1}^n AR_{it}$$

Keterangan :

AR_{it} = Kumpulan *Abnormal Return* pada periode tertentu

2. Uji *Independent sample t-test* Untuk Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji independent sample t-test ini bertujuan untuk mengetahui terjadi atau tidaknya perbedaan rata-rata *Abnormal Return* yang signifikan akibat adanya *Monday Effect* dan *Weekend Effect* di Bursa Efek Indonesia. Uji *independent sample t-test* ini menggunakan *Software Statistical Package for Social Science (Software SPSS 12.0 for Windows)*.

a. Perumusan Hipotesis

$H_0 : \mu =$ Tidak terdapat perbedaan antara *return* saham hari Senin dengan *return* saham hari Jumat.

$H_1 : \mu =$ Terdapat perbedaan antara *return* saham hari Senin dengan *return* saham hari Jumat.

b. Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% ($\alpha = 5\%$) dengan derajat kebebasan $df = n-2$

c. Menghitung uji t dengan membandingkan perbedaan antara dua nilai rata-rata dengan *standard error* dari perbedaan rata-rata dan sampel atau secara rumus dapat ditulis sebagai berikut:

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{s_{gb}^2 \left[\frac{1}{n_1} - \frac{1}{n_2} \right]}}$$

$$s_{gb}^2 = \frac{(n_1 - 1)s_1^2 + (n_2 - 1)s_2^2}{(n_1 + n_2) - 2}$$

Keterangan :

t = nilai distribusi t

\bar{x}_1 = nilai rata-rata sampel pertama

\bar{x}_2 = nilai rata-rata sampel kedua

s_{gb}^2 = taksiran varians gabungan populasi

n_1 = jumlah sampel populasi pertama

n_2 = jumlah sampel populasi kedua

s_1^2 = varians sampel pertama

s_2^2 = varians sampel kedua

d. Kesimpulan untuk menolak dan menerima H_0 , berdasarkan bentuk

perumusan hipotesis, yaitu:

Jika t hitung $<$ t tabel, maka H_0 diterima

Jika t hitung $>$ t tabel, maka H_0 ditolak

Monday effect terjadi bila rata-rata *return* hari Senin negatif dan signifikan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.

Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1
Sejarah Singkat Bursa Efek Indonesia

TAHUN	KETERANGAN
Desember 1912	Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.
1914 – 1918	Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I.
1925 – 1942	Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya.
Awal 1939	Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
1942 – 1952	Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia II.
1956	Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif.
1956 – 1977	Perdagangan di Bursa Efek vakum.
10 Agustus 1977	Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama.
1977 – 1987	Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal.
1987	Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia.
1988 – 1990	Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat.
2 Juni 1988	Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer.
Desember 1988	Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES 88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal
16 Juni 1989	Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya
13 Juli 1992	Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan

	Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ
21 Desember 1993	Pendirian PT Pemeringkat Efek Indonesia(PEFINDO)
22 Mei 1995	Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (Jakarta Automated Trading Systems)
10 November 1995	Pemerintah mengeluarkan Undang –Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang-Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996
1995	Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya
6 Agustus 1996	Pendirian Kliring Penjaminan Efek Indonesia(KPEI)
23 Desember 1997	Pendirian Kustodian Sentra Efek Indonesia(KSEI)
21 Juli 2000	Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (scripless trading) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia
28 Maret 2002	BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (remote trading)
09 September 2002	Penyelesaian Transaksi T+4 menjadi T+3
06 Oktober 2004	Perilisan Stock Option
30 November 2007	Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI)
08 Oktober 2008	Pemberlakuan Suspensi Perdagangan
10 Agustus 2009	Pendirian Penilai Harga Efek Indonesia (PHEI)
02 Maret 2009	Peluncuran Sistem Perdagangan Baru PT Bursa Efek Indonesia: JATS-NextG
Agustus 2011	Pendirian PT Indonesian Capital Market Electronic Library (ICaMEL)
Januari 2012	Pembentukan Otoritas Jasa Keuangan
Desember 2012	Pembentukan Securities Investor Protection Fund (SIPF)
2012	Peluncuran Prinsip Syariah dan Mekanisme Perdagangan Syariah.
02 Januari 2013	Pembaruan Jam Perdagangan
06 Januari 2014	Penyesuaian kembali Lot Size dan Tick Price
12 November 2015	Launching Kampanye Yuk Nabung Saham
10 November 2015	TICMI bergabung dengan ICaMEL
2015	Tahun diresmikannya LQ-45 Index Futures
02 Mei 2016	Penyesuaian Kembali Tick Size
18 April 2016	Peluncuran IDX Channel
2016	Penyesuaian kembali batas Autorejection. Selain itu, pada tahun 2016, BEI ikut menyukseskan kegiatan Amnesty Pajak serta diresmikannya Go Public Information Center
23 Maret 2017	Peresmian IDX Incubator
06 Februari 2017	Relaksasi Marjin
2017	Tahun peresmian Indonesia Securities Fund

07 Mei 2018	Pembaruan Sistem Perdagangan dan New Data Center
26 November 2018	Launching Penyelesaian Transaksi T+2 (T+2 Settlement)
27 Desember 2018	Penambahan Tampilan Informasi Notasi Khusus pada kode Perusahaan Tercatat.

4.2 Sejarah Singkat Perusahaan Food and Beverage

4.2.1. Akasha Wira International Tbk.

Akasha Wira International Tbk (dahulu Ades Waters Indonesia Tbk) (ADES) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986.

Pada awalnya, ADES hanya bergerak dalam industri air minum dalam kemasan (AMDK) yang memproduksi serta menjual produk air minum dalam kemasan dengan merek dagang AdeS dan AdeS Royal yang dimiliki oleh The Coca Cola Company, dan Nestlé Pure Life yang dimiliki oleh Nestlé SA. namun Di tahun 2010 Perseroan memperluas bidang usahanya dalam bisnis kosmetika dengan membeli merek produk perawatan rambut Makarizo beserta mesin produksi kosmetika milik PT Damai Sejahtera Mulia.

4.2.2. Tri Banyan Tirta Tbk.

Tri Banyan Tirta Tbk (ALTO) didirikan tanggal 03 Juni 1997 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1997.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ALTO adalah bergerak dalam bidang industri air mineral (air minum) dalam kemasan plastik, makanan, minuman dan pengalengan/pembotolan serta industri bahan

kemasan. Produksi Air minum dalam kemasan secara komersial dimulai pada tanggal 3 Juni 1997.

4.2.3. Bumi Teknokultura Unggul Tbk.

PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk. (“Perseroan”) didirikan berdasarkan Akta Notaris Rusman, S.H., Notaris pengganti Elliza Asmawel, S.H., No. 12 tanggal 6 Juni 2001 dan diubah dengan Akta Notaris Elliza Asmawel, S.H., No. 10 tanggal 5 Maret 2002.

Awalnya, Perseroan bergerak dalam bidang bio teknologi pertanian, dewasa ini fokus kegiatan utama Perseroan adalah pembibitan baik untuk tanaman kehutanan, tanaman pangan, tanaman obat-obatan, tanaman hias tropis, pembalakan kayu (HPH), serta perdagangan kayu bulat (log).

4.2.4. Budi Starch & Sweetener Tbk.

PT. Budi Starch & Sweetener Tbk. (BUDI), dahulu bernama PT. Budi Acid Jaya Tbk., bergerak di bidang produksi dan pemasaran produk-produk yang terbuat dari ubi jalar, tapioka, dan produk kimia, seperti asam sulfat, asam sitrat, dan kantong plastik. BUDI merupakan salah satu perusahaan di bawah Sungai Budi Group (SBG). BUDI mengoperasikan fasilitas produksi di Subang, Lampung, Jambi dan Surabaya. BUDI tercatat di Bursa Efek Indonesia di tahun 1995 pada Papan Utama. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1979 dan berpusat di Jakarta, Indonesia.

4.2.5. Campina Ice Cream Industry Tbk.

Pada tanggal 22 juli 1972 di kota surabaya lahir salah satu produsen es krim yang didirikan oleh Bapak Darmo Hadipranoto beserta istrinya, mereka menciptakan es krim yang bernama Campina di garasi rumah yang terletak di Jl. Gembong Sawah, Surabaya. Saat itulah mereka mendirikan CV Pranoto. Es krim Campina milik Bapak Darmo mulai dikenal dan menjadi es krim favorit bagi masyarakat sampai mengundang agenda kunjungan Gubernur Jawa Timur, Bapak H.M.Noer ke pabrik Campina pada tahun 1973.

4.2.6. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.

Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (sebelumnya Cahaya Kalbar Tbk) (CEKA) didirikan 03 Februari 1968 dengan nama CV Tjahaja Kalbar dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1971.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CEKA meliputi bidang industri makanan berupa industri minyak nabati (minyak kelapa sawit beserta produk-produk turunannya), biji tengkawang, minyak tengkawang dan minyak nabati spesialitas untuk industri makanan & minuman; bidang perdagangan lokal, ekspor, impor, dan berdagang hasil bumi, hasil hutan, berdagang barang-barang keperluan sehari-hari. Saat ini produk utama yang dihasilkan CEKA adalah Crude Palm Oil (CPO) dan Palm Kernel serta turunannya.

4.2.7. Sariguna Primatirta Tbk.

PT Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) didirikan tanggal 10 Maret 1988. Kantor pusat CLEO berlokasi di Jln. Raya A. Yani 41-43, Kompleks Central Square Blok C-1 Gedangan, Sidoarjo 61254 – Indonesia.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CLEO adalah bergerak di bidang Air Minum Dalam Kemasan Demineralisasi (AMDK-DM) dengan merek dagang "Cleo" yang diolah dari mata air Pegunungan Arjuna di Pandaan – Jawa Timur.

4.2.8. Delta Djakarta Tbk.

PT. Delta Djakarta Tbk adalah perusahaan bir terbesar di Indonesia. PT Delta Djakarta adalah produsen dan distributor beberapa merek bir terbaik di dunia di bawah merek dagang Anker, Carlsberg, San Miguel, dan Kuda Putih. Perusahaan ini juga merupakan figur kunci dalam pasar minuman non-alkohol di Indonesia dengan mereknya Sodaku dan Soda Ice.

4.2.9. Buyung Poetra Sambada Tbk.

Buyung Poetra Sambada Tbk (HOKI) didirikan pada tanggal 16 September 2003 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2003. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan HOKI adalah bergerak di bidang perdagangan, pembangunan, perindustrian, pengangkutan darat, perbengkelan, percetakan, pertanian, pertambangan dan jasa.

4.2.10. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.

Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) didirikan 02 September 2009 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1 Oktober 2009. ICBP merupakan hasil pengalihan kegiatan usaha Divisi Mi Instan dan Divisi Penyedap Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF), pemegang saham pengendali. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ICBP terdiri dari, antara lain, produksi mi dan bumbu penyedap, produk makanan kuliner, biskuit, makanan ringan, nutrisi dan makanan khusus, kemasan, perdagangan, transportasi, pergudangan dan pendinginan, jasa manajemen serta penelitian dan pengembangan.

4.2.11 Inti Agri Resources Tbk.

Inti Agri Resources Tbk (dahulu Inti Kapuas Arowana Tbk) (IIKP) didirikan tanggal 16 Maret 1999 dengan nama PT Inti Indah Karya Plasindo dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1999. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan IIKP terutama bergerak dalam bidang perikanan, perdagangan, industri dan perkebunan. Saat ini, kegiatan usaha IIKP adalah penangkaran ikan, pembudidayaan dan perdagangan ikan arowana super red dengan merek dagang ShelookRED.

4.2.12 Indofood Sukses Makmur Tbk.

Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) didirikan tanggal 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1990.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDF antara lain terdiri dari mendirikan dan menjalankan industri makanan olahan, bumbu penyedap, minuman ringan, kemasan, minyak goreng, penggilingan biji gandum dan tekstil pembuatan karung terigu.

4.2.13. Prima Cakrawala Abadi Tbk.

Prima Cakrawala Abadi Tbk (PCAR) didirikan pada tanggal 29 Januari 2014. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PCAR adalah bergerak dalam bidang perindustrian, perdagangan dan jasa. Saat ini kegiatan utama PCAR adalah pengolahan distribusi hasil perikanan (rajungan), industri pengolahan hasil perikanan (cold storage), serta usaha dalam bidang perdagangan pada umumnya, termasuk impor, ekspor, interinsulair dan lokal dari segala macam barang atau jasa yang dapat diperdagangkan baik untuk perhitungan sendiri maupun pihak lain secara komisi, menjadi grosir, leveransir/supplier, distributor dan keagenan serta perwakilan baik dari dalam maupun luar negeri dari segala macam barang dagangan dan jasa, baik hasil produksi pihak lain maupun hasil produksi sendiri..

4.2.14 Prasadha Aneka Niaga Tbk.

Prasadha Aneka Niaga Tbk (PSDN) didirikan tanggal 16 April 1974 dengan nama PT Aneka Bumi Asih dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1974. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan PSDN adalah bergerak dalam bidang pengolahan dan perdagangan hasil bumi (karet remah, kopi bubuk dan instan serta kopi biji).

4.2.15 Nippon Indosari Corpindo Tbk.

Nippon Indosari Corpindo Tbk (ROTI) (Sari Roti) didirikan 08 Maret 1995 dengan nama PT Nippon Indosari Corporation dan mulai beroperasi komersial pada tahun 1996. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup usaha utama ROTI bergerak di bidang pabrikasi, penjualan dan distribusi roti (roti tawar, roti manis, roti berlapis, cake dan bread crumb) dengan merek "Sari Roti". Pendapatan utama ROTI berasal dari penjualan roti tawar dan roti manis.

4.2.16 Sekar Bumi Tbk.

Sekar Bumi Tbk (SKBM) didirikan 12 April 1973 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1974. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SKBM adalah dalam bidang usaha pengolahan hasil perikanan laut dan darat, hasil bumi dan peternakan. Sekar Bumi memiliki 2 divisi usaha, yaitu hasil laut beku nilai tambah (udang, ikan, cumi-cumi, dan banyak lainnya) dan makanan olahan beku (dim sum, udang berlapis tepung roti, bakso seafood, sosis, dan banyak lainnya). Selain itu, melalui anak usahanya, Sekar Bumi

memproduksi pakan ikan, pakan udang, mete dan produk kacang lainnya. Produk-produk Sekar Bumi dipasarkan dengan berbagai merek, diantaranya SKB, Bumifood dan Mitraku.

4.2.17 Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) didirikan tanggal 2 Nopember 1971 dan mulai beroperasi secara komersial pada awal tahun 1974. Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan Ultrajaya bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman, dan bidang perdagangan. Di bidang minuman Ultrajaya memproduksi rupa-rupa jenis minuman seperti susu cair, sari buah, teh, minuman tradisional dan minuman kesehatan, yang diolah dengan teknologi UHT (Ultra High Temperature) dan dikemas dalam kemasan karton aseptik. Di bidang makanan Ultrajaya memproduksi susu kental manis, susu bubuk, dan konsentrat buah-buahan tropis.

BAB V
HASIL PENELITIAN

5.1 Analisis Data

5.1.1 Analisis Return

Sebelum dilakukan analisis untuk menguji hipotesis, dilakukan terlebih dahulu analisis deskriptif. Dalam penelitian ini analisis deskriptif diperlukan untuk mengetahui gambaran data *return* saham harian perusahaan *Food and Beverage* periode Januari sampai dengan Desember 2018. Untuk dapat mengetahuinya yaitu dengan menghitung rata-rata (mean), nilai minimum, dan nilai maksimum, serta standar deviasi data. Deskripsi rata-rata *return* hari Senin sampai dengan hari Jumat dapat dilihat pada tabel 5.2 berikut:

Tabel 5.1
Hasil Analisis Statistika Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SENIN	17	-.0167	.0215	.001478	.0089416
SELASA	17	-.0051	.0168	-.000488	.0058726
RABU	17	-.0084	.0169	.000768	.0062763
KAMIS	17	-.0018	.0121	.003865	.0035168
JUMAT	17	-.0164	.0178	.002203	.0072269
Valid N (listwise)	17				

Sumber: Lampiran 4 Halaman

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada tabel 5.2, dapat diketahui bahwa pada hari Senin rata-rata *return* berkisar antara -0,0167 sampai dengan 0,0215, dengan rata-rata *return* sebesar 0,001478. Hal ini berarti pada hari Senin sebagian besar saham mengalami peningkatan. Pada hari Selasa rata-rata *return* berkisar

antara -0,0051 sampai dengan 0,0168, dengan rata-rata *return* sebesar -0,000488. Hal ini berarti pada hari Selasa sebagian besar saham mengalami peningkatan. Pada hari Rabu rata-rata *return* berkisar antara -0,0084 sampai dengan 0,0169, dengan rata-rata *return* sebesar 0,000768. Hal ini berarti pada hari Rabu sebagian besar saham mengalami peningkatan.

Pada hari Kamis rata-rata *return* berkisar antara -0,0018 sampai dengan 0,0121, dengan rata-rata *return* 0,003865. Hal ini berarti pada hari Kamis sebagian besar saham mengalami peningkatan. Berdasarkan data pada tabel 5.2 dapat diketahui bahwa pada hari Jumat rata-rata *return* berkisar antara -0,0164 sampai dengan 0,0178, dengan rata-rata *return* sebesar 0,002203. Hal ini berarti pada hari Jumat sebagian besar saham mengalami peningkatan.

Nilai standar deviasi terbesar terjadi di hari Senin yaitu 0,0089416. Hal ini dapat diartikan bahwa hari Senin memiliki resiko tertinggi dibandingkan dengan hari perdagangan lainnya. Standar deviasi terendah terjadi pada hari Kamis yaitu 0,0035168, yang menandakan bahwa risiko pada hari Kamis paling kecil jika dibandingkan dengan hari perdagangan lainnya.

Nilai minimum dan maksimum menginformasikan bahwa selama periode pengamatan rata-rata *return* saham harian per perusahaan yang terendah terjadi pada hari Kamis, yaitu sebesar -0,0018, sedangkan yang tertinggi terjadi di hari Senin yaitu sebesar 0,0215.

5.2 Pengujian Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa terjadi *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia.

Monday Effect diduga dapat mengakibatkan *return* saham negatif pada awal pekan, sedangkan *Weekend Effect* diduga dapat mengakibatkan *return* saham positif dan tertinggi pada akhir pekan.

5.2.1 *Monday Effect*

Pengujian ini dilakukan dengan uji *independent sample t-test*. *Independent sample t-test* ini menggunakan dua kelompok yang saling *independent* (bebas), yaitu *return* saham hari Senin dengan *return* saham hari Jumat, sehingga tidak ada keterkaitan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lain. Tujuannya adalah untuk menganalisis ada atau tidaknya perbedaan antara rata-rata *return* saham hari Senin dengan rata-rata *return* saham hari Jumat pada perusahaan *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia.

Seperti halnya uji statistik parametrik yang lain, uji *independent sample t-test* menggunakan persyaratan data yang digunakan harus berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan *One sample Kolmogrov Smirnov*. Tujuannya adalah untuk mengetahui bahwa data untuk pengujian *t-test* berdistribusi normal. Hasil perhitungan uji normalitas dapat dilihat pada tabel 5.3 berikut:

Tabel 5.2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		RETURN_SENI	RETURN_JUM
		N	AT
N		17	17
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0014784	.0022027
	Std. Deviation	.00894162	.00722690
Most Extreme Differences	Absolute	.194	.182
	Positive	.194	.176
	Negative	-.145	-.182
Test Statistic		.194	.182
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 ^c	.136 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Lampiran 5 Halaman

Berdasarkan hasil perhitungan uji normalitas pada tabel 5.4, dengan menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*, dapat diketahui bahwa nilai *Kolmogrof-Smirnov* untuk variabel residual sebesar 0,194 pada *return* hari Senin dan 0,182 untuk *return* hari Jumat sedangkan nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* untuk *unstandardized* variabel sebesar 0,090 pada *return* hari Senin dan sebesar 0,136 pada *return* hari Jumat dimana lebih besar dari nilai α yaitu 0,05 sehingga data yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal dan layak menggunakan uji statistic sebagai teknik analisis data parametrik.

Setelah melihat hasil uji normalitas diketahui bahwa data berdistribusi normal, kemudian dilakukan uji *independent sample t-test*. Hasil dari pengujian *independent sample t-test* dapat dilihat pada tabel 5.5 berikut:

Tabel 5.3
Hasil Uji Independent Sample T-Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
RETURN	Equal variances assumed	.487	.490	-.260	32	.797	-0.00072433	.00278843	0.00640418	-.00495551
	Equal variances not assumed			-.260	30.652	.797	-0.00072433	.00278843	0.00641399	-.00496533

Sumber: Lampiran 6 Halaman

Berdasarkan tabel 5.3 diatas dikarenakan F hitung *Levenes's test* sebesar 0,487 dengan sig. 0,490 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yaitu variansi pada tiap kelompok sama (homogen). Dengan demikian analisis hasil dari uji t harus menggunakan asumsi *equal variances assumed*. Dari hasil perhitungan uji *independent sample t-test* dapat dilihat bahwa nilai t pada *equal variances assumed* (t hitung) adalah sebesar -0,260 dengan $df = 32$, maka dapat diperoleh nilai t tabel sebesar 2,0369 untuk taraf signifikan 5%. Dengan t hitung sebesar $-0,260 < 2,0369$ atau $0,260 < 2,0369$ dan dengan nilai probabilitas Sig. (2-tailed) $0,797 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat perbedaan antara *return* saham hari Senin dengan rata-rata *return* saham hari Jumat.

Berdasarkan hasil analisis statistic deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata *return* saham hari Senin (0,001478) < rata-rata *return* saham hari Jumat

(0,002203). Hal ini menunjukkan bahwa *return* saham pada hari Senin adalah positif namun terjadi penurunan, yaitu dengan rata-rata 0,14 persen. *Return* negatif pada awal pekan mengakibatkan terjadi adanya *Monday effect*, yaitu *return* pada awal pekan (hari Senin) cenderung negatif dibandingkan *return* pada hari perdagangan lainnya. Namun kenyataannya pada hasil analisis deskriptif tidak menunjukkan hasil yang negatif. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan terjadi *Monday effect* pada perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia ditolak.

5.2.2 *Weekend Effect*

Pengujian ini untuk menguji apakah terjadi *Weekend Effect* pada perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia yang mengakibatkan *return* saham positif dan tertinggi pada akhir pekan. Pengujian ini menggunakan uji *independent sample t-test*, yaitu untuk menganalisis ada atau tidaknya perbedaan antara rata-rata *return* saham hari Senin dengan rata-rata *return* saham hari Jumat pada perusahaan *Food and Beverage*.

Berdasarkan tabel 5.4, karena F hitung *Levene's test* adalah sebesar 0,487 dengan sig. $0.490 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yaitu variansi pada tiap kelompok adalah sama (homogen). Dengan demikian analisis hasil uji t harus menggunakan asumsi *equal variances assumed*. Dari hasil perhitungan uji *independent samples t-test* dapat dilihat bahwa nilai t pada *equal variances assumed* (t hitung) adalah sebesar -0,260 dengan $df = 32$, maka diperoleh nilai tabel sebesar 2,0369 untuk taraf signifikan 5%. Dengan t hitung

sebesar $-0,260 < 2,0369$ atau $0,260 < 2,0369$ dan dengan nilai probabilitas Sig. (2-tailed) $0,797 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak terdapat perbedaan antara rata-rata *return* saham hari Jumat dengan rata-rata *return* saham hari Senin.

Berdasarkan analisis statistic deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata *return* saham hari Jumat bernilai positif yaitu sebesar 0,002203. Rata-rata *return* saham hari Jumat sebesar 0,002203 lebih besar dibandingkan dengan hari Senin yaitu sebesar 0,001478. Hal ini menunjukkan *return* saham hari Jumat mengalami peningkatan rata-rata sebesar 0,49 persen. Walaupun demikian, rata-rata *return* saham tertinggi terjadi pada hari Kamis yaitu sebesar 0,003856. Bila dibandingkan dengan rata-rata *return* saham hari Kamis, rata-rata *return* saham hari Jumat besarnya lebih kecil. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan terjadi *Weekend effect* pada perdagangan saham di perusahaan Food and Beverage ditolak.

5.3 Pembahasan

Dari analisis data yang telah diuraikan di atas, maka pembahasan untuk memberikan penjelasan dan interpretasi atas hasil penelitian yang telah dianalisis guna menjawab pertanyaan penelitiannya adalah sebagai berikut:

5.3.1 Monday Effect

Berdasarkan hasil uji *independent sample t-test* dapat dilihat bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara *return* saham hari Senin dengan *return* saham hari Jumat. Rata-rata *return* saham hari Senin lebih kecil dari rata-rata

return saham hari Jumat. Hal ini menunjukkan penurunan harga saham pada Senin namun tidak bernilai negatif. *Return* negatif pada awal pekan mengakibatkan terjadi adanya *Monday Effect*, yaitu *return* pada awal pekan (hari Senin) cenderung negatif dibandingkan *return* pada hari perdagangan lainnya.

Penyebab *Weekend Effect* diduga adalah faktor *mood* investor setelah hari libur akhir pekan yang menimbulkan kurang bergairahnya pasar modal dan kurangnya keinginan investor dalam menanamkan modalnya. Hal tersebut dapat mengakibatkan kinerja bursa menjadi rendah. Rendahnya *return* saham juga dapat diakibatkan karena perusahaan emiten biasanya menunda pengumuman berita buruk sampai dengan hari Jumat dan dirsespon oleh pasar pada hari Senin. Penurunan harga saham ini berakibat pada nilai *return* negatif. Berdasarkan hasil penelitian yang tidak menemukan adanya *return* negatif pada hari Senin, menandakan faktor *mood* investor tidak selalu dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan untuk membeli dan menjual saham. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Havid Sularso, Eko Suyono dan Dwi Rahmawanto (2016) yang tidak menemukan *return* saham negatif pada hari Senin.

5.3.2 *Weekend Effect*

Berdasarkan hasil pengujian uji *independent sample t-test* dapat dilihat bahwa terdapatnya perbedaan antara *return* saham hari Jumat dengan *return* saham hari Senin. Rata-rata *return* saham hari Jumat bernilai positif lebih besar dibandingkan dengan hari Senin. Hal ini menunjukkan *return* saham hari Jumat mengalami peningkatan. Penyebabnya adalah Karena investor bergerak agresif dalam bertransaksi setelah memperoleh informasi dari hari-hari sebelumnya. Faktor lain

yaitu dikarenakan investor yang cenderung untuk melakukan aksi *profit taking* untuk menghadapi liburan, sehingga mengakibatkan harga saham naik. Peningkatan harga saham ini berakibat pada nilai *return* positif.

Walaupun demikian, rata-rata *return* saham harian yang tertinggi terjadi pada hari Kamis. Bila dibandingkan dengan rata-rata *return* saham hari Kamis, rata-rata *return* saham hari Jumat besarnya lebih kecil. Dengan demikian hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningdyah (2005) dan ambarwati (2009) yang menemukan bahwa *return* tertinggi terjadi pada hari Jumat (*Weekend Effect*). Akan tetapi, penelitian ini sejalan dengan penelitian Havid Sularso, Eko Suyono dan Dwi Rahmawanto (2016) yang tidak menemukan *return* tertinggi pada hari Jumat.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

1. Tidak terjadi *Monday Effect* pada perdagangan saham *Food and Beverage* Di Bursa Efek Indonesia yang mengakibatkan *return* saham negatif pada awal pekan untuk periode bulan Januari sampai dengan bulan Desember tahun 2018.
2. Tidak terjadi *weekend effect* (akhir pekan) yang mengakibatkan *return* saham positif tertinggi pada akhir pekan untuk periode bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2018. Akan tetapi berdasarkan analisis statistik deskriptif, rata-rata *return* saham pada hari Jumat bernilai positif namun bukan yang tertinggi dibandingkan dengan hari perdagangan lainnya. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan terjadinya Monday Effect dan Weekend Effect pada perdagangan saham Food and Beverage di Burs Efek Indonesia ditolak sehingga ada kemungkinan pasar modal ini adalah efisien sejalan dengan teori Efficient Market Hypothesis (Hipotesis Pasar Efisien).

6.2 Keterbatasan

Penelitian ini belum memberi argumentasi yang memadai tentang faktor-faktor penyebab terjadinya fenomena *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada perusahaan *Food and beverage* di Bursa Efek Indonesia, dan belum dapat dijelaskan apakah perilaku investor individual atau perilaku investor institusional yang memiliki peranan terbesar sebagai penyebab timbulnya fenomena tersebut. Selain itu penelitian ini belum memberi argumentasi tentang informasi apa saja yang memberi sentimen negatif dan positif terhadap pergerakan saham yang memunculkan fenomena *Monday Effect* dan *Weekend Effect* yang telah dibuktikan pada penelitian ini.

Adapun sampel yang dipilih di dalam penelitian ini yang hanya menggunakan sektor *Food and Beverage* di Bursa Efek Indonesia, belum mampu mencerminkan kondisi bursa di Indonesia secara komprehensif. Periode yang digunakan juga relative pendek yaitu hanya satu tahun, mulai bulan Januari sampai dengan bulan Desember 2018, sehingga tidak dapat diamati pengaruh variasi antar waktu. Oleh karena itu, untuk tujuan pembuktian konsistensi keberadaan *Monday Effect* yang secara komprehensif, maka penelitian-penelitian selanjutnya dapat menggunakan seluruh populasi emiten, serta menggunakan periode yang lebih panjang sangat disarankan untuk penelitian selanjutnya.

6.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan tidak terdapatnya peluang bagi investor untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan saham di hari-hari

tertentu karena tidak adanya Monday Effect dan Weekend Effect, namun penelitian ini hanyalah sebatas anomaly peristiwa harian saja. Masih memungkinkan investor untuk melihat peluang pada peristiwa-peristiwa besar lainnya untuk mendapatkan keuntungan namun tetap memperhatikan risiko yang mungkin terjadi.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Antariksa Budileksmana dan Septi Hambayanti. (2006). *Stabilitas Fenomena the Monday Effect* di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi dan Investasi* Vol. 7 No. 2, hal: 195-218.
- Ambarwati, Sri Dwi Ari. (2009). Pengujian *Week-Four, Monday, Friday*, dan *Earnings Management Effect* Terhadap Return Saham. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 13, No. 1 hal. 1-14.
- Damodaran, Aswath (1996). *Investment Valuation*. Univesity edition. John wikey ans sons,inc.
- Darmadji & Fakhrudin (2006). *Pasar Modal di Indonesia : Pendekatan Tanya Jawab*. Jakarta : Salemba Empat.
- Ghozali, Iman (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM. SPSS 19*. Edisi Kelima. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harjito Agus, (2005) *Keuangan Prilaku Menganalisis Keputusan Investasi*, Edisis Pertama. EKO NISIA, Yogyakarta.
- IDX Fact Book (2018). *Research and Development Division Indonesia Stock Exchange*.
- Jogiyanto. (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. (2007). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPFE.
- Jogiyanto. (2009). *Analisis dan Desain*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Jogiyanto. (2010). *Studi Peristiwa: Menguji Reaksi Pasar Modal akibat Suatu peristiwa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Lestari, Winda Rika. (2011). *Pengaruh Weekend Effect Terhadap Return Saham di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 9, No. 1
- Pratiwi, Anita Rahman. (2017). *Analisis Pengaruh Hari Perdagangan Terhadap Return Saham Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia*. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia.

- Purwati, Analia Ika. (2015). Studi Pengaruh Hari Perdagangan Terhadap *Return Saham* pada Bursa Efek Indonesia: Pengujian *Week Four Effect* dan *Rogalski Effect*. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Putri, Ananda Sartika. (2017). Pengaruh Hari Perdagangan Terhadap *Return Saham* (Pengujian *Day of the Week Effect*) pada Sektor Industri Barang dan Konsumsi di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Lampung.
- Rahmawati, Suci. (2016). Analisis *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada *Return Saham* Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suci Rahmawati dan Lina Nur Hidayati. (2016). Analisis *Monday Effect* dan *Weekend Effect* pada *Return Saham* Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal*. 551-561.
- Sularso, Havid. (2009). Analisis *Monday* dan *Weekend Effect* pada Saham Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal*. Universitas Jendral Soedirman.
- Sulistiyaningsih, Endah. (2016). Analisis Hari Perdagangan dan *Weekend Effect* Terhadap *Return Saham* Perusahaan *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Artikel Ilmiah*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Sumiyana. (2008). *Day of the Week* dan *Monday Effect*: Fenomena yang Terbuktikan Tidak Konsisten di Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Tahun 1, No. 1.
- Supranto. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Edisi VI. Jakarta: Erlangga.
- Tandelilin, Eduardus. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Risiko*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Tandelilin, Eduardus. (2010). *Portofolio dan Investasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Kanisius.