

ANALISIS UJI BEDA *JANUARY EFFECT* PADA PERUSAHAAN SEKTOR *CONSUMER NON-CYCLICAL* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021

Vivin Anggela¹, Hengky Veru Purbolakseto², Vehtasvili³
^{1,2,3}Universitas Bangka Belitung, Jl. Gang IV No. 1, Bangka Belitung, Indonesia
Email: vivinanggela12@gmail.com

Article History

Received: 22-04-2025

Revision: 27-04-2025

Accepted: 28-04-2025

Published: 14-06-2025

Abstract. The January Effect phenomenon is one of the seasonal market anomalies that shows a tendency for stock returns in January to be higher than in other months. This anomaly is contrary to market efficiency theory and is thought to occur due to portfolio rebalancing, tax-loss selling, and investor optimism at the beginning of the year. This study aims to analyze the existence of the January Effect with non-cyclical consumer companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2021. The approach used is quantitative with a comparative descriptive method. The sample was selected using purposive sampling technique, totaling 32 companies. The data used is secondary data in the form of daily closing stock prices during 2021. Hypothesis testing is done with a paired sample t-test. The results show that there is a significant difference in returns between January and months other than January, but January's return was not the highest. This shows that the January Effect does not occur in the non-cyclical consumer sector in 2021. This research can have implications for investors in developing investment strategies, helping companies in financial planning, and understanding seasonal patterns in affecting stock returns.

Keywords: *January Effect, Stock Returns, Consumer Non-Cyclical, Indonesia Stock Exchange.*

Abstrak. Fenomena *January Effect* merupakan salah satu anomali pasar musiman yang menunjukkan kecenderungan *return* saham di bulan Januari lebih tinggi dibandingkan bulan-bulan lainnya. Anomali ini bertentangan dengan teori efisiensi pasar dan diduga terjadi karena adanya penyeimbangan portofolio, *tax-loss selling*, dan optimisme investor di awal tahun. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adanya *January Effect* pada perusahaan-perusahaan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode deskriptif komparatif. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang berjumlah 32 perusahaan. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa harga saham penutupan harian selama tahun 2021. Pengujian hipotesis dilakukan dengan *paired sample t-test*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan *return* yang signifikan antara bulan Januari dengan bulan selain Januari namun *return* Januari bukan yang tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa *January Effect* tidak terjadi pada sektor *consumer non-cyclical* pada tahun 2021. Penelitian ini dapat berimplikasi bagi investor dalam menyusun strategi investasi, membantu perusahaan dalam perencanaan keuangan, dan memahami pola musiman dalam mempengaruhi *return* saham.

Kata Kunci: *January Effect, Return Saham, Consumer Non-Cyclical, Bursa Efek Indonesia.*

How to Cite: Anggela, V., Purbolakseto, H.V., Vehtasvili (2025). Analisis Uji Beda January Effect Pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclical Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 5 (2), 5053-5063. [10.54373/ifiheb.v5i2.3006](https://doi.org/10.54373/ifiheb.v5i2.3006)

PENDAHULUAN

Pasar modal dapat menjadi tolak ukur kemajuan suatu negara. Pasar modal berperan dalam menunjang pertumbuhan ekonomi dalam skala makro ataupun mikro terutama pada negara berkembang (Habibi, 2022). Pasar modal juga merupakan sarana yang memfasilitasi perusahaan untuk memperoleh dana dalam rangka melakukan kegiatan operasionalnya. Selain memiliki peran dan fungsi dari sisi ekonomi pasar modal juga mempunyai peran dan fungsi dalam sisi keuangan dengan menjadi salah satu wadah yang sering digunakan oleh masyarakat untuk melakukan kegiatan investasi. Berdasarkan data *Single Investor Identification* (SID) yang diperoleh dari laporan tahunan yang diterbitkan oleh PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (KSEI) pada periode 2019-2023. Menunjukkan adanya peningkatan pertumbuhan jumlah investor pasar modal dalam lima tahun terakhir. Tercatat hingga 2023 jumlah investor Indonesia mencapai jumlah 12.168.061 investor namun, pertumbuhan investor yang paling tinggi terjadi pada tahun 2021 dimana pada tahun tersebut pertumbuhan investor mencapai angka presentase sebesar 92,99 persen atau mencapai jumlah 7.489.337 investor. Lonjakan pertumbuhan investor pada tahun 2021 tidak terlepas dari berbagai faktor yang mendukung, seperti meningkatnya aksesibilitas teknologi keuangan melalui *platform digital* yang memudahkan masyarakat untuk berinvestasi.

Ketika berinvestasi sebagai seorang investor pasti mengharapkan adanya keuntungan (*return*). *Return* merupakan tingkat pengembalian yang diperoleh oleh investor ketika berinvestasi. Untuk mendapatkan *return* maka investor memerlukan informasi agar menghasilkan keputusan yang tepat. Investasi yang efektif adalah investasi yang dilakukan pada pasar efisien (Indrayani, 2019). Hipotesis Pasar efisien (*Efficient Market Hypothesis*) merupakan konsep teori yang dipopulerkan oleh Fama (1970), pasar efisien terjadi saat harga sekuritas telah mencerminkan semua informasi yang ada (*stock prices reflect all available information*), meliputi informasi di masa lalu, ataupun informasi di masa kini yang dapat berbentuk dalam pendapat yang mempengaruhi harga dari suatu instrumen investasi (Tandelilin, 2017).

Pada bentuk pasar yang sudah efisien investor dikatakan tidak dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar atau tidak terjadinya pengembalian (*return*) yang tidak sebanding dengan resiko atau *abnormal return* (Rizky, 2024), namun ada suatu kondisi dimana pasar tidak mampu menyerap informasi sehingga terjadi ketidaksesuaian harga (Diahlestari & Artini, 2019) reaksi pasar terhadap kondisi ini dapat diukur dengan menggunakan *return* (Hase & Haryono, 2018). Ketidaksesuaian harga yang terjadi disebabkan oleh adanya asimetri informasi yang menyebabkan tidak semua orang menerima informasi yang sama yang disajikan dalam pasar modal. Adanya asimetri informasi yang terjadi menyebabkan suatu penyimpangan yang terjadi dalam pasar efisien (Yunita & Rahyuda, 2019). Penyimpangan ini sering dikenal dengan anomali. Dalam penelitian ini meneliti anomali musiman, anomali musiman menyebabkan adanya *return* seasonal pada pasar. Anomali musiman yang menjadi fokus penelitian adalah *January Effect*. *January effect* menjadi salah satu anomali yang sering terjadi di Indonesia (Sodiq, 2022). *January effect* merupakan fenomena yang menyebabkan kenaikan harga yang lebih tinggi daripada harga- harga saham di bulan lainnya. Yang dapat diidentifikasi dengan melihat perbedaan *return* saham yang dihasilkan, *return* di bulan Januari akan lebih tinggi dibandingkan dengan bulan lainnya (Widayanti, 2018).

Fokus penelitian yang dipilih adalah Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical*. Sektor ini dipilih karena menjadi sektor yang diminati oleh investor dibuktikan dengan tingginya kapitalisasi pasar sektor ini dengan kapitalisasi pasar sebesar 1,037,170,325,389,980 pada tahun 2021 yang menjadikan sektor *consumer non-cyclical* menjadi salah satu sektor dengan kapitalisasi pasar tertinggi. Tingginya kapitalisasi pasar dapat menjadi indikator bahwa harga saham Perusahaan sedang tinggi dan memiliki peluang untuk memiliki *return* saham yang tinggi (Setiawan & Eufresia, 2024). Menurut Dwicahyani *et al.* (2022) sektor *consumer non-*

cyclical terdiri dari perusahaan yang memproduksi serta mendistribusikan barang dan jasa bersifat anti-siklis atau kebutuhan primer, di mana permintaannya cenderung stabil dan tidak terpengaruh oleh fluktuasi ekonomi.

METODE

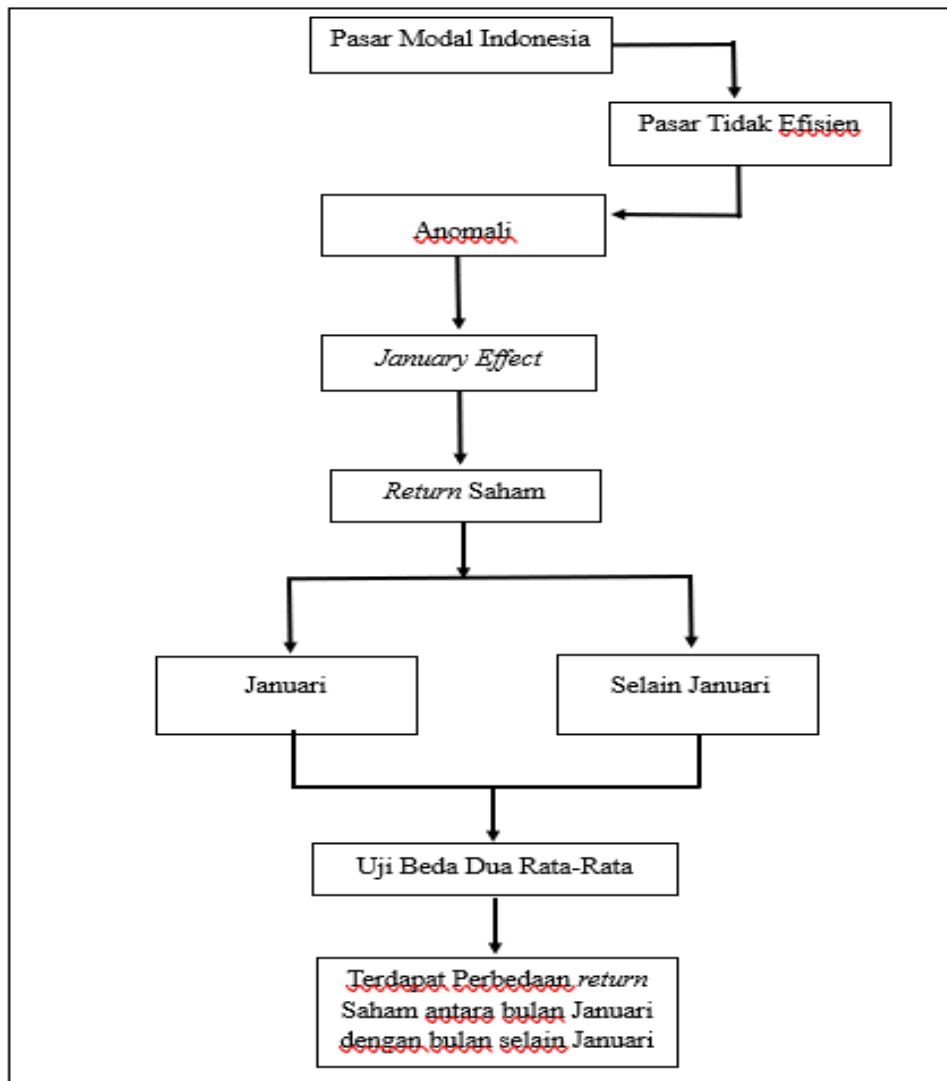
Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan komparatif yang dilakukan pada Perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa data penutupan harga saham. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* sehingga mendapatkan sampel sebanyak 32 perusahaan dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021	98
2	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang tidak terdaftar dalam papan utama (<i>main lead</i>) dari awal Tahun 2021	(41)
3	Perusahaan <i>consumer non-cyclical</i> yang tidak terdaftar dari sebelum Januari Tahun 2021	(3)
4	Perusahaan yang melakukan aksi korporasi <i>stocksplitt</i> selama Tahun 2021	(2)
5	Perusahaan yang tidak aktif dalam perdagangan di pasar pada tahun 2021	(12)
6	Perusahaan yang tidak membagikan dividen sepanjang tahun 2021	(8)
Jumlah Pengambilan Sampel		32
Total Seluruh Sampel 52 x 1 Tahun (Tahun 2021)		32

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

Alat analisis statistik yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Science*) Versi 25. Pada penelitian ini nantinya akan dilakukan perbandingan *return* bulan Januari dengan bulan selain Januari dengan menggunakan uji beda mean dua rata-rata yaitu *paired sample t-test*. Menurut Fitri, *et. al* (2023) syarat atau asumsi utama yang harus dipenuhi dalam uji beda t adalah data harus berdistribusi normal. Setelah dilakukan pengujian normalitas terhadap sebelas bulan selain Januari didapatkan hasil bahwa bulan yang memenuhi asumsi normalitas mencakup bulan Maret, September, dan Oktober sehingga akan dilakukan perbandingan *Return* bulan Januari dengan ketiga bulan tersebut. Pengukuran *return* saham yang digunakan adalah dengan menggunakan metode *geometric mean return*. Metode ini lebih tepat digunakan untuk mengukur *return* bulanan yang berasal dari rata-rata *return* harian (Hartono, 2017).



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan adalah:

H1 = Terdapat perbedaan *return* saham bulan Januari dengan bulan selain Januari pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021.

HASIL

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk memberikan gambaran tentang fenomena yang telah direpresentasikan oleh angka (Rasyid, 2022). Analisis ini akan memberikan gambaran karakteristik suatu sampel. Dalam penelitian ini statistik deskriptif berguna untuk mengetahui dan melihat adanya perbedaan rata-rata *return* saham dari Perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021

Tabel 3. Hasil Uji Statistik Deskriptif

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Return Januari	32	-.014150	.009104	-.00320200	.004423098
Return Maret	32	-.009075	.010224	-.00026844	.003902377
Return September	32	-.009075	.007795	.00080069	.003477279
Return Oktober	32	-.009178	.012334	.00181822	.004628240
Valid N (listwise)	32				

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian terbagi menjadi dua kelompok yaitu data return bulan Januari dan return selain Januari. Return Selain Januari terdiri dari return masing-masing bulan Maret, September, dan Oktober. Jumlah sampel (N) sebanyak 32 merupakan data keseluruhan return saham 32 (tiga puluh dua) perusahaan pada masing-masing bulan yaitu Januari dengan Selain Januari. Dalam tabel tersebut dapat diketahui bahwa uji statistik deskriptif menunjukkan hasil pada tahun 2021 return saham selama periode Januari mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.00320200 dengan nilai maksimum sebesar 0.009104 dan nilai minimum sebesar -0.014150. Sedangkan pada bulan selain Januari, pada bulan Maret memiliki rata-rata sebesar 0.009075 dengan nilai maksimum sebesar 0.010224 dan nilai minimum sebesar -0.009075. Pada bulan September mempunyai nilai rata-rata sebesar 0.00080069 dengan nilai maksimum sebesar 0.007795 dan nilai minimum sebesar -0.009075. Pada bulan Oktober diketahui rata-rata return yaitu sebesar 0.00181822 dengan nilai maksimum sebesar 0.012334 dan nilai minimum sebesar -0.009178. Dapat disimpulkan rata-rata *return* tertinggi selama periode penelitian terjadi pada bulan selain Januari yaitu bulan September sebesar 0.02587891.

Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

<i>Test Of Normality</i>						
	<i>Kolmogorov- Smirnov^a</i>			<i>Shapiro Wilk</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>
Return Januari	.112	32	.200	.972	32	.543
Return Maret	.121	32	.200	.975	32	.640
Return September	.101	32	.200	.972	32	.562
Return Oktober	.156	32	.046	.940	32	.076
<i>Liliefors Significance Correction</i>						

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa hasil uji normalitas pada nilai *sig* dari *return* saham selama bulan Januari dan selain Januari pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* Tahun 2021 masing-masing bulan. Dari tabel tersebut diketahui bahwa uji normalitas yang telah diolah oleh peneliti menunjukkan bahwa pada tahun 2021 *return* saham bulan Januari dan selain Januari yaitu Maret, September, dan Oktober memperoleh nilai signifikansi sebesar 0.543, 0.640, 0.562, dan 0.076. Jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0.05 maka hasil uji normalitas bulan Januari dan masing-masing bulan selain Januari lebih besar sehingga diketahui bahwa distribusi data *return* saham pada bulan Januari dan masing-masing bulan selain Januari berdistribusi normal dan memenuhi persyaratan untuk melanjutkan ke uji *paired sample t-test*.

Pengujian Hipotesis

Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan parametrik *paired sample t-test* karena didapatkan bukti bahwa sampel data yang digunakan terdapat yang berdistribusi normal. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan signifikan *return* saham bulan Januari dengan bulan selain Januari pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* Tahun 2021. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan *paired sample t-test*:

Tabel 5. Hasil Uji Paired Sample T-Test

<i>Paired Sample t-test</i>				
		<i>Mean</i>	<i>t</i>	<i>Sig. (2-tailed)</i>
Pair 1	<i>Return</i> Januari – <i>Return</i> Maret	-.002933562	-2.863	.007
Pair 2	<i>Return</i> Januari – <i>Return</i> September	-.004002687	-4.232	.000
Pair 3	<i>Return</i> Januari – <i>Return</i> Oktober	-.005020219	-4.200	.000

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025.

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui hasil uji *paired sample t-test* terhadap *return* saham perusahaan *consumer non-cyclical* Tahun 2021 selama bulan Januari dengan masing-masing bulan selain Januari. Hasil tersebut menunjukkan bahwa:

1. Pasangan 1 antara *return* Januari dengan *return* bulan Maret menunjukkan nilai *t* hitung sebesar -2.863 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0.007. Nilai signifikansi tersebut jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu 0.05 maka nilai yang dihasilkan $0.007 < 0.05$ dan mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.002933562 sehingga diputuskan bahwa terdapat perbedaan antara *return* bulan Januari dengan bulan Maret namun rata-rata yang didapatkan *return* bulan Januari dianggap lebih rendah daripada bulan Maret.

2. Pasangan 2 antara *return* Januari dengan bulan September menunjukkan *nilai t* hitung sebesar -4.232 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0.021. Nilai signifikansi tersebut jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu 0.05 maka nilai yang dihasilkan $0.021 < 0.05$ dan mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.004002687 sehingga diputuskan terdapat perbedaan antara *return* bulan Januari dengan bulan September namun rata-rata yang didapatkan *return* bulan Januari dianggap lebih rendah daripada bulan September.
3. Pasangan 3 antara *return* Januari dengan *return* bulan Oktober menunjukkan *nilai t* hitung sebesar -4.200 dengan nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu 0.000. Nilai signifikansi tersebut jika dibandingkan dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu 0.05 maka nilai yang dihasilkan $0.000 < 0.05$ dan mempunyai nilai rata-rata sebesar -0.005020219 sehingga diputuskan terdapat perbedaan antara *return* bulan Januari dengan bulan Oktober namun rata-rata yang didapatkan *return* bulan Januari dianggap lebih rendah daripada bulan Oktober.

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan menggunakan *paired sample t-test* dapat diputuskan bahwa untuk pengujian hipotesis dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini ditentukan dengan mempertimbangkan nilai signifikansi yang diperoleh dari pengujian *return* saham bulan Januari yang dibandingkan dengan *return* masing-masing bulan selain Januari yaitu Maret, September, dan Oktober yang menunjukkan hasil pada masing-masing bulan yang dibandingkan memiliki tingkat signifikansi lebih kecil daripada kriteria signifikansi yang telah ditetapkan.

DISKUSI

Terdapat Perbedaan Signifikasn *Return* Saham Bulan Januari dengan Bulan Selain Januari pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclical* Tahun 2021

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan pada *return* saham perusahaan *consumer non-cyclical* tahun 2021 didapatkan hasil uji normalitas menunjukkan penelitian ini memiliki data berdistribusi normal karena dari dua kelompok yang diuji yaitu *return* bulan Januari dengan bulan selain Januari diketahui nilai *sig* yang diperoleh lebih besar daripada tingkat signifikansi yang ditetapkan sehingga untuk menguji hipotesis digunakan uji parametrik yaitu dengan menggunakan uji *paired sample t-test*. Pada pengujian hipotesis yang dilakukan dengan membandingkan *return* bulan Januari dengan bulan selain Januari yaitu Maret, September, dan Oktober didapatkan hasil berturut-turut nilai signifikansi perbandingan untuk *return* Januari dan *return* Maret, *return* Januari dan *return* September, serta *return* januari dan *return* Oktober yaitu sebesar 0.007, 0.000, dan 0.000. Hasil ini lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0.05. Dengan demikian disimpulkan bahwa terdapat

perbedaan return saham bulan Januari dengan bulan selain Januari pada perusahaan *consumer non-cyclical* Tahun 2021 namun rata-rata *return* bulan Januari tidak lebih tinggi dibandingkan dengan bulan selain Januari, sebaliknya rata-rata *return* bulan Januari lebih rendah daripada bulan selain Januari yaitu bulan Maret, September, dan Oktober. Disimpulkan dari hasil pengujian hipotesis bahwa tidak terjadi *January Effect* pada perusahaan *consumer non-cyclical* pada Tahun 2021 karena *return* bulan Januari bukan merupakan *return* tertinggi.

Absennya *January Effect* terjadi dikarenakan pada awal tahun tidak adanya kenaikan signifikan harga saham sehingga *return* yang dihasilkan tetap stabil atau bahkan negatif pada beberapa saham. Hal ini bertentangan dengan hipotesis *January Effect*, yang menyatakan bahwa harga saham cenderung meningkat di awal tahun karena adanya reaksi beli investor. Selain itu, Awal tahun 2021 masih berada dalam masa pemulihan ekonomi setelah pandemi COVID-19, dimana tingkat ketidakpastian masih tinggi. Pemerintah menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada Januari 2021, yang membatasi aktivitas ekonomi dan menurunkan konsumsi rumah tangga. Dikutip dari CNN Indonesia (2021) menyatakan bahwa konsumsi rumah tangga pada kuartal pertama -2,23 persen penurunan ini terjadi karena adanya kontraksi dengan rincian konsumsi makanan dan minuman -2,31 persen, pakaian, alas kaki dan jasa perawatan -2,71 persen dan transportasi & komunikasi -4,24 persen adanya penurunan ini membuktikan daya beli masyarakat masih melemah. Sektor *consumer non-cyclical* sangat bergantung pada konsumsi masyarakat, sehingga kebijakan ini berdampak negatif terhadap pergerakan harga saham dan minat investor terhadap sektor *consumer non-cyclical*.

Dalam konteks teori sinyal (*signaling theory*), tidak terjadinya *January Effect* menunjukkan bahwa investor tidak menerima sinyal yang cukup kuat untuk melakukan aksi beli di awal tahun 2021, dikarenakan adanya ketidakpastian ekonomi akibat pandemi COVID-19 dan kebijakan PPKM. Yang menyebabkan mereka lebih berhati-hati dan tidak bereaksi seperti yang diharapkan oleh *January Effect*. Hal ini berdampak terhadap perilaku investor yang lebih cenderung *wait and see* terhadap kondisi pasar. Oleh karena itu, sinyal yang biasanya mendorong investor untuk membeli saham di Januari tidak muncul secara kuat di pasar saham Indonesia pada tahun 2021 dan tidak memicu terjadinya *January Effect*.

Tidak terjadinya *January Effect* juga dapat terjadi karena tidak relevannya fenomena *tax-loss selling* yang dianggap sebagai penyebab terjadinya *January Effect*, dimana pembayaran pajak tidak dilakukan pada akhir tahun melainkan pada bulan Maret sehingga dapat menyebabkan tidak terjadinya Fenomena *January Effect*. Selain itu, menurut Prabowo *et al.* (2019) terdapat perbedaan budaya antara Indonesia dan negara-negara maju. Di negara maju,

akhir tahun, khususnya bulan Desember, diwarnai dengan perayaan besar seperti Natal dan Tahun Baru, yang menyebabkan peningkatan kebutuhan dana. Akibatnya, investor di negara maju cenderung menahan investasinya atau bahkan menjual saham mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sebaliknya, di Indonesia, mayoritas penduduk beragama Muslim, dan perayaan terbesar yang mempengaruhi pola konsumsi serta investasi adalah Hari Raya Idul Fitri. Hal ini menyebabkan perilaku investor di Indonesia berbeda dari negara maju. Di negara maju, investor biasanya menahan investasi mereka hingga akhir tahun untuk memenuhi kebutuhan perayaan, lalu kembali melakukan pembelian saham dan menyusun strategi investasi baru di awal tahun, yang dapat mendorong kenaikan *return* saham.

Hasil penelitian mendukung penelitian yang dilakukan oleh Evianti *et al.* (2024) , Afriyanto *et al.* (2021) dan Munica dan Yunita (2020) yang menyatakan tidak terjadinya Fenomena *January Effect*. Dan bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suprayetno *et.al.* (2023), Luthfia *et al.* (2021) dan Rahmawati & Pandansari (2020) yang menyatakan terjadinya *January Effect*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan *return* saham bulan Januari dengan bulan selain Januari pada perusahaan *Consumer Non-Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021 namun tidak terjadi fenomena *January Effect* karena *return* bulan Januari lebih rendah daripada bulan selain Januari.

REKOMENDASI

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat melakukan analisis terjadinya *January Effect*, dengan memperpanjang periode pengamatan dan dapat menyempurnakan penelitian yang telah dilakukan agar dapat menghimpun data lebih banyak untuk meneliti lebih lanjut mengenai fenomena *January Effect* pada *return* saham perusahaan. Melakukan penelitian dengan metode kualitatif untuk melihat adanya faktor psikologis yang dapat mempengaruhi terjadinya *January Effect*.

REFERENSI

- Afriyando, Aziz, A., & Cahyani Pangestuti, D. (2021). Analisis Anomali January Effect Pada Indeks Saham Idx30 Di Bursa Efek Indonesia. *PROSIDING BIEMA: Business Management Economic, and Accounting National Seminar*, 2, 1092–1104. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/biema/article/view/1931>.
- CNN Indonesia. Konsumsi Rumah Tangga Minus 2,23 Persen Kuartal 1 2021 . Diakses pada 28 Februari 2025, dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi>.
- Diahlestari, I. G. A. D., & Artini, L. G. S. (2019). Pengujian Anomali Size Effect Di Pasar Modal Indonesia. *E- Jurnal Manajemen*, 8(4), 2325–2351. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i4.p16>
- Dwicahyani, D., Rate, P. Van, & Jan, A. B. H. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Perusahaan Consumer Non-Cyclicals. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 275-286.
- Evianti, E., Ratnaningrum, N., & Afriany, A. N. (2024). Analysis of the January effect phenomenon in companies included in the LQ45 Stock Index on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2021 period. *InCAF Proceeding Of International Conference On Accounting And Finance*, 2, 51–62.
- Fama, E. F. (1970). Efficient Capital Markets : A Review Of Theory And Empirical Work. *The Journal Of Finance*, 25(2), 383-417.
- Finance.yahoo.com. Jakarta Composite Index (JKSE). Diakses pada 10 November 2024, dari <https://finance.yahoo.com/quote/%5EJKSE/>
- Fitri, A., Rahim, R., Nurhayati, Pagiling, A. S. L., Simajuntak, D. N., Hutagaol, K., & Anugrah, N. E. (2023). *Dasar-dasar Statistika untuk Penelitian* (R. Watrianthos, Ed.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Habibi, M. R. (2022). *Hukum Pasar Modal Indonesia* (1st ed.). Inara Publisher.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (11 th ed.). BPFE-Yogyakarta.
- Hase, G. J., & Haryono, N. A. (2018). Pengujian Efisiensi Pasar Pada Pasar Modal Indonesia Periode Juni 2009 – Juni 2015 (studi pada indeks harga saham gabungan). *Jurnal Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*, 6(4), 550-558.
- Hestiningih, W., Khanifah, & Hardiningsih, P. (2021). Apakah January Effect Terjadi Di Tahun 2019? *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, 4(1), 29-43.
- Indrayani. (2019). Analisis Fenomena January Effect Pada Saham Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 39–50.

- Ksei.com. (2023). Statistik Publik. Diakses pada 12 November 2024, dari https://www.ksei.co.id/files/Statistik_Publik_Desember_2023_v3.pdf.
- Lutfia, R., Wahyudi, & Pinem, D. (2021). Analisis Fenomena January Effect Pada Indeks Saham Kompas100 Di Bursa Efek Indonesia. *KORELASI: Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1104–1117.
- Munica, F. T., & Yunita, I. (2020). Analisis January effect terhadap indeks harga saham gabungan di bursa efek Indonesia periode 2015-2019. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 76-85.
- Pratamawati, S., Karmawan, & Sumiyati. (2024). Fenomena Santa Claus Rally Di Bursa Efek Indonesia Dan Bursa Efek Global Tahun 2020-2023. *Jurnal Ekonomi SInergi*, 8(5), 1–13.
- Rahmawati, I. N. I., & Setiyawan, S. (2022). Analisis Anomali Pasar “January Effect dan The Day of The Week Effect” pada Return Saham Perusahaan IDX30 yang Terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) Periode Januari 2020 – Februari 2021. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 146–152. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v1i2.545>.
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Teori, Metode, dan Praktek*. IAIN Kediri Press.
- Rizky, M. D. (2024). Analisis Anomali Pasar January Effect Pada Saham Perusahaan Property Dan Real Estate Di Indonesia. Universitas Malikussale.
- Setiawan, S., & Eufresia. (2024). Pengaruh Debt to Equity Ratio, Earnings Per Share, dan Return On Equity terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Consumer Non-cyclical dan Consumer Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2022. Universitas Multimedia Nusantara.
- Sodiq, M. N. (2022). Analisis Pasar Anomali January Effect, The Day Of The Week Effect, Rogalski Effect, Dan Size Effect, Terhadap Return Portofolio Saham Syariah Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2017-2020. Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
- Suprayetno, D., Kusmayadi, I., Nururly, S., & Singandaru, A. B. (2023). Monday Effect, Week-four Effect dan January Effect pada Pasar Modal Indonesia. *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora*, 9(4), 474–485. <https://doi.org/10.29303/jseh.v9i4.440>.
- Tandelilin, E. (2017). *Pasar Modal Manajemen Portofolio & Investasi*. PT Kanisius.
- Yunita, N. K. E., & Rahyuda, H. (2019). Pengujian anomali pasar (january effect) di bursa efek indonesia. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(9), 5571-5590. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i09.p11>.