

PENGARUH *JANUARY EFFECT* DAN *SIZE EFFECT* TERHADAP *RETURN* SAHAM DI *JAKARTA ISLAMIC INDEX (JII)* TAHUN 2010-2013

Oleh :
Wiwit Rahayuningsih
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang
wits_3113@yahoo.com

ABSTRAK

Risiko investasi finansial yang dihadapi lebih besar dari investasi riil karena investasi finansial dilakukan di pasar modal, antara lain pembelian saham, obligasi, reksadana, ataupun secara portofolio. Risiko yang pada kegiatan investasi finansial tersebut membuat masyarakat Indonesia yang mayoritas adalah muslim mulai berganti dari sistem konvensional ke bentuk pasar modal syariah. Kegiatan investasi di pasar modal syariah tersebut dipengaruhi oleh reaksi pasar akibat dari datangnya informasi. Pasar yang efisien adalah yang mana harga dari efek diperdagangkan mencerminkan semua informasi relevan yang tersedia secara cepat dan secara utuh. Namun dalam pasar yang efisien terdapat anomali yang bertentangan dengan teori tersebut yaitu adanya *January effect* dan *size effect*. Dari latar belakang itulah sehingga penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh *January Effect* dan *Size Effect* Terhadap *Return* Saham di *Jakarta Islamic Index (JII)* Tahun 2010-2013”.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah saham perusahaan-persahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index (JII)*. Sedangkan sampelnya adalah saham perusahaan yang terdaftar pada *JII* periode penelitian selama 4 tahun yaitu dari bulan Januari 2010 sampai Desember 2013. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis komparatif dengan variabel *one sample test* untuk uji *January effect* dan uji regresi linier sederhana untuk uji *size effect*.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *January effect* tidak berpengaruh terhadap *return* saham selama periode penelitian yaitu tahun 2010-2013 di *Jakarta Islamic Index*. Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji *one sample test* diperoleh nilai *return* saham tertinggi terjadi pada bulan April sebesar 2.0218 sedangkan pada bulan Januari memperoleh nilai *return* saham 0.407 sebagai perolehan *return* tertinggi kedua. Sedangkan antara *size* atau ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham dimana nilai signifikansi yang dihasilkan memperoleh nilai 0.596 dan lebih besar dari 0.05.

Key words : *January Effect, Size Effect, Stock Return*

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Saat ini masyarakat kita sudah banyak yang melakukan investasi, baik investasi dalam bentuk riil maupun dalam bentuk finansial. Investasi dalam bentuk riil telah banyak dilakukan oleh berbagai kalangan karena investasi ini dapat terlihat dengan nyata hasilnya. Tetapi untuk investasi dalam bentuk finansial dilakukan oleh kalangan-kalangan tertentu yang mahir dan mengetahui *trend* perkembangan dunia investasi di pasar modal secara mendalam. Karena investasi adalah komitmen atas sejumlah dana atau sumber daya lainnya

yang dilakukan pada saat ini dengan tujuan memperoleh keuntungan di masa yang akan datang (Tandelilin, 2001).

Kegiatan investasi di pasar modal syariah tersebut dipengaruhi oleh reaksi pasar akibat dari datangnya informasi. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk menemukan keadaan yang sebenarnya dari suatu pasar, apakah pasar tersebut termasuk kedalam pasar yang efisien ataupun tidak (Sari dan Sisdyani, 2014). Menelaah konsep pasar efisien berhubungan pada sejauh mana dan seberapa cepat informasi tersebut dapat mempengaruhi pasar yang tercermin dalam perubahan harga sekuritas (Bachtiar, 2009).

Menurut Rio (2009) saat di pasar modal suatu saham bereaksi atas hal yang tidak termasuk dalam konsep yang ada dalam pasar efisien, hal itulah yang disebut sebagai anomali atau gangguan. Menurut As'adah (2009) salah satu anomali yang bertentangan dengan teori pasar efisien adalah *January Effect*. *January Effect* adalah suatu kondisi yang terjadi di pasar modal dimana pada bulan Januari cenderung rata-rata pengembalian *return* bulanannya lebih tinggi dibandingkan dengan bulan-bulan lainnya. Sedangkan menurut Asnawi dan Wijaya (2006) menyatakan bahwa *January Effect* merupakan efek psikologis yang mana pada kondisi akhir Desember sebagai liburan (lesu) dan memasuki bulan Januari sebagai semangat bagi para investor.

Selain *January Effect*, menurut Ang dalam Pratomo (2007) Saham-saham yang diperdagangkan di Bursa Efek Jakarta dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, kapitalisasi pasar, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi. Semakin besar total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Berdasarkan latar belakang di atas dan pertimbangan penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh *January Effect* dan *Size Effect* Terhadap *Return Saham* di *Jakarta Islamic Index (JII)* Tahun 2010-2013”**.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan tersebut di atas, maka rumusan masalah yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Apakah *January effect* mempengaruhi *return* saham di JII tahun 2010-2013?
2. Apakah *size effect* mempengaruhi *return* saham di JII tahun 2010-2013?

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *January effect* terhadap *return* saham di JII tahun 2010-2013.
2. Untuk mengetahui pengaruh *size effect* terhadap *return* saham di JII tahun 2010-2013.

TINJAUAN PUSTAKA

4. Jakarta Islamic Index (JII)

Di Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat beberapa jenis index, Namun diantara index tersebut yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah hanya *Jakarta Islamic Index (JII)*. JII dibentuk dari hasil kerjasama antara PT. BEI dengan PT. Danareksa Investment Management (PT. DIM) yang beroperasi sejak tanggal 3 Juli 2000. Yang setiap periodenya, saham yang masuk Jakarta Islamic Index (JII) berjumlah 30 saham yang memenuhi kriteria syariah menggunakan tahun 1 Januari 1995 sebagai *base date* (dengan nilai 100). Niat peluncuran *Jakarta Islamic Index (JII)* adalah untuk meningkatkan kepercayaan investor agar melakukan investasi pada saham berbasis syariah, memberikan manfaat keuntungan bagi pemodal yang berinvestasi di bursa efek dan menjadi tolak ukur kinerja (*benchmark*) dalam memilih portofolio saham yang halal, dan juga sebagai sarana mendongkrak nilai kapitalisasi saham di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Ini didasarkan pada potensi dana umat Islam di Indonesia yang luar biasa besarnya (Mahfud dan Rukmana, 2010).

5. Konsep Pasar Modal Efisien

Ekspresi yang lain menyebutkan bahwa dalam pasar yang efisien harga-harga asset atau sekuritas secara cepat dan utuh mencerminkan informasi yang tersedia tentang aset atau sekuritas tersebut. (Gumanti dan Utami, 2002).

Konsep efisiensi pasar modal ini sesuai dengan definisi yang dikemukakan oleh Fama dan French (1995) dimana ia menyatakan bahwa bila suatu pasar terdapat investor yang cerdas dan cepat dalam memperoleh informasi maka harga suatu saham merefleksikan secara penuh semua informasi yang ada saat itu. Bila suatu pasar efisien maka tidak ada seorang investor pun yang dapat memperoleh *abnormal return*. Fama membagi efisien pasar modal ke dalam hipotesis pasar efisien berbentuk lemah, hipotesis pasar efisien berbentuk setengah kuat, dan hipotesis pasar efisien berbentuk kuat.

a. Efisiensi Pasar Bentuk Lemah

Pasar dikatakan efisiensi bentuk lemah jika harga-harga dari sekuritas tercermin secara penuh informasi masa lalu atau informasi yang sudah terjadi. Apabila suatu pasar dikatakan dalam bentuk efisien secara lemah, maka nilai-nilai masa lalu dari sekuritasnya

tidak dapat digunakan untuk memprediksi harga saat ini.

b. Efisiensi Bentuk Setengah Kuat

Efisiensi pasar bentuk setengah kuat (*semistrong efficiency*), jika harga-harga sekuritas secara penuh mencerminkan informasi yang dipublikasikan. Informasi yang dipublikasikan ini misalnya pengumuman pembagian laba, pembagian deviden, pengumuman merger dan akuisisi, pengumuman perubahan metode akuntansi, peraturan pemerintah tentang ketenagakerjaan, regulator pemerintah tentang kebijakan perbankan, dan sebagainya.

c. Efisiensi Bentuk Kuat

Efisiensi dalam bentuk kuat menunjukkan suatu keadaan dimana harga-harga saham tidak hanya mencerminkan semua informasi yang dipublikasikan tetapi juga mencerminkan informasi yang bisa diperoleh dari analisa fundamental mengenai perusahaan dan perekonomian. Jika pasar dalam kondisi efisien, tingkat harga akan selalu wajar dan tidak ada kelompok investor yang mampu mendapatkan return abnormal dengan menggunakan informasi publik yang tersedia.

6. Anomali Pasar

Dari beberapa penelitian ternyata menunjukkan adanya suatu ketidakteraturan yang terdeteksi dalam pasar modal yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dari hipotesis efisiensi pasar modal. Ketidakteraturan ini berlangsung terus menerus dan memiliki dampak yang cukup luas sehingga disebut sebagai suatu anomali pasar (*market anomalies*).

Dari anomali yang ada, anomali musiman merupakan anomali yang biasa terjadi. Dengan adanya pola musiman harga masa lalu, investor dapat memperoleh *abnormal return*. Salah satu kategori anomali musiman adalah anomali *January Effect*. Dalam teori anomali musiman (*seasonal anomaly*) dibedakan menjadi empat, yaitu *January Effect*, *Week End Effect*, *Time of Day Effect*, dan *Holidays Effect* (Wibowo dan Wahyudi, 2005).

7. January Effect

January Effect adalah kecenderungan naiknya harga saham antara tanggal 31 Desember sampai dengan akhir minggu pertama pada bulan Januari. Menurut Andreas dan Daswan (2011) *January Effect* merupakan salah satu bentuk kalender dalam tahun atau biasa disebut *month of the year effect* dimana return saham cenderung naik diminggu-minggu awal bulan Januari. Menurut Asnawi dan Wijaya (2006) menyatakan bahwa *January Effect* merupakan efek psikologis yang mana pada kondisi akhir Desember sebagai liburan (lesu) dan memasuki bulan Januari sebagai semangat bagi para investor.

8. Size Effect

Menurut Sugiarto (2011) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu

perusahaan. Ukuran perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya modal yang digunakan, total aktiva yang dimiliki, atau total penjualan yang diperoleh. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul akibat berbagai situasi yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan operasinya (Adiwiratama, 2012).

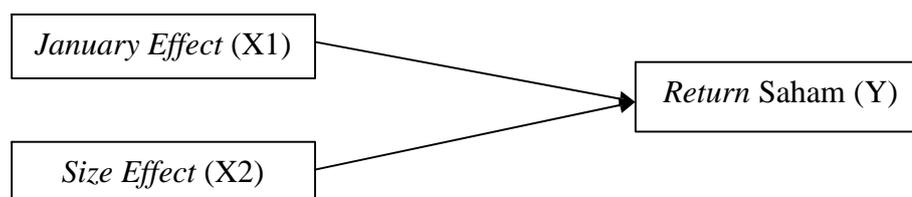
Size (ukuran) suatu perusahaan dapat di-proxy-kan dengan nilai kapitalisasi sahamnya di pasar modal. Saham-saham dengan nilai kapitalisasi kecil dan besar mempunyai perbedaan sensitivitas terhadap faktor risiko yang merupakan faktor penting untuk memberikan pricing asset (Jogiyanto, 2007). Perusahaan kecil ini marginal dalam kemampuan, sehingga harga sahamnya cenderung lebih sensitif untuk berubah dalam bidang ekonomi dan perusahaan ini mempunyai kecenderungan yang kecil untuk berkembang dalam kondisi ekonomi yang sulit. Selain itu dikemukakan pula bahwa perusahaan-perusahaan kecil lebih terbuka terhadap penciptaan risiko dan perubahan-perubahan dalam premi risiko. Ukuran perusahaan dilihat dari keseluruhan total aktiva yang dimiliki perusahaan yang diukur dengan *logaritma natural*. Saham-saham yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia dapat dibagi atas tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

9. Return

Menurut (Jones, 2000: 144) *return is yield and capital gain (loss)*. *Yield*, yaitu *cash flow* yang dibayarkan secara periodik kepada pemegang saham (dalam bentuk dividen). *Capital gain (loss)*, yaitu selisih antara harga saham pada saat pembelian dengan harga saham pada saat penjualan.

Return saham adalah upah atau timbal balik yang didapatkan oleh para investor atas keputusannya menanamkan modal pada perusahaan tertentu (Jogiyanto, 2008: 449). *Return* merupakan salah satu cerminan saham. Ketika *return* tinggi maka kemungkinannya saham ada dalam kondisi yang baik, dan sebaliknya.

10. Kerangka Berfikir



METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif

mengenai harga saham bulanan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah saham perusahaan-persahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII). Sedangkan sampelnya adalah saham perusahaan yang terdaftar pada JII (Jakarta Islamic Index) periode penelitian selama 4 tahun yaitu dari bulan Januari 2010 sampai Desember 2013. Sehingga dari sejumlah saham yang ada pada *Jakarta Islamic Index* (JII) periode 2010-2013 didapat 15 perusahaan yang memenuhi kriteria untuk dilakukan penelitian.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi yaitu melalui pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari *Bursa Jakarta Islamic Index*. Data berupa harga saham periode 2010- 2013. Data juga diperoleh dari website <http://www.idx.co.id>, <http://www.sahamok.com>, <http://www.yahoofinance.com> dan data pendukung lainnya yang diperoleh dari *Bursa Pojok UIN MALIKI Malang* ditambah dengan artikel-artikel pada internet, buletin, jurnal, dan penelitian lain yang terkait dan relevan dengan penelitian ini. Untuk menjawab permasalahan dan pengujian hipotesa yang ada pada penelitian ini perlu dilakukan analisis statistik terhadap data yang telah diperoleh. Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan analisis komparatif (pembanding) melalui uji One Sample Test untuk pengujian *January effect* dan uji regresi linier sederhana untuk pengujian *size effect*.

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.22888112
Most Extreme Differences	Absolute	.354
	Positive	.276
	Negative	-.354
Kolmogorov-Smirnov Z		2.739
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073

a. Test distribution is Normal.

Dari hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0.073 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

2. Pengaruh *January Effect* Terhadap *Return Saham*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya *January Effect* terhadap *return* saham-saham di JII. Adapun hipotesis yang pertama ini adalah:

Ho : Tidak terdapat *January Effect* terhadap *return* saham-saham di JII

Ha : Terdapat *January Effect* terhadap *return* saham-saham di JII

Analisis dilakukan pada periode penelitian dari tahun 2010 sampai dengan 2013 dengan hasil sebagai berikut:

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Januari	-1.812	14	.091	-2.2213	-4.850	.407
Februari	1.010	14	.329	.07028	-.0789	.2195
Maret	3.297	14	.005	.24648	.0861	.4068
April	1.280	14	.221	.75554	-.5107	2.0218
Mei	-3.136	14	.007	-.22766	-.3834	-.0720
Juni	.147	14	.885	.01063	-.1446	.1659
Juli	1.945	14	.072	.09249	-.0095	.1945
Agustus	-.958	14	.355	-.07222	-.2340	.0895
September	1.987	14	.067	.09668	-.0077	.2010
Oktober	2.861	14	.013	.20844	.0522	.3647
November	-1.780	14	.097	-.07635	-.1683	.0156
Desember	.912	14	.377	.06816	-.0921	.2284

Dari pengujian *one sample test* di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi hampir setiap bulan lebih besar dari 0.05, yaitu pada bulan Januari, Februari, April, Juni, Juli, Agustus, September, November, dan Desember. Maka model regresi pada penelitian ini tidak memiliki pengaruh terhadap variable terikat dalam hal ini *return* saham. Sedangkan pada tiga bulan, yaitu Maret, Mei dan Oktober nilai signifikansi kurang dari 0.05 dimana pada bulan-bulan tersebut ada pengaruh terhadap variable terikat yaitu *return*.

Berdasarkan output di atas, dapat diketahui bahwa *return* harga saham tertinggi pertama terjadi pada bulan April sebesar 2.0218 Sedangkan pada bulan Januari nilai *return* berada pada posisi tertinggi kedua dengan nilai 0.407. Pada tabel *lower* terlihat bahwa nilai *return* bulan Januari terjadi pada terendah pertama dengan nilai -4.850. Sehingga dari perhitungan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima, dan H_a ditolak. Yang menyatakan bahwa hipotesis mengenai tidak adanya pengaruh *January Effect* terhadap *return* harga saham dapat diterima.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang pernah dilakukan di beberapa Negara lain seperti Amerika, Jepang dan Hongkong yang hasilnya menunjukkan bahwa terjadi *January effect*. Pada pasar Asia penelitian dilakukan oleh Khantavit dan Thomas (1996), dimana didapatkan hasil yang bervariasi yaitu *January effect* terjadi di Malaysia dan Singapura tetapi tidak terjadi di Thailand dan India. Untuk di Indonesia sendiri fenomena

January effect tidak terjadi dikarenakan di Indonesia memiliki perbedaan budaya dengan negara-negara maju lainnya, dimana pada negara maju pada akhir tahun atau pada bulan Desember terdapat beberapa perayaan yaitu natal dan tahun baru (Sari dan Sisdyani, 2014). Pada bulan tersebut mayoritas penduduk merayakan hari tersebut secara besar-besaran sehingga dibutuhkan dana yang banyak. Investor cenderung menahan investasinya guna mencukupi kebutuhan tersebut atau bahkan menjual saham yang dimilikinya. Di Indonesia mayoritas penduduk muslim dimana *event* yang paling banyak diperingati adalah lebaran dibandingkan natal dan tahun baru sehingga investor di Indonesia tidak mempunyai perilaku seperti halnya investor di negara maju seperti tersebut diatas.

Selain dari adanya *event* lebaran yang kebanyakan dirayakan oleh investor muslim di Indonesia dari pada *event* natal dan tahun sehingga perolehan *return* tidak terjadi pada bulan Januari. Alasan lainnya adalah karena adanya pasar efisien di pasar modal Indonesia. Karakteristik pasar modal yang efisien di Indonesia adalah pada tingkatan efisiensi pasar bentuk semi kuat (*semi strong form*). Efisiensi bentuk semi kuat menganalisis seberapa cepat harga saham merefleksikan informasi yang dipublikasikan (Mar'ati, 2012). Masalah yang dianalisis dalam hal ini mengenai masalah yang berkaitan dengan melihat kecepatan reaksi harga saham terhadap pengumuman laba.

3. Pengaruh *Size Effect* Terhadap *Return* Saham

Pada pengujian ini dilakukan uji pengaruh regresi antara nilai total aktiva dengan *return* saham selama periode penelitian. Adapun hipotesis yang kedua adalah:

Ho : Tidak terdapat pengaruh *Size Effect* terhadap *return* saham di JII

Ha : Terdapat pengaruh *Size Effect* terhadap *return* saham di JII

Analisis dilakukan pada periode penelitian dari tahun 2010 sampai dengan 2013 dengan hasil sebagai berikut:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.070 ^a	.005	-.012	.23084580

a. Predictors: (Constant), ln_x

Nilai R Square (koefisien determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0.005 atau sebesar 0.5%. Menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen (total aktiva) terhadap variabel Y (*return*) yang dapat diterangkan oleh model persamaan regresi ini adalah sebesar 0.5% dan sisanya sebesar 99.5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Uji Pengaruh *Size Effect*

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	.343	.686		.501	.619			
	ln X	-.015	.029	-.070	-.533	.596	-.070	-.070	-.070

a. Dependent Variable: Return

Dari Output di atas dapat diketahui nilai signifikansi dari variabel asset sebesar 0.596 dan nilai ini lebih besar dari 0.05, dapat dikatakan H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga tidak terdapat pengaruh total aktiva perusahaan terhadap *return* harga saham.

Tidak adanya pengaruh antara *size* atau ukuran perusahaan terhadap *return* saham dikarenakan besar kecilnya asset yang dimiliki perusahaan tidak diperhatikan oleh investor. Hasil pengujian yang tidak signifikan menunjukkan ukuran perusahaan saat publikasi laporan keuangan tidak cukup informatif dan tidak lagi menjadi perhatian investor dalam mengambil keputusan berinvestasi dan mengestimasi *return*. Investor beranggapan bahwa perusahaan yang besar tidak selamanya dapat memberikan tingkat *return* yang besar begitu juga sebaliknya, perusahaan kecil tidak menutup kemungkinan dapat memberikan tingkat *return* yang tinggi bagi para investornya (Zulfa, 2009).

KESIMPULAN

1. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa *January effect* tidak berpengaruh terhadap *return* saham selama periode penelitian yaitu tahun 2010-2013 di Jakarta Islamic Index. Berdasarkan hasil perhitungan dengan uji *one sample test* diperoleh nilai *return* saham tertinggi terjadi pada bulan April sebesar 2.0218 sedangkan pada bulan Januari memperoleh nilai *return* saham 0.407 sebagai perolehan *return* tertinggi kedua. Selain itu *January Effect* tidak terjadi di pasar modal Indonesia dikarenakan mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim sehingga mereka tidak merayakan natal dan tahun baru sebagai *event* untuk liburan dan menjual sahamnya di bulan Desember dan membeli kembali di bulan Januari.
2. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian pada *size effect* didapatkan kesimpulan bahwa antara *size* atau ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *return* saham dimana nilai signifikansi yang dihasilkan memperoleh nilai 0.596 dan lebih besar dari 0.05. Tidak adanya pengaruh antara *size* atau ukuran perusahaan terhadap *return* saham

dikarenakan besar kecilnya asset yang dimiliki perusahaan tidak diperhatikan oleh investor.

Saran

1. Bagi para peneliti selanjutnya, periode penelitian ini hanya meliputi 4 tahun pengamatan menjadi keterbatasan karena menyangkut keterbatasan data yang berhasil dikumpulkan. Sehingga penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang periode pengamatan dan obyek penelitian.
2. Menambahkan faktor-faktor lain sebagai variabel bebas seperti kondisi inflasi, kurs mata uang, dan kondisi lain-lain dari luar perusahaan yang nantinya digunakan untuk melihat ada tidaknya kondisi luar perusahaan tersebut dapat mempengaruhi perolehan *return* dan membandingkannya antara bulan Januari dengan bulan-bulan lainnya.
3. Bagi para investor, khususnya yang menggunakan perusahaan-perusahaan yang *listing* di JII sebaiknya dalam berinvestasi tidak hanya melihat kejadian berupa fenomena seperti *January effect* dalam memperoleh *return* tetapi juga melihat kinerja perusahaan dan faktor eksternal perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiratama, Jundan. (2012). Pengaruh Informasi Laba, Arus Kas, dan *Size* Perusahaan terhadap *Return* Saham (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika JINAH*. Volume 2 Nomor 1.
- As'adah, Luluk. (2009). **Pengaruh January Effect Terhadap Abnormal Return Dan Volume Perdagangan Pada Saham Di Jakarta Islamic Index (JII)**. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Bachtiar, Yanuar. (2009). Day of The Week Effect Terhadap Return Dan Volume Perdagangan Saham LQ-45 dan Non LQ-45. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vo. 13, No. 3, P:487-497
- Fama, EF dan KR French. (1995). Size and Book-to- Market Factors in Earning and Returns. *JF VO L*, No. 1.
- Gumanti, Tatang Ary dan Elok Sri Utami. (2002). Bentuk Pasar Efisien Dan Pengujiannya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, Vol. 4, No. 1, P:54-68
- Jogiyanto, Hartono. (2008). *Teori Portofolio Dan Analisis Investasi, Edisi Pertama*. Jogjakarta: BPF
- Pratomo, Agus Wahyu. (2007). **January Effect Dan Size effect Pada Bursa Efek Jakarta (BEJ) Periode 1998-2005**. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana. Universitas Diponegoro, Semarang
- Rio, Rita Maria. (2009). Pengaruh Hari Perdagangan Terhadap Return Saham. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 15 (2), P: 121-134
- Sugiarto, Agung. (2011). Analisis Pengaruh Beta, *Size* Perusahaan, DER dan PBV Ratio Terhadap Return Saham. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. Volume 3, Nomor 1 pp. 8-14.
- Tandelilin, Eduardus.(2013). *Analisis Investasi Dan Manajemen Portofolio*. Yogyakarta: BPF