

ABSTRAK

Ketersediaan informasi memberikan peluang bagi investor untuk mendapatkan abnormal return dengan mengamati periode-periode tertentu yang tidak menutup kemungkinan akan adanya fenomena atau anomaly pasar seperti *January Effect*. *January Effect* merupakan fenomena dimana *return* pada bulan Januari lebih tinggi dibandingkan bulan-bulan lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat fenomena *January effect* khususnya pada sektor perusahaan *consumer cyclical* dan *consumer non-cyclical* berkapitalisasi besar dan berkapitalisasi kecil yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019.

Penelitian ini merupakan penelitian empiric dengan pendekatan kuantitatif. Jenis data penelitian ini adalah event study dengan metode pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan *sector consumer cyclical* dan *consumer non-cyclical* yang memenuhi kriteria selama periode 2015-2019. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah return saham bulanan. Metode pengujian hipotesis menggunakan metode OLS variable dummy (dummy regression). Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa *January Effect* tidak terjadi pada *sector consumer cyclical* baik berkapitalisasi besar maupun berkapitalisasi kecil. Namun sebaliknya terdapat *January Effect* pada saham *consumer non-cyclical* baik berkapitalisasi besar maupun berkapitalisasi kecil.

Kata Kunci: Anomali pasar, *January effect*, *consumer cyclical*, *consumer non-cyclical*

ABSTRACT

The availability of information provide opportunity to investor to get abnormal return by observing certain periods that might be a possibility whether there is market anomaly such as January effect. January effect is a phenomenon where return in January is higher than other month.

This study aimed to examine whether there is a January effect in large-cap and small-cap company especially in consumer cyclical and non-cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2015-2019.

This research is an empirical research with a quantitative approach. This type of research data is an event study and using purposive sampling technique when collecting sample. The sample in this study were cyclical and non-cyclical consumer sector companies that met the criteria sample. The variable used in this study is the monthly return. Hypothesis testing is using OLS method with dummy variable (dummy regression). The result In this study show that January effect doesn't occur in consumer cyclical both large and small cap. On the other hand there is January effect on consumer non-cyclical both in large and small capitalization.

Keyword: Market anomaly, January effect, consumer cyclical, consumer non-cyclical.