



## INTISARI

Dengan melakukan estimasi *subjective discount factor* dan *risk aversion* pada tiga rentang waktu yakni sebelum Ramadhan, ketika Ramadhan, dan setelah Ramadhan penelitian ini menguji apakah keberadaan bulan Ramadhan dapat memengaruhi perubahan *subjective discount factor* dan *risk aversion* pada masyarakat di Indonesia. Pengujian *subjective discount factor* dan *risk aversion* pada penelitian ini menggunakan model Consumption Capital Aset Pricing model dengan dua aset yakni pertumbuhan *return* pasar modal dan pertumbuhan Dana Pihak Ketiga (DPK) perbankan, metode estimasi model menggunakan *Generalized Method of Moment* (GMM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa bulan Ramadhan membuat *risk aversion* masyarakat lebih rendah yang berarti bahwa masyarakat lebih memilih untuk menahan konsumsi dan membeli aset dibandingkan meningkatkan konsumsi. Estimasi *subjective discount factor* pada *return* tidak valid namun valid pada pertumbuhan DPK sedangkan estimasi *risk aversion* valid pada kedua aset.

Kata kunci: CCAPM, *subjective discount factor*, *risk aversion*, Ramadhan, Konsumsi, aset, *return* saham,



## **ABSTRACT**

By estimating subjective discount factors and risk aversion and in three time frames namely before Ramadhan, when Ramadhan, and after Ramadhan, this study examines whether the existence of Ramadan can affect changes in subjective discount factors and risk aversion in people in Indonesia. Testing subjective discount factor and risk aversion in this study uses the Consumption Capital Asset Pricing model with two assets, namely capital market return growth and the growth of banking third-party funds (DPK), the model estimation mode uses the Generalized Method of Moment (GMM). The results show that the month of Ramadan makes people's risk aversion lower which means that people prefer to hold consumption and buy assets rather than increase consumption. The subjective discount factor estimate on return is invalid but valid on DPK growth while the risk aversion estimate is valid on both assets.

**Keywords:** CCAPM, subjective discount factor, risk aversion, Ramadan, consumption, assets, stock returns