

Reaksi Pasar atas Pergantian Nama Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012–2022

Market Reaction on the Name Change of Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2022

Dewa Ngakan Putu Hary Gunawan^{*)}, Dewa Gede Wirama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Indonesia

*e-mail korespondensi: hary.gunawan19@student.unud.ac.id

Info Artikel	Abstrak
<i>Riwayat Artikel :</i> Diterima: 12 Juli 2023 Disetujui: 6 November 2023 Dipublikasikan: Januari 2024	Tujuan penelitian ini untuk menganalisis reaksi pasar atas pergantian nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022. Kandungan informasi dari pergantian nama perusahaan diuji berdasarkan reaksi pasar yang diprosikan <i>cumulative abnormal return</i>. Pendekatan studi peristiwa digunakan dengan periode jendela selama tujuh hari dengan <i>event date</i> adalah tanggal perusahaan memutuskan melakukan pergantian nama dalam RUPS/RUPSLB. Pengambilan sampel pada 90 perusahaan dilakukan dengan metode <i>purposive sampling</i>. Hipotesis diuji dengan <i>one sample t-test</i> atau <i>one sample Wilcoxon signed rank test</i>. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat reaksi pasar yang negatif atas pergantian nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022 pada hari pertama sampai hari ketiga sesudah pengumuman pergantian nama perusahaan. Penelitian ini memberikan tambahan informasi empiris mengenai bagaimana reaksi pasar atas pergantian nama perusahaan. Kata Kunci: Bursa Efek Indonesia, Nama Perusahaan, Reaksi Pasar.
<i>Nomor DOI :</i> 10.33059/jseb.v15i1.8197	
<i>Cara Mensitasi :</i> Gunawan, D. N. P. H., & Wirama, D. G. (2024). Reaksi pasar atas pergantian nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022. <i>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</i>, 15(1), 89-99. DOI: 10.33059/jseb.v15i1.8197.	

Article Info	Abstract
<i>Article History :</i> Received: 12 July 2023 Accepted: 6 November 2023 Published: January 2024	<i>The aim of research is to analyze market reactions to changes in names of companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2022. The information content of a company name change is tested based on market reactions as proxied by cumulative abnormal returns. The event study approach is used with a window period of seven days with the event date being the date the company decides to change its name at the RUPS/RUPSLB. Sampling of 90 companies was carried out using the purposive sampling method. The hypothesis is tested with a one sample t-test or one sample Wilcoxon signed rank test. The results show that there was a negative market reaction to the change of name of companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2012-2022 on the first to the third day after the announcement of the company name change. This research provides additional empirical information regarding how the market reacts to a company name change.</i> Keywords: Indonesian Stock Exchange, Company Name, Market Reaction.
<i>DOI Number :</i> 10.33059/jseb.v15i1.8197	
<i>How to Cite :</i> Gunawan, D. N. P. H., & Wirama, D. G. (2024). Reaksi pasar atas pergantian nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022. <i>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</i>, 15(1), 89-99. DOI: 10.33059/jseb.v15i1.8197.	

PENDAHULUAN

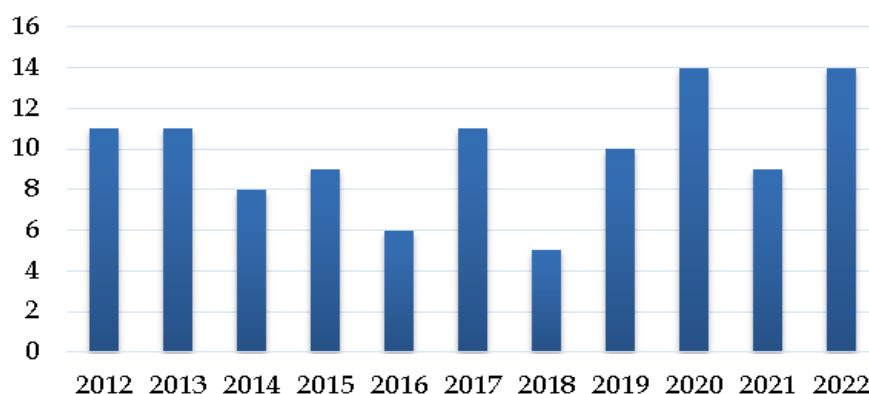
Nama perusahaan dapat menjadi suatu identitas, kebanggaan, dan wadah pemersatu tujuan bagi seluruh pemangku kepentingan perusahaan. Selain berfungsi sebagai suatu identitas, nama perusahaan adalah komponen komunikasi perusahaan ke pasar dan juga dimanfaatkan sebagai alat strategis (Terenggana & Heriyanto, 2019). Seiring berjalannya waktu, tak sedikit perusahaan yang mengganti namanya dengan berbagai alasan. Menurut Josev *et al.* (2004), beberapa alasan pergantian nama tersebut yaitu untuk menciptakan citra baru perusahaan serta untuk lebih mencerminkan fokus bisnis perusahaan.

Berdasarkan Gambar 1, jumlah pergantian nama yang dilakukan perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2012 sampai 2022 cenderung fluktuatif. Setiap tahunnya terjadi peningkatan dan penurunan jumlah perusahaan yang melakukan pergantian nama. Peningkatan secara konsisten terjadi dari tahun 2018 sampai 2020. Terdapat lima perusahaan yang melakukan pergantian nama di tahun 2018 yang kemudian meningkat dua kali lipat di tahun 2019 menjadi sepuluh perusahaan, dan di tahun 2020 kembali meningkat menjadi 14 perusahaan. Di tahun selanjutnya yaitu 2021 terjadi penurunan jumlah perusahaan yang melakukan pergantian nama menjadi sembilan perusahaan, namun di tahun 2022 terjadi peningkatan menjadi 14 perusahaan, sama seperti di tahun 2020.

Penelitian yang dilakukan Mayo (2013) di Bursa Efek New York memperlihatkan pergantian nama perusahaan dapat memberikan pengaruh atas harga saham. Dalam penelitiannya ditemukan bahwa harga saham mengalami peningkatan rata-rata 4,4 persen secara statistik dalam 30 hari setelah pergantian nama perusahaan. Hal serupa terjadi di Bursa Efek China, dimana pergantian nama perusahaan selalu diikuti dengan peningkatan harga saham yang menunjukkan pasar memiliki reaksi yang positif terhadap pergantian nama perusahaan (Wang & Li, 2016). Pergantian nama perusahaan ini bukanlah hal yang mudah untuk dilakukan (Rani & Asija, 2017). Diperlukan biaya yang tidak sedikit dan risiko yang tinggi untuk mengubah nama perusahaan karena dalam proses pergantian nama ini dibutuhkan beberapa biaya, seperti biaya legal, pengeluaran promosi atau iklan, atribut baru untuk produk, karyawan, dan lain sebagainya (Zhao *et al.*, 2018).

Selain berdampak pada harga saham perusahaan, pergantian nama perusahaan mempengaruhi pengambilan keputusan investor (Apriolita *et al.*, 2011). Pengumuman pergantian nama perusahaan bersifat informatif bagi investor karena dapat memengaruhi keputusan investasi. Josev *et al.* (2004) menjelaskan bahwa investor mendapat sinyal berkaitan dengan orientasi masa depan dan fokus perusahaan dari informasi pergantian nama perusahaan. Keputusan pergantian nama tentunya memerlukan biaya yang amat besar, sehingga perusahaan harus mempertimbangkan manfaat dari keputusan tersebut. Secara konseptual, pergantian nama dilakukan perusahaan dengan keyakinan bahwa keuntungan melebihi biaya yang dikeluarkan akan diperoleh perusahaan di masa mendatang dari kebijakan perubahan nama tersebut. Dengan pertimbangan ini, informasi tentang pergantian nama perusahaan dikatakan memiliki kandungan informasi positif (Terenggana & Heriyanto, 2019).

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: apakah terdapat reaksi pasar atas peristiwa pergantian nama perusahaan? Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan dari penelitian ini yaitu: untuk menganalisis bagaimana reaksi pasar atas peristiwa pergantian nama perusahaan.



Gambar 1. Jumlah Pergantian Nama yang dilakukan Perusahaan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012-2022

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

TELAAH LITERATUR

Menurut Kot (2011), penyebab dilakukannya pergantian nama perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai berikut: (1) merger atau akuisisi; (2) restrukturisasi, termasuk perubahan pemegang saham atau manajemen pengendali, reorganisasi modal, dan pembelian kembali saham; (3) transformasi bisnis seperti peralihan fokus bisnis, pelepasan anak perusahaan, strategi baru perusahaan, dan investasi baru yang besar; serta, (4) reputasi atau nama baik perusahaan, termasuk memberi makna baru pada nama yang sudah ada.

Reaksi pasar merupakan respon atau tanggapan pasar terhadap suatu peristiwa yang menyebabkan perubahan pada pasar modal. Perubahan yang dimaksud dapat dilihat dari harga sekuritas ataupun volume perdagangan yang bersangkutan. Dalam hal ini, sebuah peristiwa bisa diibaratkan menjadi suatu hal yang tidak terduga (*unexpected*) atau kejutan (*surprise*). Besarnya kejutan berbanding lurus dengan reaksi pasarnya (Muharam & Widati, 2006). Dalam jangka pendek, reaksi pasar dapat diukur berdasarkan *trading volume activity*, *bid-ask spread*, dan *return abnormal*.

Return adalah rasio antara hasil suatu investasi dengan modal yang digunakan dalam investasi tersebut (Hartono, 2010). Return dapat dibedakan menjadi return realisasian (*realized return*) yakni return yang sesungguhnya telah dihasilkan oleh investasi yang bersangkutan, serta return ekspektasian (*expected return*) yaitu return yang diharapkan untuk didapat di masa depan. Return abnormal adalah hasil pengurangan dari return realisasian dan return ekspektasian. Return realisasian dihitung berdasarkan data historis. Di sisi lain, terdapat tiga model untuk menghitung return ekspektasian, yaitu model sesuaian rata-rata (*mean-adjusted model*), model pasar (*market model*), serta model sesuaian pasar (*market-adjusted model*) (Brown & Warner, 1985). Dalam jangka panjang, reaksi pasar dapat diukur dengan dua pendekatan, yaitu pendekatan *buy-and-hold abnormal return* (BHAR), serta pendekatan *calendar-time portfolio abnormal return* (CTP) (Lyon *et al.*, 1999). Kedua pendekatan ini dikembangkan dengan menganggap bahwa suatu peristiwa memiliki dampak terus menerus pada harga saham selama periode tertentu.

Pasar efisien adalah pasar yang harga sekuritasnya mencerminkan semua informasi yang tersedia dan pasar bereaksi dengan cepat dan akurat untuk mencapai harga ekuilibrium baru dari informasi yang tersedia (Jones, 2019). Fama (1970) mengklasifikasikan pasar efisien menjadi tiga bentuk, yaitu pasar efisien bentuk lemah (*weak form*), pasar efisien bentuk semi kuat (*semi strong form*), serta pasar efisien bentuk kuat (*strong form*).

Penelitian ini menggunakan metode studi peristiwa atau *event study*. *Event study* merupakan suatu metodologi yang berguna untuk menguji reaksi pasar atau mengkaji kandungan informasi suatu peristiwa atau pengumuman dengan melihat apakah terdapat return abnormal di sekitar tanggal peristiwa atau pengumuman tersebut. Jendela peristiwa (*event window*) adalah batasan waktu untuk mengukur keberadaan return abnormal yang mungkin terjadi sebelum dan sesudah peristiwa yang dibutuhkan dalam menganalisis dampak suatu peristiwa terhadap harga saham (Handini & Astawinetu, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu telah meneliti bagaimana reaksi investor terhadap pengumuman pergantian nama perusahaan. Dalam penelitiannya, Karim (2011) mendapatkan hasil bahwa pergantian nama perusahaan memiliki dampak yang positif bagi kemakmuran investor saham, dimana hal ini tercermin dari return abnormal yang positif pada saat pengumuman pergantian nama. Biktimirov & Durrani (2017) dalam penelitiannya yang dilakukan di pasar modal Toronto menemukan bahwa pergantian nama perusahaan mendapat reaksi positif dari investor. Hasil serupa juga ditemukan oleh Mathuva *et al.* (2016) serta Kashmiri & Mahajan (2015) bahwa ada reaksi pasar yang signifikan sebagai dampak kebijakan perubahan nama perusahaan sekaligus terhadap kinerja keuangan perusahaan, dimana hasil ini membuktikan bahwa perubahan nama perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Terenggana & Heriyanto (2019) di Bursa Efek Indonesia juga menemukan hasil yang sama yaitu terdapat reaksi pasar yang positif dan signifikan terhadap pengumuman pergantian nama perusahaan. Berdasarkan telaah literatur yang telah diuraikan, maka hipotesis yang dimunculkan dalam penelitian ini adalah: “terdapat reaksi pasar yang positif pada hari sekitar pengumuman pergantian nama perusahaan”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi peristiwa dimana reaksi pasar atas suatu peristiwa yang informasinya dipublikasikan sebagai sebuah pengumuman dipelajari (Hartono, 2010). Studi peristiwa dimanfaatkan guna menguji kandungan informasi dari suatu peristiwa. Adapun peristiwa yang diuji dalam penelitian ini yaitu pergantian nama perusahaan, dimana jendela peristiwa yang digunakan yaitu selama tujuh hari. Tanggal pengumuman pergantian nama perusahaan yang digunakan sebagai *event date* adalah tanggal perusahaan memutuskan melakukan pergantian nama dalam RUPS/RUPSLB. Informasi dari pengumuman pergantian nama perusahaan akan diuji terhadap reaksi pasar modal yang diprosikan dengan *cumulative abnormal return*.

Lokasi penelitian ini adalah pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan melakukan pergantian nama perusahaan selama tahun 2012-2022 dengan mengakses *website* resmi BEI yaitu www.idx.co.id; sementara harga saham diakses melalui *website* www.finance.yahoo.com. Objek penelitian yaitu return abnormal atas pengumuman pergantian nama perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022. Data dengan periode yang cukup panjang yakni sepuluh tahun digunakan dengan tujuan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih representatif (Firstiany & Wirama, 2019). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel tunggal yaitu reaksi pasar modal.

Cumulative abnormal return atau akumulasi return abnormal merupakan penjumlahan return abnormal selama periode peristiwa untuk masing-masing sekuritas (Rifnawati *et al.*, 2018). Return abnormal sendiri merupakan selisih antara return realisasian dengan return ekspektasian (Hartono, 2010). Return realisasian (*realized return*) adalah return yang sesungguhnya telah dihasilkan oleh

investasi yang bersangkutan, sedangkan return ekspektasian (*expected return*) merupakan return yang diharapkan untuk diperoleh di masa depan. Dalam penelitian ini, model yang digunakan untuk mengestimasi return ekspektasian adalah model sesuaian pasar (*market adjusted model*). Dengan demikian, pembentukan model estimasi melalui penggunaan periode estimasi tidak diperlukan, sebab return sekuritas yang diestimasi dan return indeks pasar bernilai sama (Pertiwi & Wirama, 2019). Studi peristiwa yang digunakan adalah dengan periode pengamatan selama tujuh hari yaitu mulai tiga hari sebelum pengumuman pergantian nama perusahaan ($t-3$) sampai tiga hari sesudah pengumuman pergantian nama perusahaan ($t+3$). Alur untuk menghitung akumulasi return abnormal adalah menghitung return realisasian, menghitung return ekspektasian, menghitung return abnormal, serta menghitung akumulasi return abnormal. Formula untuk menghitung akumulasi return abnormal adalah merujuk pada Hartono (2010) sebagai berikut.

$$R_{i,t} = \frac{P_{i,t} - P_{i,t-1}}{P_{i,t-1}} \dots \dots \dots (1)$$

dimana $R_{i,t}$ adalah return realisasian sekuritas ke- i pada periode ke- t ; $P_{i,t}$ yaitu harga saham sekuritas ke- i pada hari ke- t ; dan, $P_{i,t-1}$ adalah harga saham sekuritas ke- i pada hari ke- $t-1$.

$$E[R_{i,t}] = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}} \dots \dots \dots (2)$$

dimana $E[R_{i,t}]$ adalah return ekspektasian sekuritas ke- i pada periode ke- t ; $IHSG_t$ yaitu indeks harga saham gabungan penutupan pada hari ke- t ; dan, $IHSG_{t-1}$ adalah indeks harga saham gabungan penutupan pada hari ke- $t-1$.

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - E[R_{i,t}] \dots \dots \dots (3)$$

dimana $AR_{i,t}$ adalah return abnormal sekuritas ke- i pada periode ke- t ; $R_{i,t}$ adalah return realisasian sekuritas ke- i pada periode ke- t ; dan, $E[R_{i,t}]$ adalah return ekspektasian sekuritas ke- i pada periode ke- t .

$$CAR_{i,t} = \sum AR_{i,t} \dots \dots \dots (4)$$

dimana $CAR_{i,t}$ adalah akumulasi return abnormal sekuritas ke- i selama periode jendela; dan, $AR_{i,t}$ adalah return abnormal sekuritas ke- i pada periode ke- t .

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan ialah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan melakukan pergantian nama perusahaan selama periode pengamatan yaitu tahun 2012-2022. Dengan ketentuan tersebut maka teridentifikasi sebanyak 108 perusahaan di Indonesia yang melakukan pergantian nama dalam kurun waktu tersebut. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Tabel 1 memperlihatkan proses dan hasil seleksi sampel terpilih pada penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, dimana data diolah dengan bantuan program Microsoft Excel dan SPSS versi 24.0. Metode statistik deskriptif memberi deskripsi atau gambaran terhadap suatu data yang dilihat dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, *sum*, *kurtosis*, *range*, dan *skewness* (Ghozali, 2018). Uji normalitas dilakukan untuk menentukan kesesuaian antara distribusi sekumpulan data sampel dengan distribusi tertentu (Utama, 2016). Pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dimana hasil K-S yang diperoleh menyatakan: (1) apabila nilai signifikansi $> 0,05$ berarti data berdistribusi normal; dan, (2) apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ berarti data tidak berdistribusi normal (Firstiany & Wirama, 2019).

Tabel 1. Proses dan Hasil Seleksi Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia dan melakukan pergantian nama perusahaan selama periode 2012-2022	108
2	Perusahaan melakukan aksi korporasi lain	(3)
3	Harga saham <i>suspend</i>	(7)
4	Saham tidak aktif diperdagangkan	(5)
5	Data tidak lengkap	(3)
Jumlah Sampel		90

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif

N = 90	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
t-3	-0,063	0,165	0,005	0,033
t-2	-0,087	0,347	0,010	0,056
t-1	-0,069	0,347	0,017	0,071
t0	-0,077	0,245	0,008	0,048
t+1	-0,123	0,217	0,001	0,048
t+2	-0,084	0,248	-0,001	0,054
t+3	-0,103	0,242	-0,009	0,046

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan *one sample t-test*. *One sample t-test* merupakan salah satu uji parametrik, sehingga syarat normalitas data harus terpenuhi (Nuryadi *et al.*, 2017). Apabila data tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis dilakukan dengan *one sample Wilcoxon signed rank test*, dimana uji ini merupakan pengujian non parametrik yang setara dengan *one sample t-test* dan dapat digunakan sebagai alternatif apabila data tidak berdistribusi normal. Tujuan kedua pengujian ini adalah untuk memperhatikan probabilitas pada peristiwa terdapat akumulasi return abnormal yang signifikan di sekitar pengumuman pergantian nama perusahaan. Pengertian tingkat signifikansi yaitu bahwa secara statistik akumulasi return abnormal signifikan tidak sama dengan nol (Putra & Suaryana, 2019). Dalam uji ini, pedoman pengambilan keputusan adalah pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$ dengan kriteria: (1) apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima; dan (2) apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka berarti H_0 diterima dan H_1 ditolak (Firstiany & Wirama, 2019).

HASIL ANALISIS

Dalam penelitian ini, teknik analisis data dilakukan mulai dari uji statistik deskriptif, uji normalitas, dan uji hipotesis menggunakan *one sample t-test*. Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa rata-rata return abnormal positif terjadi pada tiga hari sebelum sampai satu hari sesudah pengumuman pergantian nama perusahaan, yang berarti return realisasian lebih besar dibandingkan return ekspektasian. Pada periode dua hari sampai tiga hari setelah peristiwa pergantian nama perusahaan, rata-rata return abnormal bernilai negatif yang menandakan bahwa return realisasian lebih kecil daripada return ekspektasian.

Berikutnya, berdasarkan Tabel 3, nilai signifikansi dari return abnormal tiga hari sebelum sampai tiga hari sesudah pengumuman pergantian nama perusahaan diperoleh tidak ada yang lebih besar dari 0,05; hal ini mengindikasikan bahwa data tidak berdistribusi normal. Penyebab dari data

yang tidak berdistribusi normal yaitu karena adanya data *outlier*. Data *outlier* adalah data dengan karakteristik unik yang memiliki perbedaan signifikan dari observasi-observasi lainnya yang timbul dalam wujud nilai ekstrem (tinggi atau rendah) dan membuatnya menonjol dari yang lainnya (Hair Jr. *et al.*, 2014).

Apabila data tidak berdistribusi normal, maka pengujian hipotesis dengan statistik parametrik tidak dapat dilakukan karena yang menjadi syarat utama adalah data berdistribusi normal. Maka dari itu, data harus dinormalkan dahulu dengan cara mengeluarkan data *outlier* dari total data observasi. Dalam penelitian ini, proses seleksi data *outlier* dilakukan dengan mengonversi nilai data kedalam skor *standardized* atau sering disebut *z-score*. Apabila skor *standardized* mendekati $\pm 2,5$ maka dinyatakan sebagai *outlier* (Hair Jr. *et al.*, 2014). Data yang teridentifikasi sebagai *outlier* selanjutnya akan di *trimming*. *Trimming* merupakan pemangkasan atau pembuangan observasi yang teridentifikasi sebagai *outlier* (Hartono, 2013). Perusahaan yang teridentifikasi sebagai data *outlier* dan di *trimming* dari sampel dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

AR	N	Sig.	Normalitas Data
t-3	90	0,003	Tidak berdistribusi normal
t-2	90	0,000	Tidak berdistribusi normal
t-1	90	0,000	Tidak berdistribusi normal
t0	90	0,000	Tidak berdistribusi normal
t+1	90	0,000	Tidak berdistribusi normal
t+2	90	0,000	Tidak berdistribusi normal
t+3	90	0,000	Tidak berdistribusi normal

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Tabel 4. Data Outlier

	Kode Saham	Jumlah
t-3	AKKU, BBKP, BTPS, IATA, NIRO, PSSI, SKYB, TARA	8
t-2	BBKP, BKSU, BRIS, IATA	4
t-1	BBKP, BRIS, CPGT, IATA, MSIN	5
t0	ARTO, BWPT, CKRA, MSIN	4
t+1	BEKS, BULL, CKRA, POLI, SKYB, TRAM	6
t+2	BBSI, BCAP, TOBA, TRAM, VRNA	5
t+3	BANK, BCAP, BRIS, KPIG, MGNA, POLI, TRAM	7

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Tabel 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif Setelah Outlier

AR	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
t-3	82	-0,047	0,052	0,000	0,021
t-2	86	-0,087	0,068	0,000	0,029
t-1	85	-0,069	0,134	0,002	0,033
t0	86	-0,070	0,090	0,002	0,031
t+1	84	-0,081	0,080	-0,006	0,029
t+2	85	-0,084	0,064	-0,011	0,031
t+3	83	-0,087	0,052	-0,012	0,030

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov* Setelah *Outlier*

AR	N	Sig.	Normalitas Data
t-3	82	0,200	Berdistribusi normal
t-2	86	0,065	Berdistribusi normal
t-1	85	0,000	Tidak berdistribusi normal
t0	86	0,001	Tidak berdistribusi normal
t+1	84	0,007	Tidak berdistribusi normal
t+2	85	0,045	Tidak berdistribusi normal
t+3	83	0,004	Tidak berdistribusi normal

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

AR	N	Rata-Rata	Sig.	Keterangan
t-3	82	0,000	0,920	Tidak Signifikan
t-2	86	0,000	0,988	Tidak Signifikan
t-1	85	0,002	0,886	Tidak Signifikan
t0	86	0,002	0,919	Tidak Signifikan
t+1	84	-0,006	0,031	Signifikan
t+2	85	-0,011	0,003	Signifikan
t+3	83	-0,012	0,001	Signifikan

Sumber: Data sekunder (diolah), 2023.

Setelah diperoleh sampel penelitian setelah *outlier*, langkah berikutnya adalah menjalankan analisis statistik deskriptif dimana hasil yang diperoleh dirangkum dalam Tabel 5. Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa rata-rata return abnormal positif terjadi pada tiga hari sebelum sampai pada saat pengumuman pergantian nama perusahaan yang berarti return realisasian lebih besar dibandingkan return ekspektasian. Pada satu hari sampai tiga hari setelah peristiwa pergantian nama perusahaan, rata-rata return abnormal bernilai negatif yang menandakan bahwa return realisasian lebih kecil daripada return ekspektasian.

Setelah dilakukan analisis statistik deskriptif pada data akhir (setelah *outlier*), maka selanjutnya dilakukan uji normalitas. Berdasarkan hasil uji normalitas pada data akhir (setelah *outlier*) yang terangkum dalam Tabel 6, hanya data tiga hari dan dua hari sebelum pengumuman pergantian nama saja yang nilai signifikansi nya lebih dari 0,05; yang mengindikasikan bahwa data berdistribusi normal, sehingga dapat dilanjutkan untuk uji *one sample t-test*. Sisanya yaitu data satu hari sebelum sampai tiga hari sesudah pengumuman pergantian nama perusahaan, diperoleh memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang menandakan bahwa data masih belum berdistribusi normal sehingga pengujian hipotesis akan dilakukan dengan uji *one sample wilcoxon signed rank test*.

Terakhir, berdasarkan Tabel 7, tingkat signifikansi pada tiga hari sebelum sampai pada saat pengumuman pergantian nama perusahaan diperoleh lebih besar dari 0,05 yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat reaksi pasar atas pengumuman pergantian nama perusahaan. Di sisi lain, tingkat signifikansi pada satu hari sampai tiga hari sesudah pengumuman pergantian nama perusahaan memiliki nilai kurang dari 0,05 yang menandakan bahwa terdapat reaksi pasar atas pengumuman pergantian nama perusahaan, dimana reaksi yang terjadi adalah reaksi negatif. Hasil pengujian hipotesis dengan *one sample t-test* dan *one sample wilcoxon signed rank test* menunjukkan

pada tingkat kepercayaan 95%, nilai Sig. atas *cumulative abnormal return* sebesar 0,920 untuk t-3, 0,988 untuk t-2, 0,886 untuk t-1, 0,919 untuk t0, 0,031 untuk t+1, 0,003 untuk t+2, dan 0,001 untuk t+3. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, dapat dinyatakan bahwa hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat reaksi pasar yang positif pada hari sekitar pengumuman pergantian nama perusahaan, adalah ditolak atau tidak dapat dibuktikan. Hal ini karena reaksi pasar yang terjadi adalah reaksi negatif pada satu hari sampai tiga hari setelah pengumuman pergantian nama perusahaan.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa tidak terdapat reaksi pasar yang positif pada hari sekitar pengumuman pergantian nama perusahaan. Kondisi yang diidentifikasi terjadi dalam penelitian ini adalah karena reaksi yang terjadi berupa reaksi negatif, dan kondisi tersebut terjadi pada satu hari sampai tiga hari setelah pengumuman pergantian nama perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari riset empiris yang dilakukan oleh Josev *et al.* (2004), Utami & Gumanti (2014), Wang & Li (2016), Sutrisno & Hanifah (2019), serta Prassetio *et al.* (2022). Berdasarkan beberapa penelitian tersebut ditemukan bukti bahwa peristiwa pergantian nama perusahaan mendapatkan reaksi negatif oleh para investor di pasar modal.

Adanya return abnormal yang signifikan negatif pada periode t+1, t+2, dan t+3 membuktikan bahwa pengumuman pergantian nama perusahaan direaksi oleh pasar tetapi perolehan return saham perusahaan masih di bawah ekspektasi investor, sehingga return abnormal yang dihasilkan bernilai negatif. Hasil ini menggambarkan asumsi investor yang beranggapan bahwa kebijakan pergantian nama perusahaan tidak mampu merepresentasikan keyakinan perusahaan bahwa keuntungan melebihi biaya yang dikeluarkan akan diperoleh perusahaan di masa mendatang sebagai dampak dari kebijakan ini. Hal ini juga menunjukkan bahwa pengumuman pergantian nama perusahaan tidak menghasilkan sinyal positif guna meyakinkan para investor terhadap prospek masa depan perusahaan (Prassetio *et al.*, 2022). Dengan adanya return abnormal yang signifikan dan negatif tersebut juga dapat menjadi isyarat bahwa investor memberikan hukuman untuk perusahaan-perusahaan yang melakukan pergantian nama. Investor tidak menganggap pergantian nama perusahaan sebagai informasi penting dalam mengambil keputusan mereka untuk membeli ataupun menjual sahamnya (Apriolita *et al.*, 2011). Dengan kata lain, masih terdapat sejumlah faktor atau informasi lain yang lebih dipertimbangkan oleh investor dalam mengambil keputusan investasi.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada peristiwa pergantian nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022 adalah selama tujuh hari pengamatan dengan mempergunakan proksi *cumulative abnormal return* (CAR) dan tanpa melibatkan *confounding effect* memperlihatkan bahwa peristiwa pergantian nama perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2022 mendapatkan reaksi negatif dari pasar pada hari pertama sampai hari ketiga sesudah pengumuman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor menganggap kebijakan pergantian nama perusahaan tidak mampu merepresentasikan keyakinan perusahaan bahwa keuntungan melebihi biaya yang dikeluarkan akan diperoleh perusahaan di masa mendatang dari kebijakan ini. Hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan informasi secara empiris mengenai bagaimana reaksi pasar atas pergantian nama perusahaan, dimana peristiwa ini memiliki kandungan informasi yang negatif sehingga menimbulkan reaksi pasar yang negatif.

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi investor bahwa ketika terjadi peristiwa pergantian nama perusahaan maka sebaiknya investor melakukan analisis, menelaah, dan memilah informasi yang relevan sebagai pertimbangan dalam membuat keputusan investasi. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas variabel yang digunakan, seperti dengan menggunakan variabel moderasi, mempertimbangkan penggunaan *event date* atau *event window* yang berbeda, meninjau peristiwa lain yang terkait, ataupun dapat mengembangkan metode atau model pengukuran reaksi pasar yang lain.

REFERENSI

- Apriolita, M., Gumanti, T. A., & Swastika, D. L. T. (2011). Pengumuman perubahan nama perusahaan dan harga saham di Bursa Efek Indonesia. *Finance and Banking Journal*, 13(1), 62–76. <https://journal.perbanas.id/index.php/jkp/article/view/247>.
- Biktimirov, E. N., & Durrani, F. (2017). Market reactions to corporate name changes: Evidence from the Toronto Stock Exchange. *International Journal of Managerial Finance*, 40(1), 50–69. <https://doi.org/10.1108/IJMF-08-2015-0154>.
- Brown, S. J., & Warner, J. B. (1985). Using daily stock returns the case of event studies. *Journal of Financial Economics*, 14(1), 3–31. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(85\)90042-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(85)90042-X).
- Fama, E. F. (1970). Efficient capital markets: A review of theory and empirical work. *The Journal of Finance*, 25(2), 383–417. <https://doi.org/10.2307/2325486>.
- Firstiany, J. I., & Wirama, D. G. (2019). Reaksi pasar atas right issue. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 27(1), 285–310. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i01.p11>.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Handini, S., & Astawinetu, E. D. (2020). *Teori portofolio dan pasar modal Indonesia*. Scopindo Media Pustaka.
- Hartono, J. (2010). *Teori portofolio dan analisis investasi* (7th ed.). BPFE.
- Hartono, J. (2013). *Metodologi penelitian bisnis: Salah kaprah dan pengalaman-pengalaman* (5th ed.). BPFE.
- Jones, C. P. (2019). *Investments: Analysis and management* (12th ed.). John Wiley & Sons, Inc.
- Josev, T., Chan, H., & Faff, R. (2004). What's in a name? Evidence on corporate name changes from the Australian Capital Market. *Pacific Accounting Review*, 16(1), 57–76. <https://doi.org/10.1108/01140580410818469>.
- Karim, B. (2011). Corporate name change and shareholder wealth effect: Empirical evidence in the French Stock Market. *Journal of Asset Management*, 12(3), 203–213. <https://doi.org/10.1057/jam.2011.9>.
- Kashmiri, S., & Mahajan, V. (2015). The name's the game: Does marketing impact the value of corporate name changes? *Journal of Business Research*, 68(2), 281–290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.07.007>.
- Kot, H. W. (2011). Corporate name changes: Price reactions and long-run performance. *Pacific Basin Finance Journal*, 19(2), 230–244. <https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2010.10.003>.
- Lyon, J. D., Barber, B. M., & Tsai, C. (1999). Improved methods for tests of long-run abnormal stock returns. *The Journal of Finance*, 54(1), 165–201. <http://www.jstor.org/stable/222413>.
- Mathuva, D. M., Muthuma, E., & Mboya, J. (2016). The impact of name change on the financial performance of savings and credit co-operatives in Kenya. *Management Research Review*, 39(10), 1265–1292. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2013-0185>.

- Mayo, R. L. (2013). Do corporate name changes affect share price? An event studies analysis of corporate rebranding on the NYSE. *Munich Personal RePEc Archive*, Paper No. 98432. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2903349>.
- Muharam, H., & Widati, R. R. (2006). Analisis reaksi pasar modal terhadap pengumuman investasi teknologi informasi: Studi kasus pada perusahaan yang listing di BEJ periode 2002-2005. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 3(2), 29–45. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v3i2.4187>.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku ajar dasar-dasar statistik penelitian*. Sibuku Media.
- Pertiwi, N. P. A., & Wirama, D. G. (2019). Reaksi pasar atas dividend initiation dan dividend omission. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(2), 1190–1214. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i02.p13>.
- Prasetyo, Y. H., Setiawan, D., & Muthmainah. (2022). Perubahan nama perusahaan terhadap tingkat likuiditas dan abnormal return saham. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 22(1), 135–153. <http://dx.doi.org/10.20961/jab.v22i1.730>.
- Putra, P. G. A., & Suaryana, I. G. N. A. (2019). Reaksi pasar atas pengumuman stock split. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 1448–1471. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p23>.
- Rani, N., & Asija, A. (2017). Signaling power of corporate name change: A case of Indian firms. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 18(3), 173–181. <https://doi.org/10.1007/s40171-017-0155-7>.
- Rifnawati, L. A., Irwansyah, I., & Oktavianti, B. (2018). Pengaruh pengungkapan CSR terhadap abnormal return pada perusahaan sumber daya alam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmu Akuntansi Mulawarman*, 3(4), 1-19. <https://doi.org/10.29264/jiam.v3i4.3250>.
- Sutrisno, B., & Hanifah, A. (2019). Does the change of company name matter for the investors? Evidence from Indonesia. *Proceedings of the 3rd International Conference on Accounting, Management and Economics 2018 (ICAME 2018)*, 92, 400–406. <https://doi.org/10.2991/icame-18.2019.4>.
- Terenggana, C. A., & Heriyanto. (2019). Market reaction on changes in corporate's name on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Manajemen*, 23(2), 274–289. <https://doi.org/10.24912/jm.v23i2.477>.
- Utama, M. S. (2016). *Aplikasi analisis kuantitatif untuk ekonomi dan bisnis*. CV. Sastra Utama.
- Utami, W., & Gumanti, T. A. (2014). Company name change and stock returns: The case of Indonesian public companies. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 17(2), 143–158. <https://doi.org/10.33312/ijar.389>.
- Wang, C., & Li, T. (2016). Stock name changes and abnormal returns: An empirical study of the Chinese Stock Market. *Master Degree Project in Finance*. <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/48278>.
- Zhao, Y., Calantone, R. J., & Voorhees, C. M. (2018). Identity change vs. strategy change: The effects of rebranding announcements on stock returns. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(5), 795–812. <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0579-4>.