

KEBIJAKAN BUPLIK TERHADAP EXPOSE HASIL ANALISIS PREDIKSI INDEKS HARGA SAHAM GABUNGAN (IHSG) DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Oleh
Joko Pramono dan Sri Riris Sugiyarti

Abstract

Bursa Efek Indonesia (IDX) memiliki kewajiban menjaga kepercayaan keamanan investasi portofolio. Ketersediaan informasi yang mudah diakses oleh siapa saja membutuhkan pengaturan agar informasi tersebut dapat dipahami dengan baik. Salah satu informasi paling banyak diakses para investor adalah prediksi pergerakan IHSG dan pergerakan harga emiten. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat akurasi rata – rata prediksi pergerakan IHSG 70%, dan harga emiten 58%. Karena itu pemangku kepentingan khususnya BEI dan OJK perlu membuat kebijakan yang menekankan agar informasi hasil analisis prediksi IHSG dipahami dengan baik oleh para investor dan tidak menyesatkan.

Key Words: *Regulasi, kebijakan, komunikasi, indeks*

Pendahuluan

Banyak teori – teori dampak publikasi media yang dikemukakan oleh para ahli khususnya dibidang komunikasi publik. Diantara teori – teori tersebut adalah *bullet theory*; *limited effect theory* (Carl I. Hovland); *The Effects of Mass Communication* (Klapper,1960); *spiral of silih* (Elizabeth Noelle-Neumann); *cultivation theory* (Gerbner); *Teori agenda setting* (McComb dan Donald L. Shaw); *Teori Uses and Gratification* (Katz dan Gurevitch, 1959);

Media massa dianggap memiliki kekuatan yang luar biasa, sehingga khalayak tidak mampu membendung informasi yang dilancarkannya. Khalayak dianggap pasif, tidak mampu bereaksi apapun kecuali hanya menerima begitu saja semua pesan yang disampaikan media massa. Penggambaran kekuatan media massa yang begitu besar menyebabkan teori media massa awal ini kemudian dijuluki teori peluru atau *bullet theory*, jarum hipodermis atau teori jarum suntik “*hypodermic needles theory*”

Teori komunikasi massa yang menekankan pada kekuatan media untuk mengubah perilaku ini pada beberapa dekade berikutnya mulai mendapat beberapa kritikan. Penelitian-penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa sesungguhnya media massa memiliki efek yang kecil dalam mengubah perilaku. Hal ini ditunjukkan oleh penelitian dari Carl I. Hovland mengenai efek film pada militer yaitu bahwa proses komunikasi massa

hanyalah melakukan transfer informasi pada khalayak dan bukannya mengubah perilaku sehingga perubahan yang terjadi hanyalah sebatas pada kognisi saja. Terbatasnya efek komunikasi massa hanya pada taraf kognisi dan afeksi ini menyebabkan teori aliran baru ini disebut sebagai *limited effect theory* atau teori efek terbatas.

Konsep tentang teori efek terbatas ini dikukuhkan melalui karya Klapper, *The Effects of Mass Communication* (1960). Klapper menyatakan bahwa proses komunikasi massa tidak langsung menuju pada ditimbulkannya efek tertentu, melainkan melalui beberapa faktor (disebut sebagai *mediating factor*). Faktor-faktor tersebut merujuk pada proses selektif berpikir manusia yang meliputi persepsi selektif, terpaan selektif dan retensi (penyimpanan/memori) selektif. Ini berarti bahwa media massa memang punya pengaruh, tetapi bukanlah satu-satunya penyebab. Teori efek moderat ini merupakan hasil penelitian tentang komunikasi di tahun tujuh puluhan. Dasar asumsi teori efek moderat ini adalah: (1) model efek terbatas terlalu mengecilkan pengaruh komunikasi massa. Ini berarti bahwa pada situasi tertentu komunikasi massa dapat mempunyai pengaruh yang penting; (2) pengaruh efek terbatas hanya melihat efek media pada tingkat sikap dan pendapat, sedangkan sesungguhnya masih ada variabel lain yang dapat menjadi faktor pengaruh dan dampak dari media massa

Spiral kebuisan dikembangkan oleh Elizabeth Noelle-Neumann (2007). Teori ini

berpendapat bahwa media memiliki efek yang sangat kuat dalam membentuk opini publik. Menurut teori spiral kebuisan, ada tiga karakteristik komunikasi massa yang dapat berpengaruh pada opini publik, yaitu kumulasi (*cummulation*) atau penimbunan; ubiquitas (*ubiquity*): keberadaan media yang selalu ada dimana-mana; dan konsonansi (*consonance*) atau persesuaian antara apa yang disampaikan media massa dengan opini publik. Media massa memainkan peran penting, sebab media berfungsi sebagai sumber informasi, dimana orang mencari distribusi opini publik. Media massa dapat mempengaruhi spiral kebuisan dengan tiga cara, yaitu *satu*, media membentuk kesan-kesan tertentu tentang opini mana yang dominan; *dua*, media membentuk kesan-kesan tertentu tentang opini yang sedang naik atau berkembang; dan *ketiga*, media membentuk kesan tentang opini yang mutlak diperhatikan khalayak tanpa menampilkannya secara khusus. Istilah spiral kebuisan diberikan didasarkan pada logika bahwa semakin tersebar opini yang dominan oleh media massa dalam masyarakat maka semakin senyap pula suara perseorangan yang bertentangan dengan opini mayoritas tersebut.

Teori penanaman atau *cultivation theory* ini berasal dari penelitian Gerbner tentang pola menonton televisi di Amerika Serikat. Penelitian Gerbner menemukan bahwa rata-rata penduduk Amerika Serikat menonton televisi kurang lebih 4-5 jam sehari. Mereka yang menonton lebih dari waktu tersebut disebut sebagai penonton berat atau *heavy viewers*. Sedangkan mereka yang menonton kurang dari jam tersebut disebut dengan *light viewers*. Efek dari seluruh terpaan pada pesan yang diproduksi inilah yang disebut Gerbner sebagai teori kultivasi (*cultivation*), dimana televisi mengajarkan pandangan dunia secara umum, peran-peran umum dan nilai-nilai umum.

Teori *agenda setting* pertama kali dikemukakan oleh McComb dan Donald L. Shaw dalam *Public Opinion Quarterly* terbitan tahun 1972 berjudul *The Agenda Setting Function of Mass media*. Kedua pakar tersebut mengemukakan bahwa “jika media memberikan tekanan pada suatu peristiwa, maka media itu akan mempengaruhi khalayak untuk menganggapnya penting.” Teori ini dilandasi

oleh hasil studi mengenai pemilihan Presiden Amerika Serikat tahun 1968. Teori *Agenda Setting* menggambarkan besarnya pengaruh media dan kemampuannya untuk “menceritakan” isu-isu apa yang penting. Isu-isu atau individu yang dipilih media untuk dipublikasikan, akhirnya menjadi isu dan individu yang dipikirkan dan dibicarakan oleh khalayak. Disimpulkan bahwa meningkatnya nilai penting suatu topik pada media massa menyebabkan meningkatnya nilai penting topik tersebut pada khalayak.

Teori *Uses and Gratification* dikemukakan oleh Katz dan Gurevitch (1959). Bukan lagi melihat pada pengaruh media terhadap khalayak, tetapi apa yang dilakukan khalayak terhadap media. Konsep ini dibuktikan dengan studi dari Riley & Riley yang menyatakan bahwa anak-anak menggunakan cerita-cerita petualangan di televisi untuk berkhayal dan bermimpi. Hal ini mengindikasikan bahwa orang menggunakan media massa untuk tujuan-tujuan yang berbeda.

Teori *Uses and Gratifications* ini pada hakekatnya; (1) Untuk menjelaskan bagaimana individu menggunakan komunikasi massa untuk memenuhi kebutuhannya; (2) Untuk “menjelajahi” motivasi individu dalam penggunaan media; (3) Mengidentifikasi konsekuensi positif dan negatif bagi individu pada penggunaan media.

Pelbagai pendapat diatas disimpulkan bahwa komunikasi melalui media dapat membangun opini yang berpengaruh terhadap persepsi serta perilaku seseorang. Tindakan – tindakan seseorang merupakan eksekusi dari pikiran – pikiran rasional atas dasar pemahaman dalam menyikapi fenomena. Sikap sendiri terbentuk oleh pelbagai informasi dan fakta, baik yang dibangun melalui pengalaman – pengalaman masa lalu maupun informasi eksternal yang diperolehnya baik masa pendek maupun beberapa waktu lalu. Kecenderungan informasi dan fakta atas sebuah fenomena obyek menentukan persepsi, sikap dan perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pelbagai alternatif sebagai respon atas sebuah fenomena.

Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan institusi negara yang memiliki otoritas dalam penyelenggaraan kegiatan perdagangan saham. Sebagian fungsi kebijakan negara yang berhubungan dengan tugas pokok dan fungsi dijalankan oleh BEI melalui pelbagai bentuk pengaturan yang berlaku mengikat bagi semua pihak yang terlibat dalam proses aktivitas yang berhubungan dengan perdagangan saham di Indonesia.

Sebagaimana diketahui perdagangan saham di BEI melibatkan perusahaan emiten, broker atau sekuritas dan investor. Emiten memiliki kepentingan agar sumber – sumber pembiayaan yang ia peroleh dari pasar bursa dapat terjamin. Melalui pergerakan harga saham emiten berharap memperoleh *image* positif yang ditandai dengan pergerakan harga saham secara wajar. Karena itu emiten memiliki kepentingan terhadap pergerakan harga saham tersebut. Kenaikan harga saham yang diperdagangkan di BEI merupakan cerminan pendapat investor terhadap perusahaan. Jika harga saham emiten stabil dan memiliki kecenderungan positif baik jangka pendek, menengah maupun jangka panjang, maka hal itu mendandakan persepsi yang baik dari investor kepada perusahaan.

Guna menjaga persepsi positif atas perusahaan, emiten cenderung menyampaikan informasi – informasi perusahaan kepada publik melalui kebijakan transparansi yang di atur oleh BEI. Emiten perusahaan seringkali menempatkan informasi sebagai bagian penting guna menyakinkan publik sehingga memperoleh persepsi positif. Dalam prakteknya penyampaian informasi publik yang dilakukan emiten dimungkinkan dilakukan dengan bekerjasama dengan analis independen yang sering merilis hasil analisisnya di media. Praktek ini bisa jadi ditumpangi oleh kepentingan – kepentingan perusahaan melalui bias informasi bahkan penyampaian informasi – informasi yang menyesatkan.

Dari sisi broker atau perusahaan perantara perdagangan bursa efek atau juga disebut sekuritas, analisis dimaksudkan untuk memberikan panduan bagi nasabahnya untuk melakukan transaksi jual beli. Analisis saham sebagian besar bekerja dilembaga sekuritas. Sebagai institusi broker sekuritas memiliki kepentingan agar jumlah transaksi

terjadi sebanyak mungkin dan menguntungkan para investor. Gairah pasar yang ditandai dengan banyaknya transaksi membawa keuntungan bagi sekuritas. Karena itulah sekuritas yang memiliki divisi analis saham sedapat mungkin menyajikan data – data guna melakukan prediksi. Semakin akurat prediksi dari para analis, sekuritas ataupun analisis tersebut semakin memperoleh kepercayaan dari para investor.

Hasil analisis dari pada analis biasanya dipublikasikan melalui bulletin internal sekuritas. Publikasi internal memiliki kelemahan hanya bisa diakses secara terbatas oleh nasabah sekuritas tersebut. Diluar sekuritas tentu memiliki kesulitan dalam mengakses bulletin yang diterbitkan sekuritas tersebut. Salah satu bulletin internal sekuritas yang dijadikan obyek penelitian ini adalah bulletin yang diterbitkan oleh Oso sekuritas.

Penelitian ini membandingkan antara data – data prediksi analisis sebelum berjalannya transaksi perdagangan dengan riil data transaksi. Dari data hasil analisis dan data transaksi riil yang direview diakhir perdagangan, akan diperoleh sebuah kesimpulan tentang akurasi dari prediksi analisis tersebut. Tingkat akurasi nantinya akan dijadikan dasar rekomendasi bagaimana otoritas publik (BEI dan atau OJK) melakukan pengaturan terhadap publikasi analisis perdagangan di BEI.

Metode

Penelitian ini mendeskripsikan perbandingan antara hasil analisis prediksi pergerakan IHSG dan harga saham emiten oleh para analis bursa dengan realitas pergerakan bursa saham di BEI pada hari perdagangan berjalan. Obyek yang di jadikan material penelitian ini ada dua, yaitu (1) rilis hasil analisis prediksi pergerakan IHSG dan emiten di media *online*; dan (2) riil pergerakan bursa di BEI.

Publikasi atau rilis hasil analisis diperoleh pada pagi hari sebelum BEI melakukan pencatatan transaksi *riil time*. Enam media onlie penelitian ini yang menjadi subyek penelitian ini adalah: www.inilah.com; www.kontan.co.id; www.bisnis.com; www.iqplus.com; www.bisnis.com; www.detik.com. Pemilihan media ini di dasarkan pengamatan

bahwa hampir setiap hari kerja BEI media ini merilis hasil analisis.

Perdagangan BEI dalam satu hari dibagi menjadi dua sesi. Untuk hari Senin hingga Kamis sesi I dimulai pukul 08.50 – 12.00 WIB dan sesi II pukul 13.30 – 16.15. Pada hari Jumat sesi I pukul 08.50 – 11.30 WIB, dan sesi II pukul 14.00 – 16.15. *Reviewed* pergerakan bursa sebagai perbandingan prediksi analisis dilakukan setelah perdagangan BEI usai atau tutup di sesi II.

Penelitian dilakukan sebanyak 30 hari perdagangan selama dua bulan, yaitu bulan Januari – Februari 2014, lima belas kali perdagangan di bulan Januari dan selebihnya di bulan Februari. Pengambilan data hari perdagangan ditentukan secara acak.

Teknik analisis dilakukan dengan membandingkan dua data hasil prediksi analisis dan riil pergerakan bursa pada hari berjalan. Penelitian ini menghasilkan tingkat akurasi prediksi pergerakan bursa oleh analisis bursa yang dirilis media *online*. Mengingat begitu luasnya pengaruh media, khususnya *online* bagi pelaku perdagangan di BEI, maka dibutuhkan kebijakan pemangku kepentingan dalam mensikapi publikasi rilis prediksi hasil analisis pergerakan IHSG dan harga emiten di BEI.

Hasil Analisis dan Pembahasan

Perdagangan saham di lantai BEI melibatkan sebuah perantara yang disebut sekuritas. Sekuritas bisa diartikan sebagai perusahaan efek yang diberi kepercayaan oleh KSEI (Kustodian Sentral Efek Indonesia) untuk berlaku sebagai perantara antara investor dengan bursa efek Indonesia dalam melakukan pelbagai macam transaksi investasi seperti jual beli saham, *bonds*, *mutual fund* dan yang lainnya. Badan usaha sekuritas umumnya berbentuk perseroan terbatas (PT). Merunut rilis KSEI di Indonesia terdapat 50 tahun 2013, diantaranya adalah: **KI** Ciptadana Securities; **OD** Danareksa Sekuritas; **YP** Etrading Securities; **CC** Mandiri Sekuritas; **ZP** Kim Eng Securities; **CS** Credit Suisse Securities Indonesia; **KZ** CLSA Indonesia; **DB** Deutsche Securities Indonesia; **ML** Merrill Lynch Indonesia; **DX** Bahana Securities; **GR** Panin Sekuritas Tbk;

DH Sinarmas Sekuritas; **BK** JP Morgan Securities Indonesia; **KK** Phillip Securities Indonesia; **CP** Valbury Asia Securities; **FS** AM Capital Indonesia; **BZ** Batavia Prosperindo Sekuritas; **AK** UBS Securities Indonesia; **IP** Asajaya Indosurya Securities; **AI** UOB Kay Hian Securities; **YJ** Lautandhana Securindo; **PI** E-Capital Securities; **KS** Kresna Graha Sekurindo Tbk.; **DR** OSK Nusadana Securities Indonesia; **EP** Bhakti Securities; **BW** BNP Paribas Securities Indonesia; **LG** Trimegah Securities Tbk; **AF** Harita Kencana Securities; **NI** BNI Securities Tbk; **LS** Reliance Securities Tbk; **TF** Universal Broker Indonesia; **MI** Victoria Sekuritas; **CM** Optima Kharya Capital Securities; **PG** Panca Global Securities; **AP** Pacific Capital; **SH** Artha Securities Indonesia; **PD** Indo Premier Securities; **XC** Primasia Securities; **TX** Dhanawibawa Arthacemerlang; **LK** Recapital Securities; **HD** HD Capital Tbk; **MG** Semesta Indovest; **PF** Danasakti Securities; **QA** Prime Capital Securities; **II** Danatama Makmur; **TP** Transpacific Securindo; **RO** NISP Sekuritas; **CD** Mega Capital Indonesia; **EL** Evergreen Capital; **MU** Minna Padi Investama.

Ke 50 perusahaan sekuritas tersebut bekerja menjalankan salah satu fungsinya melayani kebutuhan informasi khususnya para nasabah atau pelanggan. Pelbagai bentuk informasi yang dibutuhkan pelanggan selaku investor adalah analisis prediksi pergerakan bursa baik jangka pendek (mingguan); jangka menengah (satu hingga tiga bulanan) dan jangka panjang (lebih dari 3 bulan). Pelayanan informasi pergerakan bursa oleh perusahaan sekuritas dilakukan dalam bentuk media buletin yang diterbitkan dalam bentuk digital, dan penyebarannya dilakukan secara terbatas kepada pelanggan saja. Namun demikian bagi yang bukan nasabah dari suatu sekuritas tertentu, biasanya tidak mengalami masalah dalam mengakses informasi pergerakan harga saham berdasarkan analisis yang dibuat oleh perusahaan sekuritas.

Para investor, sebelum melakukan transaksi baik jual maupun beli di lantai bursa pada hari perdagangan umumnya melakukan pelbagai analisis untuk menentukan prosesi *tradingnya*. Salah satu referensi yang dia

gunakan adalah referensi yang berasal dari hasil analisis prediksi pergerakan bursa. Referensi ini didapat salah satunya dari media informasi yang diterbitkan oleh perusahaan sekuritas dimana ia menjadi nasabahnya.

Dari total 30 responden yang di survey menunjukkan mayoritas investor (92%) menggunakan informasi pergerakan bursa berasal dari *broker* atau perusahaan sekuritas dimana ia menjadi nasabahnya; 5% selain mengakses informasi dari internal sekuritasnya, mengakses satu lagi informasi dari sekuritas lain; dan hanya 3% lainnya mengakses informasi bursa dari lebih dari dua media informasi pergerakan bursa yang diterbitkan sekuritas lainnya.

Selain mencari referensi dari media informasi internal sekuritas, responden juga mengakses informasi hasil analisis yang dikeluarkan analis bursa di media *on-line* umum. Media *on-line* umum yang *familiar* dibuka oleh investor adalah: *bisnis.com*; *inilah.com*; *detik.com*; *kontan.co.id*; *kompas.com*. *iqplus.com*. *ipotnews.com*; *investor daily.com*. Dari sejumlah media *on line* yang menyajikan rilis hasil prediksi pergerakan bursa sebelum sesi perdagangan *inilah.com*, *kontan.co.id*, dan *bisnis.com* paling menjadi paporit. Untuk memperoleh informasi hasil analisis pergerakan bursa responden membuka situs pertama: *inilah.com* (32%); *Kontan.co.id* (30%); dan *bisnis.com* (25%).

Tabel 1. Tingkat akurasi prediksi hasil analisis terhadap pergerakan IHSG selama 20 hari perdagangan (01 Maret – 30 April 2014)

Analis	Media Publikasi	Frekuensi		Tingkat Akurasi
		N	jumlah (n)	
Reza Priambodo	<i>inilah.com</i>	3	9	80%
	<i>bisnis.com</i>	2		
	<i>kontan.com</i>	1		
	<i>detik.financial.com</i>	1		
	<i>Iqplus.com</i>	2		
Edwin Sebayang	<i>inilah.com</i>	2	13	82%
	<i>bisnis.com</i>	2		
	<i>kontan.com</i>	3		
	<i>detik.financial.com</i>	4		
	<i>Iqplus.com</i>	2		
Gema Riyadi	<i>inilah.com</i>	3	11	76%
	<i>bisnis.com</i>	2		
	<i>kontan.com</i>	1		
	<i>detik.financial.com</i>	1		
	lainnya	4		
Satrio Utomo	<i>inilah.com</i>	4	15	64%
	<i>bisnis.com</i>	2		
	<i>kontan.com</i>	4		
	<i>detik.financial.com</i>	3		
	<i>Iqplus.com</i>	2		
Sarwoko Sartono	<i>inilah.com</i>	2	10	70%
	<i>bisnis.com</i>	3		
	<i>kontan.com</i>	2		
	<i>detik.financial.com</i>	1		
	<i>iqplus.com</i>	2		

Sumber: Data primer (2014)

Pada media – media umum yang diterbutkan secara *on-line* tersebut, peneliti melakukan identifikasi nama – nama analis

selama 20 hari kerja bursa dalam rentang waktu dua bulan. Hasil identifikasi menunjukkan terdapat lima analis dengan

frekuensi terbanyak merilis hasil analisisnya. Diantaranya adalah: Satrio Utomo samuel sekuritas; Sarwoko Sartono analis riset PT Panin Sekuritas; Reza Priyambada Sekretaris Umum Ikatan Alumni CSA; Yuganur Wijanarko analis HD Capital; William Suryawijaya Analis PT Asjaya Indosurya Securities; David Cornelis, Head of Research KSK Financial Group; Gema Goeyardi, pendiri PT Astronacci International; Asjaya Indosurya Securities; Kepala Riset MNC Securities Edwin Sebayang; Analyst AAA Securities Wijen Pontus.

adalah Reza Priambodo (48%); Edwin Sebayang (35%); dan Sartono Purwoko (28%). Analisis pergerakan bursa BEI pada hari perdagangan pada dua konten, yaitu pergerakan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) dan pergerakan harga saham emiten yang melantai di BEI. Para analis yang hasil analisisnya dirilis di media massa on-line pada umumnya juga melakukan prediksi hasil analisisnya pada dua konten tersebut. Penelitian ini mendeskripsikan dan menganalisis tingkat akurasi. Tabel menyajikan data tingkat akurasi prediksi pergerakan IHSG yang dilakukan analis sela 20 hari perdagangan selama dua bulan.

Analisis paling banyak menjadi rujukan atau analisisnya dibaca oleh responden

Tabel 2. Tingkat akurasi prediksi hasil analisis terhadap pergerakan EMITEN selama 20 hari perdagangan (01 Maret – 30 April 2014)

Analis	Code Emiten yang di prediksi	Frekuensi		Tingkat Akurasi
		N	jumlah (n)	
Reza Priambodo	BBRI	3	15	64%
	CPIN	3		
	ITMG	3		
	SSIA	3		
	SIMP	3		
Edwin Sebayang	BBNI	3	15	60%
	SMGR	3		
	BWPT	3		
	ADHI	3		
	INCO	3		
Gema Riyadi	BBCA	3	15	62%
	CTRA	3		
	AALI	3		
	ADRO	3		
	TINS	3		
Satrio Utomo	INTP	3	15	50%
	ASII	3		
	ICBP	3		
	GGRM	3		
	HRUM	3		
Sarwoko Sartono	ANTM	3	15	62%
	BSDE	3		
	PTBA	3		
	SMSM	3		
	UNTR	3		

Sumber: Data Primer (2014)

Data tabel 1 menunjukkan bahwa prediksi pergerakan IHSG pada BEI pada hari perdagangan oleh para analis memiliki tingkat akurasi 64% hingga 82%. Rata – rata tingkat akurasi prediksi pergerakan IHSG

sekitar 70%. Artinya 30% prediksi mengalami kegagalan atau tidak terkonfirmasi pada pergerakan IHSG pada hari perdagangan yang diamati dalam survey ini. Selama survey dilakukan sebanyak 20

kali pengamatan Satrio Utomo memiliki akurasi terendah, yakni 64%; sedangkan prediksi paling akurat Edwin Sebayang 82%. Dari data ini peneliti menyimpulkan bahwa prediksi pergerakan IHSG yang dilakukan oleh para analis di bursa saham Indonesia tidak selalu tetap, atau tidak selalu akurat. Berdasarkan data tingkat akurasinya sebesar 70%. Selebihnya, yaitu 30% mengalami kegagalan.

Para analis selain merilis hasil analisisnya tentang pergerakan IHSG juga merekomendasikan emiten yang disertai tren dan rentang pergerakan harga. Dari lima analisis yang paling sering dirilis atau menjadi rujukan prediksi pergerakan harga emiten, peneliti mengamati 5 emiten dalam tiga kali prediksi. Reza Priambada (BBRI; CPIN; ITMG; SSIA; SIMP); Edwin Sebayang (BBNI; SMGR; BWPT; ADHI; INCO); Gema Riyadi (BBCA; CTRA; ADRO, TINS); Satrio Utomo (INTP, ASII, ICBP; GGRM, HRUM); Sartono Purwoko (ANTM, BSDE, PTBA, SMSM, UNTR).

Pengamatan penelitian sebanyak 15 kali prediksi untuk masing – masing analis. Dari data survey sebagaimana tabel 2 menunjukkan tingkat akurasi prediksi rata – rata 68%. Prediksi paling akurat Reza Priambodo (64%), sedangkan akurasi prediksi paling rendah Satrio Utomo (50%).

Dari tabel 1 akurasi prediksi pergerakan IHSG dan tabel 2 akurasi prediksi pergerakan harga emiten memiliki tingkat akurasi yang berbeda. Prediksi pergerakan IHSG nampaknya lebih mudah dibanding prediksi pergerakan harga emiten. Hal ini kelihatan pada tingkat akurasi prediksi. Prediksi pergerakan IHSG rata – rata akurasinya lebih tinggi dibanding rata – rata akurasi pergerakan harga emiten.

Penutup

Aktivitas investasi di BEI dengan mengandalkan informasi atau rilis analisis yang ada pada media – media cetak, maupun media on line memiliki resiko kesalahan rata – rata sebesar 30 – 45%. Oleh karena itu hasil analisis itu tidak dapat dijadikan pegangan seratus persen. Hal ini perlu di sadari oleh para investor maupun pemangku kepentingan dalam perdagangan efek pada BEI, khususnya BEI sendiri, dan OJK. Diperlukan kebijakan yang memberikan

pencerahan atau penjelasan kepada kalayak khususnya investor tentang sifat dari prediksi yang dilakukan oleh analis. Begitu halnya pada perusahaan sekuritas yang umumnya juga secara berkala mengeluarkan rilis hasil analisisnya. Wajib untuk menyampaikan batasan – batasan dan sifat dari rilis atau pernyataan berupa prediksi pergerakan IHSG maupun harga suatu emiten pada hari perdagangan.

Daftar Pustaka

- Hidayat, Nur; 2009, Analisis Kemampuan Laba, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia, Jakarta
- Ong, Edianto; 2012, Teknikal Analisis for Mega Profit, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Edisi Revisi. Jakarta: LP3ES
- Sunariyah, 2006. *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*. Edisi Kelima. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Tandelilin, Eduardus. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: KANISIUS Carl I. Hovland, *bullet theory; limited effect theory*;
- Klapper, Joseph T, 2008; *The Effects of Mass Communication*, Gelncoe, XII, The Free Press.
- Elizabeth Noelle-Neumann, *Spiral Of Sileh*. www.afirstlook.com
- Gerbner, George. (1989). Cross-Cultural Communications Research in the Age of Telecommunications. In *Continuity and Change in Communications in Post-Industrial Society*. Volume 2 in *The World Community in Post-Industrial Society*. Edited by Christian Academy. Seoul, Korea: Wooseok Publishing Company.
- McComb dan Donald L. Shaw; 2012, *The Agenda Setting Function of Mass media*; University of Texas at Austin.
- Katz, E., Blumer J. G. Dan Gurevitch, M. 1974. 'Utilization of mass communication by the individual,' dalam J.G. Blumer dan E. Katz (eds), *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Media on line 2014: www.inilah.com; www.kontan.co.id; www.bisnis.com; www.iqplus.com; www.bisnis.com; www.detik.com