

KEKOSONGAN HUKUM PENGATURAN FINANCIAL INFLUENCER DALAM PROMOSI INVESTASI DIGITAL DI INDONESIA

[Vacuum of Norm in The Regulation of Financial Influencers in Digital Investment Promotion in Indonesia]

Septira Putri Mulyana^{1)*}, Ika Yuliana Susilawati²⁾

Universitas Mataram

septiraputri@unram.ac.id (corresponding)

ABSTRAK

Perkembangan investasi digital melalui media sosial telah mendorong munculnya *financial influencer* sebagai pihak yang berpengaruh dalam pembentukan keputusan investasi masyarakat. Di satu sisi, *financial influencer* berperan dalam meningkatkan akses informasi dan literasi keuangan, namun di sisi lain aktivitas promosi investasi yang dilakukan berpotensi menimbulkan risiko berupa informasi yang menyesatkan, konflik kepentingan, dan tidak adanya standar kompetensi yang jelas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai *financial influencer* dalam promosi investasi digital di Indonesia, mengidentifikasi kekosongan hukum yang ada, serta merumuskan model pengaturan yang ideal untuk menjamin perlindungan investor dan kepastian hukum. Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan perundang-undangan, konseptual, dan perbandingan. Bahan hukum dikumpulkan melalui studi kepustakaan dan dianalisis secara kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia belum memiliki pengaturan khusus yang mengatur status hukum, kewajiban, standar kompetensi, pengawasan, dan pertanggungjawaban *financial influencer* dalam promosi investasi digital. Kondisi tersebut menimbulkan lemahnya perlindungan investor dan ketidakpastian hukum dalam penentuan tanggung jawab atas promosi investasi yang merugikan. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang komprehensif melalui penerapan lisensi dan sertifikasi kompetensi, kewajiban transparansi dan pengungkapan konflik kepentingan, penguatan akuntabilitas penyedia layanan keuangan, pengawasan berbasis risiko, serta mekanisme sanksi yang efektif guna mewujudkan perlindungan investor dan kepastian hukum dalam ekosistem investasi digital di Indonesia.

Kata kunci: *Financial influencer; Investasi digital; Perlindungan investor.*

ABSTRACT

The rapid growth of digital investment through social media has led to the emergence of financial influencers as key actors influencing public investment decisions. On the one hand, financial influencers contribute to improving access to financial information and enhancing financial literacy. On the other hand, their investment promotion activities may create legal risks, including misleading information, conflicts of interest, and the absence of clear competency standards. This study aims to analyze the legal regulation of financial influencers in digital investment promotion in Indonesia, identify existing vacuum of norm, and formulate an ideal regulatory framework to ensure investor protection and legal certainty. This research employs a normative legal method using statutory, conceptual, and comparative approaches. Legal materials were collected through library research and analyzed qualitatively. The findings reveal that Indonesia has not yet established specific regulations governing the legal status, obligations, competency standards, supervision, and liability of financial influencers in digital investment promotion. This vacuum of norm weakens investor protection and creates legal uncertainty regarding accountability for harmful investment promotions. Therefore, comprehensive regulations are required through the implementation of licensing and competency certification, transparency and conflict-of-interest disclosure obligations, enhanced accountability of financial service providers, risk-based supervision, and effective sanction mechanisms to ensure investor protection and legal certainty within Indonesia's digital investment ecosystem.

Keywords: *Financial influencer; Digital investment; Investor protection.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor keuangan dan investasi di Indonesia. Kemajuan internet, media sosial, serta berbagai platform investasi berbasis digital telah memperluas akses masyarakat terhadap berbagai instrumen investasi seperti saham, reksa dana, aset kripto, hingga instrumen keuangan lainnya. Kondisi ini turut meningkatkan jumlah investor domestik, khususnya dari kalangan generasi muda yang menjadikan media sosial sebagai sumber utama informasi investasi. Dalam ekosistem digital tersebut, muncul fenomena *financial influencer* (finfluencer), yaitu individu yang memanfaatkan platform media sosial untuk memberikan edukasi, opini, rekomendasi, maupun promosi terkait produk dan aktivitas investasi kepada masyarakat. Fenomena ini berkembang seiring meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap informasi digital dalam pengambilan keputusan keuangan dan investasi (Agasi, 2025). Keberadaan *financial influencer* telah mengubah pola penyebaran informasi investasi yang sebelumnya didominasi oleh lembaga jasa keuangan, penasihat investasi, dan media konvensional menjadi lebih terbuka, cepat, dan berbasis media sosial. Melalui jumlah pengikut yang besar serta kemampuan membangun kedekatan dengan audiens, *financial influencer* mampu memengaruhi persepsi, preferensi, bahkan keputusan investasi masyarakat dalam waktu yang relatif singkat. Tidak jarang rekomendasi atau opini yang disampaikan oleh *financial influencer* lebih dipercaya oleh investor, khususnya generasi muda, dibandingkan informasi resmi yang diterbitkan oleh lembaga keuangan atau regulator. Kondisi ini menunjukkan bahwa *financial influencer* telah menjadi salah satu aktor penting dalam ekosistem investasi digital yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku investasi masyarakat.

Keberadaan *financial influencer* pada satu sisi memberikan manfaat berupa peningkatan literasi keuangan dan akses informasi investasi yang lebih luas. Namun, pada sisi lain, aktivitas promosi investasi yang dilakukan oleh *financial influencer* juga menimbulkan berbagai persoalan hukum, terutama ketika informasi yang disampaikan tidak didasarkan pada kompetensi profesional, mengandung unsur promosi terselubung, atau bahkan mendorong masyarakat untuk melakukan investasi pada instrumen berisiko tinggi tanpa pemahaman yang memadai. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *financial influencer* memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan investasi masyarakat, khususnya investor pemula dan generasi muda yang cenderung menjadikan media sosial sebagai referensi utama dalam aktivitas investasi (Lestari, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *financial influencer* tidak lagi sekadar berperan sebagai penyedia informasi, melainkan telah menjadi pihak yang mampu memengaruhi perilaku dan preferensi investasi masyarakat secara signifikan. Permasalahan muncul ketika pengaruh tersebut tidak diimbangi dengan kewajiban hukum, standar kompetensi, maupun mekanisme pengawasan yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan kerugian bagi investor. Oleh karena itu, keberadaan *financial influencer* dalam ekosistem investasi digital memerlukan perhatian khusus dari regulator untuk memastikan bahwa aktivitas promosi yang dilakukan tetap sejalan dengan prinsip perlindungan investor dan kepastian hukum.

Fenomena tersebut semakin mengkhawatirkan karena promosi investasi melalui media sosial sering kali memanfaatkan aspek psikologis masyarakat, seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), sehingga mendorong keputusan investasi yang tidak didasarkan pada analisis yang rasional. Kondisi demikian berpotensi menimbulkan kerugian finansial bagi investor, terutama apabila promosi dilakukan tanpa transparansi mengenai risiko investasi maupun hubungan komersial antara *financial influencer* dan pihak penyedia produk investasi. Beberapa penelitian bahkan menunjukkan bahwa investor dengan tingkat literasi keuangan yang rendah lebih rentan dipengaruhi oleh rekomendasi *financial influencer* dibandingkan investor yang memiliki pemahaman keuangan yang lebih baik (Agasi, 2025). Risiko tersebut menjadi semakin besar mengingat sebagian besar pengguna media sosial yang terpapar konten investasi merupakan investor pemula yang belum memiliki tingkat literasi dan pengalaman investasi yang memadai. Apabila promosi investasi dilakukan tanpa transparansi mengenai risiko produk, tanpa pengungkapan hubungan komersial antara *financial influencer* dan penyedia layanan investasi, atau bahkan mengandung informasi yang menyesatkan, maka potensi terjadinya kerugian finansial bagi investor akan semakin meningkat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung

lebih mudah dipengaruhi oleh rekomendasi yang disampaikan melalui media sosial dan lebih rentan mengambil keputusan investasi berdasarkan popularitas figur yang memberikan informasi daripada berdasarkan kualitas informasi itu sendiri. Akibatnya, pengaruh *financial influencer* tidak hanya berkaitan dengan aspek pemasaran produk investasi, tetapi juga berpotensi memengaruhi stabilitas perilaku investor ritel dalam pasar keuangan digital. Dari perspektif hukum, kondisi tersebut menimbulkan persoalan mengenai batas tanggung jawab *financial influencer* dalam menyampaikan informasi investasi kepada publik. Ketika rekomendasi atau promosi yang dilakukan terbukti menyesatkan dan mengakibatkan kerugian investor, muncul pertanyaan mengenai pihak yang harus bertanggung jawab serta mekanisme perlindungan hukum yang dapat digunakan oleh investor. Persoalan ini menjadi semakin kompleks karena hingga saat ini belum terdapat pengaturan khusus yang secara tegas mengatur standar perilaku, kewajiban transparansi, maupun bentuk pertanggungjawaban hukum *financial influencer* dalam promosi investasi digital di Indonesia. Oleh karena itu, perkembangan fenomena *financial influencer* memerlukan perhatian serius dari regulator untuk memastikan bahwa aktivitas promosi investasi digital tetap sejalan dengan prinsip perlindungan investor dan kepastian hukum.

Dalam konteks global, meningkatnya pengaruh *financial influencer* telah menjadi perhatian berbagai otoritas keuangan. Organisasi internasional seperti International Organization of Securities Commissions (IOSCO) menyoroti pentingnya pengawasan terhadap aktivitas *financial influencer* guna memastikan bahwa promosi investasi tetap sejalan dengan prinsip perlindungan investor dan integritas pasar keuangan. IOSCO menegaskan bahwa aktivitas *financial influencer* dapat menimbulkan risiko serius apabila tidak disertai mekanisme pengawasan, transparansi, serta pertanggungjawaban hukum yang memadai (IOSCO, 2024). Di United Kingdom, Financial Conduct Authority bahkan telah melakukan tindakan hukum terhadap sejumlah *financial influencer* yang diduga mempromosikan produk investasi secara ilegal melalui media sosial (Kollewe, 2024).

Di Indonesia, perkembangan aktivitas *financial influencer* belum diikuti oleh pengaturan hukum yang secara khusus mengatur status, kewenangan, kewajiban, maupun tanggung jawab hukum mereka dalam melakukan promosi investasi digital. Berbagai regulasi yang ada saat ini, termasuk Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, serta berbagai peraturan Otoritas Jasa Keuangan, pada dasarnya lebih berfokus pada pelaku usaha jasa keuangan, emiten, maupun lembaga keuangan, dan belum secara eksplisit mengatur *financial influencer* sebagai subjek hukum yang memiliki pengaruh besar terhadap keputusan investasi masyarakat. Akibatnya, muncul ketidakjelasan mengenai batasan aktivitas promosi yang diperbolehkan, standar kompetensi yang harus dimiliki, kewajiban keterbukaan informasi (*disclosure*), serta bentuk pertanggungjawaban hukum apabila terjadi kerugian investor akibat promosi yang menyesatkan (OJK, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan adanya kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam pengaturan *financial influencer* pada promosi investasi digital di Indonesia. Kekosongan hukum tersebut berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum baik bagi investor maupun bagi *financial influencer* itu sendiri.

Dari perspektif perlindungan investor, tidak adanya pengaturan yang jelas dapat menghambat upaya pencegahan kerugian akibat informasi investasi yang menyesatkan. Sementara itu, dari perspektif kepastian hukum, tidak adanya norma yang secara spesifik mengatur aktivitas *financial influencer* menyebabkan sulitnya menentukan batas tanggung jawab hukum ketika terjadi pelanggaran atau kerugian dalam aktivitas promosi investasi digital (Wiyaka, 2023).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai *financial influencer* dalam promosi investasi digital di Indonesia, mengidentifikasi bentuk kekosongan hukum yang terdapat dalam regulasi yang berlaku, serta menganalisis implikasinya terhadap perlindungan investor dan kepastian hukum. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan merumuskan formulasi pengaturan *financial influencer* yang ideal dalam sistem hukum Indonesia guna mewujudkan perlindungan investor dan kepastian hukum yang lebih efektif di era investasi digital. Penelitian ini merumuskan beberapa permasalahan utama yang akan dikaji, yaitu: (1) Bagaimana pengaturan hukum mengenai *financial influencer* dalam promosi investasi digital di Indonesia, (2) Apakah terdapat kekosongan hukum dalam pengaturan *financial influencer* pada promosi investasi digital di Indonesia dan bagaimana implikasinya terhadap perlindungan investor serta kepastian hukum, (3) Bagaimana formulasi pengaturan *financial influencer* yang ideal dalam

promosi investasi digital untuk mewujudkan perlindungan investor dan kepastian hukum di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menurut Peter Mahmud Marzuki merupakan proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip hukum, dan doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi (Marzuki, 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan perbandingan (*comparative approach*) untuk menganalisis kekosongan hukum pengaturan *financial influencer* dalam promosi investasi digital di Indonesia. Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan investasi digital dan perlindungan investor, bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian, dan dokumen resmi yang relevan, serta bahan hukum tersier berupa kamus dan ensiklopedia hukum. Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menginventarisasi dan mengkaji berbagai bahan hukum yang relevan, yang selanjutnya dianalisis secara kualitatif menggunakan metode penafsiran hukum dan argumentasi hukum untuk memperoleh kesimpulan secara deduktif mengenai pengaturan *financial influencer* yang ideal dalam mewujudkan perlindungan investor dan kepastian hukum di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaturan Hukum Mengenai *Financial Influencer* dalam Promosi Investasi Digital di Indonesia

Perkembangan teknologi informasi dan media sosial telah melahirkan fenomena *financial influencer* (*influencer*) sebagai aktor baru dalam ekosistem investasi digital. *Financial influencer* merupakan individu yang memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Telegram, maupun X untuk memberikan informasi, edukasi, opini, rekomendasi, hingga promosi mengenai produk dan aktivitas investasi kepada masyarakat. Keberadaan *financial influencer* berkembang seiring meningkatnya jumlah investor ritel di Indonesia yang cenderung menjadikan media sosial sebagai sumber informasi keuangan dan investasi. Dalam praktiknya, *financial influencer* memiliki kemampuan memengaruhi persepsi serta keputusan investasi masyarakat melalui konten yang dikemas secara sederhana, menarik, dan mudah dipahami dibandingkan informasi formal yang disampaikan oleh lembaga jasa keuangan. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi investasi dari model konvensional menuju model digital yang berbasis pengaruh (*influence-based communication*). Namun demikian, tidak seluruh *financial influencer* memiliki kompetensi, sertifikasi, maupun izin yang memadai dalam bidang jasa keuangan, sehingga berpotensi menimbulkan risiko penyampaian informasi yang menyesatkan (*misleading information*), konflik kepentingan, promosi terselubung, hingga praktik manipulasi opini publik yang dapat merugikan investor (Lestari, 2025).

Dalam sistem hukum Indonesia, pengaturan mengenai aktivitas promosi investasi digital pada dasarnya telah tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan, meskipun belum secara khusus mengatur *financial influencer* sebagai subjek hukum tersendiri. Pengaturan tersebut antara lain terdapat dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal yang melarang tindakan penipuan, manipulasi pasar, dan penyampaian informasi yang menyesatkan dalam kegiatan pasar modal. Selain itu, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan dasar perlindungan terhadap konsumen atas informasi yang tidak benar atau menyesatkan dalam kegiatan perdagangan dan jasa. Dalam konteks digital, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya juga mengatur larangan penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan pihak lain melalui media elektronik. Selanjutnya, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan memperkuat kewenangan pengawasan sektor jasa keuangan oleh Otoritas Jasa Keuangan dalam menghadapi perkembangan inovasi teknologi keuangan dan investasi

digital. Di samping itu, Otoritas Jasa Keuangan juga menerbitkan berbagai regulasi mengenai perlindungan konsumen sektor jasa keuangan, transparansi informasi, serta penyelenggaraan inovasi teknologi sektor keuangan yang secara tidak langsung berkaitan dengan aktivitas promosi investasi melalui media digital. Meskipun demikian, berbagai regulasi tersebut masih berorientasi pada pelaku usaha jasa keuangan, emiten, maupun penyelenggara layanan investasi, sehingga belum memberikan pengaturan yang spesifik mengenai definisi, status hukum, kewajiban, standar kompetensi, mekanisme pengawasan, maupun pertanggungjawaban hukum *financial influencer* dalam promosi investasi digital (Wiyaka, 2023).

Pengawasan terhadap aktivitas promosi investasi digital yang dilakukan oleh *financial influencer* saat ini masih dilakukan melalui pendekatan pengawasan umum oleh Otoritas Jasa Keuangan dan lembaga terkait lainnya berdasarkan ketentuan yang berlaku di sektor jasa keuangan dan perlindungan konsumen. Dalam beberapa tahun terakhir, Otoritas Jasa Keuangan mulai memberikan perhatian khusus terhadap aktivitas *financial influencer* yang terlibat dalam promosi investasi berisiko tinggi, promosi tanpa keterbukaan hubungan komersial (*paid promotion*), maupun penyebaran informasi yang berpotensi memengaruhi keputusan investasi masyarakat. Namun, karena belum terdapat regulasi yang secara khusus mengatur *financial influencer*, mekanisme pengawasan dan penegakan hukum masih menghadapi berbagai keterbatasan, terutama dalam menentukan batas tanggung jawab hukum, standar perilaku yang harus dipatuhi, serta bentuk sanksi yang dapat dikenakan apabila terjadi pelanggaran dalam promosi investasi digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa meskipun beberapa ketentuan hukum yang berlaku dapat digunakan sebagai dasar pengawasan dan penindakan, pengaturan mengenai *financial influencer* masih bersifat tidak langsung (*indirect regulation*) sehingga belum mampu memberikan kepastian hukum yang memadai mengenai batasan aktivitas, standar kompetensi, kewajiban keterbukaan informasi, maupun bentuk pertanggungjawaban hukum yang harus dipenuhi dalam promosi investasi digital. (Salsabila, 2024)

Kekosongan Hukum dalam Pengaturan *Financial Influencer* pada Promosi Investasi Digital di Indonesia dan Implikasinya terhadap Perlindungan Investor serta Kepastian Hukum

Meningkatnya peran *financial influencer* dalam promosi investasi digital tidak diimbangi dengan pembentukan regulasi yang secara khusus mengatur keberadaan dan aktivitas mereka dalam sistem hukum Indonesia. Hingga saat ini, berbagai peraturan yang mengatur sektor jasa keuangan, pasar modal, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik belum memberikan definisi yuridis mengenai *financial influencer* maupun mengatur secara jelas status hukum mereka dalam aktivitas promosi investasi. Padahal, *financial influencer* telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat dalam mengambil keputusan investasi. Ketidadaan pengaturan tersebut menunjukkan adanya kekosongan hukum (*legal vacuum*) yang menyebabkan ketidakjelasan mengenai batasan aktivitas yang diperbolehkan, kewajiban yang harus dipenuhi, serta bentuk pertanggungjawaban hukum yang dapat dikenakan apabila promosi yang dilakukan menimbulkan kerugian bagi investor.

Kekosongan hukum tersebut terlihat dari belum adanya ketentuan yang mengatur standar kompetensi atau kualifikasi tertentu bagi seseorang yang memberikan rekomendasi investasi kepada publik melalui media sosial. Berbeda dengan profesi penunjang pasar modal atau penasihat investasi yang harus memenuhi persyaratan kompetensi dan memperoleh izin dari otoritas yang berwenang, *financial influencer* dapat dengan mudah menyampaikan opini maupun rekomendasi investasi kepada jutaan pengikut tanpa adanya mekanisme verifikasi kompetensi yang memadai. Kondisi ini berpotensi menimbulkan penyebaran informasi yang tidak akurat, menyesatkan, atau bahkan spekulatif sehingga meningkatkan risiko kerugian bagi investor, khususnya investor pemula yang memiliki tingkat literasi keuangan yang relatif rendah (Salsabila, 2024).

Selain itu, regulasi di Indonesia juga belum mengatur secara spesifik mengenai kewajiban keterbukaan informasi (*disclosure obligation*) bagi *financial influencer* yang menerima imbalan atau bekerja sama dengan pihak tertentu dalam mempromosikan produk investasi. Dalam praktiknya, tidak sedikit promosi investasi yang dilakukan melalui skema *endorsement* atau *paid promotion* tanpa adanya penjelasan yang transparan mengenai hubungan komersial antara *financial influencer* dan pihak yang dipromosikan. Ketidadaan kewajiban *disclosure* tersebut berpotensi menimbulkan konflik kepentingan dan mengurangi objektivitas informasi yang diterima oleh masyarakat.

Akibatnya, investor dapat mengambil keputusan investasi berdasarkan informasi yang tidak lengkap atau tidak seimbang mengenai manfaat dan risiko suatu produk investasi.

Dari perspektif perlindungan investor, kekosongan hukum dalam pengaturan *financial influencer* berimplikasi pada lemahnya perlindungan preventif maupun represif terhadap masyarakat sebagai pengguna informasi investasi digital. Perlindungan preventif menjadi kurang efektif karena tidak terdapat mekanisme yang secara khusus mengatur standar perilaku, kewajiban transparansi, maupun larangan tertentu bagi *financial influencer*. Sementara itu, perlindungan represif juga menghadapi kendala karena sulitnya menentukan dasar pertanggungjawaban hukum ketika investor mengalami kerugian akibat informasi atau rekomendasi yang disampaikan melalui media sosial. Dalam kondisi demikian, investor sering kali berada pada posisi yang rentan karena tidak memiliki instrumen hukum yang memadai untuk menuntut pertanggungjawaban pihak yang memengaruhi keputusan investasinya (Hadjon, 2019).

Kekosongan hukum tersebut juga berdampak terhadap kepastian hukum. Menurut teori kepastian hukum, hukum harus mampu memberikan kejelasan mengenai hak, kewajiban, dan konsekuensi hukum atas suatu tindakan. Namun, dalam konteks promosi investasi digital oleh *financial influencer*, belum adanya pengaturan yang spesifik menyebabkan ketidakjelasan mengenai parameter legalitas suatu promosi, batas tanggung jawab hukum, serta mekanisme pengawasan yang dapat diterapkan oleh regulator. Akibatnya, baik investor, *financial influencer*, maupun regulator menghadapi ketidakpastian dalam memahami ruang lingkup hak dan kewajiban masing-masing. Kondisi ini menunjukkan bahwa perkembangan praktik promosi investasi digital telah melampaui perkembangan regulasi yang ada, sehingga diperlukan pembentukan kerangka hukum yang lebih adaptif untuk menjamin perlindungan investor sekaligus mewujudkan kepastian hukum dalam ekosistem investasi digital di Indonesia (Huijbers, 2018).

Formulasi Pengaturan *Financial Influencer* yang Ideal dalam Promosi Investasi Digital untuk Mewujudkan Perlindungan Investor dan Kepastian Hukum di Indonesia

Perkembangan aktivitas *financial influencer* dalam promosi investasi digital menunjukkan perlunya pembentukan kerangka regulasi yang lebih komprehensif dan adaptif terhadap dinamika teknologi digital. Pengaturan yang ideal tidak hanya bertujuan memberikan kepastian hukum bagi seluruh pihak yang terlibat, tetapi juga memastikan terciptanya perlindungan investor yang efektif dari risiko informasi yang menyesatkan, konflik kepentingan, maupun praktik promosi yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, pembentukan regulasi *financial influencer* harus didasarkan pada prinsip perlindungan investor, transparansi, akuntabilitas, proporsionalitas, dan kepastian hukum agar mampu menjawab tantangan perkembangan investasi digital di Indonesia (Hadjon, 2019).

Salah satu aspek penting yang perlu diatur adalah kewajiban lisensi dan sertifikasi kompetensi bagi *financial influencer* yang secara aktif memberikan rekomendasi atau promosi investasi kepada masyarakat. Selama ini, siapa pun dapat memberikan opini maupun rekomendasi investasi melalui media sosial tanpa harus membuktikan kompetensi atau pemahaman yang memadai mengenai instrumen keuangan yang dipromosikan. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan penyebaran informasi yang keliru dan meningkatkan risiko kerugian investor. Oleh karena itu, regulator perlu membedakan antara aktivitas edukasi keuangan umum dengan aktivitas yang mengandung unsur rekomendasi investasi. Terhadap *financial influencer* yang melakukan promosi atau rekomendasi investasi secara profesional, perlu diterapkan mekanisme registrasi, lisensi, atau sertifikasi kompetensi tertentu sebagai bentuk pengawasan preventif sekaligus jaminan kualitas informasi yang disampaikan kepada public.

Selain aspek kompetensi, regulasi juga harus mengatur kewajiban transparansi dan pengungkapan konflik kepentingan (*conflict of interest disclosure*). Setiap *financial influencer* yang menerima kompensasi, insentif, atau bentuk kerja sama komersial dari penyedia produk investasi wajib mengungkapkan hubungan tersebut secara jelas dan mudah dipahami oleh masyarakat. Kewajiban *disclosure* menjadi instrumen penting untuk mencegah praktik promosi terselubung (*hidden endorsement*) yang dapat memengaruhi objektivitas informasi yang diterima investor. Transparansi tidak hanya berkaitan dengan hubungan komersial, tetapi juga harus mencakup pengungkapan risiko investasi, potensi kerugian, serta karakteristik produk yang dipromosikan

sehingga investor memperoleh informasi yang seimbang sebelum mengambil keputusan investasi (Levy, 2024). Pengaturan yang ideal juga harus menempatkan perusahaan penyedia layanan keuangan sebagai pihak yang turut bertanggung jawab atas aktivitas promosi yang dilakukan oleh *financial influencer* yang bekerja sama dengan mereka. Selama ini, tanggung jawab hukum sering kali hanya diarahkan kepada individu *financial influencer*, padahal dalam banyak kasus promosi investasi dilakukan berdasarkan hubungan kontraktual dengan perusahaan jasa keuangan, platform investasi, atau penyedia aset digital. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan mengenai akuntabilitas perusahaan penyedia layanan keuangan untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas promosi yang dilakukan melalui *financial influencer* telah memenuhi prinsip perlindungan konsumen, transparansi informasi, dan kepatuhan terhadap regulasi sektor jasa keuangan. Dengan demikian, tanggung jawab hukum tidak hanya dibebankan kepada individu *financial influencer*, tetapi juga kepada korporasi yang memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas promosi tersebut.

Selanjutnya, efektivitas regulasi sangat bergantung pada mekanisme penegakan hukum dan pemberian sanksi yang proporsional. Pengaturan mengenai *financial influencer* harus dilengkapi dengan sistem pengawasan yang jelas, baik melalui pengawasan administratif oleh regulator maupun mekanisme pengaduan yang mudah diakses oleh masyarakat. Sanksi yang diterapkan perlu disesuaikan dengan tingkat pelanggaran yang dilakukan, mulai dari teguran administratif, denda, pencabutan lisensi, hingga pertanggungjawaban perdata atau pidana dalam hal pelanggaran yang menimbulkan kerugian signifikan bagi investor. Penerapan sanksi yang proporsional penting untuk menjaga keseimbangan antara perlindungan investor dan kepastian hukum bagi pelaku promosi investasi digital (Board, 2024).

Dalam rangka mewujudkan regulasi yang lebih komprehensif, pengaturan *financial influencer* di Indonesia sebaiknya mengadopsi model Klasifikasi Aktivitas Berbasis Risiko (*Risk-Based Tiering*). Model ini membedakan aktivitas *financial influencer* berdasarkan tingkat risiko yang ditimbulkan terhadap investor. Aktivitas edukasi keuangan umum yang bersifat informatif dapat ditempatkan pada kategori risiko rendah, sedangkan aktivitas yang memuat rekomendasi investasi, analisis harga, prediksi keuntungan, atau promosi produk investasi tertentu ditempatkan pada kategori risiko yang lebih tinggi dan memerlukan pengawasan yang lebih ketat. Pendekatan berbasis risiko memungkinkan regulator menerapkan kewajiban yang proporsional sesuai dengan tingkat potensi kerugian yang dapat ditimbulkan kepada masyarakat.

Selain itu, perlu dibentuk Standar Transparansi Konten (*Content Disclosure Standard*) yang mewajibkan setiap konten promosi investasi memuat informasi mengenai status kerja sama komersial, risiko investasi, sumber informasi yang digunakan, serta peringatan bahwa investasi mengandung potensi keuntungan dan kerugian. Standar ini bertujuan menciptakan keseragaman informasi yang diterima oleh investor sekaligus mengurangi praktik promosi yang bersifat manipulatif atau menyesatkan. Melalui standar transparansi yang jelas, investor dapat menilai secara objektif informasi yang disampaikan sebelum mengambil keputusan investasi.

Formulasi regulasi yang ideal wajib mengadopsi prinsip pengungkapan informasi berlapis (*layered disclosure*) pada setiap konten komersial investasi digital di platform media sosial. Elemen pembentuk utama dari standar transparansi ini mencakup kewajiban pencantuman deklarasi sponsor secara eksplisit (*paid partnership disclosure*), penegasan label status non-pegawai resmi dari lembaga jasa keuangan terkait, serta penyertaan peringatan risiko (*risk disclaimer*) secara proporsional (Zahra, 2024). Ketentuan pengungkapan berlapis ini merupakan bentuk konkret dari perwujudan prinsip keterbukaan (*disclosure principle*) yang bertujuan untuk mengikis asimetri informasi antara pelaku usaha jasa keuangan dan konsumen ritel. Ketiadaan transparansi mengenai relasi komersial mencederai hak hukum konsumen untuk mengetahui objektivitas dari sebuah rekomendasi finansial, serta dikategorikan sebagai tindakan manipulasi informasi yang dilarang dalam koridor hukum pasar modal (Makawowor, 2025). Dengan demikian, standarisasi ini memaksa *financial influencer* (*finfluencer*) bertindak selaku subjek hukum yang akuntabel dengan memisahkan secara tegas antara ruang edukasi murni dan promosi berbasis komisi (SIP Law Firm, 2025). Implementasi standar transparansi konten komersial ini juga diposisikan sebagai instrumen krusial dalam kerangka pengawasan perilaku pasar (*market conduct control*) demi menekan angka *fraud* digital. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, kewajiban menyajikan peringatan risiko dengan porsi visual, ukuran fon, atau durasi audio yang seimbang dengan materi materi

promosi utama merupakan perwujudan iktikad baik yang wajib dipenuhi. Ketidakseimbangan porsi penyampaian risiko di mana potensi keuntungan dieksploitasi secara berlebihan sementara risiko kerugian disembunyikan merupakan bentuk pelanggaran nyata terhadap asas perdagangan yang adil (*fair trading*). Formulasi regulasi yang ketat dan berkepastian hukum mengenai format penayangan konten ini memberikan perlindungan preventif bagi investor ritel dari jebakan skema manipulasi pasar seperti *pump and dump* atau pompom saham. Melalui penegakan standar konten yang terpadu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat menjamin terciptanya ekosistem investasi digital yang sehat, kredibel, dan berintegritas tinggi (OJK, 2023).

Pengaturan yang ideal juga harus memperluas yurisdiksi pengawasan sektor digital melalui pendekatan Perluasan Yurisdiksi Sektor Digital (*Cross-Instrument Digital Jurisdiction*). Pengawasan terhadap *financial influencer* tidak boleh dibatasi hanya pada instrumen pasar modal, tetapi juga harus mencakup aset kripto, *peer-to-peer lending*, sekuritas digital, dan berbagai instrumen investasi digital lainnya yang berkembang seiring kemajuan teknologi. Pendekatan lintas instrumen diperlukan untuk menghindari terjadinya celah regulasi (*regulatory gap*) yang dapat dimanfaatkan oleh pihak-pihak tertentu untuk menghindari pengawasan hukum. Dengan demikian, regulator memiliki kewenangan yang lebih komprehensif dalam mengawasi aktivitas promosi investasi digital yang dilakukan melalui berbagai platform media sosial (ASIC, 2022). Formulasi regulasi dirancang secara holistik guna mengeliminasi potensi kekosongan hukum (*rechtsvacuum*) antar otoritas melalui perluasan yurisdiksi pengawasan yang berbasis pada payung hukum Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan (UU PPSK) beserta seluruh instrumen aturan turunannya. Implementasi kerangka hukum ini memanifestasikan pengendalian ketat terhadap aktivitas promosi sekuritas serta reksa dana daring di sektor pasar modal digital, sekaligus secara progresif mengonsolidasikan pengawasan terhadap *financial influencer* di sektor aset kripto secara penuh di bawah kendali Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Restrukturisasi kewenangan pengawasan yang terintegrasi ini menjadi instrumen hukum preventif yang krusial untuk menekan asimetri informasi di ruang siber, memitigasi risiko penyebaran investasi ilegal, serta menjamin kepastian hukum dan perlindungan yang optimal bagi investor ritel domestik.

Terakhir, untuk memperkuat perlindungan investor, perlu dipertimbangkan penerapan mekanisme **pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*)** terhadap pelanggaran tertentu yang dilakukan dalam promosi investasi digital. Dalam model ini, *financial influencer* maupun perusahaan penyedia layanan keuangan dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian investor tanpa harus terlebih dahulu dibuktikan adanya unsur kesalahan apabila terbukti melakukan promosi yang menyesatkan, menyembunyikan konflik kepentingan, atau menyampaikan informasi yang secara material tidak benar. Penerapan *strict liability* tidak dimaksudkan untuk membatasi kebebasan berekspresi, melainkan untuk memastikan bahwa setiap pihak yang memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas promosi investasi memiliki tanggung jawab yang sebanding terhadap risiko yang ditimbulkan kepada masyarakat. Melalui kombinasi lisensi dan sertifikasi, transparansi, akuntabilitas korporasi, pengawasan berbasis risiko, perluasan yurisdiksi digital, serta penerapan sanksi yang efektif, Indonesia dapat membangun sistem pengaturan *financial influencer* yang lebih komprehensif, memberikan perlindungan investor yang optimal, dan menjamin kepastian hukum dalam ekosistem investasi digital (Huijbers, 2018).

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengaturan hukum mengenai *financial influencer* dalam promosi investasi digital di Indonesia saat ini masih tersebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan yang mengatur sektor pasar modal, jasa keuangan, perlindungan konsumen, dan transaksi elektronik. Meskipun regulasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar pengawasan terhadap aktivitas promosi investasi digital, belum terdapat ketentuan yang secara khusus mengatur definisi, status hukum, kewajiban, standar kompetensi, mekanisme pengawasan, maupun pertanggungjawaban hukum *financial influencer*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengaturan yang berlaku saat ini masih bersifat parsial dan belum mampu

memberikan kepastian hukum yang memadai terhadap aktivitas promosi investasi yang dilakukan melalui media sosial.

Penelitian ini juga menemukan adanya kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam pengaturan *financial influencer* pada promosi investasi digital di Indonesia. Kekosongan hukum tersebut tercermin dari belum adanya pengaturan mengenai kewajiban lisensi atau sertifikasi kompetensi, kewajiban keterbukaan informasi dan pengungkapan konflik kepentingan, serta mekanisme pertanggungjawaban hukum yang jelas apabila promosi investasi yang dilakukan menimbulkan kerugian bagi investor. Akibatnya, perlindungan investor menjadi kurang optimal karena masyarakat berpotensi menerima informasi investasi yang tidak akurat, tidak transparan, atau menyesatkan tanpa adanya instrumen hukum yang secara khusus mengatur dan mengawasi aktivitas *financial influencer*. Selain itu, ketiadaan pengaturan yang spesifik juga menimbulkan ketidakpastian hukum bagi investor, *financial influencer*, maupun regulator dalam menentukan hak, kewajiban, dan batas tanggung jawab masing-masing pihak.

Saran

Untuk mewujudkan perlindungan investor dan kepastian hukum yang lebih efektif, diperlukan formulasi pengaturan *financial influencer* yang komprehensif dan adaptif terhadap perkembangan investasi digital. Pengaturan tersebut dapat dilakukan melalui penerapan kewajiban lisensi dan sertifikasi kompetensi bagi *financial influencer* yang memberikan rekomendasi investasi, kewajiban transparansi dan pengungkapan konflik kepentingan, penguatan akuntabilitas perusahaan penyedia layanan keuangan yang bekerja sama dengan *financial influencer*, serta penerapan mekanisme penegakan hukum dan sanksi yang proporsional. Selain itu, regulasi yang ideal perlu dibangun melalui pendekatan klasifikasi aktivitas berbasis risiko (*risk-based tiering*), standar transparansi konten (*content disclosure standard*), perluasan yurisdiksi pengawasan terhadap seluruh instrumen investasi digital, serta penerapan pertanggungjawaban mutlak (*strict liability*) terhadap pelanggaran tertentu yang berpotensi merugikan investor. Dengan demikian, pengaturan *financial influencer* tidak hanya mampu mengakomodasi perkembangan teknologi dan inovasi keuangan digital, tetapi juga memberikan perlindungan hukum yang optimal bagi investor serta menjamin kepastian hukum dalam ekosistem investasi digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Agasi, Muhamad Rafi, Adam Hermawan, Btari Mariska Purwaamijaya. (2025). “JURNAL LOCUS : Penelitian & Pengabdian Dampak Financial Influencer Dan Fear of Missing Out Terhadap Pengalaman Investasi Aset Kripto Pada Investor Generasi Z Corresponding : Adam Hermawan.” *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian*.
- Australian Securities and Investment Commission (ASIC). (2022). “Discussing Financial Products and Services Online,” <https://www.asic.gov.au/regulatory-resources/financial-services/giving-financial-product-advice/discussing-financial-products-and-services-online/>.
- Board, Iosco. (2024). “Consultation Report CR/08/24 November 2024.” *IOSCO Board*, no. November https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD775.pdf?utm_source=chatgpt.com.
- “Kapabilitas Influencer Keuangan Dalam Memberikan Informasi Investasi Saham - SIP Law Firm _ SIP Law Firm,” n.d.
- Karen E. C. Levy and Alicia Solow-Niederman. (2024) “The Law of Influencers and Financial Promotions in Digital Markets.” *Journal of Financial Regulation* 10, no. 1: 45–63.
- Kollewe, Julia. (2024). “UK Watchdog Interviews 20 Social Media ‘Finfluencers’ under Caution.” *The Guardian*. www.theguardian.com/business/2024/oct/22/uk-watchdog-interviews-20-social-media-finfluencers-under-caution.
- Lestari, Emi, Jane Lovita Putri, Jeslin, Shela Agustina, Amanda Novita Sari, and Nanvy Jenix Dean Polii. (2025). “Pengaruh Financial Influencer Dan Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Kalangan Gen Z Di Indonesia.” *SEIKO: Journal of Management & Business* 8, no. 2:

- Makawowor, Chelsea The, and Ariawan Gunadi. (2025). “Efektivitas Pengawasan OJK Terhadap Influencer Dalam Mencegah Promosi Investasi Ilegal.” *Riwayat: Educational Journal of History and Humanities* 8, no. 4: 7573–88. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i4.50554>.
- “OJK Targets Financial Influencer Regulations by Second Half of 2025 _ INP _ Indonesian National Police,” n.d. https://inp.polri.go.id/artikel/ojk-targets-financial-influencer-regulations-by-second-half-of-2025?utm_source=chatgpt.com.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). “Peta Jalan Pengawasan Perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi, Dan Pelindungan Konsumen 2023-2027 (1).” *Publikasi Resmi OJK*.
- Peter Mahmud Marzuki. (2021). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Jakarta : Kencana.
- Philipus M. Hadjon. (2019). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Di Indonesia*. Cet. Revisi. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Salsabila, Nadila, and Aminuddin Ilmar. (2024). “Hasanuddin Civil and Business Law Review Kedudukan Influencer Terhadap Nilai Saham Di Bursa Efek” 1, no. 2: 122–31.
- Theo Huijbers. (2018). *Filsafat Hukum Dalam Lintasan Sejarah*. Revisi. Yogyakarta: Kanisius.
- Wiyaka, J, H Jayadi, and T Situmeang. (2023). “Tinjauan Yuridis Penegakan Hukum Terhadap Influencer Dalam Memasarkan Platform Investasi.” *Jurnal Hukum To-Ra: Hukum* 9: 171–84. <https://ejournal.fhuki.id/index.php/tora/article/view/540%0Ahttps://ejournal.fhuki.id/index.php/tora/article/download/540/256>.
- Zahra, Yatama, Glorya Anastasia Sirait, and Universitas Sriwijaya. (2026). “MEDIA SOSIAL MENURUT HUKUM PASAR MODAL INDONESIA” 10, no. 4: 17–27.