

Kedudukan Influencer Terhadap Nilai Saham di Bursa Efek

Nadila Salsabila¹

Aminuddin Ilmar²

Andi Kurniawati³

¹ Fakultas Hukum, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia. nadilasalsabila712@gmail.com

² Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia. ilmarunhas@gmail.com

³ Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia. kurniawatiandi@unhas.ac.id

Abstract

This research uses empirical legal research, with a purposive sampling approach. Data was collected using interview techniques and distributing questionnaires. The research results can be stated that (1) The emergence of stock influencers in the capital market space has influenced people's investment interest in the capital market. The positive effects of the presence of influencers are providing education and reaching community participation in the capital market and increasing the number of investors. Apart from having a positive influence, the negative effect is the emergence of the term stock pom-pom which can influence investment decisions without considering fundamental and technical analysis, and only based on information from influencers; (2) The existence of influencers has not been clearly regulated, so the UUPM perspective is still used. Therefore, influencers must pay attention to the provisions in UUPM, especially not being allowed to carry out actions that are prohibited in business activities in the capital market, namely fraud; market price manipulation; as well as insider trading. The Financial Services Authority (OJK) carries out two protective actions, namely, preventive protection; and repressive protection.

Keywords: *Influencer Position; Stock Exchange; Share Value*

Abstrak

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum empiris, dengan jenis pendekatan secara purposive sampling. Data dikumpulkan dengan Teknik wawancara dan membagikan kuestioner. Hasil penelitian dapat dikemukakan bahwa (1) Munculnya influencer saham di ruang pasar modal telah memberikan pengaruh minat investasi masyarakat dipasar modal. Adapun efek positif dengan adanya keberadaan influencer yaitu memberikan edukasi dan menjangkau partisipasi masyarakat dipasar modal dan meningkatkan jumlah investor. Selain memberikan pengaruh positif, adapun efek negatifnya adalah munculnya istilah pom-pom saham yang dapat mempengaruhi keputusan berinvestasi tanpa mempertimbangkan analisis fundamental dan teknikal, dan hanya berdasarkan pada keterangan dari influencer; (2) Keberadaan influencer belum diatur secara jelas, sehingga masih digunakan sudut pandang UUPM. Oleh karena itu, influencer harus memperhatikan ketentuan-ketentuan dalam UUPM, terutama tidak diperkenankan melakukan tindakan-tindakan yang dilarang dalam kegiatan usaha di pasar modal, yaitu penipuan; manipulasi harga pasar; serta perdagangan orang dalam (insider trading). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melakukan dua Tindakan perlindungan yaitu, perlindungan secara preventif; dan perlindungan secara represif.

Kata Kunci: *Bursa Efek; Kedudukan Influencer; Nilai Saham*

1. Pendahuluan

Keberadaan pasar modal di Indonesia merupakan salah satu faktor penting bagi pembangunan perekonomian nasional, terbukti telah banyak industri dan perusahaan yang menggunakan institusi ini sebagai media untuk berinvestasi dan untuk memperkuat posisi keuangannya. Secara faktual pasar modal telah menjadi pusat saraf finansial (*financial nerve centre*) pada dunia ekonomi modern saat ini, bahkan perekonomian modern tidak mungkin dapat berkembang tanpa adanya pasar modal yang tangguh dan berdaya saing global serta

terorganisir dengan baik.¹ Hal ini ditunjukkan dengan berkembangnya sejumlah investor baru di pasar modal dan tumbuhnya kesadaran masyarakat akan informasi investasi.

Investasi adalah kegiatan menanamkan modal, baik secara langsung maupun tidak langsung yang tujuannya agar pemilik modal memperoleh keuntungan dari hasil penanaman modal tersebut.² Selain itu, untuk meningkatkan jumlah investor di Indonesia urgensi investasi juga harus disosialisasikan kepada masyarakat luas. Calon investor, harus memiliki informasi dasar tentang transaksi saham sehingga tidak berdampak buruk terhadap investasi yang akan dilakukan. Secara umum, ada tiga cara alternatif investasi bagi masyarakat Indonesia, seperti tabungan, asuransi, dan investasi pasar modal. Investasi di pasar modal memiliki risiko yang tinggi (*high risk*) namun memberikan keuntungan yang tinggi pula (*high return*).³ Pasar modal memiliki dua fungsi yaitu fungsi ekonomi, karena pasar yang menyediakan fasilitas atau wahana yang menghubungkan dua kepentingan, yaitu pihak yang memiliki kelebihan dana (investor) dan pihak yang membutuhkan dana (*issuer*). Dan fungsi keuangan, karena pasar modal memberikan kemungkinan dan kesempatan memperoleh imbalan (*return*) bagi pemilik dana, sesuai dengan investasi yang mereka pilih sendiri.⁴

Bursa Efek atau *Indonesian Stock Exchange* (IDX) adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek di antara mereka.⁵ Bursa Efek Indonesia juga dapat memberikan peluang investasi dan sumber pembiayaan dalam upaya mendukung pembangunan ekonomi nasional, selain itu Bursa Efek berfungsi untuk menghubungkan para investor, perusahaan, dan institusi pemerintah melalui perdagangan instrumen keuangan jangka panjang, dan salah satu instrumen yang diperdagangkan adalah saham.

Salah satu tren yang saat ini sedang berkembang yaitu adanya unggahan konten penilaian atau hasil rekomendasi ajakan investasi saham atau biasa dikenal dengan sebutan istilah *pom-pom saham* di media sosial. Unggahan tersebut dilakukan oleh berbagai kalangan, termasuk para *influencer*, selaku investor ritel. Investor ritel adalah penanam uang atau modal non-profesional yang menggunakan nama sendiri dengan tujuan melindungi kekayaannya di masa depan dengan cara berinvestasi. Perkembangan teknologi memberikan keuntungan bagi para investor dalam memilih cara pelaksanaan investasi. Hal ini dikarenakan dengan adanya media internet membantu investor dalam mencari informasi mengenai jenis dan tahapan berinvestasi, sebelum membuat kesepakatan. Media sosial yang sedang tren saat ini sering dijadikan sarana untuk mensosialisasikan investasi.

¹ Zulfahri dkk, "Analisis Kajian Pertama Potensi PT Bank Aceh Syariah menjadi Emiten di Pasar Modal Syariah," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 4, no. 2 (2020): hlm. 46. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v4i2.10054>

² Sumantoro, *Pengantar tentang Pasar Modal di Indonesia*, (Ghalia Indonesia, 1990), hlm.14.

³ Vicky Ho dkk, "Fungsi Otoritas Jasa Keuangan dalam Penanganan Kejahatan Manipulasi Pasar di Pasar Modal," *Jurnal Ilmu Hukum Analisis* 3, no. 1 (2014), hlm. 38, <https://library.gunadarma.ac.id/journal/fungsi-otoritas-jasa-keuangan-dalam-penanganan-kejahatan-manipulasi-pasar-di-pasar-modal>.

⁴ Albertha W. Hutapea, dan Ivonne S. Saerang, "Pengaruh Return On Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio, Dan Total Assets Turnover Terhadap Harga Saham Industri Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal EMBA* 5, no. 2 (2017): 541, <https://doi.org/10.35794/emba.5.2.2017.15718>

⁵ Pasal 1 Angka 4 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal.

Pertumbuhan jumlah investor ritel saat ini masih didominasi oleh generasi *millennial* atau usia di bawah 30 tahun sebesar 60,29% yang berperan di sektor digital.⁶

Fenomena hadirnya *influencer* merambah di banyak sektor, salah satunya investasi saham yang turut menjadi sebuah perhatian Beberapa di antaranya ialah seorang publik figur yang sering tampil di layar kaca televisi maupun media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, Tiktok dan lainnya. Banyak di antara mereka yang sering membagikan informasi tentang saham emiten dan memperlihatkan portofolio yang sudah mereka miliki. Mereka berusaha menarik perhatian masyarakat publik serta mengarahkan opini publik untuk membeli saham. Namun, beberapa unggahan terkadang dilakukan tanpa suatu analisis komprehensif. Secara bahasa *influencer* berasal dari kata *influencer* yang berarti mempengaruhi, mengubah persepsi dan perilaku seseorang. Dengan kata lain *influencer* ialah orang yang dapat memberi pengaruh kepada seseorang untuk ikut membeli produk tertentu. *Influencer* harus memiliki otoritas, pengetahuan, posisi, atau karena memiliki hubungan dengan publik atau audiens, *influencer* tidak harus dari kalangan selebriti, tetapi orang biasa juga dapat dikatakan *influencer* jika memiliki *followers* yang banyak dan perkataannya dapat mempengaruhi orang lain.⁷ Ketentuan dalam Pasal 34 ayat (1) Undang-Undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995 memuat aturan bahwa “yang dapat melakukan kegiatan sebagai penasihat investasi adalah pihak yang telah memperoleh izin usaha dari Bapepam.”

Dalam hal ini, masih banyak *Influencer* yang tidak memiliki kompetensi untuk membagikan informasi seputar saham dengan baik. Banyak dari mereka hanya memberikan informasi tentang keuntungan tanpa menjelaskan peluang kerugian. Selain itu, informasi dan rekomendasi yang dibagikan *influencer* seringkali tanpa disertai analisis fundamental dan analisis teknikal terkait investasi saham. Oleh karena itu, informasi tersebut langsung diterima oleh para pengikut dan beberapa pengikut mereka di media sosial yang tertarik untuk masuk ke dunia pasar modal tanpa mempelajari dan mempunyai pengalaman yang cukup, sehingga rawan sekali mengalami kerugian.⁸ Berdasarkan Pasal 93 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal, memuat aturan bahwa “Setiap Pihak dilarang, dengan cara apa pun, membuat pernyataan atau memberikan keterangan yang secara material tidak benar atau menyesatkan sehingga mempengaruhi harga efek di Bursa Efek apabila pada saat pernyataan dibuat atau keterangan diberikan.”

Namun, masih banyak *Influencer* saham yang memberikan pernyataan tidak benar. Ia mengaku sebagai mentor saham dengan membeli saham-saham di harga murah. Saham dengan kapitalisasi pasar kecil dipilih karena harganya murah sehingga mudah untuk dijual dengan harga tinggi. Setelah menaikkan harga saham, saham tersebut dipromosikan di akun media sosial *influencer* tersebut. Mulai dari yang secara jelas dan terbuka memberikan rekomendasi beli, hingga yang secara tertutup hanya memposting saham yang sedang naik dan atau hanya memberikan kode. Selain itu ada beberapa *influencer* yang masih menerapkan aksi *pump and dump* dengan teknik penawaran palsu untuk mempromosikan saham, dimana *influencer* tersebut memasang antrian beli di harga rendah agar permintaan pembelian seolah terlihat meningkat. Setelah distribusi penjualan selesai dilaksanakan,

⁶ Pipit Ika Ramadhani, “Investor Ritel Saham Tembus 8.62 Juta, Didominasi Milenial,” *Liputan6*, 27 Juli 2022, <https://www.liputan6.com/saham/read/4972356/investor-ritel-saham-tembus-862-juta-didominasi-milenial>.

⁷ Farida Sekti Pahlevi, “Legal Standing Influencer Saham di Indonesia,” *Jurnal Syariah dan Hukum Ekonomi* 1, no. 2 (2021): 18, 10.21154/invest.v1i2.2908

⁸ Komunitas Investor Saham Pemula (ISP), *#YukBelajarSaham Untuk Pemula*, (PT Elex Media Komputindo, 2017), hlm.1.

para *influencer* akan membatalkan penawaran palsu tersebut yang menyebabkan sahamnya jatuh secara tiba-tiba. Akibatnya, banyak pengikut mereka yang merupakan investor ritel pemula yang tidak berpengalaman membeli saham tersebut dan terjebak pada harga tinggi serta mengalami kerugian yang cukup banyak.⁹ Berdasarkan uraian diatas, penulis penulis ingin mengkaji serta meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana pengaruh *Influencer* dalam menaikkan nilai saham di Bursa Efek dan serta tanggung jawab *Influencer* terhadap nilai saham yang tidak terdaftar dalam OJK.

2. Metode

Metode penelitian ini berfokus pada penelitian hukum empiris. Penelitian hukum empiris merupakan penelitian yang dilakukan dengan cara langsung untuk mendapatkan kebenaran yang akurat. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dimana penulis mengambil sampel dari *influencer* yang pernah memposting mengenai saham di akun media sosialnya serta masyarakat yang pernah dan sedang berinvestasi saham di Bursa Efek. Dengan melakukan pengumpulan data seperti wawancara langsung secara daring dan secara langsung, membagikan kuesioner, serta melakukan penelitian kepustakaan melalui buku, jurnal, artikel, perundangan yang berkaitan dengan masalah yang diangkat. Sumber hukum yang digunakan berupa sumber data primer dan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Data tersebut setelah melewati proses pengolahan data selanjutnya akan di analisa serta disajikan secara kualitatif dan disajikan secara deskriptif, yakni dengan menjelaskan, menguraikan dan menggambarkan permasalahan serta penyelesaiannya yang berhubungan erat dengan permasalahan yang dibahas yaitu Kedudukan *influencer* terhadap nilai saham di Bursa Efek.

3. Analisis dan Pembahasan

Pengaruh *Influencer* Terhadap Nilai Saham di Bursa Efek

Aturan mengenai pasar modal di Indonesia diatur oleh Undang- undang Pasar Modal Nomor 8 Tahun 1995. Pasar modal didefinisikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang mereka terbitkan, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan Efek. Penawaran umum adalah kegiatan di mana emiten menawarkan efek untuk dijual kepada masyarakat.¹⁰ Mengingat peran pasar modal sebagai sarana demokratisasi perusahaan kepada masyarakat, maka terdapat suatu prinsip yang disebut prinsip keterbukaan informasi. Dengan adanya keterbukaan, untuk memastikan bahwa kegiatan tertentu di pasar modal dapat dikendalikan oleh publik. Dalam hal ini, mengacu pada uraian di atas berdasarkan UU Pasar Modal, yang wajib mematuhi prinsip keterbukaan informasi bukanlah pemberi pengaruh (*influencer*).

Berdasarkan Pasal 1 Angka 14 UU Pasar Modal, *influencer* juga tidak dianggap sebagai penasihat investasi. Karena *influencer* tidak memiliki kewenangan untuk memberikan rekomendasi pembelian dan penjualan efek pada harga tertentu. *Influencer* adalah

⁹ Putra, "Aksi Pompom Influencer Merajalela! Saham Mini Digoreng Garing," *CNBC Indonesia* 27 Agustus 2021, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210827023137-17-271605/aksi-pompom-influencer-merajalela-saham-mini-digoreng-garing>.

¹⁰ Yoyo Arifardhani, *Hukum Pasar Modal di Indonesia: Dalam Perkembangan*, (Prenada Media, 2020), hlm. 7.

fenomena yang menarik perhatian orang yang mengikuti mereka di media sosial untuk membeli dan mempelajari tentang suatu produk yang diinginkan. Selain itu, *influencer* mampu menghasilkan konten yang menarik perhatian dan minat pengikutnya di media sosial, sehingga dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif. Sebagian besar *influencer* dapat dikategorikan sebagai selebriti, *blogger* atau pembuat konten dan mikro-*influencer*. Sebagian besar *influencer* sosial terjadi di media sosial, terutama dengan mikro-*influencer*.

Influencer saham adalah seseorang yang mengedukasi pengikutnya terkait saham pada pasar modal yang ada di Bursa Efek Indonesia (IDX). Edukasi ini diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan Bursa Efek Indonesia (IDX) terkait cara bertransaksi. Selain itu, karena pengaruh *influencer* menunjukkan perilaku *konsumtif* terjadi di masyarakat karena teknik promosi secara persuasif yang mereka lakukan dalam media sosial. Hal ini tentunya mempengaruhi kondisi sosial yang menguntungkan bagi penjual dan penyedia layanan *e-commerce*, dimana keuntungannya meningkat melalui peningkatan pembelian, tetapi berdampak negatif pada calon investor yang akan bertindak konsumtif.¹¹ Lahirnya *influencer* saham di Indonesia, BEI diwajibkan untuk memantau dan mengendalikan aktivitas para *influencer*. Selain itu, pihak OJK berkomitmen untuk menanggulangi meningkatnya fenomena yang sering direkomendasikan oleh *influencer* untuk membeli saham di Bursa Efek Indonesia (IDX).¹²

Berkaitan mengenai rekomendasi saham, terdapat suatu profesi dalam pasar modal yaitu penasihat investasi yang diatur dalam Pasal 1 ayat (14) UU Pasar Modal, yaitu pihak yang menerima imbalan atas jasa dalam memberikan nasihat sehubungan dengan jual-beli efek kepada pihak lain. Penasihat investasi juga diatur dalam Pasal 34 ayat (1) UU Pasar Modal yang memuat aturan bahwa penasihat investasi harus memiliki izin dari OJK dalam menjalankan usahanya. Menurut Dyna, *influencer* belum tentu dikatakan sebagai penasihat investasi. Karena, seseorang yang dapat memberikan penawaran saham harus memiliki pengetahuan dan mengetahui sistematis di dalam Bursa Efek. Sehingga, tidak semua orang bisa melakukan penawaran saham (kecuali secara personal, misalnya selebgram yang bekerja di Sekuritas), yang hanya dapat memberikan rekomendasi yaitu seseorang yang telah memiliki lisensi dan sudah berpengalaman di bidang Pasar Modal. Menurut beliau juga pihak Bursa tidak pernah *mengendorse* atau memakai jasa *influencer*, ia lebih menjadikan *influencer* tersebut sebagai *Brand Ambassador* (seperti Joe Taslim). Apabila ada beberapa pihak yang mengaku telah di-*endorse* tergantung dari perusahaan sekuritas masing-masing.¹³

Penasihat investasi berbeda dengan *influencer*. Penasihat investasi ialah seseorang yang bekerja langsung di bawah Bursa Efek sedangkan *influencer* tidak. Berdasarkan pengertian penasihat investasi dalam UU Pasar Modal adalah pihak yang menerima imbalan jasa karena memberi nasihat kepada pihak lain terkait dengan pembelian dan penjualan efek, dan dengan adanya bayaran tersebut menimbulkan hubungan hukum antara penasihat investasi dengan investor. Hal ini penting untuk dibahas guna membahas tanggungjawab *influencer* yang merekomendasikan saham yang merugikan sebagian investor atau pengikutnya. Tetapi untuk tanggungjawab sebagai penasihat investasi tergantung apabila

¹¹ Handry Valentino Saiang dkk, "Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal", *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 5, no. 1 (2022): 37, <https://doi.org/10.30737/jimek.v5i1.2027>.

¹² Farida Sekti Pahlevi, *Op. Cit*, hlm. 25.

Ekonomi 1, no. 4 (2021): 25, <https://doi.org/10.21154/invest.v1i2.2908>.

¹³ Wawancara Bersama Dyna Staf Sekuritas Saham tanggal 13 Maret 2023 Pukul 16.00 WITA melalui wawancara langsung di Mall Ratu Indah.

orang tersebut adalah perseorangan diri sendiri tidak ada kaitannya dengan perusahaan dan apabila suatu saat terjadi *fraud* maka jadi tanggungjawab sendiri. Sedangkan apabila orang perseorangan tersebut yang menyediakan jasa seperti sekuritas maka tanggungjawabnya diberikan pada pihak perusahaan.¹⁴

Secara hukum, *influencer* saham tidak diatur secara khusus dalam Undang-undang Nomor 8 tahun 1995 mengenai Pasar Modal. Karena tidak ada klausula yang mengatur bahwa *influencer* adalah pihak yang ikut serta dalam kegiatan usaha di Pasar Modal. UU Pasar Modal juga tidak mengatur secara terperinci tentang pembatasan terkait berbagi pengalaman pribadi dan pemberian rekomendasi terkait investasi saham. Hal ini dikarenakan munculnya *influencer* saham sebagai fenomena baru. Meskipun UU Pasar Modal telah disusun pada tahun 1995, namun masalah *influencer* tentu belum terpikirkan pada saat itu. Sehingga, *Influencer* saham harus diberi edukasi yang benar tentang dunia pasar modal sebelum mereka memberikan informasi mengenai saham dan dapat mempengaruhi minat *followers* di akun media sosialnya. Keberadaan *influencer* hendaknya dapat berdampak positif bagi masyarakat dan keberlangsungan perekonomian melalui pertumbuhan investasi saham di pasar modal. Tetapi, sebelum itu masyarakat juga perlu lebih waspada dan lebih memperhatikan apabila mereka tertarik dengan penawaran saham dari salah *influencer* tersebut. Terutama para investor pemula, sebaiknya mereka mempelajari dan mencari tahu terlebih dahulu mengenai saham perusahaan tersebut agar tidak mengalami kerugian.

Tanggung Jawab *Influencer* Terhadap Nilai Saham yang Tidak Terdaftar Dalam OJK

Tanggung jawab hukum merupakan jenis tanggung jawab yang dibebankan pada subjek hukum baik itu manusia maupun badan hukum yang melakukan perbuatan melawan hukum dalam hukum perdata atau melakukan tindak pidana.¹⁵ Tanggung jawab adalah suatu kondisi di mana suatu pihak menanggung suatu akibat dari perbuatannya baik itu dalam kaitannya dengan perbuatan melanggar hukum atau dalam konteks wanprestasi. Menurut Van Hamel, kemampuan bertanggungjawab merupakan suatu keadaan dimana suatu faktor berupa faktor psikologi dan tingkat intelektual seseorang mempengaruhi 3 (tiga) kemampuan dasar dari seseorang, yaitu mampu untuk mengerti nilai dari akibat perbuatannya sendiri; mampu untuk menyadari bahwa perbuatannya itu menurut pandangan masyarakat tidak diperbolehkan; dan dapat menentukan kehendaknya atas perbuatannya sendiri.¹⁶

Dalam proses investasi, investor harus memahami dasar-dasar membuat keputusan investasi yaitu ada 3 (tiga) aspek dalam proses investasi yaitu tingkat pengembalian (*rate of return*); tingkat risiko (*rate of risk*); dan ketersediaan dana untuk investasi. Pemahaman yang harus dipahami adalah konsep *Risk and Return* yang memiliki hubungan searah dan linier. Maksudnya, bahwa semakin tinggi risiko yang akan ditanggung investor maka semakin tinggi pula tingkat pengembalian yang diharapkan (*expected return*). Selain itu, investor juga harus mempertimbangkan tingkat risiko yang harus ditanggung, bukan hanya *expected return* yang tinggi.¹⁷

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Sunarto Adi Wibowo, *Hukum Kontrak Teraupetik di Indonesia* (Pusaka Bangsa Press, 2009), hlm. 49.

¹⁶ Moeljatno, *Asas-asas Hukum Pidana* (Bina Aksara, 1987), hlm. 34.

¹⁷ Rahmi Jened, *Teori dan Kebijakan Hukum Investasi Langsung (Direct Investment)* (Kencana, 2019), hlm 2.

Berdasarkan transaksi di Bursa Efek terdapat perbedaan kelebihan memakai sistem *Know Your Customer* (KYC) pada saat berinvestasi saham di sekuritas dengan tanpa memakai sistem (KYC) pada saat berinvestasi saham di aplikasi seperti *Stockbit* dan *Ajaib*. Adapun letak perbedaannya yang memakai sistem (KYC) di sekuritas bursa apabila suatu saat terjadi hal-hal di luar kuasa nasabah, *customer* dapat melakukan protes secara langsung, sedangkan apabila terjadi pelanggaran pada aplikasi saham, nasabah tidak bisa melakukan protes secara bebas karena semua *by sistem* (tidak ada SDM-nya). Kegiatan investasi yang tidak memiliki izin yang sah atau yang secara umum dapat diartikan sebagai investasi *illegal* yang dapat diartikan sebagai investasi yang tidak memiliki izin dari OJK. Akibat dari investasi *illegal* ini dapat mengarah pada penipuan atau fiktif, sehingga dapat dipastikan bahwa konsumen tidak mendapatkan uangnya kembali karena penyedia layanan investasiberusaha melakukan penipuan. Namun investasi *illegal* juga dapat berupa layanan investasi yang memberikan kinerja dengan benar namun belum memiliki izin dari OJK untuk menjalankan usahanya. Pada kondisi ekonomi yang sedang melemah saat ini pun angka penawaran investasi *illegal* menjadi semakin meningkat karena masyarakat sedang mencari cara lain untuk mendapat keuntungan.¹⁸

Pengaruh *influencer* memberikan pengetahuan mengenai nilai saham di masyarakat memiliki pengaruh yang besar dan pengaruh tersebut dapat berupa meningkatkan nilai saham. Karena, *influencer* adalah seorang *public figure* yang memiliki banyak *followers* di media sosial mereka dan mereka dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat. Selain itu, ia biasanya memberikan edukasi pengetahuan mengenai rekomendasi saham kepada masyarakat. Dengan demikian, diperlukan adanya pengawasan dari OJK agar *influencer* lebih berhati-hati dalam menyampaikan informasi terkait pasar modal. Hal ini merupakan pengawasan preventif OJK yang berdasarkan pada Pasal 28 UU OJK yang memuat aturan bahwa Otoritas Jasa Keuangan memiliki kewenangan untuk mencegah kerugian konsumen dan masyarakat melalui edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat. Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan juga melakukan pengawasan represif, yaitu gambaran umum yang berkaitan dengan menanggulangi kesalahan yang telah terjadi maupun yang sedang terjadi. Berdasarkan Pasal 29 UU OJK, Otoritas Jasa Keuangan dapat memberikan layanan pengaduan konsumen seperti menyiapkan instrumen yang diperlukan untuk pengaduan konsumen, membentuk mekanisme pengaduan konsumen dan memfasilitasi penyelesaian pengaduan konsumen.

OJK dapat meminta kepada pihak yang bersangkutan untuk menghentikan atau memperbaiki informasi yang mereka bagikan di media sosialnya, apabila ternyata informasi dan tindakan *influencer* saham tersebut merugikan masyarakat. agar tidak menimbulkan kerancuan di masyarakat, terutama masyarakat yang masih pemula di pasar modal. Misalnya, dengan meminta mereka untuk menghapus postingan terkait atau meminta klarifikasi untuk melengkapi informasi yang telah diberikan sebelumnya. Terkait dengan hal tersebut sanksi hukuman pelanggaran memuat aturan *influencer* bisa dijerat pidana seperti disebutkan dalam pasal 104 UU Pasar Modal bahwa,

“Setiap Pihak yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 90, Pasal 91, Pasal 92, Pasal 93, Pasal 95, Pasal 96, Pasal 97 ayat (1), dan Pasal 98 diancam dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan denda paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah).”

¹⁸ Wawancara bersama Dyna Staf Sekuritas saham tanggal 13 Maret 2023 Pukul 16.00 WITA melalui wawancara langsung di Mall Ratu Indah.

Dalam kondisi lain, ketika *influencer* merekomendasikan saham tertentu dan terjadi penipuan, perdagangan orang dalam atau manipulasi pasar, di mana hal tersebut merupakan hal yang dilarang dalam pasar modal. Maka Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki kewenangan untuk menindaklanjuti tuntutan tersebut untuk diproses lebih lanjut di pengadilan. Berdasarkan UU Pasar Modal, penipuan memiliki pengertian yang sama dengan penipuan yang diatur dalam KUHP, dengan ancaman hukuman maksimal 10 tahun penjara dan denda maksimal sebesar Rp15.000.000.000,-. Ancaman hukuman yang sama berlaku pula bagi tuntutan manipulasi pasar dan perdagangan orang dalam.

Terdapat dua cara untuk menanggulangi fenomena *pom-pom* saham. Pertama, meningkatkan kerjasama dengan Bursa Efek Indonesia hingga *Self Regulatory Organization* (SRO) pasar modal untuk menyebarluaskan informasi yang benar terkait penawaran saham kepada publik. Dan kedua, pihak OJK bersama *Self Regulatory Organization* (SRO) memberikan kewenangan kepada kantor-kantor perwakilan OJK di daerah untuk melaksanakan berbagai kegiatan sosialisasi dan pelatihan agar para *influencer* mendapat informasi yang benar mengenai penawaran saham. Sehingga informasi yang disampaikan bisa lebih dipertanggungjawabkan.¹⁹

Berdasarkan hasil olah data yang dilakukan, peneliti berpendapat bahwa *influencer* saham rata-rata dari mereka ada yang di-*endorse* dengan mendapatkan hasil (*fee*) dan telah melakukan kontrak kerja sama dengan pihak perusahaan saham tersebut, sebelum ia mempromosikan-nya di akun media sosial mereka masing-masing. Namun, tidak sedikit juga *influencer* tersebut hanya sekedar membagikan edukasi saham kepada para pengikutnya di *instagram*. Sehingga, pada saat mereka mempromosikan saham tersebut mereka lebih dulu memperingati dengan menggunakan kata "*disclaimer*" kepada para pengikutnya agar lebih berhati-hati. Karena, di antara beberapa dari mereka ada yang tetap bertanggungjawab atas apa yang mereka sampaikan kepada pengikutnya di *instagram* dan ada juga yang tidak memberikan pertanggungjawaban atas apa yang telah mereka sampaikan.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan *influencer* saham rata-rata 60% dari mereka ada yang memberikan penawaran saham secara langsung dengan kredibilitas yang masih diragukan, sehingga informasi yang disebarluaskan kemungkinan besar akan menghasilkan informasi yang kurang tepat bagi masyarakat sebagai investor. Walaupun di sisi lain *influencer* juga berpengaruh dalam meningkatkan jumlah investor, meskipun telah memberikan pengaruh begitu besar. Keberadaan *influencer* belum diatur dengan jelas, sehingga masih digunakan sudut pandang UU Pasar Modal. Namun, tindakan *influencer* dalam memberikan edukasi ke masyarakat harus memperhatikan ketentuan dalam UU Pasar Modal, terutama bahwa mereka tidak diperbolehkan untuk melakukan kegiatan yang dilarang di pasar modal, yaitu penipuan, manipulasi pasar, serta perdagangan orang dalam (*insider trading*).

4. Penutup

Dalam hal ini *Influencer* memberikan pengaruh terhadap minat investasi masyarakat di pasar modal khususnya di kalangan generasi usia muda. Adapun dampak positif dengan

¹⁹ Muhammad Fatahillah Akbar, "Pertanggungjawaban Influencer Investasi," *Kompas*, 16 Maret 2022, <https://www.kompas.id/baca/artikel-opini/2022/03/16/pertanggungjawaban-influencer->

adanya keberadaan *influencer* yaitu memberikan edukasi dan menjangkau partisipasi masyarakat di pasar modal dan meningkatkan jumlah investor. Selain memberikan pengaruh positif, *influencer* juga memberikan pengaruh negatif yaitu munculnya kegiatan pom-pom saham yang dapat mempengaruhi keputusan investasi tanpa mempertimbangkan analisis fundamental dan teknikal dan hanya berdasarkan pada keterangan *influencer*. Selain itu, kredibilitas *influencer* masih dipertanyakan, sehingga sangat rentan terjadi informasi yang kurang tepat sasaran terhadap investor. Selain itu, tanggungjawab *influencer* adalah menyampaikan informasi yang benar terkait nilai saham. Selain itu, saham tersebut harus dalam bentuk pengawasan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Terdapat *influencer* yang bertanggungjawab, apabila orang tersebut adalah perseorangan diri sendiri tidak ada kaitannya dengan perusahaan dan apabila suatu saat terjadi penipuan maka jadi tanggungjawab sendiri. Sedangkan apabila orang perseorangan tersebut yang menyediakan jasa seperti sekuritas maka tanggungjawabnya diberikan pada pihak perusahaan. Selain itu, *influencer* tidak boleh melakukan hal-hal yang dilarang berdasarkan UU Pasar Modal yaitu penipuan, manipulasi harga pasar, serta perdagangan orang dalam (*insider trading*).

Untuk meminimalisir terjadinya kegiatan yang melanggar di pasar modal, diperlukan adanya kepastian hukum terkait kedudukan *influencer* dan bagaimana tanggungjawab *influencer* yang menimbulkan dampak negatif dan perbuatan yang merugikan masyarakat, terutama bagi investor yang baru memulai di pasar modal. Selain itu, semakin banyak masyarakat yang berminat untuk berinvestasi, sebaiknya Otoritas Jasa Keuangan (OJK) meningkatkan penyebaran edukasi di sektor pasar modal, terutama di kalangan generasi muda yang sedang merencanakan keuangan buat aset masa depan atau di kalangan masyarakat menengah ke bawah yang umumnya kurang memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen keuangan dan investasi. Sehingga, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga harus meningkatkan pengawasan secara represif dan menangani pengaduan masyarakat, terlepas dari besar kecilnya kerugian yang di alami masyarakat investor tersebut. Serta, untuk mengoptimalkan investor yang ingin mendapatkan rekomendasi mengenai investasi, khususnya dari para *influencer* saham, mereka sangat perlu mengetahui informasi yang relevan dan memastikan bahwa informasi yang diberikan bersifat faktual. Dalam pasar modal sudah diatur pada pasal 70 - pasal 89 UU Pasar Modal tentang keterbukaan pasar modal, diharapkan investor harus mengambil keputusan investasi dengan hati-hati dan tepat, dengan mempertimbangkan laporan perusahaan yang dapat diakses dan dilihat oleh masyarakat.

Referensi

Buku:

Komunitas Investor Saham Pemula (ISP). *#YukBelajarSaham Untuk Pemula*. PT Elex Media Komputindo, 2017.

Moeljatno. *Asas-asas Hukum Pidana*. Bina Aksara, 1987.

Rahmi Jened. *Teori dan Kebijakan Hukum Investasi Langsung (Direct Investment)*. Kencana, 2016.

Sumantoro. *Pengantar tentang Pasar Modal di Indonesia*. Ghalia Indonesia, 1990.

Sunarto Adi Wibowo. *Hukum Kontrak Teraupetik di Indonesia*. Pusaka Bangsa Press, 2009.

Yoyo Arifardhani. *Hukum Pasar Modal di Indonesia: Dalam Perkembangan*. Prenada Media, 2020.

Jurnal:

Hutapea, Albertha W., dan Ivonne S. Saerang. "Pengaruh Return on Assets, Net Profit Margin, Debt to Equity Ratio, dan Total Assets Turnover Terhadap Harga Saham Industri Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal EMBA* 5, no. 2 (2017): 541-551. <https://doi.org/10.35794/emba.5.2.2017.15718>

Ho, Vicky., dkk. "Fungsi Otoritas Jasa Keuangan dalam Penanganan Kejahatan Manipulasi Pasar di Pasar Modal." *Jurnal Ilmu Hukum Analisis* 3, no. 1 (2014), hlm. 38. <https://library.gunadarma.ac.id/journal/fungsi-otoritas-jasa-keuangan-dalam-penanganan-kejahatan-manipulasi-pasar-di-pasar-modal>.

Saiang, Handry Valentino., dkk. "Pengaruh Influencer Saham Terhadap Minat Investasi Generasi Milenial Pada Pasar Modal." *Jurnal ilmiah Mahasiswa Ekonomi* 5, no. 1 (2022): 37-45, <https://doi.org/10.30737/jimek.v5i1.2027>.

Sekti, Pahlevi Farida. "Legal Standing Influencer Saham di Indonesia." *Jurnal Syariah dan Hukum Ekonomi* 1, no. 2 (2021): 17-41. [10.21154/invest.v1i2.2908](https://doi.org/10.21154/invest.v1i2.2908)

Zulfahri dkk. "Analisis Kajian Pertama Potensi PT Bank Aceh Syariah menjadi Emiten di Pasar Modal Syariah." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 4, no. 2 (2020): hlm. 46. <https://doi.org/10.22373/ekobis.v4i2.10054>.

Website:

Akbar, Muhammad Fatahillah. "Pertanggungjawaban Influencer Investasi." *Kompas*, 16 Maret 2022, <https://www.kompas.id/baca/artikel-opini/2022/03/16/pertanggungjawaban-influencer->

Putra. "Aksi Pompom Influencer Merajalela! Saham Mini Digoreng Garing." *CNBC Indonesia*, 27 Agustus 2021, <https://www.cnbcindonesia.com/market/20210827023137-17-271605/aksi-pompom-influencer-merajalela-saham-mini-digoreng-garing>.

Ramadhani, Pipit Ika. "Investor Ritel Saham Tembus 8.62 Juta, Didominasi Milenial." *Liputan6*, 27 Juli 2022, <https://www.liputan6.com/saham/read/4972356/investor-ritel-saham-tembus-862-juta-didominasi-milenial>.