

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yuridis yang telah dilakukan terhadap kedua rumusan masalah dalam penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaturan hukum bagi *influencer* dalam skema *Introducing Broker (IB)* untuk perdagangan berjangka komoditi di Indonesia masih mengalami kekosongan norma. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2011 hanya mengakui Pialang Berjangka dan Wakil Pialang Berjangka sebagai subjek hukum yang sah untuk merekrut nasabah, sementara *influencer* yang menjalankan fungsi serupa tidak terdefinisi secara normatif. Meski demikian, ada beberapa instrumen hukum yang dapat diterapkan, seperti Pasal 57 ayat (2) huruf d UU PBK yang melarang pembujukan tidak wajar, Pasal 28 ayat (1) UU ITE yang melarang informasi menyesatkan, dan Pasal 9 serta 10 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang melarang promosi tidak benar. Perbandingan dengan Malaysia, yang telah menerapkan regulasi berbasis aktivitas melalui *Capital Markets and Services Act* 2007 dan pedoman untuk *finfluencer* sejak 2022, menunjukkan adanya kesenjangan regulasi yang mendesak untuk diatasi di Indonesia.

2. Pertanggungjawaban perdata Doni Salmanan sebagai *influencer* dalam skema *Introduction Broker (IB) platform Quotex* dapat ditegakkan berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, karena semua unsur Perbuatan Melawan Hukum (PMH) terpenuhi. Unsur perbuatan tercapai melalui promosi *Quotex*, yang tidak memiliki izin resmi Bappepti, dan penerimaan komisi 80% dari kerugian nasabah. Unsur melawan hukum ada karena tindakan tersebut bertentangan dengan UU PBK, UU ITE, UUPK, dan norma sosial. Kesalahan terwujud dalam bentuk kesengajaan, seperti dibuktikan dalam Putusan Mahkamah Agung Nomor 3692 K/Pid.Sus/2023. Kerugian nyata tercatat sebesar Rp24.366.695.782 dari 142 korban, dengan potensi kerugian immateriil. Kausalitas juga terpenuhi, karena tanpa promosi dari *influencer*, korban tidak akan mengetahui *platform Quotex*. Selain itu, pertanggungjawaban dapat didasarkan pada Pasal 4, 7, 9, dan 19 UUPK, mengingat *influencer* yang menerima komisi dapat dianggap sebagai pelaku usaha.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pembentuk regulasi, perlu dilakukan pembaruan terhadap Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2011 tentang Perdagangan Berjangka Komoditi guna mengisi kekosongan norma yang ada. Pembaruan tersebut diarahkan pada

pergeseran pendekatan dari berbasis bentuk badan usaha (*entity-based*) menjadi berbasis aktivitas (*activity-based*), sehingga setiap individu yang secara substansial menjalankan fungsi perekrutan nasabah dalam ekosistem perdagangan berjangka, termasuk *influencer* dalam skema *Introduction Broker* (IB), dapat terjangkau secara normatif. Malaysia melalui *Capital Markets and Services Act* 2007 dan pedoman khusus *finfluencer* tahun 2022 dapat dijadikan acuan komparatif dalam penyusunan regulasi yang lebih adaptif dan komprehensif.

2. Bagi Bappepti, diperlukan transformasi pendekatan pengawasan dari yang semata-mata bersifat reaktif menjadi proaktif. Hal ini mencakup penerbitan pedoman khusus yang mengatur kewajiban hukum *finfluencer* termasuk kewajiban pengungkapan konflik kepentingan (*disclosure of conflict of interest*), pembangunan sistem pemantauan konten digital secara berkala bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Digital serta *platform* media sosial, serta pengeluaran peringatan publik terhadap *influencer* yang mempromosikan *platform* tidak berizin.
3. Bagi aparat penegak hukum, khususnya hakim dan jaksa, perlu dikembangkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konstruksi pertanggungjawaban perdata *influencer* berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata. Prinsip *a fortiori* yang

menyatakan bahwa fakta yang telah terbukti dengan standar pembuktian pidana (*beyond reasonable doubt*) secara otomatis memenuhi standar pembuktian perdata (*preponderance of evidence*) perlu diadopsi secara konsisten, sehingga putusan pidana yang telah berkekuatan hukum tetap dapat dijadikan titik tolak bagi gugatan perdata korban tanpa harus memulai pembuktian dari awal.

4. Bagi masyarakat dan investor ritel, perlu ditingkatkan literasi keuangan dan kesadaran hukum mengenai risiko yang melekat pada instrumen perdagangan berjangka yang dipromosikan melalui media sosial. Keputusan investasi hendaknya didasarkan pada verifikasi legalitas *platform* melalui situs resmi Bappepti, bukan semata-mata atas dasar rekomendasi *influencer* yang berpotensi memiliki konflik kepentingan. Masyarakat yang telah mengalami kerugian akibat praktik promosi ilegal berhak menempuh jalur gugatan perdata berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata guna memperoleh pemulihan kerugian secara komprehensif, baik materiil maupun immateriil.