

Promosi pemasaran efek ditinjau dari Hukum Pasar Modal Indonesia = Securities Marketing Promotion By Public Figures In Terms of Indonesian Capital Market Law

Rayan Reynaldi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20521592&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai tanggung jawab hukum bagi public figure yang melakukan promosi pemasaran efek dilihat dari Hukum Pasar Modal Indonesia dan juga perlindungan hukum bagi investor yang menerima rekomendasi saham dari pihak yang tidak memiliki izin sebagai penasihat investasi. Dari segi aturan, promosi pemasaran efek diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 7 /POJK.04/2019. Secara hukum Tindakan promosi pemasaran efek yang dilakukan oleh Public Figure dimungkinkan selama sesuai ketentuan yang berlaku di POJK No 7 Tahun 2019 dan tidak melanggar aturan – aturan yang terdapat dalam UU No 8 Tahun 1995 tentang pasar modal. Tindakan Public Figure memiliki risiko pertanggung jawaban secara hukum Ketika dalam penyampainnya melanggar pasal – pasal mengenai kejahatan pasar modal seperti penipuan, manipulasi pasar, dan perdagangan orang dalam. Perlindungan bagi Investor secara garis besar terbagi dalam beberapa aspek yaitu pengawasan, pencegahan, dan penindakan. Dalam aspek perlindungan Otoritas Jasa Keuangan menjadi lembaga yang menurut Pasal 5 Undang – Undang Otoritas Jasa Keuangan memiliki fungsi sebagai penyelenggara sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegrasi terhadap keseluruhan kegiatan di sektor jasa keuangan. Adapun penelitian hukum menggunakan metode yuridis normatif dan merupakan penelitian deskriptif analitis. Penelitian dilakukan dengan studi kepustakaan

This research discuss legal responsibilities for public figures who promote securities marketing as seen from the Indonesian Capital Market Law and also legal protection for investors who receive stock recommendations from parties who do not have permits as investment advisors. In terms of regulations, the promotion of securities marketing is regulated in the Financial Services Authority Regulation. Legally, Securities marketing promotion actions carried out by Public Figures are possible as long as they comply with the provisions in force in POJK No. 7 of 2019. The actions of a public figure carry the risk of legal liability when in their presentation they violate the articles regarding capital market crimes such as fraud, market manipulation, and insider trading. Protection for Investors is divided into several aspects, namely supervision, prevention, and enforcement. In the aspect of protection, the Financial Services Authority is an institution which according to Article 5 of the Law on the Financial Services Authority has the function of administering an integrated regulatory and supervisory system for all activities in the financial services sector. The legal research uses normative juridical methods and is a descriptive analytical research. The research was conducted by literature study