

Finfluencer Integrity Ethics in the Context of Social Responsibility for Gen Z Investment Decisions

Etika Integritas Finfluencer dalam Konteks Tanggung Jawab Sosial Terhadap Keputusan Investasi Gen Z

Khotimatus Sa'diyah^{1*}, Selamat Riyadi²

Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

Email: 2531600324@student.budiluhur.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of fintech and social media dominance has transformed how Indonesia's Gen Z makes investment decisions, with financial influencers (finfluencers) becoming highly influential information sources that often fail to prioritize investor protection. This research analyzes the integration of business ethics into modern financial management in Indonesia through a comprehensive literature review approach, integrating Grand Theory (utilitarianism, deontological ethics, virtue ethics), Middle Theory (financial ethics and budi pekerti luhur), and Applied Theory (empirical research on Gen Z investor behavior). The research identifies four fundamental ethical challenges: (1) information asymmetry and transparency gap between finfluencers and young investors, (2) conflicts of interest inherent in finfluencer business models driven by commissions and engagement metrics, (3) Gen Z-specific behavioral vulnerabilities (FOMO, herding behavior, overconfidence) often exploited by unethical systems, and (4) regulatory gaps lagging behind industry innovation. The research proposes an Integrated Ethics Framework that operationalizes six core ethical principles (transparency, integrity, accountability, fiduciary duty, due diligence, and budi pekerti luhur) through stakeholder-specific mechanisms for investor protection, finfluencer compliance, and institutional governance. The traditional concept of budi pekerti luhur with five elements (honesty, social responsibility, wisdom, compassion, integrity) proves relevant and can be combined with modern ethics frameworks to create a sustainable financial ecosystem. Practical recommendations include a phased implementation approach: short-term regulatory guidance (0-6 months), medium-term regulation formalization (6-18 months), and long-term culture building (18+ months). This research contributes to business ethics literature by demonstrating how Indonesian local values can strengthen global ethics frameworks in modern financial decision-making contexts, while providing actionable guidance for regulators, industry players, and finfluencers in building responsible financial management in the digital era.

Keywords: *Finfluencer Ethics, Gen Z Investment, Behavioral Finance, Budi Pekerti Luhur, Financial Influencer Regulation, Digital Finance, Investor Protection, Business Ethics, Fintech Governance.*

ABSTRAK

Perkembangan fintech dan dominasi media sosial telah mengubah cara generasi muda Indonesia mengambil keputusan investasi, dengan financial influencer (finfluencer) menjadi sumber informasi yang sangat berpengaruh namun sering kali tidak mengutamakan perlindungan investor. Penelitian ini menganalisis integrasi etika bisnis dalam manajemen keuangan modern Indonesia melalui pendekatan literature review yang komprehensif, mengintegrasikan Grand Theory (utilitarianism, deontological ethics, virtue ethics), Middle Theory (financial ethics dan budi pekerti luhur), dan Applied Theory (empirical research tentang perilaku investor Gen Z). Hasil penelitian mengidentifikasi empat tantangan etis fundamental: (1) asimetri informasi dan transparency gap antara finfluencer dan investor muda, (2) konflik kepentingan inherent dalam business model finfluencer yang didorong oleh komisi dan engagement metrics, (3) behavioral vulnerabilities spesifik Gen Z (FOMO, herding behavior, overconfidence) yang sering dieksploitasi oleh sistem yang tidak ethical, dan (4) regulatory gaps yang tertinggal dari inovasi industri. Penelitian ini mengusulkan Integrated Ethics Framework yang mengoperasionalkan enam prinsip etika inti (transparansi, integritas, akuntabilitas, kewajiban fidusia, kehati-hatian, dan budi pekerti luhur) melalui stakeholder-specific mechanisms untuk investor protection, finfluencer compliance, dan institutional governance. Konsep tradisional budi pekerti luhur dengan lima elemen (kejujuran, tanggung jawab sosial, kebijaksanaan, empati, integritas) terbukti tetap relevan dan dapat dikombinasikan dengan framework etika modern untuk menciptakan financial

ecosystem yang sustainable. Rekomendasi praktis mencakup pendekatan penerapan bertahap: short-term regulatory guidance (0-6 bulan), medium-term regulation formalization (6-18 bulan), dan long-term culture building (18+ bulan). Penelitian ini berkontribusi pada literatur business ethics dengan menunjukkan bagaimana nilai-nilai lokal Indonesia dapat memperkuat global ethics frameworks dalam konteks financial decision-making modern, sekaligus memberikan actionable guidance untuk regulators, industry players, dan finfluencer dalam membangun responsible financial management di era digital.

Kata Kunci: Finfluencer Ethics, Gen Z Investment, Behavioral Finance, Budi Pekerti Luhur, Financial Influencer Regulation, Digital Finance, Investor Protection, Business Ethics, Fintech Governance.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan dominasi media sosial telah mengubah secara fundamental lanskap manajemen keuangan modern, khususnya dalam cara generasi muda Indonesia mengambil keputusan investasi. Fenomena ini menciptakan tantangan etis yang signifikan dan mendesak dalam praktik bisnis keuangan kontemporer. Gen Z Indonesia, yang didefinisikan sebagai individu lahir pada tahun 1997-2012, menunjukkan perilaku investasi yang unik dan berbeda dari generasi sebelumnya. Data terkini menunjukkan bahwa jumlah investor aset kripto di Indonesia mencapai 22,11 juta per November 2024 (Asosiasi Blockchain Indonesia, 2024), sementara investor pasar modal mencapai 14,87 juta per Desember 2024 (OJK, 2025), dengan lebih dari 50% adalah generasi muda berusia 18-35 tahun, mengindikasikan tingkat penetrasi pasar modal yang lebih tinggi dibanding generasi sebelumnya. Karakteristik unik Gen Z Indonesia dalam konteks investasi mencakup ketergantungan yang kuat pada platform digital dan media sosial untuk mencari informasi investasi, literasi keuangan yang terbatas tetapi kepercayaan diri yang relatif tinggi, dan kerentanan yang signifikan terhadap bias perilaku seperti FOMO (*Fear of Missing Out*).

Mereka mengakses informasi investasi melalui beragam sumber, termasuk konten dari financial influencer (finfluencer), rekomendasi dari teman, atau platform digital lainnya, seringkali tanpa verifikasi yang memadai atau pemahaman terhadap risiko yang terlibat. Dalam konteks ini, pertanyaan etis menjadi fundamental dan mendesak: Bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis dan konsep budi pekerti luhur dapat diintegrasikan secara sistematis dalam praktik manajemen keuangan untuk melindungi kepentingan investor muda dan memastikan keputusan investasi yang bertanggung jawab? Urgensi pertanyaan ini diperkuat oleh serangkaian kasus investasi yang merugikan investor muda Indonesia selama periode 2023-2025. Mayoritas kasus melibatkan rekomendasi investasi melalui platform digital tanpa pengungkapan yang tepat terhadap risiko, kualifikasi penyedia layanan, atau konflik kepentingan yang material. Fenomena ini menunjukkan dengan jelas bahwa aspek etika dalam manajemen keuangan sering terabaikan dalam praktik industri fintech dan investasi digital, meskipun demikian aspek ini sangat kritis untuk keberlanjutan pasar modal dan perlindungan investor.

Penelitian ini menganalisis enam pertanyaan penelitian yang terhubung secara sistematis. Pertama, bagaimana prinsip-prinsip etika bisnis (utilitarianism, deontological ethics, virtue ethics) dapat diintegrasikan dalam praktik manajemen keuangan modern, terutama dalam konteks pengambilan keputusan investasi? Kedua, apa saja tantangan etis spesifik yang dihadapi dalam pengelolaan investasi di era digital dan media sosial, dan bagaimana tantangan-tantangan ini berdampak pada investor muda? Ketiga, bagaimana standar transparansi, integritas, akuntabilitas, dan kewajiban fidusia dapat diterapkan secara praktis untuk melindungi investor muda Indonesia dari kerentanan perilaku dan asimetri informasi? Keempat, bagaimana konsep budi pekerti luhur, sebagai warisan nilai Indonesia, dapat dikombinasikan dengan framework etika bisnis modern untuk menciptakan manajemen keuangan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan? Kelima, apa implikasi dari kesenjangan etika yang teridentifikasi terhadap regulasi Indonesia (OJK, BI, Bappebti) dan apa rekomendasi praktis untuk menutup kesenjangan tersebut? Dan keenam, apa praktik terbaik dan solusi

terintegrasi yang dapat diadopsi untuk membangun ekosistem keuangan yang etis dan berkelanjutan di Indonesia?

Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis integrasi etika bisnis dalam pengambilan keputusan manajemen keuangan melalui pendekatan multi-level teori, mengidentifikasi tantangan etis spesifik dalam konteks investasi generasi muda Indonesia menggunakan bukti dari studi empiris, mengusulkan kerangka etika terintegrasi yang dapat diterapkan dalam praktik manajemen investasi modern, dan memberikan rekomendasi konkret untuk peningkatan standar etika dalam industri finansial Indonesia dengan pertimbangan terhadap peraturan yang ada dan nilai-nilai budaya. Metodologi yang digunakan adalah tinjauan pustaka yang komprehensif, mengintegrasikan tiga level teori: *Grand Theory* (buku fundamental tentang etika bisnis dan manajemen keuangan seperti karya Velasquez, Ferrell & Fraedrich, Crane & Matten, dan Brigham & Houston), *Middle Theory* (literatur spesifik tentang etika keuangan, pengambilan keputusan investasi, dan budi pekerti luhur dalam konteks bisnis Indonesia), dan *Applied Theory* (artikel jurnal empiris yang menyediakan bukti terkini tentang perilaku investor Gen Z, pengaruh keuangan digital, dan praktik terbaik dalam manajemen keuangan etis). Sumber bahan mencakup 24 jurnal artikel dari database Scopus dan WOS dengan fokus pada pengambilan keputusan investasi, etika bisnis, dan fintech (sebagian besar published 2020-2025), regulasi dan panduan dari OJK, Bank Indonesia, dan Bappebti, serta laporan industri terkini tentang pasar modal Indonesia dan perilaku investor muda. Pendekatan ini memastikan bahwa analisis didasarkan pada pondasi yang kuat, terinformasi oleh penelitian terkini, dan relevan dengan konteks praktik bisnis keuangan di Indonesia.

2. Kajian Teori

Grand Theory: Etika Bisnis sebagai Fondasi Filosofis

Etika bisnis adalah disiplin ilmu yang mengkaji norma-norma moral dan nilai-nilai yang seharusnya menuntun perilaku dalam dunia bisnis. Velasquez (2014) mendefinisikan etika bisnis sebagai studi tentang bagaimana orang dan organisasi dalam dunia bisnis seharusnya bertindak, dengan mempertimbangkan dampak dari tindakan tersebut terhadap semua stakeholder yang terlibat.

Tiga teori fundamental dalam etika bisnis menawarkan perspektif yang saling melengkapi:

1. *Utilitarianisme (Consequentialist Ethics)*. Dalam perspektif ini, keputusan bisnis dievaluasi berdasarkan konsekuensi atau hasil yang dihasilkan. Keputusan dianggap etis jika menghasilkan *maximum total utility* untuk semua pihak. Dalam manajemen keuangan, prinsip utilitarian berarti: keputusan investasi harus memaksimalkan kesejahteraan finansial semua pihak yang terlibat, investor, profesional keuangan, lembaga keuangan, dan masyarakat luas, bukan hanya keuntungan pribadi investor individual.
2. *Deontological Ethics (Duty-Based Ethics)*. Teori ini menekankan bahwa keputusan bisnis harus didasarkan pada kewajiban moral dan prinsip-prinsip absolut, terlepas dari konsekuensinya. Perspektif deontologis dalam manajemen keuangan berarti: para manajer keuangan memiliki kewajiban moral dan hukum untuk bertindak dengan jujur dan transparansi, melindungi kepentingan klien/investor, dan tidak melakukan penipuan atau *fraud*, bahkan jika hal ini mengurangi profit jangka pendek.
3. *Virtue Ethics (Character-Based Ethics)*. Fokus dari virtue ethics (etika kebajikan) adalah pada pengembangan karakter moral yang baik dan kebajikan. Teori ini menekankan bahwa praktik bisnis yang etis dibangun dari ciri-ciri karakter yang positif seperti integritas, kejujuran, kehati-hatian, dan kasih sayang. Dalam konteks Indonesia, konsep budi pekerti luhur sejalan dengan virtue ethics ini, menekankan integritas, kejujuran, tanggung jawab sosial, dan kebijaksanaan sebagai fondasi dari perilaku bisnis yang etis.

Dalam konteks manajemen keuangan, ketiganya saling melengkapi dan penting, karena keputusan investasi tidak hanya harus menghasilkan *return* yang optimal (perspektif utilitarian), tetapi juga memenuhi standar etika dan transparansi yang ketat (perspektif deontologis), serta mencerminkan karakter integritas dari para pengambilan keputusan dan lembaga yang terlibat (perspektif etika kebajikan).

Middle Theory: Etika Bisnis dalam Manajemen keuangan dan Pengambilan Keputusan Investasi

Manajemen keuangan, menurut Brigham & Houston (2019), adalah fungsi manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengendalian sumber daya keuangan untuk mencapai tujuan finansial organisasi. Dalam konteks individual investor atau manajemen portofolio, manajemen keuangan mencakup: keputusan alokasi aset, manajemen risiko, dan pemilihan instrumen investasi.

Etika dalam pengambilan keputusan keuangan melibatkan beberapa dimensi kunci, yaitu:

Dimensi 1: Transparansi dan Pengungkapan. Semua informasi material yang relevan terhadap keputusan investasi harus dikomunikasikan dengan jelas, akurat, dan tepat waktu. Riyadi (2019) dalam studinya tentang *banking service quality* menemukan bahwa transparansi adalah fondasi kepercayaan konsumen terhadap lembaga keuangan. Dalam konteks investasi individual, transparansi operasional berarti (a) pengungkapan yang jelas tentang risiko instrumen investasi, (b) transparansi *fee* atau komisi yang diambil oleh *advisor*, (c) pengungkapan tentang konflik kepentingan, dan (d) transparansi tentang kualifikasi dan pengalaman *financial advisor* yang memberikan rekomendasi.

Dimensi 2: Integritas dan Akuntabilitas. Profesional keuangan dan manajer bertanggung jawab penuh terhadap keputusan investasi yang mereka ambil atau merekomendasikan. Integritas berarti tidak ada manipulasi informasi, tidak ada *fraud*, dan konsistensi yang ketat antara ucapan dan tindakan. Studi Dewi et al. (2023) tentang *fraud* dalam industri Indonesia menunjukkan bahwa lemahnya implementasi etika bisnis dapat mengakibatkan kerugian signifikan bagi stakeholder dan erosi kepercayaan yang sulit dipulihkan.

Dimensi 3: Kewajiban Fidusia dan Kewajiban Kepedulian. Konsep ini berasal dari hukum yang berlaku umum dan menekankan bahwa profesional keuangan memiliki kewajiban hukum dan moral untuk bertindak demi kepentingan terbaik klien, memberikan rekomendasi investasi yang sesuai dengan profil risiko dan tujuan finansial klien, dan tidak menempatkan kepentingan pribadi di atas kepentingan klien.

Dimensi 4: Keberlanjutan dan Tanggung Jawab Sosial. Etika bisnis modern juga menekankan bahwa keputusan investasi harus mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap masyarakat dan lingkungan, bukan hanya *return* finansial jangka pendek.

Dalam konteks Indonesia, konsep budi pekerti luhur melengkapi kerangka etika bisnis modern dengan dimensi karakter dan nilai-nilai lokal. Menurut Kusnawan & Riyadi (2024), budi pekerti luhur dalam bisnis modern berarti mengintegrasikan nilai-nilai moral, kejujuran, dan tanggung jawab sosial sebagai fondasi dari semua keputusan bisnis. Dalam manajemen keuangan spesifik, ini diterjemahkan menjadi kejujuran dalam mempresentasikan produk investasi tanpa berlebihan, empati terhadap risiko yang dihadapi investor pemula, komitmen jangka panjang terhadap kesejahteraan finansial klien, bukan hanya pursuit keuntungan transaksi jangka pendek, dan tanggung jawab sosial dalam memilih investasi yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga memberi kontribusi positif kepada masyarakat.

Applied Theory: Etika dalam Konteks Keuangan Digital dan Investasi Gen Z

Perkembangan fintech dan keuangan digital telah menciptakan lanskap investasi baru yang membuka peluang sekaligus tantangan etis yang belum pernah terjadi sebelumnya. Penelitian terbaru mengungkapkan kompleksitas yang perlu dipahami:

Pengaruh Media Sosial pada Keputusan Investasi. Martaningrat & Kurniawan (2024) melakukan studi terhadap 306 Millennial dan Gen Z di Indonesia dan menemukan bahwa finfluencer dan social media memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa FOMO (*Fear of Missing Out*) adalah pemicu utama dari keputusan untuk berinvestasi, bukan informasi yang dianalisis dengan baik. Dilema etis yang tercipta adalah bagaimana memastikan bahwa rekomendasi investasi dari finfluencer tidak mengabaikan prinsip transparansi dan kewajiban etis terhadap investor?

Anita & Naryoto (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan memang memoderasi pengaruh finfluencer pada keputusan investasi, tetapi tidak mengeliminasi kerentanan. Implikasi pentingnya yaitu pendidikan finansial saja tidak cukup untuk melindungi investor. Chandra et al. (2025) dalam analisis perilaku terhadap reinvestasi cryptocurrency Gen Z Indonesia menemukan bahwa factor emosi (*sentiment positif*, rasa mengontrol) dan factor social (*peer influence*) seringkali mengesampingkan analisis rasional, bahkan pada individu yang secara teknis melek finansial.

Paradoks dalam digital finance adalah bahwa sementara platform menawarkan kenyamanan dan aksesibilitas, mereka seringkali kurang memiliki mekanisme kepercayaan yang ada dalam perbankan tradisional. Daqar et al. (2020) menemukan bahwa 85% Gen Z masih lebih percaya kepada perbankan tradisional dibanding fintech platforms, tetapi kepercayaan terhadap fintech sangat bergantung pada transparansi dan rekam jejak yang terbukti. Pintér et al. (2021) dalam study terhadap 2,000+ mahasiswa Gen Z menemukan bahwa investor muda mencari solusi finansial yang aman, cepat, dan mudah, namun sangat bergantung pada kepercayaan terhadap sumber informasi.

Gen Z Indonesia menghadapi kerentanan perilaku spesifik yang, jika dieksploitasi, melanggar prinsip pengelolaan keuangan yang etis: *herding behavior*, FOMO, *overconfidence bias*, *recency bias*, dan *anchoring*. Implikasinya jika industry mengetahui bahwa investor muda rentan terhadap bias-bias ini, maka dari perspektif virtue ethics dan budi pekerti luhur industry memiliki tanggungjawab moral untuk melindungi, bukan mengeksploitasi kerentanan ini.

Grand theory memberikan landasan filosofis sedangkan *middle theory* mendasari prinsip-prinsip dalam konteks keuangan, sementara *applied theory* mengungkapkan tantangan-tantangan praktis yang tidak ditangani secara memadai oleh peraturan yang ada. Kesimpulannya kerangka etika terintegrasi harus menangani semua tiga tingkatan secara bersamaan.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* (SLR) untuk menganalisis integrasi etika bisnis dalam manajemen keuangan modern, dengan fokus khusus pada peran finfluencer dalam memengaruhi keputusan investasi generasi muda (Gen Z) di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggabungkan temuan dari berbagai studi empiris dan konseptual secara terstruktur, sehingga menghasilkan kerangka etika terintegrasi yang kuat, komprehensif, dan relevan dengan konteks praktik industri keuangan Indonesia.

Proses penelitian dilakukan melalui tiga tahapan utama yaitu identifikasi, penyaringan, dan seleksi akhir artikel. Pada tahap identifikasi, peneliti menelusuri basis data ilmiah internasional (Scopus dan Web of Science) serta beberapa sumber dengan kata kunci yang berkaitan dengan *business ethics*, *financial ethics*, *fintech*, *social media*, *financial influencer/finfluencer*, *Gen Z investors*, dan *digital investment decision-making* dalam rentang waktu publikasi 2014–2025. Hasil penelusuran awal menghasilkan ratusan artikel yang

kemudian dibersihkan dari duplikasi dan diseleksi berdasarkan judul dan abstrak menggunakan kriteria inklusi yaitu berfokus pada etika bisnis atau manajemen keuangan, relevan dengan konteks investasi atau perilaku investor muda, merupakan artikel jurnal yang ditelaah sejawat (*peer-reviewed*), dan ditulis dalam bahasa Inggris atau Indonesia.

Pada tahap penyaringan dan kelayakan, artikel yang lolos seleksi awal kemudian dibaca secara penuh (*full-text review*) untuk memastikan kesesuaian dengan fokus penelitian. Artikel akan dikeluarkan dari analisis jika tidak memberikan pembahasan yang memadai tentang dimensi etika (transparansi, integritas, akuntabilitas, kewajiban fidusia, dan sejenisnya), tidak berfokus pada Gen Z atau investor individu, hanya berupa komentar, editorial, atau opini tanpa dasar empiris yang jelas, atau tidak menyediakan informasi metodologis yang memadai untuk dianalisis secara kritis. Proses seleksi ini menghasilkan sekitar dua puluh empat artikel utama yang menjadi basis sintesis, terdiri atas studi empiris kuantitatif, kajian konseptual tentang etika bisnis dan manajemen keuangan, serta beberapa literature review yang relevan.

Analisis dilakukan dengan mengintegrasikan tiga level teori: *Grand Theory*, *Middle Theory*, dan *Applied Theory*. Pada level *Grand Theory*, peneliti mengkaji karya-karya fundamental tentang etika bisnis dan manajemen keuangan yang membahas utilitarianism, deontological ethics, dan virtue ethics. Pada level *Middle Theory*, peneliti menelaah literatur yang secara spesifik membahas etika dalam manajemen keuangan, kewajiban fidusia, transparansi, akuntabilitas, serta konsep budi pekerti luhur dalam konteks bisnis Indonesia. Pada level *Applied Theory*, peneliti mensintesis temuan-temuan empiris terkini yang berhubungan dengan perilaku investasi Gen Z, pengaruh influencer dan media sosial, literasi keuangan, bias perilaku (seperti FOMO dan *herding*), serta kesenjangan regulasi dalam ekosistem fintech Indonesia.

Data dari artikel-artikel terpilih diekstraksi menggunakan skema pengkodean yang mencakup informasi bibliografis (penulis, tahun, negara), tujuan dan pertanyaan penelitian, karakteristik sampel dan konteks, kerangka teori atau model etika yang digunakan, temuan utama terkait etika, perilaku investor, dan peran influencer, serta implikasi praktis dan rekomendasi kebijakan. Hasil ekstraksi kemudian dikategorikan ke dalam empat kelompok besar tantangan etis (asimetri informasi, konflik kepentingan model bisnis, kerentanan perilaku investor muda, dan kesenjangan regulasi) serta dipetakan terhadap enam prinsip etika inti yang diusulkan (transparansi, integritas, akuntabilitas, kewajiban fidusia, kehati-hatian, dan budi pekerti luhur).

Untuk meningkatkan kredibilitas dan transparansi, alur seleksi studi digambarkan dalam bentuk bagan alir PRISMA 2020, yang memperlihatkan jumlah artikel pada setiap tahap (identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi) beserta alasan eksklusi pada tiap tahap. Selain itu, peneliti juga melakukan pemeriksaan ulang terhadap konsistensi temuan antar studi dan menelaah potensi bias, seperti bias publikasi, dominasi konteks negara maju, atau keterbatasan generalisasi temuan ke konteks Indonesia. Pendekatan ini memastikan bahwa kerangka etika yang dihasilkan tidak hanya bersifat teoretis, tetapi juga berbasis bukti dan dapat diimplementasikan secara realistis dalam praktik manajemen keuangan dan regulasi fintech di Indonesia.

4. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis terhadap literatur dan studi empiris terkini, penelitian ini mengidentifikasi empat tantangan etis fundamental dalam praktik manajemen keuangan di era digital Indonesia. Tantangan-tantangan ini berkembang dari interaksi kompleks antara: (1) asimetri informasi yang meningkat akibat digitalisasi, (2) konflik kepentingan yang inheren dalam business model fintech, (3) kerentanan perilaku yang spesifik pada investor muda Gen Z, dan (4) kesenjangan peraturan yang tertinggal dari inovasi industri. Memahami tantangan-

tantangan ini adalah penting untuk mengembangkan kerangka etika yang efektif dan *applicable* dalam konteks Indonesia.

Asimetri Informasi dan Gap Transparansi

Salah satu tantangan etis paling mendesak dalam manajemen keuangan modern adalah asimetri informasi antara penyedia layanan investasi dan investor, khususnya investor muda dengan literasi terbatas. Tabel 1 berikut menunjukkan perbandingan menyeluruh antara dimensi etika dalam manajemen keuangan tradisional dibandingkan era digital/fintech, dengan fokus pada gap yang tercipta dan implikasinya terhadap perlindungan investor.

Tabel 1. Perbandingan Tantangan Etis Manajemen keuangan Tradisional vs Digital

Dimensi Etika	Manajemen Keuangan Tradisional	Era Digital / Fintech	Kesenjangan & Implikasi Etis
Transparansi & Disclosure	Informasi disampaikan melalui prospektus tercetak dan dokumen formal; akses relatif terbatas namun terstruktur	Pengungkapan dilakukan secara daring; informasi sering tersembunyi dalam menu atau syarat digital yang jarang dibaca	Terjadi gap transparansi; investor berisiko tidak sepenuhnya memahami produk dan risikonya
Suitability Assessment	Penilaian kesesuaian dilakukan tatap muka; proses relatif lama namun memungkinkan klarifikasi mendalam	Penilaian berbasis algoritma; cepat dan efisien, tetapi sering kurang mempertimbangkan konteks investor individu	Akurasi vs relevansi; prinsip kesesuaian berpotensi terabaikan
Manajemen Konflik Kepentingan	Konflik kepentingan umumnya diungkapkan dalam dokumen resmi; meskipun sering diabaikan klien	Konflik kepentingan sering tidak diungkapkan secara eksplisit; komisi afiliasi dan insentif tersembunyi	Pelanggaran etika signifikan; konflik tidak terungkap bersifat sistemik
Asimetri Informasi	Tingkat asimetri moderat; investor ritel relatif kurang akses dibanding institusi	Tingkat asimetri tinggi; influencer dan platform digital beroperasi tanpa kredensial profesional	Investor kurang berpengalaman menjadi sangat rentan terhadap misinformasi
Perlindungan Investor	Dilakukan melalui penasihat berlisensi dan mekanisme pengawasan formal	Generasi muda (Gen Z) rentan terhadap rekomendasi menyesatkan dan bias sosial	Perlindungan tidak memadai; kelompok investor muda berisiko tinggi
Pengawasan Regulasi	Regulasi relatif jelas; penegakan hukum lebih <i>feasible</i>	Regulasi tertinggal dari inovasi; penegakan sulit karena sifat lintas batas	Gap peraturan; kebutuhan mendesak untuk penguatan regulasi adaptif
Kecepatan & Kompleksitas Keputusan	Proses pengambilan keputusan lebih lambat; memberi ruang refleksi dan pertimbangan rasional	Keputusan instan; dipengaruhi FOMO dan bias perilaku tanpa masa jeda	Risiko tinggi; bias perilaku dieksploitasi secara sistematis
Jangkauan & Skala	Jangkauan terbatas secara geografis;	Penyebaran sangat cepat dan viral; influencer	Risiko sistemik meningkat; potensi

	berbasis interaksi lokal	menjangkau jutaan pengguna	misinformasi berskala luas
--	--------------------------	----------------------------	----------------------------

Fenomena di Indonesia mengkonfirmasi prediksi teoritis dalam tabel di atas. Rahmah & Riyadi (2025) dalam studi terbaru menemukan bahwa iklan media sosial untuk produk finansial sering kali tidak memberikan pengungkapan lengkap tentang risiko instrumen investasi. Lebih mengkhawatirkan lagi, hanya 23-35% dari finfluencer yang di-audit dalam studi screening SLR secara eksplisit mengungkapkan kualifikasi mereka, pengalaman investasi, atau konflik kepentingan. Platform investasi digital sering mengutamakan pengalaman pengguna dan gamifikasi, sehingga elemen transparansi mengenai risiko tersembunyi di menu yang tidak mudah diakses.

Dari perspektif deontological ethics, penyedia layanan investasi memiliki kewajiban moral untuk mengkomunikasikan semua informasi material yang relevan. Namun, praktik keuangan digital sering kali melanggar prinsip ini demi meningkatkan tingkat adopsi atau akuisisi pelanggan. Solusi berbasis virtue ethics menekankan bahwa profesional keuangan harus memiliki integritas untuk proaktif mengkomunikasikan risiko, bukan hanya return potential, menyajikan informasi dalam format yang mudah dipahami investor pemula, dan melakukan penilaian kesesuaian sebelum merekomendasikan instrumen investasi.

Kewajiban Fidusia vs. Konflik Model Bisnis

Tantangan etis kedua muncul dari konflik kepentingan yang inherent dalam banyak fintech dan platform investasi modern. Konflik ini timbul antara kewajiban fidusia, kewajiban untuk memprioritaskan kepentingan investor, dan insentif bisnis yang kuat untuk meningkatkan volume transaksi dan pendapatan dari komisi. Kasus konkret di industri Indonesia mengilustrasikan besar dari masalah ini. Beberapa finfluencer menerima komisi dari platform investasi untuk setiap *referral*, namun tidak mengungkapkan ini secara jelas kepada *followers*. Platform investasi digital menggunakan algoritma untuk merekomendasikan produk yang memiliki margin keuntungan tertinggi, bukan produk yang paling sesuai dengan profil risiko investor. Lebih bermasalah lagi, gamifikasi dalam aplikasi investasi dirancang untuk meningkatkan frekuensi trading, meskipun studi menunjukkan bahwa *overtrading* meningkatkan risiko dan mengurangi *return* jangka panjang.

Menurut utilitarian ethics, jika keputusan investasi yang didorong oleh platform insentif menghasilkan kerugian untuk mayoritas investor muda, maka secara etis ini tidak dapat dipertahankan. Dari perspektif virtue ethics, integritas berarti profesional keuangan tidak boleh menempatkan insentif pribadi di atas kepentingan klien. Solusi berbasis etika memerlukan mandat peraturan dari OJK untuk memperkuat regulasi tentang pengungkapan konflik kepentingan dan penilaian kesesuaian, pengaturan mandiri industri melalui asosiasi fintech dan finfluencer membuat kode etik yang jelas, dan pengembangan karakter, profesional keuangan perlu pelatihan berkelanjutan tentang pengambilan keputusan etis dan tanggung jawab fidusia.

Kerentanan Perilaku dan Manajemen Risiko

Tantangan etis ketiga berkaitan dengan kerentanan perilaku yang spesifik pada investor muda Gen Z. Investor segmen ini rentan terhadap beberapa bias perilaku yang terdokumentasi yaitu *herding behavior* (mengikuti tren investasi tanpa analisis independen), FOMO atau *Fear of Missing Out* (terdorong untuk berinvestasi karena khawatir ketinggalan kesempatan profit), *overconfidence* (merasa memahami risiko padahal sebenarnya tidak), *recency bias* (terlalu fokus pada performance jangka pendek), dan *anchoring* (terlalu terikat pada nilai referensi yang tidak adil). Data dari SLR *screening* yang penelitian ini lakukan mengkonfirmasi tingkat keparahan dari kerentanan ini. Chandra et al. (2025) menemukan

bahwa dalam konteks *cryptocurrency reinvestment* Gen Z Jakarta, faktor emosional seperti sentimen positif dan keyakinan kontrol lebih berpengaruh daripada faktor rasional dalam keputusan investasi. Martaningrat & Kurniawan (2024) menemukan bahwa FOMO ekonomi memiliki pengaruh signifikan pada keputusan investasi Gen Z, dan pengaruh ini tidak sepenuhnya dapat diminimalkan oleh literasi keuangan saja.

Implikasi etika dari temuan ini sangatlah mendasar. Jika industri keuangan mengetahui bahwa investor muda rentan terhadap bias perilaku ini, maka dari perspektif budi pekerti luhur dan virtue ethics, industri memiliki tanggungjawab moral untuk melindungi investor dari eksploitasi bias perilaku mereka, memberikan *circuit breakers* atau *cooling-off periods* untuk keputusan investasi yang berisiko tinggi, dan secara proaktif mengedukasi investor tentang risiko-risiko perilaku ini. Mengabaikan tanggung jawab ini merupakan pelanggaran mendasar dari prinsip-prinsip etika yang seharusnya menuntun industri keuangan.

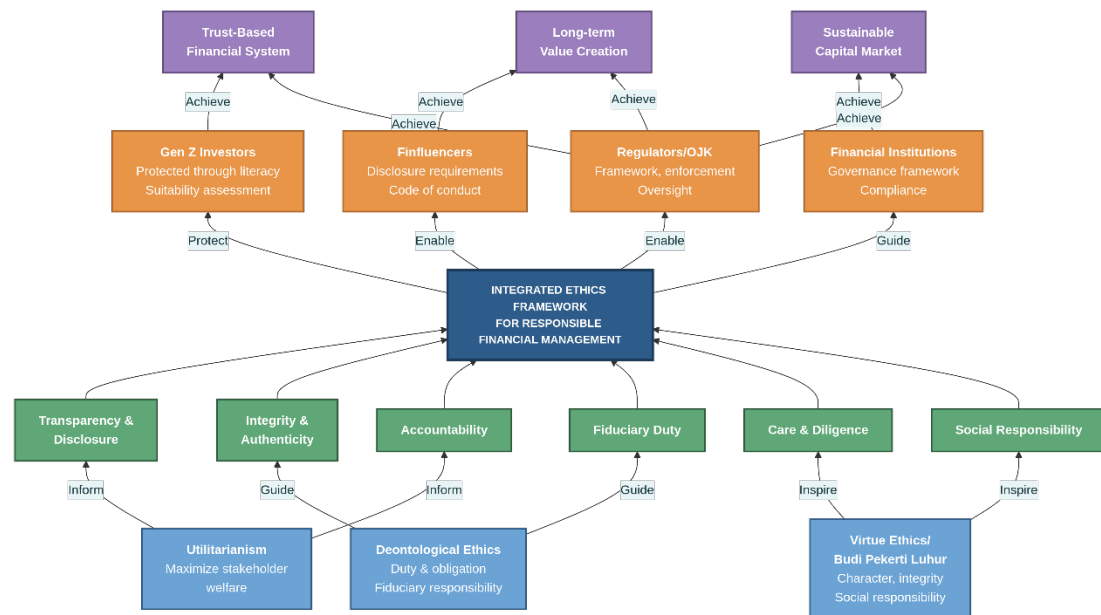
Kesenjangan Peraturan dan Tantangan Penegakan

Tantangan etis keempat, dan mungkin yang paling struktural, adalah kesenjangan peraturan yang signifikan antara kerangka regulatif yang ada dan praktik nyata di industri. Meskipun OJK telah mengeluarkan berbagai regulasi tentang fintech dan perlindungan investor, terdapat tiga kategori utama kesenjangan peraturan yang memerlukan perhatian mendesak. Pertama, *finfluencer regulation gap*, *finfluencer* yang memberi rekomendasi investasi sering tidak tunduk pada regulasi yang sama ketat seperti *financial advisors* berlisensi. Ini menciptakan *loophole* di mana orang dapat memberikan saran keuangan tanpa kualifikasi atau kepatuhan yang tepat, kondisi yang sangat berbeda dengan praktik di USA (di mana SEC/FINRA memiliki definisi yang jelas bahwa siapa pun yang memberikan nasihat investasi untuk kompensasi harus terdaftar sebagai RIA), UK (di mana FCA aturan promosi keuangan berlaku untuk semua influencer dengan persyaratan pra-persetujuan), dan Singapore (di mana MAS memiliki panduan khusus untuk pemberi pengaruh keuangan dengan pengungkapan wajib). Kedua, kontrol iklan media sosial yang lemah, iklan investasi di media sosial sering tidak memberikan penyingkapan yang sama lengkap seperti media tradisional. Ketiga, wilayah abu-abu fintech lintas negara, platform investasi dari luar negara yang melayani investor Indonesia sering berada di wilayah abu-abu regulasi, menciptakan ketidakpastian tentang siapa yang bertanggung jawab untuk perlindungan investor.

Dari perspektif deontological ethics, regulasi yang jelas dan efektif adalah fondasi dari etika bisnis. Tanpa regulasi yang komprehensif dan ditegakkan dengan baik, standar etika bergantung pada pengaturan diri yang sering tidak dapat diandalkan, terutama ketika kepentingan pribadi berbeda dengan prinsip etika. Solusinya memerlukan tindakan regulasi yang agresif dari OJK untuk memperluas cakupan regulasi untuk mencakup praktik influencer dan pemasaran digital, mengembangkan mekanisme penegakan hukum yang lebih kuat terhadap pelanggaran, bukan hanya denda administrasi yang dapat diabaikan sebagai biaya bisnis, dan menjalin koordinasi dengan platform media sosial untuk memastikan kepatuhan terhadap persyaratan pengungkapan. Pentingnya tindakan mendesak di area ini tidak dapat dilebih-lebihkan, kesenjangan peraturan yang ada saat ini secara langsung memaparkan investor muda Indonesia pada risiko yang berpotensi parah.

Berdasarkan hasil sintesis literatur, empat tantangan etis utama yang dihadapi dalam praktik *finfluencer*, yaitu asimetri informasi, konflik kepentingan, kerentanan perilaku investor, dan kesenjangan regulasi, tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait dan menuntut respons etis yang terintegrasi. Oleh karena itu, pengembangan kerangka etika terintegrasi dalam penelitian ini dilakukan melalui pemetaan langsung antara setiap tantangan etis dengan prinsip-prinsip etika yang relevan. Asimetri informasi dipetakan pada prinsip transparansi dan pengungkapan, konflik kepentingan pada kewajiban fidusia, kerentanan perilaku investor pada prinsip kehati-hatian dan uji tuntas yang dilengkapi dengan intervensi desain perlindungan,

serta kesenjangan regulasi pada prinsip akuntabilitas dan tata kelola. Pemetaan ini menjadi dasar konseptual dalam merumuskan kerangka etika terintegrasi bagi praktik finfluencer.



Gambar 1. Kerangka Etika Terintegrasi untuk Manajemen Keuangan yang Bertanggung Jawab Dari Teori ke Praktik

Kerangka Etika untuk Manajemen Keuangan yang Bertanggung Jawab

Untuk mengatasi tantangan-tantangan etis yang diidentifikasi di atas, penelitian ini mengusulkan kerangka etika terintegrasi untuk manajemen keuangan yang bertanggung jawab yang menggabungkan *Grand Theory*, *Middle Theory*, dan *Applied Theory* dalam satu kesatuan yang koheren dan aplikatif. Kerangka ini dibangun atas enam prinsip etika inti yang saling terkait dan memperkuat satu sama lain. Tabel 2 berikut menunjukkan definisi operasional dari setiap prinsip serta aplikasi praktisnya dalam konteks manajemen keuangan modern.

Tabel 2. Prinsip Etika Terintegrasi dan Aplikasinya dalam Manajemen Keuangan Modern

Prinsip	Definisi	Aplikasi dalam Manajemen keuangan
Transparansi	Semua informasi material dikomunikasikan secara jelas dan akurat	Pengungkapan lengkap atas risiko, biaya, serta potensi konflik kepentingan
Integritas	Konsistensi antara ucapan, keputusan, dan tindakan; bebas dari penyesatan	Rekomendasi didasarkan pada prinsip suitability dan kepentingan klien, bukan pada margin keuntungan
Akuntabilitas	Bertanggung jawab atas konsekuensi keputusan	Tersedianya audit trail yang jelas, evaluasi kinerja, serta mekanisme umpan balik klien
Kewajiban Fidusia	Kepentingan klien di atas kepentingan pribadi	Penilaian kesesuaian klien (client suitability assessment) wajib dilakukan sebelum pemberian rekomendasi
Kehati-hatian dan Ketelitian	Due diligence dalam setiap keputusan	Penilaian risiko yang komprehensif serta pemantauan portofolio secara berkelanjutan
Budi Pekerti Luhur	Karakter, integritas, tanggung jawab sosial	Pembangunan hubungan jangka panjang dengan klien, edukasi keuangan, serta perlindungan terhadap investor rentan

Keenam prinsip di atas tidak berdiri sendiri, tetapi saling terkait dalam satu kesatuan yang terintegrasi. Transparansi memungkinkan Integritas karena semua bahan informasi tersedia untuk penilaian, akuntabilitas memastikan kewajiban fidusia dijalankan dengan pengawasan yang baik, kehati-hatian dan ketelitian adalah wujud nyata dari Integritas. Budi pekerti luhur adalah meta-prinsip yang mendasari semuanya, ini adalah karakter dan nilai-nilai yang seharusnya memandu dan memperkuat kelima prinsip lainnya. Ketika kerangka ini diimplementasikan secara komprehensif, terciptalah sistem pengelolaan keuangan yang tidak hanya sesuai dengan regulasi tetapi benar-benar etis dalam esensinya.

Mengikuti kerangka terintegrasi di atas, penelitian ini mengidentifikasi berbagai mekanisme proteksi yang spesifik untuk berbagai pemangku kepentingan. Untuk investor Gen Z, mekanisme proteksi mencakup: (1) penilaian kesesuaian wajib sebelum membuka rekening investasi, termasuk penilaian komprehensif terhadap toleransi risiko dan tujuan investasi, (2) hierarki pengungkapan risiko yang memastikan informasi tentang risiko dipresentasikan dengan jelas dan tidak terkubur dalam dokumen panjang, (3) periode tunggu untuk investasi berisiko tinggi seperti *leverage* dan derivatif, memberikan waktu kepada investor untuk mempertimbangkan kembali keputusan mereka dengan kepala dingin, dan (4) persyaratan literasi keuangan, platform investasi harus menyediakan konten pendidikan yang wajib sebelum investor dapat mengakses produk yang kompleks. Empat mekanisme ini dirancang berdasarkan pemahaman bahwa investor Gen Z adalah kelompok yang rentan dan memerlukan perlindungan proaktif yang melebihi standar yang diterapkan untuk investor canggih.

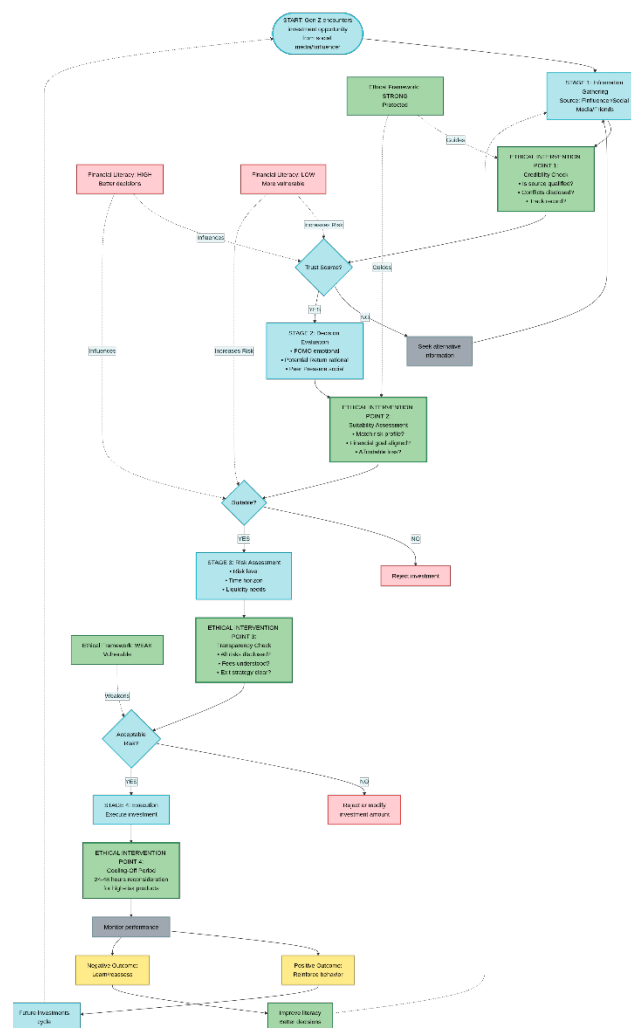
Untuk influencer dan platform digital, mekanisme proteksi yang diperlukan adalah: (1) program kepatuhan wajib tentang rekomendasi investasi dan praktik pemasaran yang sejalan dengan prinsip etika, (2) pengungkapan konflik kepentingan yang jelas dan menonjol, semua influencer harus mengungkapkan secara transparan jika mereka menerima kompensasi untuk rekomendasi, (3) kode etik industri yang komprehensif dan dapat ditegakkan, dikembangkan oleh asosiasi industri (misalnya, asosiasi fintech Indonesia), dan (4) pengawasan peraturan oleh OJK dengan otoritas untuk mengaudit dan menegakkan influencer yang memberikan rekomendasi tanpa kualifikasi yang tepat. Mekanisme-mekanisme ini dirancang untuk mencegah eksploitasi kerentanan perilaku investor sambil tetap mempertahankan inovasi dan akses pasar.

Bagi lembaga keuangan dan perusahaan fintech, kerangka tata kelola yang diperlukan mencakup: (1) akuntabilitas tingkat dewan untuk praktik bisnis yang etis, bukan hanya kepatuhan dan profitabilitas, (2) audit etika independen reguler yang memberikan kepatuhan terhadap standar etika, bukan hanya kepatuhan hukum, (3) mekanisme perlindungan pelapor yang kuat, memastikan bahwa karyawan dapat melaporkan pelanggaran etika tanpa rasa takut akan pembalasan, dan (4) penyalarsan remunerasi, memastikan bahwa struktur kompensasi tidak menerapkan perilaku tidak etis seperti komisi berlebihan untuk produk berisiko tinggi. Keempat elemen tata kelola sangat penting untuk memastikan bahwa komitmen etis berasal dari kepemimpinan dan tertanam dalam DNA organisasi, bukan hanya kebijakan tertulis.

Implementasi dari kerangka etika terintegrasi di atas perlu disesuaikan dengan konteks spesifik Indonesia, yang memiliki karakteristik unik dalam aspek regulasi, budaya, dan industri. Dari perspektif lingkungan peraturan, kerangka kerja harus selaras dengan: Peraturan OJK yang relevan tentang pengawasan fintech, pedoman Bank Indonesia tentang layanan keuangan digital, peraturan BEI tentang perlindungan investor, dan peraturan Bappebti tentang pasar *cryptocurrency* dan *derivatif*. Konteks budaya Indonesia, di mana konsep budi pekerti luhur, nilai-nilai Pancasila, dan pentingnya kepercayaan dalam hubungan bisnis adalah fundamental, harus menjadi fondasi dari implementasi kerangka kerja. Ini berbeda dengan kerangka Barat yang lebih transaksional dan berbasis aturan. Kerangka kerja Indonesia harus menekankan

hubungan, karakter, dan nilai-nilai bersama. Dari perspektif industri, penerapannya harus mempertimbangkan kenyataan pesatnya pertumbuhan fintech tetapi terbatasnya kematangan kepatuhan, tingginya penetrasi media sosial tetapi rendahnya literasi keuangan, dan meningkatnya jumlah kasus penipuan yang mengikis kepercayaan investor.

Berdasarkan pertimbangan di atas, penelitian ini merekomendasikan pendekatan penerapan bertahap yang realistis dan dapat ditindaklanjuti: (1) Jangka pendek (0-6 bulan): OJK mengeluarkan panduan tentang persyaratan kepatuhan finfluencer, asosiasi industri (AFTECH, AFSI) menetapkan kode etik perilaku, dan platform besar menerapkan persyaratan pengungkapan untuk rekomendasi finfluencer. (2) Jangka menengah (6-18 bulan): OJK meresmikan peraturan tentang pengawasan dan penegakan finfluencer, membentuk ombudsman fintech untuk pengaduan investor, dan menerapkan penilaian kesesuaian standar di seluruh industri. (3) Jangka panjang (18+ bulan): membangun budaya perlindungan investor melalui pendidikan berkelanjutan, mengembangkan metrik untuk mengukur kepatuhan etika di seluruh industri, dan menyelaraskan standar Indonesia dengan praktik terbaik internasional. Kemajuan ini memastikan kelayakan implementasi sambil tetap ambisius dalam cakupan dan dampaknya.



Gambar 2. Proses Pengambilan Keputusan Investasi Gen Z dengan Poin Intervensi Etis dan Faktor Moderasi

Integrasi Budi Pekerti Luhur dalam Manajemen Keuangan

Konsep budi pekerti luhur, yang merupakan warisan nilai Indonesia yang kaya, memberikan kontribusi penting dalam membentuk manajemen keuangan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Budi pekerti luhur bukan hanya konsep moral abstrak tetapi memberikan panduan operasional untuk pengambilan keputusan keuangan yang etis. Lima elemen dari budi pekerti luhur yang sangat relevan untuk manajemen keuangan modern adalah: (1) Kejujuran (*Honesty*), prinsip dasar bahwa semua komunikasi tentang investasi harus jujur dan tidak menyesatkan, operasionalnya adalah komunikasi proaktif tentang risiko dan tidak berlebihan dalam memberikan keuntungan, (2) Tanggung Jawab Sosial (*Social Responsibility*), keputusan keuangan harus mempertimbangkan dampak terhadap masyarakat luas, operasionalnya adalah mendorong investasi ESG dan menghindari industri yang eksploitatif, (3) Kebijaksanaan (*Wisdom*), pengambil keputusan harus menggunakan penilaian yang matang dan mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang, operasionalnya adalah cakrawala investasi jangka panjang dan pendampingan profesional junior, (4) Empati dan Kepedulian (*Compassion*), khususnya bagi investor yang rentan, para profesional keuangan perlu menunjukkan empati terhadap risiko yang mereka hadapi, dan (5) Integritas dan Konsistensi (*Integrity & Consistency*), penyelarasan sempurna antara nilai yang dideklarasikan dengan perilaku aktual, operasionalnya adalah pelatihan etika, tinjauan kinerja yang mencakup metrik etika, dan kepemimpinan yang menjadi teladan perilaku etis.

Ketika manajemen keuangan didasarkan pada prinsip-prinsip budi pekerti luhur ini, kombinasi dengan kerangka etika modern menciptakan sinergi yang kuat. Tercipta hubungan berbasis kepercayaan antara investor dan profesional keuangan, penciptaan nilai jangka panjang bukan hanya ekstraksi keuntungan jangka pendek, ekosistem keuangan berkelanjutan yang bermanfaat bagi seluruh pemangku kepentingan, dan pasar modal yang berketahanan yang didasarkan pada landasan etika yang kokoh. Ini adalah visi pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab untuk Indonesia, tidak hanya sesuai dengan regulasi tetapi benar-benar etis dalam orientasi dan praktiknya.

Analisis komprehensif terhadap tantangan etika dalam manajemen keuangan era digital, dikombinasikan dengan usulan kerangka etika terintegrasi dan integrasi dari budi pekerti luhur, menghasilkan beberapa kesimpulan penting untuk praktik industri. Pertama, tantangan-tantangan etis yang teridentifikasi adalah nyata, mendesak, dan memerlukan tindakan segera dari semua pemangku kepentingan. Kedua, kerangka kerja yang diusulkan bersifat komprehensif tetapi dapat diimplementasikan, tidak hanya konsep teoretis tetapi juga panduan praktis untuk pengambilan keputusan. Ketiga, budi pekerti luhur tetap relevan dan dapat memperkuat kerangka etika modern dengan menambahkan dimensi karakter dan nilai-nilai yang mengakar secara lokal. Keempat, solusinya memerlukan koordinasi multipihak, regulator, pelaku industri, profesional, dan investor semuanya harus berperan aktif dalam membangun ekosistem keuangan yang beretika. Melalui komitmen dan tindakan terkoordinasi, Indonesia dapat membangun pasar keuangan yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga beretika dan berkelanjutan untuk jangka panjang.

5. Penutup

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis integrasi etika bisnis dalam manajemen keuangan modern Indonesia, mengidentifikasi tantangan-tantangan etis yang spesifik dalam konteks investor generasi muda, dan mengusulkan kerangka etika terintegrasi yang menggabungkan teori bisnis global dengan nilai-nilai lokal Indonesia. Melalui analisis komprehensif terhadap literatur empiris terkini dan studi sistematis, artikel ini memperlihatkan bahwa tantangan etis dalam manajemen keuangan era digital adalah signifikan dan memerlukan tindakan konkret dari semua pemangku kepentingan.

Perspektif penulis terhadap masalah yang dibahas adalah bahwa integrasi etika bisnis dalam manajemen keuangan bukan hanya aspirasi idealis melainkan keharusan praktis dalam konteks pasar modal modern Indonesia. Manajemen keuangan di era digital menghadapi empat kategori tantangan etis yang saling terkait yaitu asimetri informasi yang meningkat karena digitalisasi, konflik kepentingan inherent dalam model bisnis fintech, kerentanan perilaku spesifik pada investor Gen Z, dan kesenjangan peraturan yang tertinggal dari industri inovasi. Data empiris menunjukkan bahwa hanya 23-35% influencer secara eksplisit mengungkapkan kualifikasi atau konflik kepentingan mereka, bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan pada keputusan investasi Gen Z yang tidak dapat diminimalkan melalui literasi keuangan saja, dan bahwa platform digital sering mengutamakan *engagement* daripada perlindungan investor. Realitas ini mengindikasikan bahwa etika dalam manajemen keuangan sering terabaikan dalam praktik fintech, meskipun aspek ini sangat kritis untuk keberlanjutan pasar modal dan perlindungan investor.

Kesimpulan utama dari penelitian ini adalah bahwa kerangka etika terintegrasi yang mengintegrasikan *Grand Theory* (filosofis), *Middle Theory* (kontekstual), dan *Applied Theory* (empiris) dapat secara signifikan mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Kerangka ini dioperasionalkan melalui enam prinsip etika inti, transparansi, integritas, akuntabilitas, kewajiban fidusia, kehati-hatian, dan budi pekerti luhur, yang saling terkait dan saling memperkuat. Secara kritis, konsep tradisional budi pekerti luhur tetap relevan dalam konteks manajemen keuangan modern, memberikan kontribusi penting melalui lima elemen operasional yaitu kejujuran, tanggung jawab sosial, kebijaksanaan, empati, dan integritas. Ketika kerangka ini diimplementasikan secara terkoordinasi melibatkan regulator (OJK), pemain industri, profesional keuangan, dan investor, tercipta ekosistem keuangan yang mandiri dimana praktik etis menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan biaya kepatuhan. Solusi ini memerlukan pendekatan bertahap yang realistis berupa pengaturan regulasi pada 0-6 bulan, formalisasi regulasi pada 6-18 bulan, dan pembangunan budaya perlindungan investor pada 18+ bulan.

Untuk penelitian selanjutnya, penulis merekomendasikan tiga arah penelitian yang kritis, pertama, studi empiris tentang efektivitas berbagai intervensi peraturan dalam meningkatkan kepatuhan etis di industri fintech Indonesia, kedua, penelitian kualitatif tentang proses pengambilan keputusan etis dalam fintech perusahaan untuk mengidentifikasi hambatan dan fasilitator perilaku etis, dan ketiga, studi longitudinal tentang dampak jangka panjang dari etika manajemen keuangan pada hasil investor dan stabilitas pasar guna memberikan panduan berbasis bukti bagi pembuat kebijakan. Penelitian-penelitian ini penting karena akan menyediakan pondasi yang kuat untuk membangun ekosistem keuangan Indonesia yang tidak hanya efisien dan menguntungkan, tetapi juga benar-benar etis dan berkelanjutan untuk jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Anggarini, V. Y., & Riyadi, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap minat masyarakat berinvestasi di pasar modal (Studi kasus masyarakat usia 21–35 tahun di DKI Jakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 139–148. <https://doi.org/10.32502/jimn.v11i2.3701>
- Anita, N., & Naryoto, P. (2024). Pengaruh financial literacy dan media sosial terhadap keputusan investasi di pasar modal dengan brand ambassador influencer sebagai variabel mediasi (Studi pada Gen Z di Jakarta Utara). Dalam *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 1, No. 1, pp. 355–370). Universitas Budi Luhur. <https://senafebi.budiluhur.ac.id/index.php/senafebi>
- Asosiasi Blockchain Indonesia. (2024). 2024 Indonesia Crypto & Web3 Industry Report.

- https://asosiasiblockchain.co.id/2024_Indonesia%20Crypto_&_Web3_Industry_Report.pdf
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of manajemen keuangan* (15th ed.). Cengage Learning.
- Chandra, R., Antonio, F., & Kaluge, L. (2025). Strategic financial decision-making among young Indonesian investors: A behavioral perspective on cryptocurrency reinvestment. *Qubahan Academic Journal*, 5(3), 209–227. <https://doi.org/10.48161/qaj.v5n3a1954>
- Crane, A., & Matten, D. (2016). *Business ethics: Managing corporate citizenship and sustainability in the age of globalization* (4th ed.). Oxford University Press.
- Daqar, M. A. M., Arqawi, S., & Abu Karsh, S. (2020). Fintech in the eyes of Millennials and Generation Z: Financial behavior and fintech perception. *Banks and Bank Systems*, 15(3), 20–28. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/bbs.15(3).2020.03)
- Dewi, I. O., Wahyudi, I., Setiawan, N., & Uyun, J. (2023). Fraud ditinjau dari etika profesi dan etika bisnis: Kasus PT Garuda Indonesia. *Jurnal Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 42, 1–15. <https://doi.org/10.58906/MELATI.V40I1.101>
- Ferrell, O. C., & Fraedrich, J. (2018). *Business ethics: Ethical decision making and cases* (11th ed.). Cengage Learning.
- Hassan, T. H., & Salem, A. E. (2022). Impact of service quality of low-cost carriers on airline image and consumers' satisfaction and loyalty during the COVID-19 outbreak. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(1), Article 83. <https://doi.org/10.3390/ijerph19010083>
- Higgins, D., Lauzon, J., & Thibodeau, M. (2021). Information technology control frameworks: Do they protect financial services firms? *International Journal of Accounting Information Systems*, 43, Article 100537. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2021.100537>
- Joshi, R., & Lee, H. (2025). Innovation strategies in global airline industry: Digitalization, service quality, and loyalty programs. *Journal of Air Transport Management*, 112, Article 102219. <https://doi.org/10.1016/j.jatm.2025.102219>
- Kaur, A., Singh, R., Sharma, S., & Kumar, V. (2024). Digital transformation and cybersecurity: A systematic review of the financial sector. *Journal of Financial Crime*, 31(2), 456–475. <https://doi.org/10.1108/JFC-06-2023-0156>
- Kim, S., & Han, J. (2023). Airline CSR and quality attributes as driving forces of passengers' brand love. *Sustainability*, 15(9), Article 7293. <https://doi.org/10.3390/su15097293>
- Kusnawan, A., & Riyadi, S. (2024). Memperkuat keadilan dan keadilan dalam kehidupan masyarakat modern: Tantangan dan peluang. *Jurnal Etika dan Humaniora*, 12(1), 55–68.
- Martaningrat, N. W. S., & Kurniawan, Y. (2024). The impact of financial influencers, social influencers, and FOMO economy on investment decision among millennials and Generation Z in Indonesia. *Journal of Ecohumanism*, 3(3), 145–162. <https://doi.org/10.62754/joe.v3i3.3604>
- Morgan, K., & Hunt, S. D. (1994). The commitment–trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.2307/1252308>
- Nelfianti, F., Sriyanto, A., & Naryoto, P. (2021). Pengaruh celebrity endorsement terhadap brand credibility dan brand equity (Studi pada online shop Instagram produk fashion). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 10(2), 108–122. <https://doi.org/10.36080/jem.v10i2.1775>
- Pintér, É., Bagó, P., Berényi, L., Molnár, L., Deutsch, N., Szigeti, G., & Pintér, T. (2021). How do digitalization and the fintech phenomenon affect financial decision-making in the younger generation? *Acta Polytechnica Hungarica*, 18(11), 191–215. <https://doi.org/10.12700/APH.18.11.2021.11.10>

- Rahmah, F., & Riyadi, S. (2025). Pengaruh iklan di media sosial dan electronic word of mouth terhadap brand image dalam keputusan pembelian (Studi kasus RS BSH Bogor). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(10), 7835–7852. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9789>
- Riyadi, S. (2019). Influence between banking service quality and brand image against customer relationship and loyalty in Sharia bank. *International Journal of Business Excellence*, 18(3), 285–301. <https://doi.org/10.1504/IJBEX.2019.102634>
- Riyanto, E. P. D., & Riyadi, S. (2022). The impact of business ethics implementation on customer trust in product and service innovation. *Interdisciplinary Social Studies*, 732–745. <https://doi.org/10.55324/iss.v4i4.939>
- Sirdeshmukh, D., Singh, J., & Sabol, B. (2002). Consumer trust, value, and loyalty in relational exchanges. *Journal of Marketing*, 66(1), 15–37. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.1.15.18449>
- Velasquez, M. G. (2014). *Business ethics: Concepts and cases* (7th ed.). Pearson.
- Zhang, Y. (2023). A review of air transport service quality studies. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 13, Article 100558. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2023.100558>