

Devie Rahmawati | Mila Viendyasari | Giri Lumakto
Rienzy Kholifatur | Wiratri Anindhita | Rizki Ameliah

PANIPUANG RI PASARA ONLEN



Edisi Makassar

PANIPUANG

RI PASARA ONLEN

Devie Rahmawati | Mila Viendyasari | Giri Lumakto
Rienzy Kholifatur | Wiratri Anindhita | Rizki Ameliah

 Penerbit

PANIPUANG RI PASARA ONLEN
Edisi Makasar

Ditulis oleh:

Devie Rahmawati | Mila Viendyasari | Giri Lumakto
Rienzy Kholifatur | Wiratri Anindhita | Rizki Ameliah

Dewan Pembina:

Prof. Dr. Drg. Indang Trihandini., M.Kes.
Prof. Dr. Rer. Nat. Rosari Saleh

Tim Riset:

Muhammad Ruslan Ramli | Youna A Bachtiar | Ballian Siregar

Penerjemah:

Reynaldi

Diterbitkan, dicetak, dan didistribusikan oleh

PT. Literasi Nusantara Abadi Grup

Perumahan Puncak Joyo Agung Residence Kav. B11 Merjosari

Kecamatan Lowokwaru Kota Malang 65144

Telp : +6285887254603, +6285841411519

Email: literasinusantaraofficial@gmail.com

Web: www.penerbitlitnus.co.id

Anggota IKAPI No. 340/JTI/2022



Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak baik sebagian ataupun keseluruhan isi buku dengan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan I, Maret 2024

Perancang sampul: Bagus Aji Saputra

Penata letak: Bagus Aji Saputra

ISBN : 978-623-114-672-4

vi + 52 hlm. ; 14,8x21 cm.

©Maret 2024

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kami panjatkan selalu kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat, Taufiq, dan Hidayah yang sudah diberikan sehingga kami bisa menyelesaikan modul panduan yang berjudul “Panipurang Ri Pasara Onlen” dengan tepat waktu. Tujuan dari penulisan modul ini tidak lain adalah untuk membantu para masyarakat di dalam memahami seperti apa Panipurang Ri Pasara Onlen yang ada di dunia digital, sehingga harapannya masyarakat bisa mengetahui tahapan apa saja yang harus dilakukan.

Modul ini juga akan memberikan informasi secara lengkap mengenai pengertian, macam, tujuan, dan banyak contoh dari Panipurang Ri Pasara Onlen.

Kami juga sadar bahwa modul yang kami buat masih tidak belum bisa dikatakan sempurna. Maka dari itu, kami meminta dukungan dan masukan dari para pembaca, agar kedepannya kami bisa lebih baik lagi di dalam menulis sebuah modul.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
FRAUD USING ONLINE MARKETPLACE	1
Pendahuluan	1
Fitur Utama Marketplace	14
Jenis-Jenis Marketplace	18
PENIPUAN MARKETPLACE	25
Latar Belakang Penipuan.....	25
Penipuan Marketplace	26
Kerugian Penipuan Marketplace.....	27
JENIS PENIPUAN MARKETPLACE	33
Jenis-Jenis Penipuan Marketplace.....	33
Contoh Kasus Penipuan Online.....	37
MENANGANI PENIPUAN ONLINE	41
Tips Menangani Penipuan Online.....	41
Aksi Penipuan Online.....	44
Referensi	49

FRAUD USING ONLINE MARKETPLACE

PENDAHULUAN

Ekonomi Digital

Ekonomi digital ia mintu aktivitas na ni lakukan malo platfrom digital, singkamma e-commerce , fintech, ride hailing, online travel , online media, rung maraengg'a ekonomi digital nia potensin lompo untu' na tingkat'kanggi produktifitas, inklasi, rung inovasi ri indonesia yang merupakan negara rung populasi terlompoa ri pasara internet terlompoa ri asia tenggara.rung ekonominna adampaki ri pandemi, indonesia turungi ri statuska pendapatan menengah ke atas anjari pendapatan menengah bawah perjuli 2021.

Pandemi juga sebagian'na na balikkang'ngi kemajuan terberua lalang pengurangan kemiskinan ri rekor terendah 9,2 persen ri september 2019 anjari 9,7 persen perseptember 2021 saat ekonomi indonesia saat pulih, bakka'nah PDB negara ri proyeksikan ancapai 5,1 persen ri 2022 ni dukung'ngi oleh meningkatnya ekspor komoditas rung kebijakan yang akomodatif untuk na nhadapi pandemi, mingka demikian , kondisi global na la'bi menantang rung dampak COVID-19 na rusaki kulle tonggi na hambat pemulihan (World Bank 2022).

Beberapa faktor na dorongi pertumbuhan ekonomi digital ri indonesia beberapa faktor tersebut antara maraeng'nga ia mintu pengguna internet na capi 219 juta tau ri tazhun 2021 (APJII,2021) na tingkat'kang'ngi penetrasi smarphone rung akses internet berkecepatan ringgi (GSMA INTELEGENSI ,2020) nia' dukungan pemerintah malo kebiujakan rung regulasi na pro digital (kementrian komunikasi rung indformatika 2019) serta na kembang'ngi

ekosistem startup runtung investor yang dinamis runtung kompetitif (Google 2021).

Beberapa faktor atau subsektor ekonomi digital na tumbu pesat ri indonesia. Beberapa contoh tersebut antara maraeng'nga ia mintu e-commerce na catat nila transaks sebesar US\$ 83 milliar ri tahun 2021 fintech la naiki anjari US\$22 milliar ri tahun 2021 la nai injai anjari US\$57 milliar ri tahun 2025 ,serta ride hiliing na capai US\$ 15 milliar ri tahun 2025 (google ,2021).

Siaga tantangan atau hambatan na ni hadapi oleh ekonomi digital ri indonesia. Beberapa tanatangan tersebut antara maraeng'nga ia mintu masih rendahnya literasi runtung kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital, ia mintu keyakinan penggunaanya terhadap kemampuan tau'a, teknologi, runtung proses untuk na ciptakan dunia digital na ni butuhkan na ur'rang na semakin loenya resiko na ambat'tu seiring runtung semakin luara'na aktivitas masyarakat ni lakukang'ngi secara digital, prusahaan kulle na kurangi risiko,meningka'na loyalits konsumen, runtung manfaat peluan na ni tawar'ri ri layanan oleh layanan ri produk keuangan digital yang jaming'ngi na lindungi aset'ka, data runtung privasi konsumen. Walaupun ri prakteknya nia inja kesenjangan infrastruktur runtung ktrampilan digital antara daerah perkotaan runtung pendesaan (Bappenas,2018), na kurang kinji harmonisasi runtung sigkronisasi regulasi antara pusat runtung daerah (Kompas.com,2019), serta nia' kinajai resiko na keaman siber runtung perlindungan data, peribadi (ID-SIRTII/CC,2020).

Ekonomi digital merupakan aktivitas ekonomi na ni lakukan malo platfrom, singkamma e-commerce, fintech, ride hiling, online travel, online media, runtung maraen'nga,Ekonomi digital na patai potensi lombo untuk na tingkat'kang'ngi produktifitas , inklusi runtung inovasi ri indonesia, yang merupakan negara rurung populasi

terlompoa rung pasara internet terlompo ri asia tenggara (Word bank, 2022). Perkembangan ekonomi digital ri negara enne sangat pesat, berdasarkan hasil google,temasek, rung baen & Company na ni tunangkang'ngi lalang laporan bertajuk e-Conomy SEA 2021.

Laporan tersebut na tunjukang'ngi bahwa nilai ekonomi di gital ri indonesi na capai US\$ 70 miliar atau RP 997 trilliun ri tahun 2021, sehingga na tempaki indonesia sebagai negara rung nilai transaksi yang meningkat na capai UD\$ 133 milliar atau sekitar RP 1.861 terliun indonesia na gap'pai julukang "Rajannya Ekonomi Digital ASEAN " Hal enne na tunjukkang bahwa diogital na anjari sektor yang sangat strategis lalang pertumbuhan ekonomi nasional.

Beberapa faktor na dorongi pertumbuhan ekonomi digital ri indonesia antara maraeng'nga ia mintu : pertumbuhan pengguna internet na capai 215,63 juta tau ri tahun 2022 (APJII, 2022), meningkatnya penetrasi smarphone rung akses internet berkecepatan tinggi rurung 55 % penduduk kulle na akses internet (GSMA Intelgence, 2022), nia'na dukungan pemerintah malo kebijakan rung regulasi yang pro- digital (Kominfo, 2019), serta na berkembang ekosistem startup rung investor yang dinamis rung kompotitif (Goggle 2021).

Minka, pertumbuhan ekonomi digital ri indonesia to' na hadapi bebrapa tantangan atau hambatan na perlu ni atasi. Bebrapa tantangan tersebut antara maraeng'nga ia mintu : amsih rendahnya literasi rung nia'na kepercayaan masyarakat terhadap layanan digital (OJK, 2019), nia' adanya kesenjangan infrastruktur rung ketrampilan digital antara maraeng'nga daerah perkotaan rung pendesaan (Bappenas , 2018), kurang injai harmonisasi rung sinkronisasi regulesasi antara pusat rung daerah (Kompas.Com,2019). Serta nia' inji adanya resiko keaman siber rung perlindungan data pribadi (ID-SIRTII/CC, 2020).

Oleh karena itu, ini perlukang'ngi kerja sama antara pemerintah , swasta, akedemisi, rung masyarakat untuk na ciptakang'ngi ekosistem ekonomi digital rung inklusif, berkelanjutan bagi seluruh masyarakat indonesia.

Latar Belakang Marketplace



Source : <https://images.app.goo.gl/gL8kXAnitZ2mWv5M8>

Marketpalce merupakan sebuah paltfrom na ni gunakng'ngi sebagai tempa' untu' para vendor atau beberapa tau untu na jual produk yang akan ni belli. Seseorang na patai marketplace ero ki na satukang'ngi beberapa vendor yang tepat rung pembeli yang tepat guna nma dorong'ngi untuk penjualan produk dengan cara malo platfrom yang mereka pata' Vendor luar biasa, serta pabalu' na patai rung tempa' untu na gap'pai visibilitas rung pabalukan'na ngaseng , rung patayya pasaraka na gappai sebuah komisi ri setiap penjualan, ri sisi maraeng'nga, toko online na merupakan sebuah toko na ikut untu na jualki produk'na sendiri rurung cara on;line, yang ngaseng na butuh

kan termasuk pemasaran serta oprasi le'ba secara langsung ni kelola oleh pemilik situs web rung pole produk.

Maerketpce ia mintu sebuah digital na pertemukang'ngi pabalu rung pembelli untuk na lakukanng'ngi transaksi jual beli secara online malo internet. Marketpalce na patai berbagai keuntungan bagi para pelaku bisnis,singkamma na perluaski jangkuan pasar, ne mudahkang'ngi proses jual beli , rung na tingkatkang'ngi efesiensi oprasional bisnis.Marketpce ri era digital nia' sejarahnya yang cukup panjang, ni mulai sejak era internet pertama kali hadir ri tahun 1990-an.berikut ia mintu sejarah singkat marketplace ri dunia.

1. Pakaranmula na e-Commerce

Ri tahun mula 1990-an e-commerce na mulai berkembang rurung ni luncurkang'ngi beberapa situs singkamma Amazon ,ebay,rung Alibaba. Situs-situs Web enne na rupakang'ngi tempat pertama kali ni kembangkang'ngi ri tahun 1994 sabagai toko online yang balu bo'bo,ebay ni dirikang'ngi oleh pierre Omiddyar ri tahun 1995 sabagai situs lelang online na mungking'kang'ngi penggunanya untu na balukkangngi rung na belli barang barang-barang bekas,Alibaba na nidirakngngngi oleh jack ma ri tahun 1999 sabagai platfrom perdag'ngan on,line na hubungkang'ngi pabalu rung pemelli ri china rung seluruh linoa(idmetara, 2023).

2. Munculuna Platform Marketplace

Ri awal tahun 2000-an, platfrom market place singkamma Etcy,Craigslist,rung rakuten (riolo arena buy.com) na miunculu. Platfrom-platfrom enne na miliki karateristik yang berbeda ri situs-situs e-commerce sebelumnya, Etsy ni dirikan oleh rob kalin ri tahun 2005 sabagai marketpale yang khusus na balu' barang-baran'na buatan liman'na rung krajianan.Craigslist ni dirikang'ngi oleh craig Newmark ri tahun 1996 sabagai situs

iklan baris onlie na tawarri'i berbagai kategori , singkamma pekerjaan,jasa,komoditas, rung maraeng'nga. Rakuten ni dirikan oleh hiroshi Mikitani ri tahun 1997 sebagai marketpalce na ni tawar'ri'iberbagai produk rung jasa ri berbagai online (idmetafora,2023).

3. Perkembangan Marketplace Lompo

Ri pertengahan tahun 2000-an hingga nene'nea, marketplace lomposingkamma Amazon , eBay , rung Alibaba terus na berkembang rung berevolusi rung natambai fitur-fitur beru rung na perluas pasara na ngaseng ke berbagai negara . Amazon nanjari sala satu prusahaan teknologi terlompoa ri linoa rurung na sediakang'ngi berbagai layanan, singkamma cloud computing ,streaming vidio,artivical intelegence, rung maraeng'nga. Ebay anjari salah satu situs lelang online terlompoa ri linoa rung na patai la'bi dari 180 juta pengguna aktif ri la'bi ri 190 negara. Alibaba anjari sala satu platfrom perdagang'ngan online telompo ri linoa rurung na patai la'bi ri 800 juta pengguna aktif ri la'bi ri 200 negara (idmetafora, 2023).

4. Marketplace ri Era Mobile

Ri era mobile ri nen'nea marketplce semakin populer rung loena ni gunakan oleh masyarakat karena ne berikang'ngi kemudahan rung kecepatan lalang belanjanya tanpa harus as sulu'ki ri balla'na . berbagai marketpalce beru bermuncullan rurung mengadaptasai konsep moblie-firs atau mobile-only, singkamma shopee,lazada,tokopedia ,buka lapak,gojek,grab rung maraaeng'nga. Marketplace enne na patai fitur-foitur na ni dukung'ngi pengalaman pemelli malo smarphone atau tablet, ri aplikasi mobile yang reponsif, sistem pembayaran yang mudah

rung aman, layanan pengirangan'nga yang le'c'iri rug ni percayai, rurung maraeng'nga (Dewaweb, 2021).

5. Marketplace Beru

Ri masa depan, market palce ri era digital na terus berkembang teknologi rung kebutuhan konsumen. Beberapa contoh marketplace beru yang mungkin na munculu ia mintu marketplace na ni gunakan teknologi blockchain,artificial intelegence,virtual reality,augmented reality, eung maraeng, loena marketplace na berikann'ngi pengalaman pa belanjayya na la'bi transparan, personalisai,imersif, rung intraktif ri para pabaluka' rung pamelli (Dewaweb , 2021).

Marketplace ni kenal tena na patai suatu invratis untuk ni balukang'ngi ri platfrom yang mereka patai, maraeng es'sede rung patayya toko online rurun'na, maka marketplace na patapuki'i untuk na serahkang'ngi oprasional bisnis mereka ri vendor agar na fokus hanya ri promosi merek pasara'na , guna na arahkang'ngi lalu lintas ke platfrom, serta na ubah tampilan yang ada ri situs web anjari pabalu'.

Contoh untuk marketplaces na rupakan senuah perusahaan lompo na patai sebuah inventaris yang lompoa sinhgkamma amazon , rakuten atau eBay atau paltfrom mareng'nga singkamma Etsy (kersajinan linan'na), Runnics(pakaian oalahraga untu' lari) atau shop.surf (perlengkapan rung mode Surf & skate). Sebaliknya, toko online hanya se're prusahaan, singkamma apple ,Zara atau nike , yang na baluproduk merek kalenna rung cara online malo toko online / website sendiri. Sedang markate place online ri indonesia contohnya ia mintu toko pedia, Buka lapak, rung Shopee. Markate place online ri indonesia ni atur oleh beberapa praturan antara maraeng'nnga

1. praturan pamerintayya nomoro 71 tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem rung transaksi Elektronik (PP 71/2019), ni aturu tentang penyelenggaraan sistem elektronik , termasuk marketpalce online, rung kewajiban -kewajiban na , singkamma adat'tara diri ri kementerian komunikasi rung informatika na sediakang'ngi mekanisme pengaduan, rung ni lindungi data pribadi pengguna
2. peraturan pemerintah nomoro 80 tahun 2019 tentang perundang'ngan malo sistem Elektronik (PP 80/2019), na aturuki tentang palku usaha perdagang'ngan malo sistem elektronik, termasuk marketpalce online, rung kewajiban-kewajiban na na jelas tentang produk rung layanan, rung na jamin keamanan transaksi.
3. praturan menteri lalang negri nomoro 50 tahun 2020 tentang ketentuan perizinan usaha, pembinaan , rung pengawasan Pelaku usaha lalang perdagang'ngan malo sistem Elektronik (Permendagri 50/2020), na aturuki tentang perizinan Usaha lalang perdagang'ngan malo sistem elektronik, termasuk marketplace online, rung kewajiban-kewajiban'na, singkamma na patai nomoro induk berusaha (NIB), na sampaikan laporan usaha secara berkala rung na patuhi kententuan perpajakan, Aturan-aturan bertujuan untu na sareang'ngi perlindungan hukum bagi konsumen lalang transaksi e-commerce ri marketplce online, serta untu' na dorong pertumbuhan ekonomi digital ri indonesia. Sebagai peneliti ri ekonomi digital, ni gapppai ni lakukang analisis mengenai dampak aturan-aturan tersebut terhadap perkembangan marketpalce online ri indonesia, serta na berikang'ngi saran-saran untu na tingkatkang'ngi kualitas layanan rung kepuasan konsumen

singkamma variasi prosuk rung jasa, ahrga yang bersaing, rung kenyamanan belanja.

Perkembangan marketpalce ri indonesia sangat dinamis rung na alami pertumbuhan yang signifikan seiring rurung berkembangnya teknologi informasi, na tingkat'kang'ngi literasi digital ri masyarakat . menurut data badan pusat Statistik (BPS), jumlah usaha bergerak ri bidang e-commerce ri tahun 2020 nacapai 8,6 juta usaha atau 11,8% ri total usaha ri indonesia. Jumlah enne meningkat sekitar 2,4 kali lipat ni bandingkan tahun 2019 yang hanya 3,6 juta usaha atau 5% ri total usaha.

Data BPS 2021 juga na tunujuk'kang'ngi bahwa sebagian lombo usaha yang terlibat langang e-commerce na merupakan usaha non-formal rurung karateristik sebagai berikut:

1. mayoritas na gunakang'ngi pesan instan rung media sosial sebagai pabalu'
2. pendapatan total maupun e-commerce ri rawa 300juta rupiah
3. metode pembayarrang na paling sering ni gunakang ia mintu cash on dlevery (COD) atau pembayarrang secara tunai :
4. pengiriman langsung sebagai metode pengiriman yang paling sering ni gunakan

Selain entu, ni kembangkan marketplace ri indonesia to na gappai ni cini ri jumlah pengunjung web bulanan ri kuartal III tahun 2021 berdasarkan data iPrice Gorup, berikut ia mintu daftar ;lima marketpalce terlombo ri indonesia ri segi jumlah pengunjung :Tokopedia dengan 158,1 juta kunjungan;

1. 1 toko pedia rurung 158,1 juta pengunjung :
2. shopee rurung 134,4 juta kunjungan;
3. buka lapak rurung 30,1 juta kunjunagn ;
4. lazada rurung 16,3 juta kunjungan (kompas.com,2021).

Pabakkakang marketplace ri indonesia to na gappai ni bandingkan rurung perkembangan ri negara-negara maraeng'nga ri asia tenggara , berdasarkan data Web Retailer, berikut ia mintu daftar sampulo marketplace yang palil loe ni kunjungi ri Asia tenggara ri tahun 2021:

1. shopee rurung 197,8 juta kunjungan perbulan ;
2. Lazada rurung 161,7 juta kunjunagn per bulan;
3. Toko pedia rurung 72,4 juta kunjungan per bulan ;
4. Buka lapak rurung 34 juta kunjuangan per bulan
5. Blibli rurung 19 juta kunjungan perbulan
6. Zalora rurung 14 juta kunjungan per bulan
7. Qoo10 runrung 13 juta kunjungan per bulan
8. Tiki.VN rurung 12 juta kunjungan per bulan
9. Sendo.VN rurung 11 juta kunjungan per bulan
10. Thegioididong.com rurung 10 juta kunjunan per bulan

Ri data tersebut, gappai ni cini bahwa indonesia na patai appa' marketplace yang antama; hal enne na tunjuk'kang'ngi bahwa indonesia na patai pasar e-commerce yang lombo rung potensial. Mingka, indonesia to' haruski bersaing rurung negara-negara maraeng na patai marketpalce yang kassa' rung berkembang, singkamma singapore rung viegtnam.

Ekonomi digital lalang marketpalce atau lokapasar to' tena hanya na ni kembangkan ri retea. Nia' to' hilirisasi ri infrastruktur digital ia mintu penguatan potensi ekonomi digita. Catatan terpenting, ni sa'buki penguatan enne ia mintu tulang punggung perekonomian indonesia ia mintu UMKM rung Ultra Mikro penyumbang 61,07 % ri PDB. Sebagai komitmen ni lakukang berbagai upaya rurung penguatan over-the-top marketpalce, pembinaan perusahaan rintisan (starup) untuk nanjari unicron rung decacron berikut serta na perdayakan

UMKM/Umi gappa berkontribusi untuk ekspansi ekonomi digital ri indonesia berkelanjutan (kominfo.go.id,2021).

Ekonomi digital sala se'rena sektor na kembang'ngi secara pesat ri indonesia, terutama ri masa pandemi Covid-19 na dorongi transformasi digital ri berbagai bidang. Menurut laporan e-Conomy SEA 2020 na terbitkan oleh Google, temasek, rung bain & Company, nilai ekonomi digital indonesia na capai 44 milliar dollar AS ri tahun 2020 rung ni proyeksikan akan ni tingkat'ngi anjari 124 milliar dollar AS ri tahun 2025. Hal enne na tunjukk'ngi bahwa indonesia na patai potensi lombo untuk anjari pemimpin ekonomi digital ri Asia Tenggara.

Mingka, untuk merelesasikan potensi tersebut, indonesia na butuh'ngi infrastruktur digital yang memadai rung merata ri seluruh wilayah . infrastruktur digital yang mencakup akses internet yang lecciri rung terjangkau layanan cloud computing yang handal rung aman, serta platfrom e-commerce yang mudah rung nyaman ni pake. Rurung infrastruktur digital yang baji, na pelaku ekonomi digital gappa na tingkat'ngi produktivitas, inovasi, rung kualitas atau jasa mereka.

Ri hal tersebut hilirisasi ri infrastruktur digital ia mintu penguatan potensi ekonomi digital. Hilirisasi berarti pengembangan infrastruktur digital tena hanya batas ri penyedia'an jaringan internet, mingka nia' to' na cangkup pengembangan aplikasi rung konten yang sesuai rurung kebutuhan rung preferensi masyarakat. Rurung demikian, infastruktur digital gappa na berikan nilai tambah ri pengguna rung na tingkat'ngi partisipasi mereka lalang ekonomi digital.

Catatan penting ni sa'buki penguatan enne ia mintu bahwa tulang punggung perekonomian indonesia ia mintu UMKM rung Ultro Mikro penyumbang 61,07% ri PDB . UMKM rung ultro Mikro

merupakan sektor na miliki peran strategi lalang prekonomian nasional, baji' lalang hal penciptaan lapangan kerja, distribusi penggap'paan, maupun kontribusi terhadap PDB.oleh karena entu, pemerintah perellu na sareang gukungan ri UMKM rung Ultro Mikro agar kulle beradaptasi rurung perkembangan ekonomi digital rung manfaat yang ni'a'peluan'na.

Sebagai komiteman na ni lakukan berbagai upaya rurung penguatan over-the-top marketpalce, pembinaan perusahaan rintisan (starup) untuk anjari unicon rung decacron berikutnya serta na perdayakan UMKM/Umi agar dapat semakin cakap ni kembangkan bisnis ri berbagai platfrom digital. Over-the-top Marketplace singkamma shopee ia mintu platfrom e-commerce na sediakan layanan tambahan selain transaksaksi jual beli online, singkamma pembayararrang digital, logistik,asuransi, hingga pendidikan online (Kumparan,2021) contoh over-the-top marketplace ri indonesia ri indonesia ia mintu Toko pedia,shopee,Buka lapak, rung Lazada, rurung na gunakan over-the-top marketpalce,UMKM rung Ultra Mikro gappa ni tingkatan jangkauan pasara,efesiensi oprasional rung loyalitas pelanggan.

Penbinaan perusahaan rintisan (starup) untuk anjari unicon rung decacron berikutnya to' na merupakan salah se'rena upaya pemerintahya untuk na kembangkan ekosistem ekonomi digital ri indonesia. Unicon ia mintu perusahaan rintisan na patai valuasi la' bi ri 1 milliar dolar AS, na sedangkan decacron ia mintu perusahaan rintisan na patai valuasi ri 10 millliar dolar AS, ri nen'nea, indonesia na patai 5 unicon, iya mintu gojek, toko pedia ,Traveloka, Buka lapak,rug OVO, serta se're decacron, ia mintu Goto (gabungan gojek rung toko pedia).

Perusahaan enne tena hanya na sareang'ngi layanan digital yang bermanfaat i masyarakat , tetapi to' na ciptakangngi lapangan pekerjaan, menghasilkan devisa, rung na tingkat'kang'ngi citra ri indonesia ri matan'na linoa (Mohammad, 2021).

Selain entu, pemerintah to' na perdayakang'ngi UMKM/Umi agar kmulle semakin cakap na kembangkan bisnis ri berbagai platfrom digital. Salah se're na program yang ni lakukan ia mintu program pemberdayaan ekonomi digital (PRED) na ni luncurkang'ngi oleh kementerian komunikasi rung informatika (kominfo) ri tahun 2020. Program enne bertujuan untuk na tingkat'kang'ngi kapasitas run kualitas UMKM/Umi lalang pengelola bisnis digital malo platihan, bimbingan, rung fasilitasi. Program enne to na nyasar berbagai sektor usaha, singkamma pertanian, perikanan, kerajinan kuliner, fashion rung prawisata .

Seloe 30 juta UMKM/Umi ni targetkan masuk secara digital tahun 2024, digital onboarding UMKM/Umi kulle berkontribusi untuk ekspansi ekonomi digital indonesia berkelanjutan (kominfo.go.id, 2021).Digital onboarding to' kulle ni dukung'ngi pencapaian target pemerintah untuk ni jadikan indonesia sebagai negara berpendapatan tertinggi ri tahu 20245(BPS,2021).

Rung demikian, kulle ni simpulkang'ngi bahwa infrastruktur digital merupakan penting lalang perkembangan ekonomi digital lalang perkembangan ekonomi digitala ri indonesia. Pemerintah perellu'i terus untuk berupaya ni perbaiki rung memperluas infrastruktur digital ri seluruh wilayah indonesia. Selain entu pemerintah perellu ni sareang'ngi dukungan ri pelaku ekonomi digital, khususnya UMKM rung Ulto Mikro, supaya kulle beradaptasi rurung'ngi perkembangan teknologi siaga'an manfaat kan peluang

yang nia'. Na kammanjo, indonesia kulle anjari negara yang unggul rilalang ekonomi digital ri asia tenggara .

Ri uraian ri retea, kulle ni simpulkan bahwa perkembangan marketplace ri indonesia sangat menarik rung menantang. Marketpalce anjari salh se'rena faktor penting lalang andorong'ngi pertumbuhan ekonomi ri masa depan.

Fitur Utama Marketplace

Sebelum membantu suaty bisnis untuk memilih model man yang sangat cock untuk semua toko yang mereka miliki, maka mereka harus ki ni dalam lebih dahulu tentang fitur yang nia' setiap marketplacesiaga'an enjo na setiap toko, akan ni cini berbeda siagaan toko online, serta menarik'ki ni cini perhatian bagi pengusaha digital. Maka pekontu nia' kemudahan ri lalang manajemen inventaris (ri kenyataannya, mereka ngaseng endre'mi na butuhkan stok barang yang ni sediakang'ngi ri pasara'ka), selain entu , hal tersebut na la'bi terukur na sangat memungkinkan untuk meneger pasar untuk la'bi na miliki fokus terhadap pengguna akhir. Berikut merupakan ikhtisar yang la'bi rinci

1. Tanga'nia inventaris



Source : <https://images.app.goo.gl/VTyaD55tmMxzMGDo6>

Marketplace ia mintu perusahaan penting terus ni kembangkan tanpa ni bantu pedagang ni menyimpang inventaris khusus untuk pelanggan. Meskipun demikian, bisnis biasanya na hasilkan'ngi la'bi banyak stok daripada bisnis web. Kullei ni jelaskan bila nia' tau maraeng yang terlibat selama prosedur? Enne tena na akurat saat enne. Pencer online selalu na butuhkan lokasi fisik untuk beroperasi ri stok na pata; entu ni sa'buki sebagai model "dropshping" na entu merepotkan, ri lalang skenario maraeng , brosur muncul'ki ri pasara online na hanya tersedia untu' pabalu' luara': oleh karea entu, investasi untu' nabelli sebagian inventaris tena ni gappa'i ni akses (pasara hibrida tanpa harga yang endre stabil).

Akibatnya, pemilik marketplace tena ni perbolehkan untuk ni memprivikasi na merasa nyaman untuk mematuhi ngaseng praturan ri persyaratan yang berlaku. Meskipun menyediakan pendekatan yang sangat efisien lalang menangani stok, layanan berbasis cloud singkamma shoperri nalukakang'ngi rururung na tawar'ri kerangka waktu na gappai ni sesuaikan. Enne hal ni tunjukkang'ngi punna pasarakah cenderung la'bi mudai ni pahami na la'bi menguntungkan ni banding rurung ri kedua model na ni sa'buki ri ratea na ambat'tui untuk na gappai persediaan tertentu yang juga luas na beragam.

2. Penilaian & Kepuasan Pelanggan

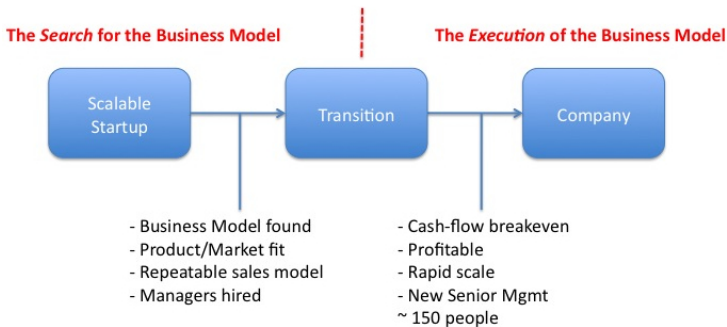


Source : <https://images.app.goo.gl/F4NnSFwsvurpcWg88>

Lalang na ni jalankan pasaraka, nia' faktornya yang lani pikir kang'ngi, singkamma kontrol inventaris, kepemimpinan situs web, layanan klien, sebagai gantinya, setiap kali pasara memulai debutnya, nia' tujuan awal na hanya na tawar'ri'i konsumen rurung platfrom terbajikah na kemungkinan; pabalu pasara rurung konsumen na le'ba amelli ri mereka . khususnya, nia' beberapa tindakan maraeng yang haruski ni lakukang oleh pelaku bisnis manapun na ni gunakang'ngi sistem SaaS na efektif untuk ni tangani jenis teknologi untuk na tingkat kang'ngi mata uang mereka na gunakang'ngi sambil na pare'ki pasara' beroprasi rurung keuntungan terlompona untuk na penuhi kebutuhan'na ngaseng.

Tanga nia' se're tau pun na klaim punna ni dirikang'ngi bisnis entu mudah, loe tugas la ni lakukang untuk menghasilkan rurung na awasi informasi. Ni ciptakang'ngi tanpa pasara'ka yang hiber-vertikal, atau misalnya, rurung penekankan ri ceruk tap'pa ni butuh kang'ngi penjama terasa'ka ri operator pasara' untuk mengeditifikasi vendor na tepat na menempatkan baran'na sesuai ri pasara'ka, pemelli' ta nahasil kang'ki hasil, mencangkup loe'na pabalu na tetap kang'ngi bisnis 'na ngaseng ri rawa 1 atap, na jadikang'ngi tempa' yang menarik untuk para konsumen yang a'boya barang na lam'moro' rurung pi'ihan beru, pasara' baji' kulle berkembang anjari kelompok konsumen na luara' na menyenangkan.

3. Model Bisnis Ramping dan Scalable



Source : <https://images.app.goo.gl/4pRRLC3Po2kNQhh79>

Marketplace na sediakan oe ide bisnis na gap'pa ni diskusikan oleh pemili'na, si'ga bisnis terlompo ni seluruh linoa ni tawar'ri contoh na la'bi baji, Uber misalnya, kekurangan onto kalen'na. AirBNB tena na patai rampa' pamantangan, ri amazon tena na patai ce'de ngaseng produk atau layanan ni tawar'ri'i. Ssebaliknya, pasara' haruski na pasarkan produk atau layanan lalang jumlah na la'bi loe sang'gen'na na capai ambang batas , mingka kenyataanya fokus pasara nia ki ri platfrom ri plag'ngan na sarang'kan tingkat kemakmuran ni capai la'bi mudah.

Oleh karena entu , mirip ki rung prusahaan online maraeng'nga, mereka na pare' rng na jalangkan pasara' beru kulle sukses tergantung hasil sukses na gappa na capai lalang waktu yang realatif sigkat. Meskipun pengembangan teknologi SaaS ni mungkin'kang ngi bentuk pasara' model beru, pemeliharaan infrastruktur cukup ka'jala ki ni lakukang'ngi ri pabalu' produk. Solusin'na karena sugestif.

Marketplace rung lac'cri na kuasai bidang e-commerce, bagaimanapun, sa harapkan'ngi ri akhir 2022, perdagang'ngan ri internet la'bi mudah ri mereka , pasara' internet ri nen'nea

anjari pilihan yang menarik, inka rung na gunakang'ngi layanan berbasis cloud singkamma Shopry na mungkin'kang'ngi ni pertukarkang'ngi na gampag, pasara' enne semakin menarik.

Jenis-Jenis Marketplace



Source : <https://images.app.goo.gl/5XZ5tcACcDshzYTc9>

Marketpalce rung e-commerce tannia hanya ri masa depan katte ngaseng kullei ni cini ri perceptan pertumbuhan selama ri setahun trakhir, tala le'ba nia' wat'ru untuk la'bi baji'bagi bisnis untuk ni luncurkan marketplace e-commerce sendiri, terla'bi nia'na pandemi ri tahun 2020 e-commerce menyumbang sang'gen'na 19% naik ri 16% ngaseng juallan'na ritel global. COVID 19 secara drastis na tingkatkang'ngi peralihan ri toko fisik ri berbagai jenis pasara'e-commerce na tersedia. Singkatnya, lima tahun keuntungan na ni proyeksi lalang e-commerce ni gappai anjari setahun ri tahun 2020, rurung nia'na daya tarik semacam entu na terjadi ri lalang penjualan online, jika katte a'balu sesuatu, setiidak'nya i kat'te haruski kompetitif lalang lanskap ri digital pasara e-commerce. Berikut ni merupakan jenis-jenis marketpalce ;

1. Bisnis-ke-bisnis (B2B)

Pasara B2B memusatkan upaya ngaseng untuk ni sediakan platfrom ri bisnis untuk menjual produk rung layanan ri bisnis maraeng. Dari pada ni coba untuk ni gappa pelanggan seloe mungkin, bisnis ni gunakan jenis enne berfokus ri pembangunan ni pattappaki rung hubungan rurung kepercayaan rung hubungan ri planggan 'na sehingga bertahan ngaseng lalang jangka panjang . bisnis ni gunakan pasara' B2B akan paling sukses jika mereka mengotomatiskan peroses penjualan'na untuk na pare' semudah mungkin ri pelanggan sambil na berikan pengalaman pelanggan (CX) luara' biasa.

2. Bisnis-ke-konsumen (B2C)

Loe merek terlompo na pataia platfrom pasar B2C mereka sendiri. Beda tong'ngi pasara' B2B, pasara B2C ia mintu bisnis a'balu a'balu ri konsumen, nia' beberapa perbedaan utama antara pasara B2C rung B2B, salah se'rena ia mintu pasara B2C ingin na tingkat'kang'ngi pabalu'na rung na menarik pelang'nga baji loe'na, na sementara CX keritis inji, penekanan la'bi seke'de ni tempak'kang'ngi ri hubungan individu rurung palng'gan, bimana lani bayara'ki, pengiriman rung harga ni tangani to merupakan perbedaan ke dua pasar.

3. Konsumen-ke-konsumen (C2C)

C2C kulle ni anggap sebagai pabalu' garasi digital atau bagian iklan baris ri surat kabar, selain bisnis ni ciptakang'ngi marketpalce tanga nia prusahaan se're tau na milki produk atau layanan yang sama. Perbedaan antara tau-tau na berinteraksi rug jenis pasara' enne sangat cair, ri suatu allo entu tau'a kulle ne melli sesuatu ri marketpalce ri allo berikutnya mungkin na tawar'ri'i produknya atau layanan untuk pemel'li

Kulle'i ni cini takam'ma e-commerce ri amrketplace nagseng ri linoa na selalu berkembang. Setiap jenis platfrom pembalanja'ang online na patai audents, fokus, kal'biang, rung kekurangan kalen'na. Mingka manfaat ganda rung signifikan tersedia ri semua jenis marketpalce yang berbeda. La'bi loe pelang'gan ri saluran balukang'nga, skalabilitas, ri kemampuan untu ni mulai a'balukang la'bi lec'ciri ia mintu dengan cara ni ubah'i suatu permanan ri berbagai pabalu' atau na miliki produk atau layanan.

Sebagai paltfrom online ni pertemukan pabalu' rung pemel'li ri berbagai produk atau jasa tertentu ri satu pihak to'. Marketpalce ni sareag'ngi kesempatan ri pelaku usaha mikro, ca'di rung menengah (UMKM) untuk ni perluas'ki pasa'ra' ri meningkat'kang omset mereka

Mingka marketpalce to' ni hadapi beberapa tantangan ri indonesia, baji ri sisi paba'lu', pemel'li maupun penyedia paltfrom entu sendiri. Berikut enne ia mintu beberapa tantangan perel'lu ni atasi agar marketpalce kulle'i berkembang rung ni sarei manfaat ri perokonomian indonesia.

1. Tantangan edukasi ri pendamping loe'na pelaku UMKM yang tena ni miliki kemampuan rung kemampuan yang cukup untuk ni balukang'ngi secara online malo marketplace, yang nagseng ngi na butuhkang'ngi bimbingan rung paltihan cara mengelola toko onlina mengoptimalkan produk, menarik pelang'gan, hingga mengurus pengiriman rung pembayar'rang, selain entu mereka to' perel'lu'i na gap'painformasi mengenai regulasi, perpajakan, ri perlindungan konsumen na berlaku ri bidang e-commerce.
2. Tantangan rantai pasokan logistik, na pala'ki konsumen na tingkatkang'ngi secara lec'ciri terkadang tena na seimbang rung ketersediaan produk rung jasa la ni tawar'ri'i oleh pabalu' ri

marketpalce , hal enne kullei na timbulkan masalah stok barang, kualitas produk, hingga keterlambatan pengiriman, selain entu,biaya logistik yang tinggi to' anjari beban ri pabalu', terutama ri berlokasiri daerah terpencil atau plোসok.

3. Tantangan persaingan ri deferensiasi. Marketplace ri indonesia semakin loe rung beragam, sehingga ni timbulkang'ngi persaingan yang ketat bajiki ri antara'na platfrom maupun antara pabalu'. Untuk na gap'pa'i bertahan na unggulu ri pasara online. Marketpalce rung pabalu perellu'i na ciptakan deferensiasi atau keunggulan kompetitif na gap'pai na tarik minat konsumen. Salah se'rena na gap'pa ni lakukang'ia mintu dengan ni tawar'ri'i produk lokal yang berkualitas na miliki nilai tambah .
4. Tantang keaman rung kepercayaan. Transaksi online malo marketplace to rentan terhadap resiko kejahatan sinkam'ma penipuan, paluk'ka data, atau pencucian doe, hal en'ne kulle'i ni rugikang baji' pabalu', serta na pandrak'ki'i reputasi marketplace entu sendiri. Oleh karena entu, ni perel'lu i sistem keamanan yang kassa' rung transparan untuk ni lindungi data rung privasi pengguna, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang adil rung lec'ciri.

Oleh na saba' entu, resiko penipuan lalang marketplace rentan terjadi na kandrei loe korban. Penipuan ri e-commerce ia mintu sala se'rena bentuk' kejahatan siber yang marak terjadi ri indonesia ri kawasan asia pasifik (APAC). Penipuan en'ne ni libatkang'ngi atau pemel'li yang tena na jujuru' ri lalang melakukang transaksi online, singkam'ma mengirim barang palsu, tena na mengirim sama sekali, atau na al'lei doe'na tanpa na kirim barang.sejarah penipuan ri e-commerce ri indonesia kulle'i ni telusuri sejak awal

Perkembangan internet ri pedagang elektronik ri negara en'ne, sala se'rena penipuan online yang terkenal ia mintu kasus" Kartu Kredit Gratis" ri taun 2000, yang ,melibatkan seorang haker aren'na Onno W Purbo na berhasil'ki naluk'ka data kartu kredit ri situs web citibank rung ni tawar'ri secara gratis ri publik malo millis rung website pribadin'na(Kompas,2015).

Kasus maraeng'nga yang cukup ni hebohkan'ngi ia mintu kasus 'Grab Toko" ri januari 2021 na libatkan'ngi sebuah situs web na tiru'i aren'na rung logo'na ri perusahaan transportasi online Grab indonesia. Situs web enne na balukan'ngi berbagai macam posel car'ade rung harga lam'moro, mingka ternyata tena na kiring'ngi baran'na sama sekali ri pemel'li, Dugaan penipuan'nga enne mengakibatkan'ngi kerugian sekitar 17 miliar ri para korban (CNNIndonesia, 2021).

Selain entu, nia' to kasus penipuan na libatkan'ngi selebritis, singkam'ma Elma theana yang anjari korban penipuan saat belanja online ri sala se'rena marketpalce ri agustus 2021. Ia memesan lima kardus minya' untu usahana, mingka amba'ttui dos kosong, tapi ternyata ia mintu modus untuk menipunya.

Menurut survey yang ni lakukan'ngi oleh ESET, ri sebuah perusahaan keamanan siber, penipuan pabalu' ri e-commerce ia mintu jenis penipuan online na paling umum ri indonesia na APAC, rurung peresentase masing-masing 19 persen ri 21 persen ri total pengaduan konsumen singkam'ma kamera rung ponsel pintar Serta pakaian (Kompas,2021).

Penipuan ri e-commerce gap'pai na rugikan baji pabalu maupun pemel'li serta kepercayaan konsumen terhadap perdagangan elektronik. Na saba' entu, perel'lui nia'na langkah-langkah pencegahan rung perlindungan ri para pelaku ri peng'guna e-commerce, sigkam'ma memeriksa ulasan produk ri pablukan'ngi sistem pembayar'rang'nga

resemi rung aman, serta na hindari bertransaksi ri luar platfrom e-commerce.

PENIPUAN MARKETPLACE

Latar Belakang Penipuan



Source : <https://images.app.goo.gl/7XYHtUdhaLCCaoQ19>

Secara sederhana penipuan ia mintu suatu aktivitas untuk ni gap'pai sebuah keuntungan finansia secara ilegal rate ri tau'a atau suatu entitas. Enne na cangkup'ki ri tindakan ten na jujuru' na rampaski hak'na atau hak hukum individu atau entitas. Penipuan na butuhkang'ngi penggunaan fakta na salah rung ni sengaja untuk ni yakinkang'ngi seseorang agar si serahkang'ngi doe' atau harta benda, tena na sigkam'ma paluk'ka langsung, na butuhkang'ngi so'bu- so'bu atau paksaan.

Untuk suatu tindakan na rupakang'ngi penipuan, entu harus ni penuhi rua syarat, pertama pelaku harus ki na sadar'ri'i pun'na pernyataan atau klaim entu palsu atau ni ubah, ri keruay'ya, nia' niat'na untuk na tipui demi keuntungan ekonomi.

Loe ilmuan tena na usulkang'ngi teori na jelaskang'ngi alasan ang'ngapa penipuan tetap nia. Menurut Donald R. Cressey tau kriminolog terkenal, tau'a kemungkinan loe na lakukang'ngi penipuan ketika na miliki motivasi na tekanan na cukup; sebuah peluang na muncu;u ri kakalen'na, na'nia' cukup kebenaran untuk bertindak.

Penipuan Marketplace



Source : <https://images.app.goo.gl/tHWj8F8JN8dgxZUz9>

Penipuan marketplace ia mintu perilaku menipu tamae pemel'li atau pabalu' na tena etis berusaha na dapatkan keuntungan yang ilegal malo aktivitas penipuan. Yang ngaseng model kulle ni pasar'ri, singkam'ma transaksi pasara' bisnis-ke-bisnis (B2B), bisnis ke konsumen (B2C), na peer-to- peer (P2P) , na rupakang'ngi target potensial ri aktivitas penipuan.

Marketpalce narupakang'ngi sebuah paltfrom online na hubungkan bisnis rung/atau individu ri minat yang sama. Paltfrom enne kemungkinan ngaseng na lakukang'ngi transaksi tena perel'lui interaksi fisik. B2B,B2C,rung B2P ia mintu tellu jenis pasara' utama.

Ni hentikang'ngi penipuan marketplace kul'lei anjari sulit untuk sebuah bisnis. Mengawasi pasara' ri produk serupa na sangat penting untuk mecegah penipuan produk. Selain entu, awasai pelang'gan'na sendiri, ri mereka na bel'li' rung informasi penipuan, mungkin mengindifikasikan pengecer la'bi lanjut, na awasi tena hanya pasara' publik, mingka kebutuhan'na ngaseng na coba manipulasi web lalang, tren penipuan terberua.

Carana terbajik'kah untuk meningkatkan pencegahan penipuan ri kedua sisi pasara ia mintu na andalkang'ngi prangkat lunak pencegahan penipuan e-niaga. Deteksi penipuan pembelajar'rang mesin na fanfaat kang'ngi millaran transaksi ri hasil konsosium untuk mendeteksi penipu'ng'nga, en'ne ni lakukang ri sertiap tahap siklus hidup plang'gang, secara real time untuk mendeteksi pola transaksi na tena biasa, Perayap AI ni pindai web na lalang ri gelap ap'pareki sistem tetap mutakhir tanpa perel'lu'i terus-menerus ni tetap kang'ngi aturan beru lalang prangkat lunak.

Fraud.net na atasi masalah enne ri paltform pencegahan penipuan na komprehsip rung fleksibel, termasuk modele AI / Deep Learning, data penipuan Konsorium, manajemen kasus na sangat kul'lei ni sesuaikan, rung analitik lanjutan.

Kerugian Penipuan Marketplace



Source : <https://images.app.goo.gl/uKEWEipNfni2fFAE6>

Data na ni ga'pa ri katadata.co.id. na katakang'ngi pun'na terdapat ki kerugian na saba' ri penipuan online ri indonesia na capai Rp 18,7 trilliun lalang jangka waktu (2017-2021), sedangkan na akibatkang'ngi investasi bodong na capai Rp 117,5 trilliun lalang jangka waktu (2011-2021). Presiden Jokowi dodo lalang acara G20 nna sa'buki, pun'na potensi kerugian na saat ene ni hadapi oleh beberapa negara ri linoa na saba' kejahatan siber rung hoaks nale'ba ni predeksi na capai US\$ 5 terliun atau Rp 78.106 tirlliun ri 2024. Tenaga ahli Menteri Komunikasi rung informatika (Kominfo) Bidang komunikasi ri Media massa Devie Rahmawati na sa'buki, punna studi ri center for Digital Society (CfDS) Universitas Gadjag Mada (UGM) ni tunjuk'kang'ngi pun'na masyarakat na le'ba cakup ri digital pun anjari korban penipuan digital.

“jari tania'i persoalan generasi, minka karena digital enne ri linoa beru. Tena na nia' se'repun na siap, shinggga pemerintah na hadir” kata Devie lalang acara regional Summit 2022, bertajuk “Transpormasi digital untuk ni bangun Daerah berkelanjutan “ na ni adakang'ngi oleh kata data ri Menara Danareksa, Jakarta, Kamis (1/12).

Berdasarkan studi CfDS UGM terhadap 1.700 responden ri 34 provinsi ri agustus, seloe 66,6% korban penipuan online. Rincian modusna sebagai berikut:

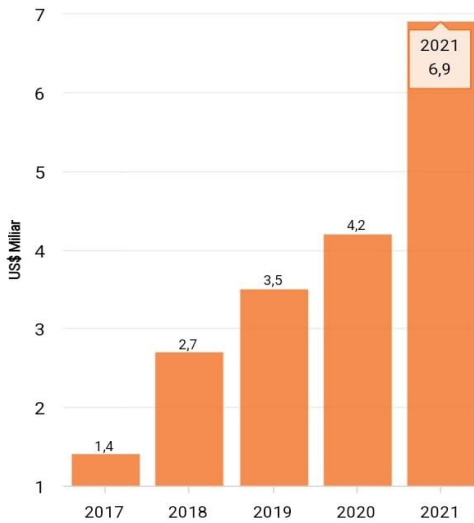
1. 36,9% berkedok na sareang'ngi hadiah
2. 33,8% na kiring'ngi link ri korban
3. 29,4% penipuan jual beli ri marketpalce
4. 27,4 %malo situs eweb atau aplikasi palsu
5. 26,5% penipuan berkedok krisis keluarga

Saat enne sarana atau aplikasi na paling loe ni gunakan untuk na akukang aksi penipuan online sebagai berikut :

1. Jaringan seluler (SMS/panggilan telepon) 64,1%
2. Media sosial 12,3%
3. Aplikasi percakapan 9,1%
4. Situs web 8,9%
5. Email 3,8%

Berikut merupakan rincian kerugian akibat penipuan online selama 2017 – 2021 :

Kerugian Akibat Kejahatan Siber yang Dilaporkan IC3 (2017-2021)



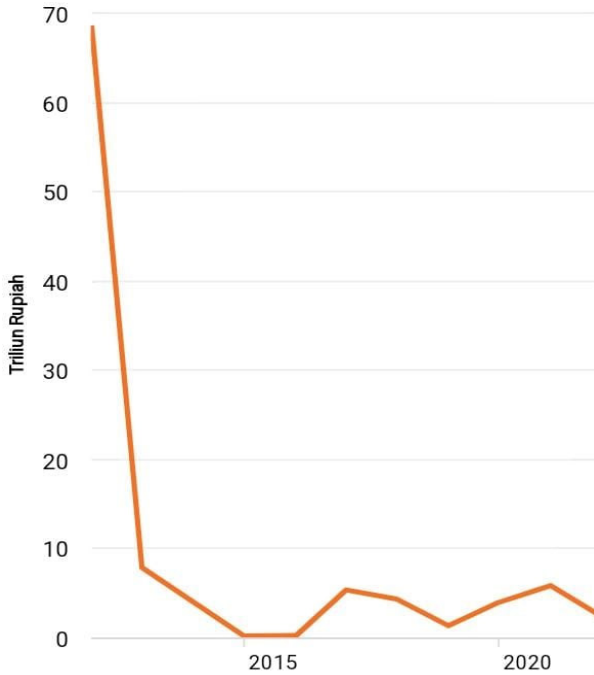
Source :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/22/kerugian-akibat-investasi-ilegal-di-indonesia-capai-rp117-triliun>

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/638823a876b1d/kerugian-akibat-penipuan-online-di-indonesia-ratusan-triliun>

Berikut merupakan rincian kerugian akibat penipuan online selama 2017 – 2021 :

Nilai Kerugian Masyarakat Akibat Investasi Ilegal (2011-2021)



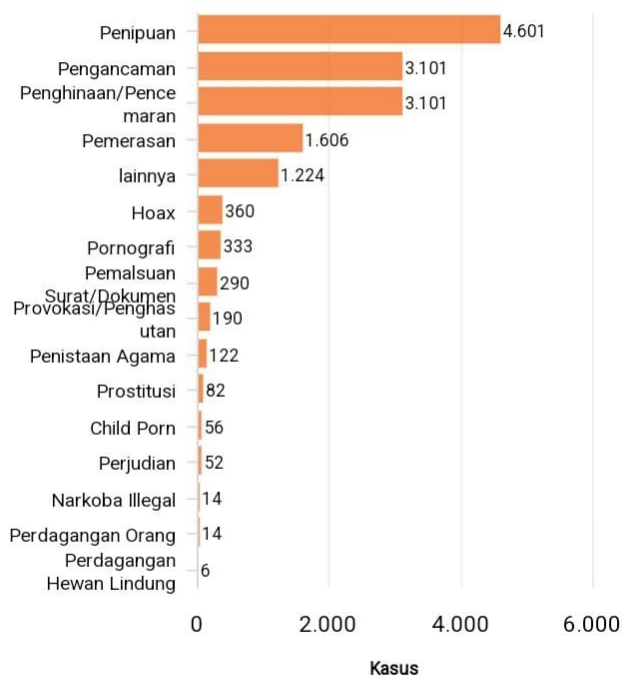
Source :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/22/kerugian-akibat-investasi-ilegal-di-indonesia-capai-rp117-triliun>

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/638823a876b1d/kerugian-akibat-penipuan-online-di-indonesia-ratusan-triliun>

Berikut merupakan rincian kerugian akibat penipuan online selama 2017 – 2021 :

Laporan Konten Kasus Kejahatan Siber (Januari-September 2021)



Source :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/22/kerugian-akibat-investasi-ilegal-di-indonesia-capai-rp117-triliun>

<https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/638823a876b1d/kerugian-akibat-penipuan-online-di-indonesia-ratusan-triliun>

JENIS PENIPUAN MARKETPLACE

Jenis-Jenis Penipuan Marketplace



Source : <https://images.app.goo.gl/JmUTzpFk1hNu5UaN9>

Online shop anjari la'bi populer, mingka sayan'na na miliki resiko tinggi lalang nalukang penipuan. Hal enne kulle ni sebabkang'ngi tolak bayar, pelangran data, ri loyaitas pelang'gan serta lenya'na kepercayaan, sebagai na patai marketplace, penting untuk ni ketahui jenis penipuan umum na kulle ni rugikan bisnis anda. Ri rawa enne ia mintu jenis penipuan marketpalce na harus anda ketahui.

1. Pengambilalihan akun



Source : <https://images.app.goo.gl/DTny4mogLr6ReAVYA>

Sala se're jeni penipuan ni kulle ni pengaruhi marketplace ia mintu pengambil alihan akun. Hal enne terjadi ketika penjahat na gap'pa ni akses ke salah se'rena akun ri para pemel'li atau pabalukang ri marketpalce, ni uabh detail akun, lalu ni lakukang'ngi transaksai tanpa izin, paluk'ka indentitas semacam en'ne gap'pa ni rugiakan pelang'gan, rung to gap'pa ni rugikan suatu bisnis.

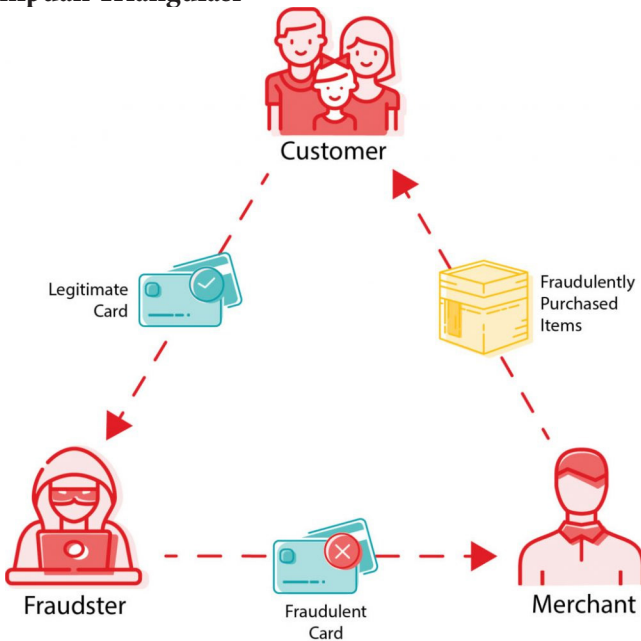
2. Penipuan CNP (kartu tidak ada)



Source : <https://images.app.goo.gl/C8ZmCvAu8sWVoPEH8>

Sebagian lombo transaksi ri pasara' online terjadi tena kartu na tunjuk'kang'ngi secara fisik, mereka sangat berisiko berharap penipuan CNP (Kartu tanga nia'). Jenis penipuan enne terjadi saat pengguna jahat memperoleh detail katu kredit pelanggan malo skimming, peretasan, atau fishing, nalukakng'ngi transaksi tena sah ri situs anda. Enne ia mintu masalah serius ri pelang'ngan ri bisnis anda kulle ni gappa mengakibatkan kerugian yang signifikan.

3. Penipuan Triangulasi



Source : <https://images.app.goo.gl/fHZhQGoQZBQ85zw88>

Jenis penipuan maraeng na gap'pai ni rugikan anda ia mintu penipuan triangulasi. Hal enne terjadi ketika pelang'ngan na lakukang'ngi pemellian yang sah ri pasara' onlien mingka na terima produk na belli secara curang ri situs pengecer maraeng.

Penipuan enne semacam enne suk'kara ni deteksi na gappa na panrak'ki'i reputasita ri plang'gan na terima produk na tena bermutu atau palsu.

4. Pengelabuan



Source : <https://images.app.goo.gl/TnPAPLK1ADy1scdz7>

Pengelabuan ia mintu jenis penipuan na libatkang'ngi pengiriman email penipuan yang merancang untuk ni lakukan paluk'ka identitas atau na gap'pai akses ri akun online, hal enne kulle ni terjadi malo pesan lalang platfrom atau platform atau email na secara curang mengaku berasal ri perusahaanta. Jenis penipuan enne kullei sangat berbahaya, karena tampaknya berasal ri sumber yang sah. Rung na ketahui jenis penipuan enne ni alle langkah-langkah untuk mencegahnya, na gappa ni lindungi pasara online ta' na jaga kepercayaan pelanggan ta.

Contoh Kasus Penipuan Online



Source : <https://images.app.goo.gl/wcVGFDfPzSxGeBMJL8>

Kementrian luar negeri (Kemenlu) RI sempat na selidiki'i kasus penipuan online ri bulan September 2022, na beradda ri kawasan Asia Tenggara. Tercatat punna nia' sekitar 934 WNI na le'ba anjari korban ri kasus penipuan tersebut. Setelah enne ni selidiki angka korban penipuan online terus na terjadi peningkatan setiap al'lona. Kemungkinan na saba' loe kinji na tena ap'pare' atau na kirim laporan ri pihak KBRI negara tersebut.

934 WNI tena na berada ri negara yang sama, melainkan mereka nia' ri negara berbeda-beda. Nia' sebanyak 639 kasus na berada ri kamboja, rung laos yang trakhir 21 kasus ri tahiland.

“sejak januari sanggenna September 2022, KBRI Phnom Penh na mengenai kasus ri WNI na berkerja Non prosedural rurung total 39 tau” uajr Direktur Perlindungan WNI rung badan hukum indonesia

(PWN) IrungBHI) Kemenlu RI Judha Nugraha lalang pres breifing virtual, jum'at (7/10/2022).



Source : <https://news.republika.co.id/berita/rjf8a4335/934-wni-jadi-korban-penipuan-online-kerja-di-luar-negeri>

Judha to na bantu na jelaskan kasus terkait, punna ri 639 WNI ri kamboja, sejumlah 442 WNI le'baki na berhasil ni tangani rung ni pulangkan ri indonesia, sedangkan 166 tau maraeng'nga masih lalang proses penagnan na saat enne mereka ngaseng nia' ri safe house ni sipakang'ngi ri KBRI Phnom Penh, sedangkan 32 tau maraeng'nga masih ni kordinasikan ri kepolisian Kamboja untuk kulle ni selamatka" uajr judha, judha menekankan punna kasus online enne kulle terulang kembali, dengan begitu maka kemenlu Ri na sareang'ngi peringatan ri WNI harus segera ni waspadai ri la'bi teliti lalang memperhatikan tawaran anjama ri luar negeri na miliki gaji atau bayaran cukup lompo ri persyaratan na tena masuk akal.

Selain itu kasus online scam, sejumlah pelanggan mengaku tipsy grab toko di Januari 2021. Sebelumnya Grab Toko gencar menawarkan balokan'ngi smartphone Android iPhone baru dengan harga bersaing, singkama iPhone 11 ini balokan'ngi Rp 5 jutaan dengan Poco X3 NFC mulai Rp 5 jutaan dengan Rp 1 jutaan, Keluahan ini muncul karena tena ini tarima' barang lain ini beli.

Sedangkan ini keluar lalng ini transaksi tena ini kembalik'ngi, dugaan penipuan'ngi semakin ini meningkat ketika puna Grab toko tena ini miliki Grab Indonesia. Lalang hal ini, total kerugian pelanggan ini taksir ancapai Rp17 miliar, setelah kasusnya terungkap, media sosial ini website Grab tena kule langsung ini akses, puna kantor fisik toko ini sa'bu-sa'bu berada ini kawasan rasuna said pun sepi.

Selain itu sala' se'rena selebriti Elma Thaena ini mengaku anjari korban penipuan saat ini belanja online ini sala se're market [palce]. Ia mintu beru-beru ini na bagikan kisah'na malo Instagram @ elmatheana. Kasusna bermula ketika elma ini ero melli barang kebutuhan rumah tangga, misal'na lima boks untu' perusahaannya. Mingka saat transaksi, Elma anggapai pesan ini perusahaan pelayaran puna ini masalah ini kerana itu ini minta pindah perusahaan pelayaran.





Elma kemudian ini minta ini isi formulir pengembalian uang jasa pengiriman. Formulir ini palaki mereka untuk ini masuk'ngi PIN dompet digital ini na gunakang'ngi untuk pembayarang. Tiba-tiba, yang ngaseng barang ini na sareang'ngi lenya na berubah anjari koin permainan, elma panik ini saba' akun dompe' digitalna ini susupi dengan ini laporkang'ngi kejadian ini di E-commerce agar kasusna ini proses,"Syukruki orang-orang ini angapi masalah ini le'bi le'c'iriki dengan jelas ngasen'na telah beres." Semoga ini kedepan'na kate ngaseng le'bi berhati-hati" na kung'ngi' elma malo Instagram'na.

MENANGANI PENIPUAN ONLINE

TIPS MENANGANI PENIPUAN ONLINE

Akseleran



CARA MELAPORKAN PENIPUAN ONLINE



-  **Lapor ke Bank untuk blokir rekening** **1**
-  **Melaporkan Rekening Penipu Melalui cekrekening.id dan lapor.go.id** **2**
-  **Hubungi Otoritas Jasa Keuangan (OJK)** **3**
-  **Laporkan Kepada Pihak yang Berwajib** **4**



Gunakan kode promo dan dapatkan dana awal Rp100 ribu, **GRATIS!**

KODE PROMO **BLOG100**

Akseleran Berizin dan diawasi oleh **OJK**

 Akseleran  Akseleran  Akseleran

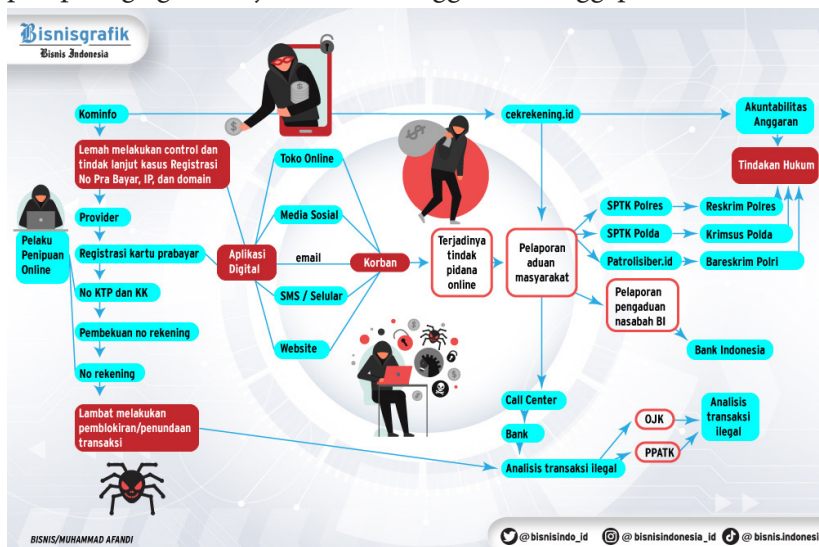
 akseleran_id  Akseleran www.akseleran.co.id

 Download on the App Store  Get it on Google Play

Source : <https://images.app.goo.gl/8fKWk46zF1rhgDfG7>

Apapun ki belanja online , mobil bekas,Perhiasan, atau bahkan Pakaian, penting untu ni waspadai terhadap penipuan belanja online. Menurut FTC penipuan belanja online ia mintu kategori penipuan paling umum keruayya ni laporkan oleh konsumen ri tahun 2021.

Penipu online entu cara`deki, Sebelum ikatte emelli, gunakang`ngi tips keamanan belanja online ri rawah enne untuk mengenditifikasi penipuanga belanja online sehingga katte anggap ni hindari.



Source : <https://images.app.goo.gl/Kkx8zHoJKshWrlR89>

10 tips untuk mengeditifikasi rung na bantu ni lindungi diri ta ri penipuan online

1. waspadai situs web palsu. Hanya berbelanja ri situs web aman ruring reputasi bajj'
2. hati-hatiki saat berbisnis rung pabalul' na atuntuki a'bayara langsung malo aplikasi pembayarrang Zelle Venmo, aplikasi Tunai, atau tranfer kawat online

3. ni waspadai terhadap penawarrang rurung harga yang sangat rendah na tampa'na begitu bagus untuk anjari kenyataan
4. Hindari pabalu' mna gunakang'ngi taktik tekanan agar anda segera emelli
5. berhati-hatiki terhadap iklan media sosial na gare na bawaki ri situs belanja asing toko berbasis media sosial
6. Bayara'ki menggunakang'ngi kartu kredit punna memungkingang'ngi, punnakattetena i ni isseng'ngi pabalu'na
7. Siap kang'ngi lansiran'na rung pemberitahuan untuk ni pantau akun ta' ri aktivitas na tena biasa
8. sangat tena ni sarankan untuk ni berikang'ngi informasi sensiif singkam'ma nomoro rekening bank, PIN atau kode akses se're kali
9. Telusur'ri'i pabalu' na kana "SCAM" untuk ni peris'sai sebelum ni kirimi doe
10. gaukkang'ngi secara sallo, teliti pabalu'rurung ni hati-hati punna nia' na tena beres, patap'paki riu instingta na lamapaki

Belanja online nyamang, liba, rung mudah, minka pentingngi untu mengetahui cara berbelanja rurung aman sehingga ikatte kulleki ni hindari penipuan belanhja online. Na ni peraktekkang'ngi tip-tip enne ikatte kulle ni rasa la'bi yakin punna katte ni kenali tanda-tanda penipuan

Inagat, le'bi bajiki ni hati-hati ri resiko kehilangan kesempatan dari padai kehilangan uang'ta, punna ikatte ni rasa ni tipu, segera ki laporkang'ngi penipuan tersebut ri bangk ta rung Komisi perdagang'ngan Federa'.

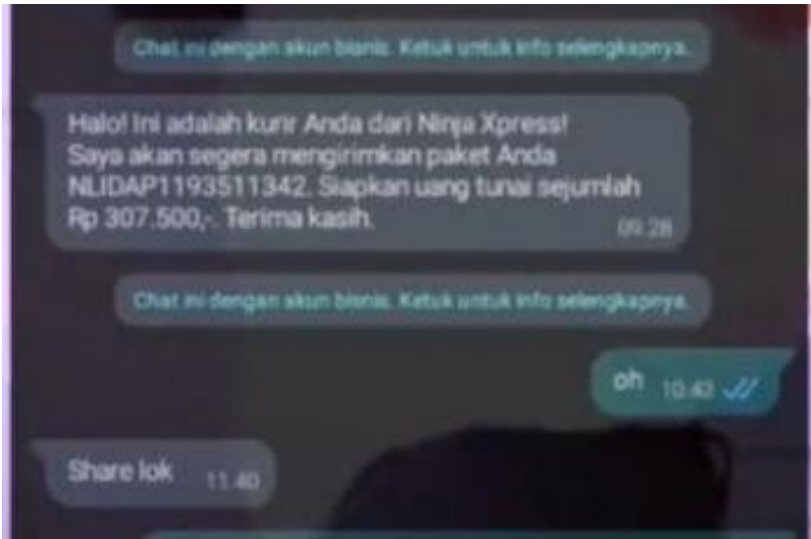
Aksi Penipuan Online



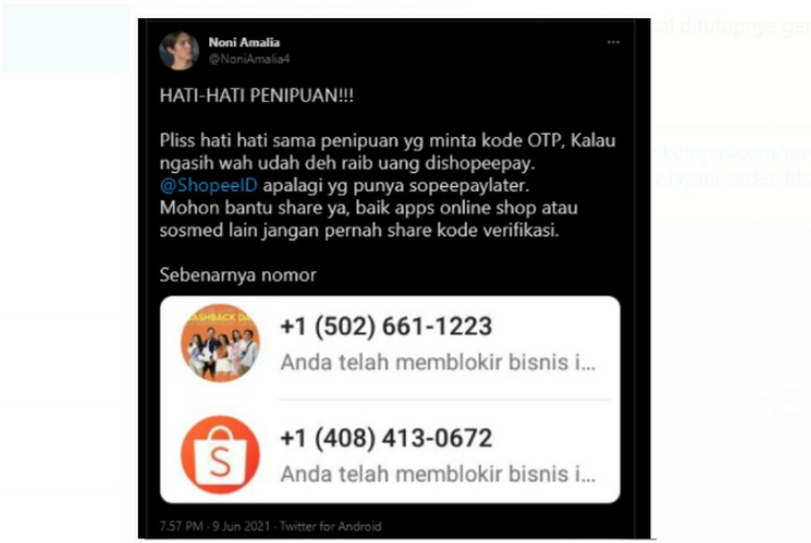
Source : <https://images.app.goo.gl/Eg8FCVSkYfg3Egtm9>



Source : <https://images.app.goo.gl/uWK4xxS1oggg5BjM6>



Source : <https://images.app.goo.gl/zdagySa9GHEh3mBYA>



Source : <https://images.app.goo.gl/2iDPFMoTRLeNg89J7>



giraffidae @Jerapah__ · 29 Mei

!! Penipuan telpon Shopee / Penipuan WA Shopee / Penipuan atas nama Shopee !!

Tadi sore ada telepon tidak terangkat dari nomor tidak dikenal, dengan foto profil **shopee**. Setelah mencari info ternyata itu adalah **penipuan**. HATI- HATI SUDAH BANYAK KORBAN. Biasanya dengan modus;



Kirim pesan



Panggilan



Video



Simpan



Bisukan notifikasi



Notifikasi kustom



Tampilkan media



Bayu Setiawan @bangobayu · 6 hari

Masih aja bawa bawa @MitraShopee .
Sebelumnya saya abaikan dan saya lihat
username RILLY 5, pas saya jawab udah
ganti username dengan HR Nadia. Hati
hati **penipuan** dalam bentuk apapun.
#penipuan #shopee #mitrashopee
#ShopeeID

Maaf dengan siapa? 10:58 ✓

Halo,Saya HR SDM dari Mitra Shopee
bolehkan saya meminta waktu anda? 11:02

Tadi Rilly 5, sekarang HR Nadia, maaf yaa



11:07 ✓

Saya menghubungi Anda untuk memberikan
informasi tentang lowongan pekerjaan paruh
waktu di perusahaan kami.
Kami bekerja sama dengan Shopee dan
Tiktok untuk meningkatkan umpan balik
mereka tentang Shopee. Dan untuk layanan
yang kami berikan, kami menagihnya. Dan
kami mempekerjakan pekerja lepas untuk
pekerjaan yang ingin mendapatkan uang
tambahan setiap hari. 11:08

Kami membantu shoppee mempromosikan
produk mereka dengan video Tik Tok, dan
peran Anda sebagai karyawan di platform
kami adalah menyukai dan mengikuti video
yang kami kirimkan kepada Anda.



Dapoer Alam café @wow... · 28 Jul 18

Hati hati modus penipuan baru @Tokopedia. Add nomor WA kita tiba tiba langsung chat nanya permasalahan dengan pembeli/penjual. Dia sangat responsif tapi ujung2nya diarahkan ke mbanking untuk transfer. #penipuan #moduspenipuan #penipuanonlineshop #penipuantokopedia #tokopedia

Hai kak

Berikut cara yang telah di berikan oleh pihak bank, untuk refund dana otomatis ya kak. Melalui VA

Login ke mbanking > Pillih Bayar > Pillih penyedia Layanan TransferPay dan masukan kode bank Mandiri untuk refund dana 7001402015363163

Kemudian pillihlanjut. Dan mohon screenshot jika tampilan nya seperti apa ya kak. Terimakasih

14:16

Hai kak rahmat

Mohon agar fast respon ,dan konfirmasinya untuk screenshot tampilan yg setelah masukan kode refund dana ya kak. Guna kami menunggu info selanjutnya dari pihak bank. Terimakasih

14:20

Hai kak rahmat

Mohon mengecek tweet kaka ,untuk informasi fokuskan saja melalui livechat ini ya kak. Terimakasih

14:24

REFERENSI

- APJII. (2022). APJII di Indonesia Digital Outlook 2022. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857
- Athanasios Drigas and Panagiotis Leliopoulos. Business to Consumer (B2C) E-Commerce Decade Evolution. *International Journal of Knowledge Society Research*. Vol. 4 No. 4 (2013). Hal. 1.
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik E-Commerce 2021. <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>
- Bappenas. (2018). Migrasi Data Publikasi. Rencana Induk Pengembangan Industri Digital. https://perpustakaan.bappenas.go.id/e-library/file_upload/koleksi/migrasi-data-publikasi/file/Policy_Paper/Buku%20Rencana%20Induk%20Pengembangan%20Industri%20Digital%20Indonesia%202023-2045.pdf
- Balitbang.go.id. (2019). Perlindungan Hukum Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce Di Marketplace Dengan Sistem Pembayaran COD (Cash On Delivery). Badan Penelitian dan Pengembangan Hukum dan Hak Asasi Manusia Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. <https://www.balitbangham.go.id/detailpost/perlindungan-hukum-konsumen-dalam-transaksi-e-commerce-di-marketplace-dengan-sistem-pembayaran-cod-c>

- Bisnitempo.co. (2021). 4 Penipuan Belanja Online Barang Tak Sampai Hingga Beli HP yang Datang Kardus. <https://bisnis.tempo.co/read/1493562/4-penipuan-belanja-online-barang-tak-sampai-hingga-beli-hp-yang-datang-kardus>
- CNNIndonesia. (2015). Kisah Onno W Purbo dan Kartu Kredit Gratis. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151223101715-185-98092/kisah-onno-w-purbo-dan-kartu-kredit-gratis>
- Dewaweb. (2021). Mengenal Marketplace, Jenis, dan Berbagai Contohnya. Diakses dari <https://www.dewaweb.com/blog/apa-itu-marketplace/>
- Gadgetren. (2021). Penipuan Belanja E-commerce Semakin Marak di Indonesia, Ini yang Harus Dilakukan. <https://gadgetren.com/2021/11/21/penipuan-belanja-e-commerce-semakin-marak-di-indonesia-ini-yang-harus-dilakukan/>
- Google. (2021). APAC Startups Global Trends. <https://blog.google/around-the-globe/google-asia/apac-startups-global-trends/>
- GSMA Intelligence. (2022). The State of Mobile Internet Connectivity Report 2022. <https://www.gsma.com/r/somic/>
- Hitekno. (2021). Potret Tantangan dan Peran Marketplace Online dalam Menjaga Ketahanan UMKM. <https://www.hitekno.com/internet/2021/04/09/090000/potret-tantangan-dan-peran-marketplace-online-dalam-menjaga-ketahanan-umkm>
- Idmetafora. (2023). Dunia Market place Di Era Digital : Pengertian, Tujuan, Jenis, Tantangan serta Strategi Market place. Diakses dari <https://idmetafora.com/id/blog/read/3345/Dunia-Marketplace-Di-Era-Digital-Pengertian-Tujuan-Jenis-Tantangan-serta-Strategi-Marketplace.html>

- ID-SIRTII. (2022). Laporan Malware. <https://www.idsirtii.or.id/>
- Kominfo. (2019). Kominfo Sediakan Situs Pusat Data UMKM Indonesia. https://www.kominfo.go.id/content/detail/28247/kominfo-sediakan-situs-pusat-data-umkm-indonesia/0/sorotan_media
- Kompas.com. (2021). Daftar 10 Marketplace Online Paling Ramai Pengunjung di Asia Tenggara. <https://tekno.kompas.com/read/2021/05/10/15270037/daftar-10-marketplace-online-paling-ramai-pengunjung-di-asia-tenggara>
- Kompas.com. (2021). Ini Potensi dan Tantangan dalam Pemanfaatan E-Commerce. <https://money.kompas.com/read/2021/10/12/162308426/ini-potensi-dan-tantangan-dalam-pemanfaatan-e-commerce>
- Kumparan.com. (2020). Shopee Beberkan Tantangan Kenalkan Produk Lokal di Marketplace. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/shopee-beberkan-tantangan-kenalkan-produk-lokal-di-marketplace-1vaDWRoC7IB>
- Lintasarta.net. (2021). Industry Solutions. <https://blog.lintasarta.net/article/article/industry-solutions/others/3-tantangan-bisnis-e-commerce-di-indonesia-saat-pandemi-dan-new-normal>
- Mohamad. (2021). Peta Persaingan Marketplace di Indonesia. <https://www.kompasiana.com/mohamad59866/60f1133515251072a639fae2/peta-persaingan-marketplace-di-indonesia>
- OJK. (2022). Membangun Kepercayaan Masyarakat di Ekosistem Keuangan Digital. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Membangun-Kepercayaan-Masyarakat-di-Ekosistem-Kuangan-Digital.aspx>

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 50 tahun 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik.

Siti Nur Aeni. (2022). 7 Marketplace Terbesar di Indonesia Kuartal III 2021. <https://katadata.co.id/agung/berita/623af52eea481/7-marketplace-terbesar-di-indonesia-kuartal-iii-2021>

Suara.com. (2021). Elma Theana Tertipu Belanja Online di Marketplace Ini Kronologinya. <https://www.suara.com/entertainment/2021/08/12/103000/elma-theana-tertipu-belanja-online-di-marketplace-ini-kronologinya>

Worldbank. (2022). The World Bank In Indonesia. <https://www.worldbank.org/en/country/indonesia/overview>

PANIPUANG RI PASARA ONLEN



Marketpalce merupakan sebuah paltfrom na ni gunakng'nagi sebagai tempa' untu' para vendor atau beberapa tau untu na jual produk yang akan ni belli. Seseorang na patai marketplace ero ki na satukang'ngi beberapa vendor yang tepat rung pembelli yang tepat guna nma dorong'ngi untuk penjualan produk dengan cara malo paltfrom yang mereka pata' Vendor luar biasa, serta pabalu' na patai rung tempa' untu na gap'pai visibilitas rung pabalukan'na ngaseng , rung patayya pasaraka na gappai sebuah komisi ri setiap penjualan, ri sisi maraeng'nga, toko online na merupakan sebuah toko na ikut untu na jualki produk'na sendiri rurung cara on;line, yang ngaseng na butuh kan termasuk pemasaran serta oprasi le'ba secara langsung ni kelola oleh pemilik situs web rung pole produk. Modul ini juga akan memberikan informasi secara lengkap mengenai pengertian, macam, tujuan, dan banyak contoh dari Panipurang Ri Pasara Onlen.

*Klinik
Digital*

Member of



Penerbit
litnus.



literasinusantaraofficial@gmail.com
www.penerbitlitnus.co.id
@litnuspenerbit
literasinusantara_
085755971589

Pendidikan

+17

