



# PENIPUAN

## Lèwat Online Marketplace

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

Edisi Aceh

# PENIPUAN

## Lèwat Online Marketplace

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

 Penerbit

---

**PENIPUAN LĒWAT ONLINE MARKETPLACE**  
**Edisi Aceh**

---

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:

**Nadia Wulandari**

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 : 978-623-114-669-4**

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 “*Penipuan Lawat Online Marketplace*” dengan tepat waktu. Tujuan dari penulisan modul ini tidak lain adalah untuk membantu para masyarakat di dalam memahami seperti apa *Penipuan Pasar Online* yang ada di dunia digital, sehingga harapannya masyarakat bisa mengetahui tahapan apa saja yang harus di lakukan.

Modul ini juga akan memberikan informasi secara lengkap mengenai pengertian, macam, tujuan, dan banyak contoh dari Penipuan Pasar Online.

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
<b>PENIPUAN LÈWAT ONLINE MARKETPLACE.....</b>	<b>1</b>
Pendahuluan .....	1
Fitur Utama Marketplace .....	14
Macam-macam Marketplace .....	18
<b>PENIPUAN MARKETPLACE .....</b>	<b>25</b>
Latar Belakang Penipuan.....	25
Penipuan Marketplace .....	26
Kerugian Penipuan Marketplace.....	27
<b>JEUNÉH PENIPUAN MARKETPLACE .....</b>	<b>33</b>
Jeunéh-Jeunéh Penipuan Marketplace .....	33
Contoh Kasus Penipuan Online.....	37
<b>GEUTANGANI PENIPUAN ONLINE.....</b>	<b>41</b>
Tips Menangani Penipuan Online.....	41
Aksi Penipuan Online.....	44
Referensi.....	49





# PENIPUAN LÈWAT ONLINE MARKETPLACE

---

## Pendahuluan

### Ekonomi Digital

Ekonomi digital nyankeuh aktivitas ekonomi yang geulakukan lèwat platform digital, lagé e-commerce, fintech, ride-hailing, online travel, online media, dan laén-laén. Ekonomi digital na potensi rayek keu peutingkat produktivitas, inklusi, ngon inovasi bak Indonesia, yang merupakan nanggroe ngon populasi paléng rayek ngon pasar internet paléng rayek bak Asia Tenggara. Ngon ekonomi yang keunong pandemi, Indonesia ka ji tren dari status pendapatan menengah-keu ateuh jeut keu pendapatan menengah-keu miyuep per Juli 2021.

Pandemi sebagian ka geupeubalék kemajuan paléng barô lam peukureung ureueng gasin, dari rekor paléng miyuep 9,2 persen bak September 2019 jeut keu 9,7 persen per September 2021. Watèe ekonomi Indonesia tingôh puléh, pertumbuhan PDB nanggroe nyoe jiproeksi jeut trôk 5,1 persen bak 2022, didukung lè meningkatjih ekspor komoditas ngon kebijakan fiskal yang akomodatif keu tahadapi pandemi. Walaupun meunan, kondisi global yang leubèh menantang dan akibat COVID-19 yang peuhancô jeut geuhambat pemuléhan (World Bank, 2022).

Sijumlah faktor yang geudorong pertumbuhan ekonomi digital bak Indonesia. Sijumlah faktor nyan antara laén: pertumbuhan pengguna internet yang trôk 219 juta ureueng bak thôn 2021 (APJII, 2021),



meningkatkan penetrasi smartphone dan akses internet dan kecepatan bagah (GSMA Intelligence, 2020), na jih dukungan pemerintah lewat kebijakan dan regulasi yang pro-digital (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2019), serta berkembang jih ekosistem startup dan investor yang dinamis dan kompetitif (Google, 2021).

Sijumlah sektor atawa subsektor ekonomi digital yang tumôh pesat bak Indonesia. Contoh jih antara laén: e-commerce yang ka geucatatkan nilai transaksi US\$ 40 miliar bak thôn 2021 dan geukirakan jeut trôk US\$ 83 miliar bak thôn 2025, fintech yang trôk US\$ 22 miliar bak thôn 2021 dan jeut ji ék keu US\$ 57 miliar bak thôn 2025, serta ride-hailing yang trôk US\$ 6 miliar bak thôn 2021 dan jeut meningkat keu US\$ 16 miliar bak thôn 2025 (Google, 2021).

Sijumlah tantangan atawa hambatan yang jihadapi lè ekonomi digital bak Indonesia. Sijumlah tantangan nyan antara laén: mantông rendah jih literasi dan kepercayaan masyarakat keu layanan digital (OJK, 2022). Menurut OJK salah sabôh tantangan utama bak era digital nyan peubeudoh kepercayaan digital, nyan merupakan keyakinan pengguna keu kemampuan ureueng, teknologi, dan proses keu peugöt dônya digital yang aman. Kepercayaan digital that peurlè sebab makén lè risiko yang jiteubit seiréng dan makén luah jih aktivitas masyarakat pakèk digital. Ngon geupeu ék kepercayaan digital, perusahaan jeut geupeukureung resiko, geupeutingkat loyalitas konsumen, dan geumanfaatkan peluang yang jitawarkan lè layanan dan produk keuangan digital yang geujamin perlindungan aset, data, dan privasi konsumen. Walaupun bak praktek jih mantông na kesenjangan infrastruktur dan keterampilan digital antara daerah kota dan gampong (Bappenas, 2018), mantông kureung jih harmonisasi dan sinkronisasi regulasi antara pusat dan daerah (Kompas.com,

2019), serta mantöng na resiko keamanan siber dan perlindöngan data pribadi (ID-SIRTII/CC, 2020).

Ekonomi digital nyankeuh aktivitas ekonomi yang geulakukan lèwat platform digital, lagè e-commerce, fintech, ride-hailing, online travel, online media, dan laén-laén. Ekonomi digital na potensi rayek keu geutingkatkan produktivitas, inklusi, ngon inovasi bak Indonesia, yang merupakan nanggroe ngon populasi paléng rayek dan pasar internet paléng rayek bak Asia Tenggara (World Bank, 2022). Perkembangan ekonomi digital bak nanggroe nyoe that pesat, berdasarkan hasé dari Google, Temasek, ngon Bain & Company yang na lam laporan ngon judul e-Conomy SEA 2021.

Laporan nyan geupeutunyok bahwa nilai ekonomi digital Indonesia trök US\$ 70 miliar atawa Rp 997 triliun bak thôn 2021, sehingga Indonesia jeut sebagai nanggroe ngon nilai transaksi paléng lè bak Asia Tenggara. Bak thôn 2025, Indonesia geuproyeksikan nilai transaksi jeut trök US\$ 133 miliar atawa sekitar Rp 1.861 triliun. Indonesia geubrie julukan “Raja Ekonomi Digital ASEAN” . Nyoe geupeutunyök bahwa ekonomi digital jeut keu sektor yang that strategis lam peutumöh ekonomi nasional.

Sijumlah faktor yang geudorong timöhjih ekonomi digital bak Indonesia antara laén: pertumbuhan ureueng yang pakèk internet yang trök 215,63 juta ureueng bak thôn 2022 (APJII, 2022), meningkatjih penetrasi smartphone dan akses internet ngon kecepatan bagah serta 55% penduduk dönya jeut geuakses internet (GSMA Intelligence, 2022), na jih dukungan pemerintah lèwat kebijakan ngon regulasi yang pro-digital (Kominfo, 2019), serta berkembang jih ekosistem startup ngon investor yang dinamis dan kompetitif (Google, 2021). Tapi, pertumbuhan ekonomi digital bak Indonesia geuhadapi sijumlah tantangan atawa hambatan yang payah geu atasi. sijumlah

tantangan nyan antara laén nyankeuh: mantöng brök jih literasi ngon kepercayaan masyarakat keu layanan digital (OJK, 2019), mantöng na jih kesenjangan infrastruktur ngon keterampilan digital antara daerah kota ngon gampong (Bappenas, 2018), mantöng kureung jih harmonisasi ngon sinkronisasi regulasi antara pusat dan daerah (Kompas.com, 2019), serta mantöng na jih risiko keamanan siber dan perlindungan data pribadi (ID-SIRTII/CC, 2020). Oleh karena nyan, peurlè kerjasama antara pemerintah, swasta, akademisi, ngon masyarakat keu geuciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif, berkelanjutan, ngon aman keu ban mandum rakyat Indonesia.

### Latar Belakang Marketplace



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

Marketplace nyankeuh saböih platform yang geupakèk lè para vendor atawa sijuumlah ureueng keu peubloe produk yang akan geubloe lè ureueng. Ureueng yang na marketplace jih meuheut geusatukan ban mandum vendor yang tepat ngon pembeli keu geudorong publoe produk ngon cara lèwat saböih platform yang awaknyan po. Vendor

serta penjual na cit tempat keu geupeu ék visibilitas ngon publoe produk gobnyan, dan yang po peukan meurumpök komisi dari tiep jumlah penjualan jih. bak sisi laén, toko online nyankeuh toko yang peubloe produk awaknyan ngon cara online. Ban mandum yang jipeureulèe lagè pemasaran ngon operasi ka laju jikelola le ureung yang po situs web ngon produk.

Marketplace nyankeuh saböh platform digital yang geupeurumpök ureung yang peubloe ngon ureung yang meujak bloe barang supaya geulakukan transaksi meukat secara online lèwat internet. Marketplace na macam-macam keuntöngan keu pelaku bisnis, lagè geupeuluah jangkauan pasar, geupeumudah proses meukat, dan jeut peu ék efisiensi operasional bisnis. Marketplace bak era digital na sejarah yang cuköp panyang, mula jih watèe era phon internet na bak thôn 1990-an. Berikut nyoe sejarah singkat marketplace bak Donya.

#### 1. Awal mula e-Commerce

Bak thôn 1990-an, e-Commerce mulai berkembang ngon diluncurkanjih sijuumlah situs web lagèe Amazon, eBay, ngon Alibaba. Situs-situs web nyoe nyankeuh tempat phon berkembangjih konsep marketplace bak era digital. Amazon jipeugot lè Jeff Bezos bak thôn 1994 keu toko online yang publoe buku. eBay jipeugot lè Pierre Omidyar bak thôn 1995 keu situs lelang online yang peungot pengguna jeut peubloe ngon bloe barang seken. Alibaba jipeugot lè Jack Ma bak thôn 1999 keu platform meukat online yang geupeuhuböng ureung peubloe ngon ureung yang meujak bloe barang dari China ngon ban mandum donya (Idmetafora, 2023).

#### 2. Munculjih Platform Marketplace

Bak awai thôn 2000-an, platform market place lagèe Etsy, Craigslist, ngon Rakuten (dilè nan jih Buy.com) mulai na. Platform-

platform nyoe na karakteristik yang beda lagè situs-situs web e-Commerce yang ka likot. Etsy geupeugot lè Rob Kalin bak thôn 2005 keu marketplace yang khusus peubloe barang-barang yang geupeugot ngon jaroe ngon kerajinan. Craigslist geudirikan lè Craig Newmark bak thôn 1996 keu situs iklan baréh online yang geutawarkan berbagai kategori, lagé keureuja, jasa, barang-barang, komoditas, dan laén-laén. Rakuten geudirikan lè Hiroshi Mikitani bak thôn 1997 keu marketplace yang geutawarkan macam-macam produk dan jasa dari macam-macam penjual online (Idmetafora, 2023).

### 3. Perkembangan Marketplace Rayek

Bak pertengahan thôn 2000-an sampoe jinoe, marketplace rayek lagé Amazon, eBay, ngon Alibaba laju berkembang ngon berevolusi serta geupeutamah fitur-fitur barô dan geupeuliah pasar awaknyan u macam-macam nanggroe. Amazon jeut salah saböh perusahaan teknologi paléng rayek bak dônya yang geusediakan macam-macam layanan, lagé cloud computing, streaming video, artificial intelligence, dan laén-laén. eBay jeut ke salah saböh situs lelang online paléng rayek bak dônya nyoe ngon leubèh dari 180 juta pengguna aktif bak leubèh dari 190 nanggroe. Alibaba jeut ke salah saböh platform perdagangan online paléng rayek bak dônya nyoe ngon leubèh dari 800 juta pengguna aktif leubèh dari 200 nanggroe (Idmetafora, 2023).

### 4. Marketplace bak Era Mobile

Pada era mobile jinoe, marketplace makén populer ngon lè jipakek lè masyarakat karena geubrie kemudahan ngon bagah lam belanja tanpa harus ta teubit dari rumöh. Maam-macam marketplace barô bermunculan ngon geupakèk konsep mobile-first atawa mobile-only, lagée Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak, Gojek, Grab,

dan laén-laén. Marketplace nyoe na fitur-fitur yang geudukung pengalaman belanja lèwat smartphome atawa tablet, lagè aplikasi mobile yang responsif, sistem pembayaran yang mudah ngon aman, layanan pengiriman yang bagah ngon terpercaya, dan laén-laén (Dewaweb, 2021).

#### 5. Marketplace Barô

Di masa likeu, marketplace bak era digital akan berkembang laju, inovatif ngon geuikuti perkembangan teknologi ngon kebutuhan konsumen. Sijumlah contoh marketplace barô yang mungkén jiteubit nyankeuh marketplace yang pakèk teknologi blockchain, artificial intelligence, virtual reality, augmented reality, dan laén-laén. Lè marketplace jeut geubrie pengalaman belanja yang leubèh transparan, personalisasi, imersif, ngon interaktif bagi ureung meukat dan ureung yang seumeubloe (Dewaweb, 2021).

Marketplace hana inventaris keu jipeubloe bak platform yang awaknyan po, beda ngon yang na toko online. Seubab nyan, marketplace geujok sisi operasional bisnis awaknyan keu vendor jeut fokus keu geupromosikan merek pasar awaknyan, guna peu arah lalu lintas u platform, serta geu ubah tampilan yang na bak situs web jeut keu penjualan.

Contoh marketplaces nyan perusahaan rayek yang na inventaris yang rayek lagè Amazon, Rakuten atawa eBay atawa platform laén jih, lagè Etsy (kerajinan tangan), Runnics (bajè olahraga) atawa Shop.Surf (perlengkapan ngon mode Surf & Skate). Sebalék jih, toko online cuma sabôh perusahaan, lagè Apple, Zara atawa Nike, yang geupeubloe produk merek pribadi ngon cara online lèwat toko online/website awaknyan. Sedang marketplace online bak Indonesia contoh jih Tokopedia, Bukalapak, dan Shopee. Marketplace online bak Indonesia geu atoe lè sijumlah peraturan, antara laén:

1. Peraturan Pemerintah Numbôï 71 Thôn 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem ngon Transaksi Elektronik (PP 71/2019), yang geu atoe tentang penyelenggara sistem elektronik, lagè marketplace online, dan kewajiban-kewajiban awaknyan, lagè geudaftar ke Kementerian Komunikasi dan Informatika, geusediakan mekanisme pengaduan, dan geupeulindông data pribadi pengguna.
2. Peraturan Pemerintah Numbôï 80 Thôn 2019 tentang Perdagangan lèwat Sistem Elektronik (PP 80/2019), yang geu atoe tentang pelaku usaha meukat lèwat sistem elektronik, termasuk marketplace online, dan kewajiban-kewajiban awaknyan, lagè na izin usaha, geusediakan informasi yang beutôi ngon trang tentang produk ngon layanan, dan geujamin keamanan transaksi.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Numbôï 50 Thôn 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha yang meukat lèwat Sistem Elektronik (Permendagri 50/2020), yang geu atoe tentang perizinan usaha bagi pelaku usaha perdagangan lèwat sistem elektronik, lagè marketplace online, dan kewajiban-kewajiban awaknyan, contoh jih na nomor induk berusaha (NIB), geusampaikan laporan usaha secara berkala, ngon geupatuhi ketentuan pajak.

Aturan-aturan nyan na keu geubrie perlindungan hukôm keu konsumen lam transaksi e-commerce bak marketplace online, serta keu geudorong timöh jih ekonomi digital bak Indonesia. Sebagai peneliti bak ekonomi digital, droen jeut neupeungot analisis tentang dampak aturan-aturan nyan keu perkembangan marketplace online bak Indonesia, serta geubrie saran-saran keu peutingkat kualitas layanan ngon kepuasan konsumen.

Marketplace nyan model bisnis online yang geufasilitasi transaksi antara ureung meukat ngon ureng seumeubloe lam saböh platform. Marketplace geutawarkan macam-macam keuntungan keu pelaku usaha, lagè kemudahan akses, efisiensi biaya, dan jangkauan peukan yang luah. Marketplace lom geubrie macam-macam pilihan keu konsumen, lagè variasi produk ngon jasa, harga yang bersaing, ngon kenyamanan watè belanja.

Perkembangan marketplace bak Indonesia that dinamis ngon geualami pertumbuhan yang signifikan seiréng ngon perkembangan teknologi informasi, peningkatan ureueng pakèk smartphone, ngon peningkatan literasi digital bak masyarakat. Menurôt data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha yang bergerak bak bidang e-commerce bak thôn 2020 trök 8,6 juta usaha atawa 11,8% dari total usaha bak Indonesia. Jumlah nyoe meningkat sekitar 2,4 kali lipat dibanding Thôn 2019 yang cuma 3,6 juta usaha atawa 5% dari total usaha.

Data BPS 2021 geupeutunyok cit bahwa usaha yang terlibat dalam e-commerce Sebagian rayek nyankeuh usaha non-formal ngon karakteristik lagè di miyuep:

1. Mayoritas pakèk pesan instan ngon media sosial sebagai media penjualan;
2. Pendapatan total atawa e-commerce di miyuep 300 juta rupiah;
3. Metode pembayaran yang kayém dipakèk nyan Cash On Delivery (COD) atawa pembayaran secara tunai;
4. Pengiriman langsông sebagai metode pengiriman yang kayém dipakèk.

Seulaén nyan, perkembangan marketplace bak Indonesia jeut geukalon cit dari jumlah pengunjung web tiep buleun bak kuartal III Thôn 2021. Berdasarkan data iPrice Group, berikut nyoe daftar lima marketplace paléng rayek bak Indonesia dari segi jumlah pengunjung :



1. Tokopedia ngon 158,1 juta kunjungan;
2. Shopee ngon 134,4 juta kunjungan;
3. Bukalapak ngon 30,1 juta kunjungan;
4. Lazada ngon 28 juta kunjungan;
5. Blibli ngon 16,3 juta kunjungan (Kompas.com, 2021).

Perkembangan marketplace bak Indonesia jeut cit dipeubandéng ngon perkembangan marketplace bak nanggroe-nanggroe laén bak Asia Tenggara. Berdasarkan data Web Retailer, berikut nyoe daftar siploh marketplace online yang paléng lè dikunjungi bak Asia Tenggara thôn 2021:

1. Shopee ngon 197,8 juta kunjungan tip buleun;
2. Lazada ngon 161,7 juta kunjungan tip buleun;
3. Tokopedia ngon 72,4 juta kunjungan tip buleun;
4. Bukalapak ngon 34 juta kunjungan tip buleun;
5. Blibli ngon 19 juta kunjungan tip buleun;
6. Zalora ngon 14 juta kunjungan tip buleun;
7. Qoo10 ngon 13 juta kunjungan tip buleun;
8. Tiki.vn ngon 12 juta kunjungan tip buleun;
9. Sendo.vn ngon 11 juta kunjungan tip buleun;
10. Thegoididong.com ngon 10 juta kunjungan tip buleun.

Dari data nyan, jeut takalôn bahwa Indonesia na peut marketplace yang jitamöng lam daftar siploh paléng rayek bak Asia Tenggara. Nyoe geupeutunyok bahwa Indonesia na pasar e-commerce yang rayek ngon potensial. Tapi, Indonesia payah cit bersaing ngon nanggroe-nanggroe laén yang na marketplace rayek dan berkembang, lagè Singapura ngon Vietnam.

Ekonomi digital lam marketplace atawa lokapasar kon cuman perkembangan lagè di ateuh. Na cit hilirisasi dari infrastruktur digital yang merupakan penguatan potensi ekonomi digital. Catatan peunténg

geusebut penguatan nyoe bahwa tuleung punggông perekonomian Indonesia nyan UMKM ngon Ultra Mikro yang gesumbang 61,07% dari PDB. Sebagai komitmen, geupeugöt berbagai upaya ngon penguatan over-the-top marketplace, pembinaan perusahaan rintisan (startup) keu jeut jadi unicorn dan decacorn berikut jih serta geuberdayakan UMKM/UMi supaya jeut makén carong geukembangkan bisnis bak macam-macam platform digital. Sijumlah 30 juta UMKM/UMi geutargetkan jitamöng secara digital Thôn 2024, disinoe digital onboarding UMKM/UMi jeut berkontribusi keu ekspansi ekonomi digital Indonesia yang berkelanjutan (Kominfo.go.id, 2021).

Ekonomi digital merupakan salah saböh sektor yang berkembang pesat bak Indonesia, terutama bak masa pandemi Covid-19 yang geudorong transformasi digital bak macam-macam bidang. Menurot laporan e-Conomy SEA 2020 yang geuterbitkan lè Google, Temasek, ngon Bain & Company, nilai ekonomi digital Indonesia trök 44 miliar dolar AS bak thôn 2020 dan geuproyeksikan jeut meningkat jadi 124 miliar dolar AS bak thôn 2025. Nyoe geutunjukkan bahwa Indonesia na potensi rayek keu jadi pemimpin ekonomi digital bak Asia Tenggara.

Tapi, keu geurealisasikan potensi nyan, Indonesia peurlè infrastruktur digital yang memadai ngon merata bak mandum wilayah. Infrastruktur digital nyoe geucakup akses internet yang bagah dan terjangkau, layanan cloud computing yang andal dan aman, serta platform e-commerce yang mudah ngon nyaman geupakek. Ngon infrastruktur digital yang gèt, maka pelaku ekonomi digital jeut geutingkatkan produktivitas, inovasi, ngon kualitas produk atawa jasa gobnyan.

Dari hal nyan, hilirisasi dari infrastruktur digital nyankeuh penguatan potensi ekonomi digital. Hilirisasi maknajih pengembangan

infrastruktur digital hana terbatas bak penyediaan jaringan internet, tetapi mencakup cit pengembangan aplikasi ngon konten yang sesuai ngon kebutuhan dan preferensi masyarakat. Ngon demikian, infrastruktur digital jeut geubrie nilai tambah bagi pengguna jih dan geupeutingkat partisipasi awaknyan lam ekonomi digital.

Catatan peunténg geusebut penguatan nyoe nyankeuh bahwa tulang punggung perekonomian Indonesia nyan UMKM dan Ultra Mikro yang geusumbang 61,07% dari PDB. UMKM dan Ultra Mikro merupakan sektor yang na peran strategis lam perekonomian nasional, baik lam hal penciptaan lapangan kereuja, distribusi pendapatan, maupun kontribusi keu PDB. Oleh sebab nyan, pemerintah peurlè geubrie dukungan keu UMKM dan Ultra Mikro supaya jeut beradaptasi ngon perkembangan ekonomi digital dan geumanfaatkan peluang yang na.

Sebagai komitmen, geulakukan macam-macam upaya ngon penguatan over-the-top marketplace, pembinaan perusahaan rintisan (startup) keu jeut jadi unicorn ngon decacorn berikutjih serta geuberdayakan UMKM/UMi supaya jeut makén caröng geupeurayek bisnis bak meubago macam platform digital. Over-the-top marketplace lagè Shopee nyan platform e-commerce yang geusediakan layanan tambahan laén seulaén transaksi jual beli online, lagè pembayaran digital, logistik, asuransi, sampoe pendidikan online (Kumparan, 2021). Contoh over-the-top marketplace bak Indonesia nyan Tokopedia, Shopee, Bukalapak, ngon Lazada. Ngon geupakèk over-the-top marketplace, UMKM dan Ultra Mikro jeut geupeutingkat jangkauan pasar, efisiensi operasional, ngon loyalitas pelanggan.

Pembinaan perusahaan rintisan (startup) keu jeut jadi unicorn ngon decacorn berikutjih cit merupakan salah saböh upaya pemerintah keu peurayek ekosistem ekonomi digital bak Indonesia.

Unicorn nyankeuh perusahaan rintisan yang na valuasi leubèh dari 1 miliar dolar AS, sedangkan decacorn nyan perusahaan rintisan yang na valuasi leubèh dari 10 miliar dolar AS. Jinoe, Indonesia na lima unicorn, yaitu Gojek, Tokopedia, Traveloka, Bukalapak, ngon OVO, serta saböih decacorn, yaitu GoTo (gabungan Gojek dan Tokopedia). Perusahaan-perusahaan nyoe kon cuma geubrie layanan digital yang bermanfaat bagi masyarakat, tapi jeut geuciptakan lapangan kerja, geuhasilkan devisa, dan geutingkatkan citra Indonesia bak mata donya (Mohammad, 2021).

Selaén nyan, pemerintah cit lom geuberdayakan UMKM/UMi supaya jeut makén caröng geukembangkan bisnis bak platform digital. Salah saböih program yang geupeugöt nyankeuh Program Pemberdayaan Ekonomi Digital (PRED) yang geuluncurkan lé Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bak thôn 2020. Program nyoe na tujuan keu geupeutingkatkan kapasitas ngon kualitas UMKM/UMi lam geukelola bisnis digital lèwat pelatihan, bimbingan, ngon fasilitasi. Program nyoe geusasar cit macam-macam sektor usaha, lagè pertanian, perikanan, kuliner, kerajinan, fashion, ngon pariwisata.

Na 30 juta UMKM/UMi yang geutargetkan jitamöng secara digital thôn 2024, dimana digital onboarding UMKM/UMi jeut geukontribusi keu ekspansi ekonomi digital Indonesia berkelanjutan (kominfo.go.id, 2021). Digital onboarding nyankeuh proses geuintegrasikan UMKM/UMi u dalam platform digital ngon geuperhatikan aspek legalitas, keuangan, pemasaran, dan manajemen. Ngon digital onboarding, UMKM/UMI jeut geutingkatkan kinerja bisnis awaknyan dan jeut geuhadapi persaingan global. Selaén nyan, digital onboarding jeut cit geudukung pencapaian target pemerintah keu geujadikan Indonesia

sebagai nanggroe yang na pendapatan tinggi bak thôn 2045 (BPS, 2021).

Ngon demikian, jeut geusimpulkan bahwa infrastruktur digital nyan faktor peunténg lam pengembangan ekonomi digital bak Indonesia. Pemerintah peurlè tetap geu upayakan keu geupeubeutôi ngon geupeuluah infrastruktur digital bak ban mandum wilayah Indonesia. Selaén nyan, pemerintah peurlè cit geubri dukungan keu pelaku ekonomi digital, khususjih UMKM ngon Ultra Mikro, supaya jeut beradaptasi ngon perkembangan teknologi dan geumanfaatkan peluang yang na. Oleh seubab nyan, Indonesia jeut jadi nanggroe yang unggul lam ekonomi digital bak Asia Tenggara.

Dari uraian di ateu, jeut geusimpulkan bahwa perkembangan marketplace bak Indonesia that menarik ngon menantang. Marketplace jeut jadi salah saböh faktor peunténg lam geudorong pertumbuhan ekonomi digital bak Indonesia yang na prospek lagak keu laju berkembang bak masa depan.

## **Fitur Utama Marketplace**

Sigohlom geubantu saboh bisnis, keu geupiléh model toh yang cocok keu ban mandum toko yang awaknyan po, awaknyan geudalami terlebèh dilè tentang fitur yang na bak tip-tip marketplace, ngon lagè nyan maka tip toko jeut leumah beda dari toko online, serta jeut geutarek perhatian bagi pengusaha digital. Ngon lagè nyan maka akan na kemudahan lam manajemen inventaris (bak kenyataan jih, mereka han peurle lé stok barang yang geusediakan lè pasar), Selaén nyan cit, hal nyan akan leubèh terukur dan geumungkinkan manajer pasar leubèh fokus lom keu pengguna akhir. Berikut nyoe ikhtisar yang leubèh rinci:

## 1. Hana Inventaris



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

Marketplace nyan perusahaan yang laju berkembang tanpa dibantu lè pedagang jih dan tanpa geusimpan inventaris khusus keu pelanggan. Meskipun lagè nyan, bisnis biasa jih jeut geuhasilkan leubèh lè stok daripada bisnis web. Jeut kah geujeulaskan miseu na ureueng laén yang terlibat lam prosedur? Nyoe jino hana akurat. Tapi nyan jeut terjadi sebaliknya. Lam geudirikan perusahaan barô, pengecer online sabé peurlè lokasi fisik keu beroperasi ngok stok barang; nyoe geusebut sebagai model «dropshipping», dan nyan that repot. Lam skenario laén, brosur na bak pasar online dan cuma tersedia keu penjual luar; oleh karena nyan, investasi keu geubloe sebagian inventaris hanjeut geuakses (pasar hibrida tanpa harga yang hana stabil).

Akibatjih, pemilik marketplace han jeut geuverifikasi peu awaknyan merasa nyaman keu geupatuhi mandum peraturan dan persyaratan yang na. Walau geusediakan pendekatan yang that efisien lam geutangani stok, layanan berbasis cloud lagè Shopery geulakukan ngon geutawarkan kerangka watèe yang jeut geusesuaikan. Hal nyoe geutunjukkan bahwa pasar cenderung

leubèh mudah dipahami dan leubèh untông dibandingkeun ngon kedua model yang geusebutkeun di ateu watè troh keu meurumpok persediaan yang luah dan beragam.

## 2. Penilaian & Kepuasan Pelanggan



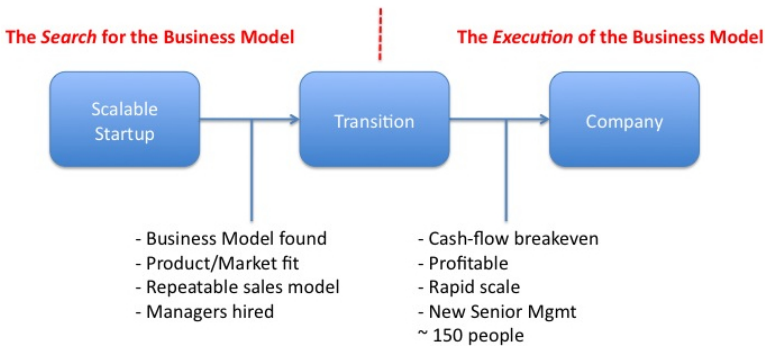
Source : <https://images.app.goo.gl/F4NnSFwsvurpcWg88>

Lam meukat, na lè faktor yang dipikiran, lagè kontrol inventaris, kepemimpinan situs web, layanan klien, penetapan harga, periklanan, kebahagiaan online, dan lè lom. Sebagai ganti jih, watèe mulai na pasar, na tujuan awal yang cuma geutawarkan konsumen ngon platform yang paléng lagak yang geumungkinan: penjual ngon konsumen yang kaleuh geubloe dari awaknyan. Khusus jih, na beberapa tindakan laén yang harus geulakukan lé pelaku bisnis manapun yang pakék sistem SaaS yang efektif keu geutangani jeunéh teknologi pasar tertentu. Ngon demikian, bisnis jeut geutingkatkeun mata uang awaknyan keu ureung yang pakék sambil geupeugot pasar beroperasi ngon keuntungan paléng rayek keu geupenuhi kebutuhan awaknyan.

Hana ureung yang geuklaim bahwa peugot bisnis nyan mudah. Lè tugas yang dilakukan supaya jeut menghasilkan dan jaga informasi. Geuciptakan pasar yang hiper-vertikal, atawa

misal jìh, penekanan bak ceruk yang tepat peurlè kerja keras dari operator pasar keu geuidentifikasi vendor yang tepat dan geutempatkan barang yang sesuai bak pasar. Pembelian dron geuhasilkan hasil. Bak Pasar lè penjual yang geutetapkan bisnis awaknyan bak 1 atap, yang geujudikanjih tempat yang menarik keu para konsumen yang geumita barang yang murah ngon barô. Pasar yang gèt jeut berkembang jadi kelompok konsumen yang luah dan menyenangkan.

### 3. Model Bisnis Ramping dan Scalable



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

Marketplace na geusediaan lè ide bisnis yang jeut didiskusikan lè pemilik. Sijumlah bisnis paléng rayek di seluruh dônja geutawarkan contoh yang that lagak. Uber, misal jìh, kureung moto droe. Airbnb hana tempat tinggal, dan Amazon hana hampir mandum produk ngon layanan yang ditawarkan jih. Sebalik jih, pasar harus geupasarkan produk atawa layanan lam jumlah yang leubèh lè sigohlom trôk ambang batas. Tapi, kenyataan jih fokus pasar na bak platform dan pelanggan sehingga tingkat kemakmuran jeut dicapai leubèh mudah.



Oleh karena nyan, hi ngon perusahaan online laén jih, awak yang geupegöt dan geujalankan pasar barô jeut sukses bergantung bak hasé yang jeut mereka capai lam watée yang relatif singkat. Meskipun pengembangan teknologi SaaS geumungkinan pembentukan pasar virtual produk barô, pemeliharaan infrastruktur cukôp mehai karena geulakukan lè penjual produk. Solusi karena nyoe sugestif.

Marketplace that bagah menguasai bidang e-commerce. loen berharap bak akhé thôn 2022, perdagangan bak internet jeut berkembang pesat. Keu geufasilitasi transisi ke internet leubèh mudah bagi geutanyoe, pasar bak internet jinoe jadi pilihan yang menarik. Tapi, ngon pakèk layanan berbasis cloud lagé Shopery yang geumungkinan bagi perusahaan dan barang keu dipeuleumah dan ngon geutuka ngon mudah, pasar nyoe jeut jadi makén menarik.

## Macam-macam Marketplace



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

Marketplace dan e-commerce kon cuma masa depan. Geutanyoe mandum jeut takalon dari percepatan pertumbuhan selama sithôn terakhir, hana watée yang leubeh gèt bagi bisnis keu geuluncurkan marketplace e-Commerce keudroe. Terleubèh ngon najih pandemi, bak thôn 2020 e-Commerce geusumbang sijumlah 19%, ék dari 16%, dari ban mandum penjualan ritel global. COVID-19 secara drastis ka geutingkatkan peralihan dari toko fisik ke jeunéh pasar eCommerce yang teusedia. Singkat jih, limöng thôn keuntöngan yang diproyeksikan lam e-Commerce dipadatkan jeut keu thôn 2020. Ngon daya tarik semacam nyan yang terjadi lam penjualan online, meunyo droen publoe sesuatu, droeneuh setidakjih harus kompetitif lam lanskap digital pasar e-Commerce. Berikut nyoe merupakan macam-macam marketplace:

1. Bisnis-ke-bisnis (B2B)

Pasar B2B geupusatkan upaya awaknyan keu geusediakan platform bagi bisnis keu publoe produk ngon layanan keu bisnis laén. Daripada geucoba keu mita pelanggan, bisnis jeunéh nyoe fokus bak peudong kepercayaan dan hubungan ngon pelanggan sehingga pelanggan nyan bertahan lam jangka yang trép. Bisnis B2B akan paléng sukses meunyo awaknyan geuotomatiskan proses penjualan semudah mungkén bagi pelanggan sambil cit geubrie pengalaman pelanggan (CX) yang luar biasa.

2. Bisnis-ke-konsumen (B2C)

Lë merek yang rayek na platform pasar B2C awaknyan keudroe. Beda ngon pasar B2B, pasar B2C nyan bisnis yang langsông u konsumen. Na sijumlah perbedaan utama antara pasar B2C dan B2B. Salah Sabôh jih nyan pasar B2C meuheut geutingkatkan penjualan ngon tarék pelanggan sebanyak mungkin. Sementara CX nyan kritis, penekanan leubèh biök geutempatkan bak

hubungan individu ngon pelanggan. Kiban pembayaran, pengiriman, dan harga cit merupakan perbedaan rayek antara kedua pasar.

3. Konsumen-ke-konsumen (C2C)

C2C jeut dianggap sebagai penjualan garasi digital atawa bagian iklan baris bak surat kabar. Selaén bisnis yang geuciptakan marketplace, hana perusahaan laen yang terlibat. Pasar C2C geuhubungkan ureueng yang na produk atawa layanan untuk ditawarkan ngon ureueng lain yang mencari produk atawa layanan yang sama. Perbedaan antara ureueng-ureueng yang berinteraksi ngon pasar jeunéh nyoe that fleksibel. Saban uroe ureueng jeut bloe sesuatu bak e-marketplace, dan hari berikut jih awaknyan jeut geutawarkan produk atawa layanan untuk dibeli.

Jeut geukalon dari kiban e-Commerce dan marketplace yang sabé berkembang. Tiep jeunéh platform pembelanjaan online na audiens, fokus, kelebèhan, dan kekurangan jih keudroe. Tapi, manfaat ganda dan signifikan na bak mandum jeunéh marketplace yang beda. Leubèh lè pelanggan ngon saluran penjualan, skalabilitas, dan kemampuan keu peubloe bagah adalah ngon cara geu ubah cara bagi ureueng yang publoe atawa na produk atawa layanan.

Sebagai platform online yang geupertemukan penjual ngon pembeli dari macam-macam produk dan jasa, marketplace beda ngon toko online atawa e-commerce yang Cuma publoe produk atawa jasa tertentu dari saboh pihak mantong. Marketplace geubrie kesempatan bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) keu peuliah pasar ngon peutingkat omset awaknyan.

Tapi, marketplace geuhadapi sijumlah tantangan cit bak Indonesia, dari sisi penjual, pembeli, maupun penyedia platform nyan keudroe. Berikut nyoe adalah sijumlah tantangan yang peurlè

geu atasi supaya marketplace jeut berkembang ngon geuberikan manfaat bagi perekonomian Indonesia.

1. Tantangan edukasi ngon pendampingan. Lè pelaku UMKM yang gohlom na kemampuan dan pengetahuan yang sep keu meukat secara online lèwat marketplace. Awaknyan peurlè bimbingan ngon pelatihan mengenai cara kelola toko online, geu optimalkan produk, mita pelanggan, sampoe uroh pengiriman ngon pembayaran. Selaén nyan, awaknyan peurlè cit geudapatkan informasi mengenai regulasi, perpajakan, dan perlindungan konsumen yang berlaku bak bidang e-commerce.
2. Tantangan rantai pasokan ngon logistik. Permintaan konsumen yang meningkat secara bagah kadang hana seimbang ngon ketersediaan produk dan jasa yang geutawarkan lè penjual bak marketplace. Hal nyoe jeut geutimbulkan masalah stok barang, kualitas produk, sampoe keterlambatan pengiriman. Selaén nyan, biaya logistik yang rayek jadi beban cit bagi penjual, terutama yang lokasi jih bak daerah terpencil atawa pelosok.
3. Tantangan persaingan ngon diferensiasi. Marketplace bak Indonesia semakén lè ngon beragam, sehingga lè persaingan yang ketat baik antara platform ataupun antara penjual. Supaya jeut bertahan ngon unggul bak pasar online, marketplace dan penjual peurlè geuciptakan diferensiasi atawa keunggulan kompetitif yang jeut geutarék minat konsumen. Salah saböh cara yang jeut dilakukan nyankeuh ngon geutawarkan produk lokal yang berkualitas dan na nilai tambah.
4. Tantangan keamanan dan kepercayaan. Transaksi online lèwat marketplace rentan cit keu risiko kejahatan lagè penipuan, pencurian data, atawa pencucian uang. Nyoe jeut peuket rugö ureung yang meukat maupun ureueng yang bloe, serta peubrok

reputasi marketplace nyan keudroe. Oleh karena nyan, peurlè sistem keamanan yang kuat dan transparan keu peulindông data dan privasi pengguna, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang adil ngon bagah.

Oleh sebab nyan, resiko penipuan lam marketplace jeut kejadian ngon peukeunong lè korban. Penipuan bak e-commerce nyan salah saböh bentuk kejahatan siber yang kayem kejadian bak Indonesia ngon kawasan Asia Pasifik (APAC). Penipuan nyoe geulibatkan penjual atawa pembeli yang hana jujur lam geulakukan transaksi online, lagé geukirem barang palsu, hana geukirém barang, atawa geucök pèng tanpa geubrie barang.

Sejarah penipuan bak e-commerce di Indonesia jeut tatelusuri sejak awai phoen perkembangan internet ngon perdagangan elektronik bak nanggroe nyoe. Salah saböh kasus penipuan online yang terkenal nyan kasus «Kartu Kredit Gratis» bak thôn 2000, yang geulibatkan sidroe hacker nanjih Onno W Purbo yang geucuri data kartu kredit dari situs web Citibank dan geutawarkan data nyan secara gratis u publik lèwat milis ngon website pribadi gobnyan (Kompas, 2015).

Kasus laén yang cukôp heboh nyankeuh kasus «Grab Toko» bak Januari 2021, yang geulibatkan saböh situs web yang geutiru nan ngon logo dari perusahaan transportasi online Grab Indonesia. Situs web nyoe geupubloe macam-macam hape pintar ngon harga murah, tetapi hana geukirém barang keu ureueng yang bloe. Dugaan penipuan nyoe geuakibatkan kerugian sekitar Rp 17 miliar keu korban (CNNIndonesia, 2021).

Selaén nyan, na cit kasus penipuan yang geulibatkan selebritas, lagé Elma Theana yang jadi korban penipuan waté belanja online bak salah saböh marketplace bak Agustus 2021. Gobnyan geubloe limông kardus minyeuk keu usaha gobnyan, tetapi yang trok cuma kardus

kosong. Kalheuhnyan gobnyan geulaké keu gantö jasa pengiriman lé penjual, tetapi ternyata nyankeuh modus sulet.

Menurut survei yang geulakukan lé ESET, saböh perusahaan keamanan siber, penipuan belanja bak e-commerce nyan jeunéh penipuan online yang paléng kayem bak Indonesia ngon APAC, ngon persentase maséng-maséng 19 persen dan 21 persen dari total pengaduan konsumen. Jeunéh barang yang kayem jadi sasaran penipuan nyan gawai lagé kamera ngon ponsel pintar, serta bajé (Kompas, 2021).

Penipuan bak e-commerce jeut geurugikan penjual ngon pembeli, serta geurusak kepercayaan konsumen bak perdagangan elektronik. Oleh karena nyan, peurlè langkah-langkah pencegahan dan perlindungan bagi pelaku ngön pengguna e-commerce, lagé geuperiksa ulasan produk dan penjual, pakèk sistem pembayaran resmi ngon aman, serta geuhindari transaksi bak luar platform e-commerce.



# PENIPUAN MARKETPLACE

---

## Latar Belakang Penipuan



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

Secara sederhana, penipuan nyan saböih aktivitas keu geudapatkan saböih keuntungan finansial secara ilegal ateuah seuseorang atawa suatu entitas. Nyoe tindakan yang hana jujur ngon geurampas pèng atawa hak hukum individu atawa entitas. Penipuan peurlè fakta yang salah ngon sengaja keu meyakinkan ureung supaya menyerahkan pèng atawa harta benda, kön lagè pencurian langsung, yang peurlè geusom atawa paksaan.

Keu saboh tindakan yang merupakan penipuan, nyan peurlè geupenuhi dua syarat; phoen, pelaku harus geusadari bahwa pernyataan atawa klaim nyan palsu atawa ka geubah. Dan kedua, na niat keu menipu demi keuntungan ekonomi.



Lê ilmuwan ka geu usulkan teori keu geujelaskan alasan pakon penipuan teutap na. Menurut Donald R. Cressey, kriminolog terkenal, ureung kemungkinan rayek akan geulakukan penipuan watèe na motivasi atawa tekanan yang cukôp; sabôh peluang jitubit ngon sendiri jih, dan na cukôp pembenaran untuk bertindak.

## Penipuan Marketplace



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

Penipuan marketplace nyan perilaku penipuan watèe pembeli atawa penjual yang hana etis keu geudapatkan keuntungan ilegal lèwat aktivitas penipuan. Mandum model pendapatan pasar, lagè transaksi pasar bisnis-ke-bisnis (B2B), bisnis-ke-konsumen (B2C), dan peer-to-peer (P2P), merupakan target potensial dari aktivitas penipuan.

Marketplace nyan sabôh platform online yang geuhubungkan bisnis ngon/atawa individu ngon minat yang sama. Platform nyoe geumungkinkan awaknyan geulakukan transaksi tanpa peurlè interaksi fisik. B2B, B2C, dan P2P nyan lhèe jeunéh pasar utama.

Geuhentikan penipuan marketplace jeut payah keu saböh bisnis. Mengawasi pasar ngon produk serupa that peuntèng keu geucegah penipuan produk. Selaén nyan, awasi pelanggan, ngon ureueng yang geubloe informasi penipuan, mungkin geuindikasikan pengecer leubèh lanjut. Geuawasi kon cuma pasar publik, tetapi kebutuhan awaknyan yang geucoba memanipulasi web, nyankeuh praktik laèn yang jeut peugot droen tetap teupeu lam tren penipuan terbarô.

Cara terbaik keu geutingkatkan pencegahan penipuan ban dua sisi pasar nyankeuh ngon geu andalkan perangkat lunak pencegahan penipuan e-niaga. Deteksi penipuan lèwat mesin geumanfaatkan miliaran transaksi ngon hasil konsorsium keu deteksi penipuan. Nyoe geulakukan bak tip tahap siklus udep pelanggan, secara real-time keu geudeteksi pola transaksi yang hana biasa. AI geupindai web yang dalam dan geupeugot sistem tetap mutakhir tanpa peurlè laju geutetapkan aturan barô lam perangkat lunak.

Fraud.net geu atasi masalah nyoe ngon platform pencegahan penipuan yang komprehensif dan fleksibel, termasuk model AI / Deep Learning, data penipuan konsorsium, manajemen kasus jeut disesuaikan, dan analitik lanjutan.

## Kerugian Penipuan Marketplace



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

Data dari katadata.co.id. geusebut bahwa na kerugian akibat dari penipuan online bak Indonesia yang trôk Rp 18,7 triliun lam jangka watèe 2017–2021. Sedangkan akibat investasi bodong trôk Rp 117,5 triliun lam jangka watèe 2011 – 2021. Presiden Joko Widodo lam acara G20 geusebutkan bahwa potensi rugoe yang jinoe geuhadapi lè sijumlah nanggroe bak donya akibat kejahatan siber ngon hoaks yang ka diprediksi trôk US\$ 5 triliun atawa sekitar Rp 78.106 triliun bak 2024. Tenaga Ahli Menteri Komunikasi dan Informatika (Kominfo) bidang Komunikasi dan Media Massa Devie Rahmawati geusebutkan bahwa studi dari Center for Digital Society (CfDS) Universitas Gadjah Mada (UGM) geunjukkan bahwa masyarakat yang ka carong digital pun jeut jadi korban penipuan digital.

“Jadi kon persoalan generasi, tetapi karena digital nyoe donya yang barô. Hana meusidroe pun yang siap, karenanyan pemerintah hadir,” peugah Devie lam acara Regional Summit 2022 ngon judul ‘Transformasi Digital keu Pembangunan Daerah Berkelanjutan’ yang dipeugot lè Katadata bak Menara Danareksa, Jakarta, Kamis (1/12).

Berdasarkan studi CfDS UGM u 1.700 responden bak 34 provinsi buleun Agustus, na sijumlah 66,6% korban penipuan online. Rincian modus jih sebagai berikut:

1. 36,9% kedok jih brie hadiah
2. 33,8% kirém link u korban
3. 29,4% penipuan watee bloe ngon meukat bak marketplace
4. 27,4% lèwat situs web atawa aplikasi palsu
5. 26,5% penipuan ngon kedok krisis keluarga

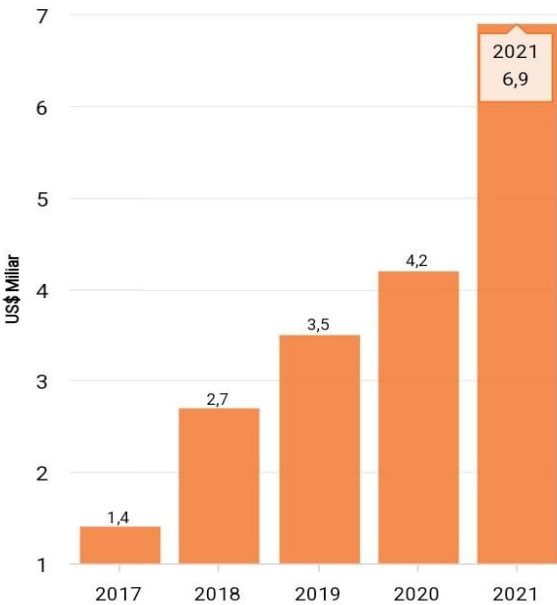
Jinoe sarana atawa aplikasi yang paling lè jipakek keu geulaksanakan aksi penipuan online lagè nyoe:

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 nyo merupakan rincian kerugian akibat penipuan online selama 2017 – 2021 :**

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



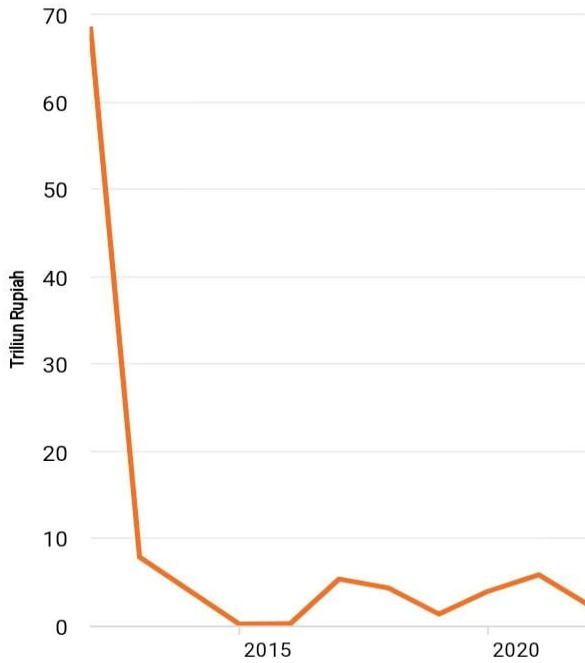
Source :

<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>

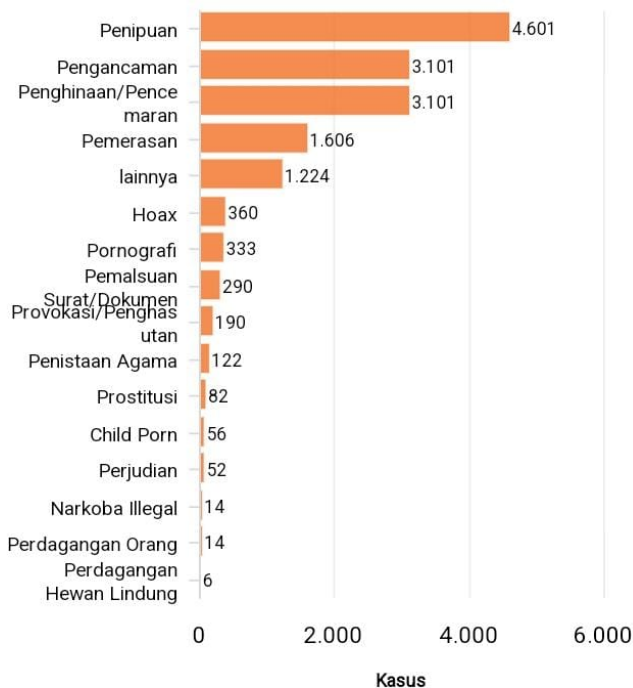
Berikut merupakan rincian kerugian akibat penipuan online selama 2017 – 2021 :

Nilai Kerugian Masyarakat Akibat Investasi Ilegal (2011-2021)



 databoks

## 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>



# JEUNÉH PENIPUAN MARKETPLACE

---

## Jeunéh-Jeunéh Penipuan Marketplace



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

Online shop jadi makén terkenal, tetapi sayang jih, na resiko yang tinggi lam penipuan. Hal nyoe jeut menyebabkan tolak bayar, pelanggaran data, dan loyalitas pelanggan serta gadöh jih kepercayaan. Sebagai yang po marketplace, peunténg keu geuthèe jeunéh penipuan yang kayém kejadian yang jeut peurugoe bisnis droen. Di miyuep nyoe nyan peut jeunéh penipuan marketplace yang payah geutanyoe teupeu.



## 1. Pengambilalihan akun



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

Salah saböih jeunéh penipuan yang jeut geupengaruhi marketplace nyankeuh pengambilalihan akun. Nyoe kejadian watèe ureung broek akai jeut geuakses akun para pembeli atawa penjual bak marketplace, geu ubah detail akun, kalheuh nyan geulakukan transaksi tanpa izin. Pencurian identitas semacam nyoe jeut geurugikan pelanggan, dan jeut peurugoe bisnis.

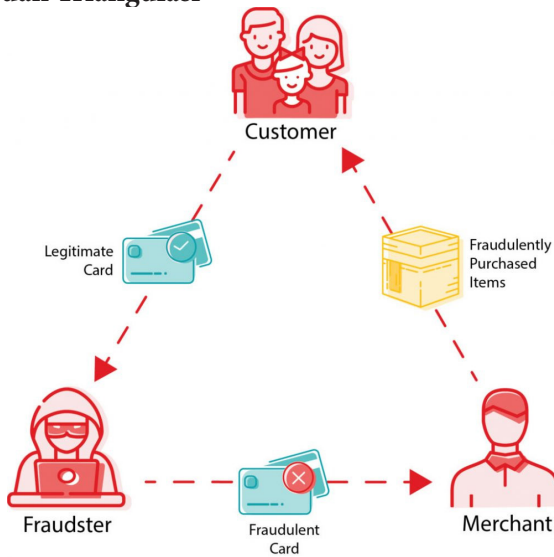
## 2. Penipuan CNP (Tanpa Kartu)



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

Sebagian rayek transaksi pasar online terjadi tanpa kartu yang peurlè geukalon secara fisik, nyoe that berisiko keu keunong penipuan CNP (hana kartu). Jeunéh penipuan nyoe kejadian watèe ureung broek akai merumpök detail kartu kredit pelanggan lèwat skimming, peretasan, atawa phishing, kalheuhnyan geulakukan transaksi hana sah ngon akun tanyoe. Nyoe masalah serius keu pelanggan ngon bisnis, karena jeut geuakibatkan kerugian finansial yang that rayek.

### 3. Penipuan Triangulasi



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

Jeunéh penipuan laén yang jeut peurugoe nyankeuh penipuan triangulasi. Nyoe kejadian watèe pelanggan seumeubloe bak peukan online tapi geuterimong produk yang dibloe secara curang dari situs laén. Penipuan semacam nyoe payah keu keudeteksi ngon jeut peubroek reputasi droen menyoe pelanggan geuteurimöng produk yang hana bermutu atawa palsu.

#### 4. Peusulét



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

Peusulét nyan jeunéh penipuan yang geulibatkan kirem email penipuan yang ka geurancang keu geucu identitas atawa keu geu akses u akun online lèwat rekayasa sosial. Lam konteks pasar online, nyoe jeut kejadian lèwat sms lam platform atawa email yang sulet geukheun dari perusahaan droen. Jeunéh penipuan nyoe jeut that bahaya, seubab leumah jih lagè dari sumber yang sah. Ngon teupeu jeunéh penipuan nyoe ngon geucök langkah-langkah keu cegah jih, drone jeut geupeulindông pasar online droen ngon gejaga kepercayaan pelanggan.

## Contoh Kasus Penipuan Online



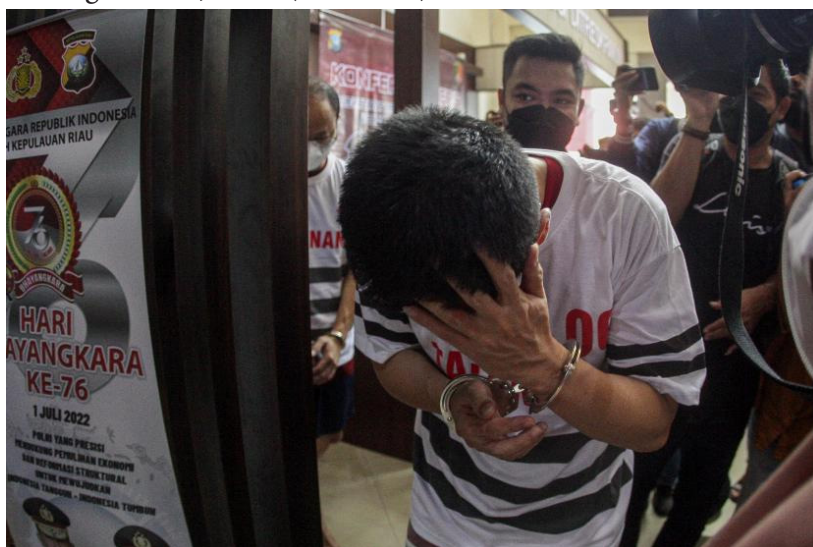
Source : <https://images.app.goo.gl/wcVGFDfPpSxGeBMJL8>

Kementerian Luar Negeri (Kemenuk) RI ka geuselidiki kasus penipuan online bak buleun September 2022, yang na bak kawasan Asia Tenggara. Tercatat na kira-kira 934 WNI yang jadi korban dari kasus penipuan nyan. Watèe kalheuh geuselidiki, angka korban penipuan online tip uroe makén lè. kemungkinan karena masih lè ureueng yang hana peugot atawa kirém laporan u pihak KBRI nanggroe nyan.

934 WNI nyan hana bak nanggroe yang sama, tapi awaknyan tinggai bak limöng nanggroe yang beda-beda. Na 639 kasus kejadian bak Kamboja, 142 kasus bak Myanmar, 97 kasus bak Filipina, 35 kasus bak Laos, dan 21 kasus bak Thailand.

«Sejak Januari sampoe September 2022, KBRI Phnom Penh ka geutangani kasus WNI yang keureuja non prosedural ngon total 639 ureueng.» haba Direktur Perlindungan WNI dan Badan Hukum

Indonesia (PWNI dan BHI) Kemenlu RI Judha Nugraha dalam press briefing virtual, Jumuat(7/10/2022).



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

Judha geubantu cit lam geujelaskan kasus nyan, bahwa dari 639 WNI bak Kamboja, sijumlah 442 WNI ka berhasil geutangani ngon ka di puwoe u Indonesia. Sedangkan 166 ureueng laén jih mantöng lam proses penanganan dan jinoe awaknya mandum ka bak rumöh yang ka geusiapkan lè KBRI Phnom Penh. «Sedangkan 31 ureueng laèn jih mantöng dikoordinasikan ngon Kepolisian Kamboja suapaya jeut bagah dipeuselamat,» kheun Judha. Judha geutekankan bahwa kasus online scam that jeut keujadian lom, seubab nyan makajih Kemenlu RI ka geubrie peringatan u WNI keu leubèh waspada ngon leubèh teliti lam kalön tawaran kerja bak luwa nanggroe yang na gaji atawa bayaran yang cukôp rayek ngon syarat yang hana ditamong bak akai.

Selaén nyan na kasus online scam, Sijumlah pelanggan ka dipeusulét lè Grab Toko bak Januari 2021. Sebelum jih, Grab Toko ka gencar geumeukat smartphone Android dan iPhone barô ngon harga bersaing, lagè iPhone 11 dipubloe mulai Rp 5 jutaan ngon Poco X3 NFC mulai Rp 5 jutaan sampoe Rp 1 jutaan. Keluhan na karena pelanggan han ek teurimöng barang yang ka geubloe.

Sedangkan pèng yang ka jiteubit lam transaksi hanjeut dipeubalek. Dugaan penipuan makén rayek watèe geuteupeu bahwa Grab Toko kon ata Grab Indonesia. Lam hal nyoe, total kerugian pelanggan geutaksir trök Rp 17 miliar. Setelah kasus jih terungkap, media sosial dan website Grab Toko hanjeut geuakses. Bahkan kantor fisik Toko yang geusebut na bak kawasan Rasuna Said pih sepi.

Selaén nyan salah saboh selebriti Elma Theana geuakui jadi korban penipuan watèe belanja online bak salah saboh marketplace. Gobnyan barô-barô nyoe geucerita lèwat Instagram @elmatheana. Kasus jih bermula watèe Elma meuheut bloe barang kebutuhan rumah tangga, misal jih lima boks minyeuk keu toko gobnyan. Tapi, watèe transaksi, Elma meurumpök pesan dari perusahaan bahwa na masalah dan dilakèe pinah perusahaan.

Elma kalheuh nyan dilakèe isi formulir pengembalian peng jasa pengiriman. Formulir geulake peutamöng PIN dompet digital yang dipakek keu pembayaran. Tiba-tiba, mandum yang gobnyan brie gadoh ngon berubah jadi koin game. Elma panik karena akun dompet digital jih ka disusupi dan kejadian nyoe geulapor u E-Commerce supaya kasus bagah diproses. “Syukur jih ureueng-ureueng geutanggapi masalah loen ngon bagah dan jelas jadi ban mandum ka bèrèh “Semoga yang ka likeu geutanyoe leubèh hati-hati,” kheun Elma lèwat Instagram.



# GEUTANGANI PENIPUAN ONLINE

## Tips Menangani Penipuan Online

**Akseleran**

### CARA MELAPORKAN PENIPUAN ONLINE

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

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**

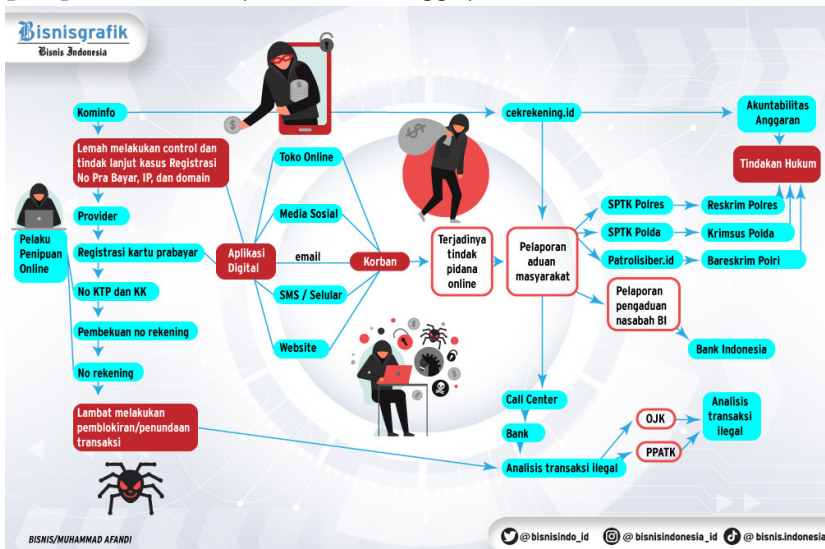
Download on the App Store  
GET IT ON Google Play

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



Peu mantöng yang droen belanja secara online, moto seken, meuh, bahkan bajèe, peunténg waspada keu penipuan belanja online. Menurut FTC, penipuan belanja online nyan kategori penipuan paléng kayém kedua yang geulapor lè konsumen bak thôn 2021.

Penipu online nyan caröng. Sigohlom droen meubloe barang, pakek tips keamanan belanja online di miyuep nyoe supaya ta turé penipuan bak belanja online sehingga jeut tahindari.



Source : <https://images.app.goo.gl/Kkx8zHoJKshWrjR89>

10 tips keu jeut taidentifikasi ngon tapeulindöng droe dari penipuan belanja online

1. Waspadai situs web palsu. Belanjalah bak situs web yang aman ngon na reputasi got.
2. Beutigöh-tigööh watée berbisnis ngon penjual yang geulakè bayeu langsöng lèwat aplikasi pembayaran lagé Zelle®, Venmo, Aplikasi Tunai, atawa transfer lèwat online.

3. Waspadalah keu penawaran ngon harga yang that murah yang leumah jih hana mungken na.
4. Peujioh ureung meukat yang pakek taktik tekanan supaya droen langsông meubloe barang gobnyan.
5. Beutigöh-tigöh keu iklan media sosial yang jeut geuba u situs belanja asing atawa toko bak media sosial.
6. Bayeu ngon kartu kredit menyoe mungken, terutama meunyoe droen hana ture ureung meukat.
7. Peusiap lansiran ngon pemberitahuan akun keu geupantau akun droen dari aktivitas yang hana biasa
8. Hana disarankan keu brie informasi sensitif lagè numbôi rekening bank, PIN, atawa kode akses yang ditubit sigoe.
9. Mita penjual ngon kata «scam» keu periksa sigohlom kirem peng
10. Bek bagah-bagah, teliti ngon ureueng meukat beutigöh-tigöh, meunyoe na yang hana bereh, percaya bak insting droen ngon bek talanjot lé transaksi nyan.

Belanja online nyan mangat, bagah ngon mudah. Tapi, peunténg keu taturi cara berbelanja ngon aman sehingga droen jeut neuhindari penipuan belanja online. Ngon tapraktek tips-tips nyoe, droen jeut leubèh yakin bahwa droen neuture tanda-tanda penipuan.

Beu ingat, leubèh got beutigöh dan hana jadèh sepakat bloe daripada peng droen gadöh. Meunyo droen ka meurasa keunong peugeot, segera laporkan kejadian nyan u bank Anda ngon Komisi Perdagangan Federal.

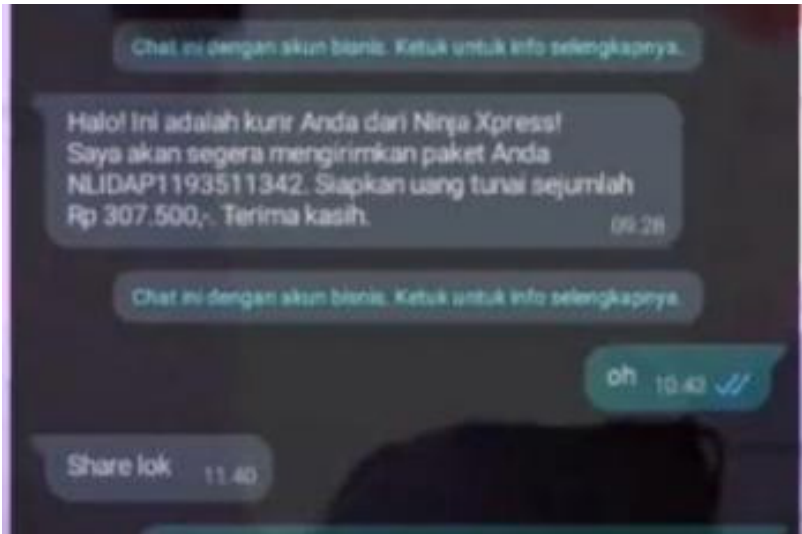
## Aksi Penipuan Online



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



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



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



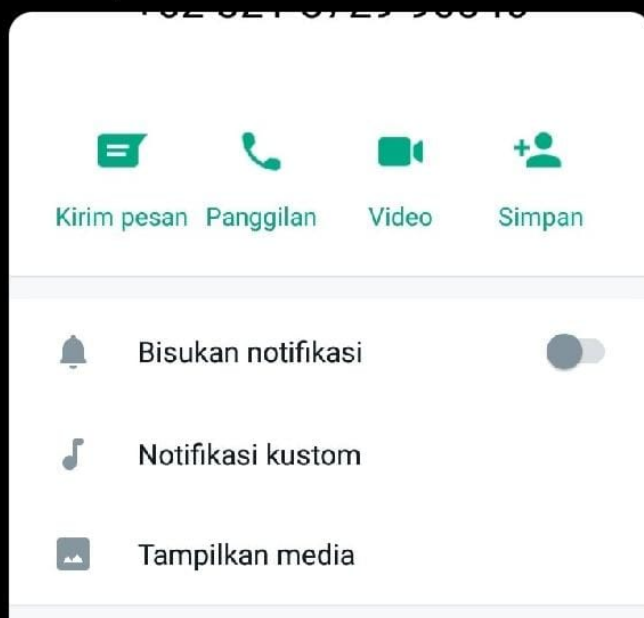
Source : <https://images.app.goo.gl/2iDPFMoTRLNg89J7>



**giraffidae** @Jerapah\_\_\_ · 29 Mei

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

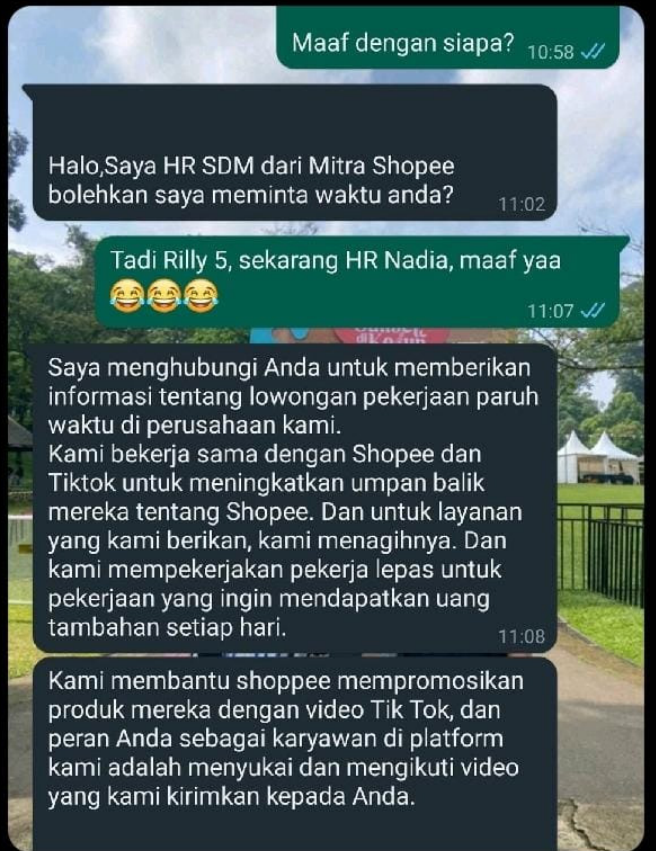
Tadi sore ada telepon tidak terangkat dari nomor tidak dikenal, dengan foto profil **shopee**. Setelah mencari info ternyata itu adalah **penipuan**. HATI- HATI SUDAH BANYAK KORBAN. Biasanya dengan modus;





**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**





**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 > Pilih Bayar > Pilih 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](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](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 Ngon 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-ngon-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, Jeunéh, 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). Dônya Market place Di Era Digital : Pengertian, Tujuan, Jeunéh, Tantangan serta Strategi Market place. Diakses dari <https://idmetafora.com/id/blog/read/3345/Dônya-Marketplace-Di-Era-Digital-Pengertian-Tujuan-Jeunéh-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](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 Thôn 2020 tentang Ketentuan Perizinan Usaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

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

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

Siti Nur Aeni. (2022). 7 Marketplace Paléng rayek di Indonesia Kuartal III 2021. <https://katadata.co.id/agung/berita/623af52eea481/7-marketplace-paléng-rayek-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>

# PENIPUAN

Lèwat Online Marketplace



**Marketplace** nyankeuh saböih platform yang geupakèk lè para vendor atawa sijumlah ureueng keu peubloe produk yang akan geubloe lè ureueng. Ureueng yang na marketplace jih meuheut geusatuan ban mandum vendor yang tepat ngon pembeli keu geudorong publoe produk ngon cara lèwat saböih platform yang awaknyan po. Vendor serta penjual na cit tempat keu geupeu ék visibilitas ngon publoe produk gobnyan, dan yang po peukan meurumpök komisi dari tiep jumlah penjualan jih. bak sisi laén, toko online nyankeuh toko yang peubloe produk awaknyan ngon cara online. Ban mandum yang jipeureulèe lagè pemasaran ngon operasi ka laju jikelola le ureueng yang po situs web ngon produk. Modul ini juga akan memberikan informasi secara lengkap mengenai pengertian, macam, tujuan, dan banyak contoh dari Penipuan Pasar Online.

