



Rinitami Njatrijani, SH, M.Hum., lahir di Tegal, 17 Agustus 1961. Masuk Fakultas Hukum Universitas Diponegoro tahun 1980 dan lulus pada tahun 1985, jurusan Hukum Keperdataan. Selanjutnya mengikuti Program Pascasarjana (S2) pada Universitas Diponegoro dengan konsentrasi pada Hukum Ekonomi dan Teknologi dan lulus pada tahun 2001.

Sejak tahun 1987 sampai sekarang menjadi dosen tetap pada Fakultas Hukum Universitas Diponegoro. Saat menjadi dosen mengajar mata kuliah Hukum Bisnis, Hukum Asuransi, Hukum Transportasi, Hukum Perlindungan Konsumen, Hukum Hak Kekayaan Intelektual. Penulis juga mengajar mata kuliah Pengantar Hukum Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Pada tahun 1992 dan 1994 penulis mengikuti Penataran Dosen Hukum Dagang pada Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada. Pada tanggal 14 Agustus - 4 September 2002 mengikuti Pelatihan Sistem Informasi HKI dari Expert JODC Japan. 7 Juli - 25 Juli 2003 mengikuti Pelatihan HKI Phase II kerjasama Indonesia Australia Specialised Training Project Phase II dengan Asian Law Group Pty Ltd for The Indonesian Directorate General of Intellectual Property Rights, Ministry of Justice and Human Rights. 19 Juli - 5 Agustus 2005 mengikuti Pelatihan HKI di Japan yang diselenggarakan oleh JAPAN PATENT OFFICE. 11 November - 14 November 2008 mengikuti Bench Marking di University of Chullangkorn Thailand. Sejak 2009 sampai dengan sekarang sebagai pengajar pada Pendidikan Khusus Profesi Advokat kerjasama Peradi dengan DPC AAI Semarang dengan Program Magister Ilmu Hukum UNDIP untuk materi Organisasi Perusahaan, Merger dan Akuisisi. Tahun 2014 mengikuti Workshop Young Consumer Leader ASEAN. Tahun 2015 menjadi anggota Asosiasi Pengajar Hak Kekayaan Intelektual Indonesia.

Sebagai dosen telah menulis dan menerbitkan buku ajar Hukum Asuransi, referensi yang terkait Aktivitas E-Commerce, Hukum Transportasi, Hukum Perlindungan Konsumen, Bunga Rampai Hasil Kajian Hukum Bisnis, dan tulisan yang dimuat pada jurnal internasional sesuai bidang kajian tersebut di atas.



ISU-ISU HUKUM FINTECH

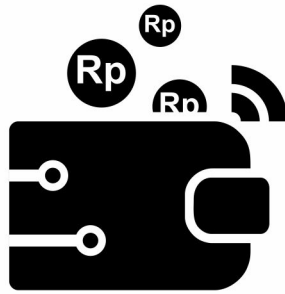


Rinitami Njatrijani, SH, M.Hum.



Yoga Pratama

ISBN 978-602-0896-83-0



ISU-ISU HUKUM FINTECH

Rinitami Njatrijani

Rinitami Njatrijani, S.H., M.Hum.

ISU-ISU HUKUM FINTECH

ISBN : 978-602-0896-83-0

Penerbit Yoga Pratama

Jl. Puspwarno Selatan No. 53 Semarang 50143

Telp. 024-7625016

e-mail : yogapratama_014@yahoo.co.id

viii, 88 hal, 155 X 230 mm

Lay-out / Setting : Apriya Heri Setiyawan

Cover : Rio Valentino

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-Undang

Dilarang mengutip, memperbanyak, dan mengedarkan sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Undang undang Nomor 28 Tahun 2014

Pasal 112

Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan perbuatan pasal 7 ayat (3) dan atau pasal 52 untuk penggunaan secara komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Pasal 113

- (1). Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf i untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- (2). Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan atau huruf h, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)
- (3). Setiap orang yang dengan tanpa hak dan atau tanpa izin pencipta atau pemegang hak melakukan pelanggaran hak ekonomi pencipta sebagaimana dimaksud dalam pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan atau huruf g, untuk penggunaan secara komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)
- (4). Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah)

Pasal 114

Setiap orang yang mengelola tempat perdagangan dalam segala bentuknya yang dengan sengaja dan mengetahui membiarkan penjualan dan atau penggantian barang hasil pelanggaran hak cipta dan atau hak terkait ditempat perdagangan yang dikelolanya sebagaimana dimaksud dalam pasal 10, dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah)

Kata Pengantar

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena berkat rahmat serta penyertaan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan judul **Isu-Isu Hukum Fintech**.

Pada saat internet pertama kali diperkenalkan, pemrakarsanya tidak pernah menduga bahwa dampaknya akan begitu dahsyat. Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampaknya oleh kehadiran internet, sektor bisnis atau perdagangan menjadi sektor yang paling cepat pertumbuhannya. Berdagang di dunia maya dengan memanfaatkan perangkat telekomunikasi kerap diistilahkan sebagai *e-commerce*. Tak hanya *e-commerce*, sektor keuangan dan perbankan juga melakukan inovasi dengan menghadirkan *fintech* yang membawa perubahan besar dalam transaksi keuangan, pinjam-meminjam, dan lain-lain yang juga banyak sekali masalah dan kendala.

Penulis berusaha untuk mendeskripsikan dengan bahasa yang mudah dapat dipahami. Di dalam bab pertama buku ini membahas mengenai bagaimana kaitan kemunculan *fintech* dengan internet.

Selanjutnya, akan dibahas secara spesifik mengenai pengertian *fintech*, sejarah perkembangan *fintech*, jenis-jenis, peran, risiko, serta perkembangan *fintech* di Indonesia. Kemudian pada bab berikutnya akan dibahas tentang isu-isu hukum *fintech* yang saat ini tengah banyak dibicarakan masyarakat, khususnya mengenai *fintech peer-to-peer lending* yang perkembangannya begitu pesat di Indonesia.

Kehadiran *fintech* tentunya berdampak pada berbagai hal, tak terkecuali *e-commerce*. Buku ini juga membahas tuntas tentang kolaborasi *fintech* dan *e-commerce*. Setelah memahami hubungan keduanya, maka penulis pun menyajikan materi tentang *e-commerce* mulai dari sejarahnya, perkembangan *e-commerce* di Indonesia, jenis-jenis transaksi *e-commerce*. Buku ini juga membahas lebih lanjut mengenai transaksi *e-commerce* mulai dari komponen, keamanan sistem *e-commerce*, *virtual account*, dan *escrow account*.

Penyelenggaraan sistem elektronik tidak terlepas dari sengketa di mana dalam hal ini berkaitan dengan penyelesaian sengketa *fintech* yang teraktual yaitu penyelesaian secara *online*, bagaimana prosedurnya, penerapannya di berbagai negara di dunia dan penerapannya di Indonesia. Agar pengetahuan pembaca semakin komprehensif maka penulis menambahkan bab tentang serba-serbi kasus *fintech* dan *e-commerce* di Indonesia berdasarkan kasus nyata dan terbaru yang terjadi di Indonesia.

Penulis mendapatkan banyak bantuan dan informasi dari berbagai sumber dalam penyusunan buku ini, khususnya saudari Winnie Sitorus SH, yang telah meluangkan waktu dalam penyusunan buku ini. Penulis juga banyak mendapat dukungan dan saran-saran dari banyak pihak. Untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, khususnya kepada suami tercinta (Alm) Nikodemus Prasojo, S.E., M.Si. yang telah memberikan dorongan untuk senantiasa berkarya. Begitu pula kepada kedua anak saya dr. Prasarita Esti Pudyaningrum dan Ratih Paramastuti, S.Gz., M.Si., menantu saya dr. Filjordan Andrisoni Immanuel Lulupoy, serta cucu saya tercinta Galendaru Kaleb Firston Lulupoy.

Penulis ucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Retno Saraswati, S.H., M.Hum., dan Dr. Tri Laksmi Indreswari, S.H., M.H. atas dorongan dan motivasi yang diberikan dalam penulisan sebuah buku monograf ini.

Buku ini penulis dedikasikan kepada para pembaca sekalian, khususnya generasi milenial dimanapun berada untuk dijadikan referensi dalam mengatasi masalah-masalah *fintech* yang terjadi di tengah-tengah masyarakat.

Akhirnya, semoga buku **Isu-Isu Hukum *Fintech*** dapat bermanfaat, umumnya bagi para pembaca dan khususnya bagi para mahasiswa. Penulis tetap terbuka menerima kritik dan saran dari para pembaca semua, guna perbaikan di masa yang akan datang.

Semarang, 1 Juli 2023

Rinitami Njatrijani, S.H., M.Hum.

Daftar Isi

Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	vii
BAB 1 Internet dan Kaitannya Dalam Kemunculan <i>Fintech</i>	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Definisi Internet	4
BAB 2 Tinjauan Umum Mengenai <i>Financial Technology</i>	5
2.1. Pengertian <i>Financial Technology</i>	5
2.2. Sejarah Perkembangan <i>Financial Technology</i>	6
2.3. Jenis-jenis <i>Fintech</i>	10
2.4. Peran <i>Fintech</i>	12
2.5. Risiko Penggunaan <i>Fintech</i>	14
2.6. Perkembangan <i>Fintech</i> di Indonesia	15
BAB 3 Isu-Isu Hukum <i>Fintech</i>	19
3.1. <i>Fintech Lending</i> (Peer-to-Peer Lending)	20
3.2. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen <i>Fintech Lending</i>	25

BAB 4	Kolaborasi <i>Fintech</i> dan <i>E-Commerce</i>	29
4.1.	Hubungan Timbal Balik antara <i>Fintech</i> dan <i>E-commerce</i>	29
4.2.	Pengaruh <i>Fintech</i> dan <i>E-commerce</i> terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.....	31
BAB 5	Sejarah dan Perkembangan <i>E-Commerce</i>	35
5.1.	Sejarah Perkembangan <i>E-Commerce</i>	35
5.2.	Perkembangan <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	36
5.3.	Jenis-Jenis Transaksi <i>E-Commerce</i>	38
BAB 6	Transaksi <i>E-Commerce</i>	43
6.1.	Komponen <i>E-Commerce</i>	43
6.2.	Keamanan Sistem <i>E-Commerce</i>	45
6.3.	<i>Virtual Account</i>	51
6.4.	<i>Escrow Account</i>	53
BAB 7	Penyelesaian Sengketa <i>Fintech</i> Secara <i>Online</i>	57
7.1.	<i>Online Dispute Resolution (ODR)</i>	57
7.2.	Perbandingan ODR di Negara <i>Common Law</i> dan <i>Civil Law</i>	59
7.3.	<i>Online Dispute Resolution (ODR)</i> dalam Strategi Perlindungan Konsumen OJK.....	63
7.4.	Hambatan dalam Penerapan ODR di Indonesia	64
7.5.	Penyelesaian Kasus <i>E-Commerce</i> dengan ODR di Berbagai Negara	67
BAB 8	Serba Serbi Kasus <i>Fintech</i> dan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	75
1.	Kasus Penyardapan di Website <i>E-commerce</i> (Putusan Nomor 252/Pid.Sus/2020/PN Smn).....	75
2.	Kasus Penagihan Paksa <i>Fintech Lending</i> PT. Baraccuda <i>Fintech</i> Indonesia (Putusan Nomor 438/Pid.Sus/2020/PN Jkt.Utr)	77
3.	Kasus Penipuan Jual Beli <i>Online</i>	79
	Daftar Pustaka.....	83

1

Internet dan Kaitannya Dalam Kemunculan *Fintech*



1.1. Latar Belakang

Pancasila sebagai dasar filsafat negara Republik Indonesia yang tercantum dalam Pembukaan UUD NRI Tahun 1945 merupakan pandangan hidup bangsa dan negara. Oleh karena itu, merealisasikannya dalam setiap aspek kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara menjadi suatu keharusan. Pancasila sebagai ideologi bersifat terbuka sehingga Pancasila bersifat aktual, dinamis, antisipatif, dan senantiasa mampu menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Sifatnya yang terbuka bukan berarti mengubah nilai-nilai dasar Pancasila, tetapi memiliki makna agar memiliki kemampuan yang lebih tajam untuk memecahkan masalah-masalah baru dan aktual.

Dewasa ini, masyarakat di seluruh dunia tak terkecuali negara Indonesia tengah mengalami fenomena globalisasi.

Pancasila sebagai dasar negara Indonesia yang bersifat fleksibel dan tidak tertutup terhadap perkembangan zaman membuka peluang bagi globalisasi. Dengan nilai-nilai yang terkandung di dalam setiap sila-sila Pancasila menjadi filter terhadap pengaruh negatif dari luar. Karena globalisasi ini membawa dampak positif dan negatif. Dampak positifnya berupa mobilitas yang tinggi, peningkatan integrasi perdagangan, memberikan efisiensi dalam berbagai bidang, dan penyebaran teknologi internet sebagai sarana komunikasi dan informasi. Melalui internet inilah masyarakat kini menjalani aktivitas sehari-hari dengan mudah dan praktis. Adapun dampak negatifnya yaitu menimbulkan perilaku konsumtif, banyak informasi negatif, dan berkurangnya rasa nasionalisme dikarenakan mudahnya masuk berbagai budaya asing, *lifestyle*, serta produk dari luar negeri.

Perkembangan jaringan internet di seluruh dunia membawa masyarakat global sampai pada tahap mobilisasi arus informasi dan teknologi yang cepat menyebar serta mempengaruhi satu sama lain. Pada berbagai bidang tentunya perkembangan teknologi dan informasi membawa dampak yang positif pada perubahan. Hal ini tampak pada bidang keuangan yakni munculnya *financial technology*. Berbagai kemudahan bisa dirasakan oleh masyarakat dengan kehadirannya, mulai dari mesin ATM (sekarang sudah bisa setor dan tarik tunai melalui ATM) hingga sekarang kehadiran *i-banking* dimana segala layanan bank kita penggunaan hanya melalui *handphone* yang terkoneksi dengan internet.

Kemunculan inovasi berbagai layanan keuangan lain seperti *peer-to-peer lending*, *crowdfunding*, dan lain sebagainya. Selain itu, saat ini sudah banyak terdapat *e-commerce* yang juga memberikan kemudahan dalam layanannya. Masyarakat bisa membeli kebutuhan apa saja melalui *e-commerce*. Jangkauannya sudah sangat luas karena melintasi batas negara. Tentu saja perangkat yang diperlukan adalah *handphone* dan internet.

Sehingga bisa dikatakan bahwa semua yang diinginkan bisa diperoleh dalam genggaman tangan.

Masyarakat semakin mudah untuk menikmati setiap layanan mulai dari bidang keuangan, perdagangan, dan lainnya dengan cepat dan praktis. Di samping itu, tentu saja ada beberapa hal yang harus diwaspadai masyarakat sebagai konsumen dari layanan keuangan diantaranya keamanan dalam bertransaksi. Memang sudah ada payung hukum dalam transaksi elektronik. Seperti Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, dan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan. Tetapi sebagai konsumen juga perlu mempertimbangkan berbagai aspek sebelum akhirnya memutuskan untuk menggunakan layanan elektronik tersebut. Ini untuk mencegah terjadinya sengketa di kemudian hari.

Penyelesaian sengketa tentunya bisa ditempuh melalui jalur non-litigasi dan litigasi. Di Indonesia sendiri, untuk penyelesaian sengketa dalam transaksi elektronik yang ranahnya tindak pidana menjadi wewenang pengadilan. Tetapi dalam ranah perdata bisa ke pengadilan atau melalui alternatif penyelesaian sengketa. Dasar hukumnya yaitu Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa serta POJK Nomor 61/POJK.07/2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Sektor Jasa Keuangan.

Saat ini, penyelesaian sengketa non-litigasi mulai banyak memanfaatkan jaringan internet yang dikenal dengan *Online Dispute Resolution (ODR)*. Sudah banyak kasus yang terjadi di luar negeri terselesaikan melalui ODR. Penerapan ODR dinilai praktis karena para pihak menyelesaikan sengketanya tanpa perlu bertemu langsung melainkan melalui media *teleconference*.

Biayanya semakin minim dan prosesnya yang cepat tetapi taktis dan solutif. Sementara jika terdapat kebuntuan dalam penyelesaiannya, para pihak bisa membawanya ke pengadilan.

Semakin merambahnya internet ke berbagai aspek kehidupan manusia membawa dampak positif dan negatif. Sebagai konsumen yang bijak, seharusnya kita tahu dan bisa mempergunakan teknologi yang ada dengan cermat agar outputnya sesuai dengan yang kita harapkan dan membawa manfaat.

1.2. Definisi Internet

Internet (*Inter-Network*) adalah sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan situs akademik, pemerintahan, komersial, organisasi, maupun perorangan.¹ Internet memungkinkan kita untuk mengakses telekomunikasi dan mencari informasi untuk jutaan pemakainya yang tersebar di seluruh dunia. Adapun Layanan internet yang tersedia saat ini seperti komunikasi langsung (*email, chat*), diskusi (*Usenet News, email, milis*), sumber daya informasi yang terdistribusi (*World Wide Web, Gopher*), *remote login*, dan lalu lintas file (Telnet, FTP), dan aneka layanan lainnya.

Internet tidak mengenal batas negara, kelas ekonomi, ideologi atau faktor faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat internet terutama diperoleh melalui kerja sama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu.

2

Tinjauan Umum Mengenai *Financial Technology*



2.1. **Pengertian *Financial Technology***

Perkembangan teknologi dan informasi dewasa ini telah merambah sampai ke berbagai bidang tak terkecuali bidang keuangan. Inovasi teknologi di bidang keuangan inilah yang dinamakan dengan teknologi finansial atau *financial technology (fintech)*. Teknologi Finansial adalah penggunaan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, dan/atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan, dan/atau efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran (Pasal 1 angka 1 Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial).

World Economic Forum (WEF) menggambarkan *fintech* sebagai pemanfaatan teknologi dan model bisnis inovatif

dalam sektor keuangan. *National Research Centre* (NDRC), di Dublin, Irlandia, mendefinisikan *fintech* sebagai “*innovation in financial services*”, bisa diartikan sebagai suatu inovasi di bidang jasa finansial.² Bank Indonesia mendeskripsikan *Financial Technology* sebagai fenomena perpaduan antara teknologi dengan fitur keuangan yang mengubah model bisnis dan melemahnya *barrier to entry*.

Fintech membawa iklim baru bagi masyarakat karena transaksi di bidang keuangan menjadi lebih praktis. Kehadiran *fintech* yang melalui perkembangan teknologi dan digitalisasi membuat kegiatan dalam sektor jasa keuangan menjadi mudah, cepat, dan fleksibel.³ Popularitas *fintech* yang saat ini menjadi sorotan dalam industri keuangan di Indonesia ditunjukkan dengan munculnya berbagai *start up fintech* yang tumbuh secara signifikan sebagai suatu entitas bisnis baru di kalangan masyarakat.⁴ Perkembangan *fintech* ini juga memberikan manfaat bagi pelaku usaha dan juga perekonomian nasional. Selain itu juga memudahkan masyarakat dalam proses transaksi keuangan seperti transfer uang, pengajuan kredit hingga transaksi perdagangan.

2.2. Sejarah Perkembangan *Financial Technology*

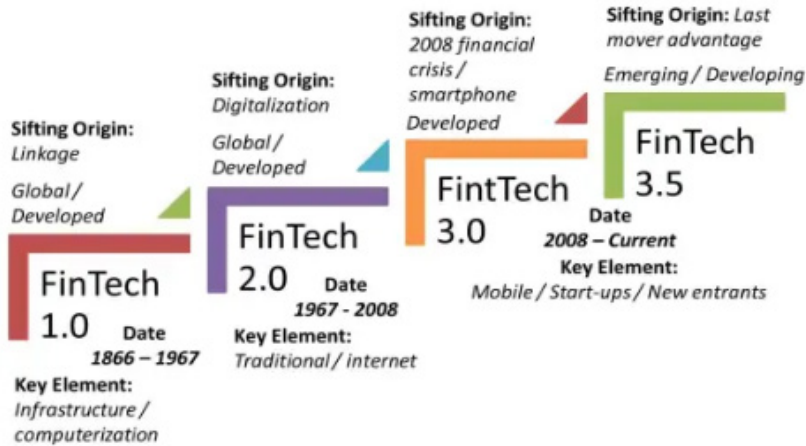
Financial Technology muncul seiring waktu yang disertai dengan perubahan pola hidup masyarakat yang menuntut segala sesuatu serba instan. Perkembangan itu sendiri dimulai dari tahun 1866. Prof Douglas W. Arner dari *University of Hongkong*, membagi perkembangan *fintech* kedalam empat era,

2 Bank Indonesia, 2015, *Booklet Keuangan Inklusif*, Jakarta, Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM, Bank Indonesia, halaman 5.

3 Rinitami Njatrinjani, 2019, *Bunga Rampai Hasil Kajian Hukum Bisnis*, Semarang : Yoga Pratama, halaman 77.

4 Rinitami Njatrijani dan Rahandy Rizki P, 2019, *Efektivitas Pengaturan Perusahaan Financial Technology Jenis Peer-to-Peer Lending di Indonesia*, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, halaman 2.

yakni sebagai berikut:



Sumber : repository.unsada.ac.id

a. *Financial Teknologi 1.0*

Terjadi pada periode 1866-1967 yang berkonsentrasi pada pengembangan infrastuktur dan komputerisasi sehingga terbentuk jaringan *global financial*. *Fintech* bermula dari perkembangan dunia analog ke dunia digital. Hal ini tentunya tidak terlepas dari perkembangan jaringan komputer dan internet.

Perang Dunia I menjadi periode awal perkembangan teknologi di bidang keuangan. Pada saat itu sangat diperlukan teknologi untuk menyampaikan informasi lintas batas dan waktu, termasuk informasi keuangan, seperti transaksi dan pembayaran di seluruh dunia. Pada periode perang dunia I muncul beberapa perusahaan berbasis teknologi seperti *International Business Machine* (IBM) pada tahun 1967. Pada tahun 1967, komunitas tersebut diperkenalkan oleh mesin ATM yang menjadi transisi dari analog ke industri digital.

Perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan mulai menggunakan teknologi dalam menjalankan kegiatan

operasionalnya, seperti BACS (*Bankers' Automated Clearing Services*); US CHIPS (*Clearing House Interbank Payments System*), SWIFT (*Society of Worldwide Interbank Financial Telecommunications*) sebagai alat dalam sistem pembayaran domestik interkoneksi lintas batas.

b. *Financial Teknologi 2.0*

Terjadi pada tahun 1967–2008 yang menekankan penuh pada penggunaan internet dan digitalisasi di sektor keuangan. Penggunaan teknologi semakin dimaksimalkan oleh lembaga keuangan secara bertahap dengan menggantikan transaksi berbasis kertas menjadi elektronik. Pada tahun 1970, muncul saham elektronik. Kemudian tahun 1980-an, bank mulai memperbarui perangkat lunak, sehingga data dapat disimpan dengan aman. Tahun 1982an, *E-Trade* membawa *Fintech* ke arah yang lebih terbuka dan inovatif dengan diperbolehkan sistem perbankan melakukan operasional secara elektronik.

Internet yang berkembang pesat tahun 1990-an mengakibatkan *fintech* semakin banyak dipergunakan. Misalnya situs *brokerage* saham *online* yang memudahkan investor untuk menanamkan modalnya. Tahun 1998, perbankan mulai mengenalkan *online banking*. *Fintech* memberi solusi untuk digunakan masyarakat dan semakin dikenal. Pembayaran yang praktis, mudah dan berbeda jauh dengan metode pembayaran konvensional. Pada tahun 2001, setidaknya 8 bank di AS telah menggunakan sistem *e-banking* dengan jumlah pelanggan *online* 1 juta pelanggan.

c. *Financial Teknologi 3.0*

Pada era *fintech* 3.0 terjadi pada tahun 2008 hingga kini. *Fintech* 3.0 merupakan era penggunaan *smartphone*

dan aplikasi perusahaan rintisan berbasis *mobile (mobile application start-up)* di sektor keuangan. Perkembangan *fintech* pada era ini tidak terlepas dari krisis keuangan global yang terjadi pada tahun 2008. Krisis keuangan global telah memiliki dua dampak besar dalam hal persepsi publik dan sumber daya manusia.⁵ Pertama ketika asal mula krisis keuangan menjadi lebih dipahami secara luas, persepsi publik terhadap bank memburuk. Kedua, pengelola memunculkan ketidakpercayaan terhadap sistem perbankan tradisional.

Masyarakat kemudian mencari alternatif pendanaan yang lebih aman dan transparan serta memberikan lebih banyak nilai dalam setiap transaksi yang dilakukan. Selain itu, meningkatnya kebutuhan konsumen untuk mengakses akun keuangan mereka dalam mengelola investasi mereka juga menyederhanakan transaksi ponsel mereka, telah mengarah pada aplikasi baru dan juga peningkatan kebutuhan keamanan untuk transaksi *online* mereka. Terjadinya perubahan mengharuskan perusahaan untuk mengubah model bisnis menjadi berorientasi kepada pelanggan, di mana produk dan layanan sesuai dengan harapan pengguna, dan jika memungkinkan melalui platform digital.

d. *Financial Teknologi 3.5*

Pada era *fintech 3.5* juga terjadi pada tahun 2008 hingga kini. *Fintech 3.5* merupakan kerjasama *fintech* sebagai pendatang baru yang berkolaborasi dengan lembaga keuangan dalam memanfaatkan perkembangan inovasi teknologi, produk, dan model bisnis, serta perilaku masyarakat.

5 Dedi Rianto Rahadi, 2020, *Financial Teknologi It Is An Emerging Industry That Uses Technology To Improve Activities In Finance*, Bogor, PT. Filda Fikriondo, halaman 20.

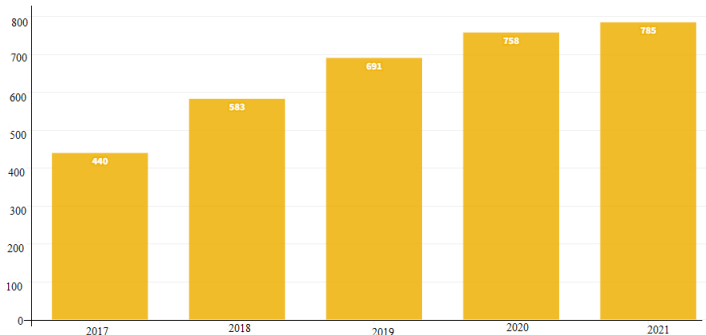
Date	1866 - 1967	1967 - 2008	2008 - Current	
Era	FinTech 1.0	FinTech 2.0	FinTech 3.0	FinTech 3.5
Geography	Global / Developed	Global / Developed	Developed	Emerging / Developing
Key elements	Infrastructure / computerisation	Traditional / internet	Mobile / Start-ups / New entrants	
Shift Origin	Linkages	Digitalization	2008 financial crisis / smartphone	Last mover advantage

Sumber : *Douglas W. Arner, Asian Institute of International Financial Law University of Hong Kong*

2.3. Jenis-jenis *Fintech*

Fintech yang menggunakan teknologi baru sehingga memberikan layanan yang cepat dan nyaman memiliki banyak manfaat. Menurut data dari OJK, Indonesia tercatat memiliki 440 perusahaan *fintech* pada 2017. Jumlahnya kemudian meningkat 32,5% menjadi 583 perusahaan setahun setelahnya. Jumlah perusahaan *fintech* kembali meningkat menjadi 691 unit pada 2019 dan 758 unit pada 2020. Angkanya naik lagi 3,56% menjadi 785 perusahaan *fintech* per September 2021.

Jumlah Perusahaan Fintech di Indonesia
(2017-2021)



Sumber: UOB, PwC, dan SFA
(*) per September 2021

Ada berbagai jenis *fintech* yang telah berkembang di Indonesia, diantaranya :

a. *Management Aset*

Platform Expense Management System membantu berjalannya usaha lebih praktis dan efisien. Semua rekapan pergantian biaya yang semula dilakukan manual, cukup dilakukan melalui aplikasi untuk persetujuan pergantian biaya tersebut. Contohnya DAM Elvis, Oodo Inventory, dan AsetKita.

b. *CrowdFunding*

Crowdfunding adalah *startup* yang menyediakan platform penggalangan dana untuk disalurkan kembali kepada orang-orang yang membutuhkan, seperti korban bencana alam. Contoh *crowdfunding* yakni kitabisa.com, amantha, LandX, Santara dan Bizhare.

c. *E-Money*

E-Money atau uang elektronik adalah uang yang dikemas ke dalam dunia digital, sehingga dapat dikatakan dompet elektronik. Uang ini umumnya bisa digunakan untuk berbelanja, membayar tagihan, dan lain-lain melalui sebuah aplikasi. Contohnya : Flazz dari BCA, Brizzi dari BRI, MTT dari PT MRT, Tap-Izy dari Telkomsel.

d. *Peer to Peer Lending*

Peer to peer lending (P2PL) adalah platform yang mempertemukan pemberi pinjaman dengan peminjam secara *online*. Layanan P2PL menyediakan mekanisme manajemen kredit dan risiko. Contoh P2PL yang terdaftar resmi di OJK adalah Kredivo, KoinWorks, Amantha, Danamas, Akseleran, Investree, Cicil dan Modalku.

e. *Payment Gateway*

Payment gateway merupakan platform *fintech* yang memberikan layanan keuangan berupa metode pembayaran atau transfer antar pengguna. *Payment gateway* pada *fintech*

menghubungkan bisnis *e-commerce* dengan berbagai bank sehingga pembeli dan penjual dapat melakukan transaksi. Bentuk lain dari layanan *fintech* dalam kategori ini adalah *e-wallet* atau dompet digital. Contoh *e-wallet* yang sering kita temui yaitu OVO, GOPAY, DANA, Shopeepay dan LinkAja.

f. *Remittance*

Remittance adalah jenis *startup* yang khusus menyediakan layanan pengiriman uang antar negara. Banyak didirikannya *startup remittance* ini dalam rangka membantu masyarakat yang tidak memiliki akun atau akses perbankan. Contohnya *Remittance BCA*, *BRIFast Remittance*, dan *BNISmart Remittance*.

g. *Manajemen Risiko Investasi*

Fintech ini memberikan layanan seperti *robo advisor* yaitu perangkat lunak yang memberikan layanan perencanaan keuangan dan platform *e-trading* dan *e-insurance*. *Robo advisor* adalah layanan manajemen investasi berbasis teknologi informasi yang menyediakan layanan manajemen portofolio secara otomatis berdasarkan algoritma untuk membantu investor dalam mengelola keuangan dan investasi tanpa melibatkan manajer investasi manusia. Contohnya, Bareksa, Cekpremi dan Rajapremi.

h. *Securities*

Saham, forex, reksadana, dan lain sebagainya, merupakan investasi yang sudah tidak asing lagi didengar. *Securities* dapat dikatakan sebagai jenis *startup* yang menyediakan platform untuk berinvestasi saham secara online. Contohnya Ajaib Sekuritas, Aldiracita Sekuritas, dan Bahana Sekuritas.

2.4. Peran *Fintech*

Fintech memiliki peran penting dalam mengubah perilaku konsumen serta ekspektasi konsumen diantaranya yaitu dapat

mengakses data dan informasi kapan saja dan dimana saja, serta menyamaratakan bisnis besar dan kecil sehingga cenderung untuk memiliki ekspektasi tinggi meski terhadap bisnis kecil yang baru dibangun.⁶ Peran *fintech* tersebut antara lain :

- a. Mendorong distribusi pembiayaan Nasional yang masih belum merata di 17.000 pulau.
- b. Membantu pemenuhan kebutuhan pembiayaan dalam negeri yang masih sangat besar.
- c. Mitigasi risiko dari sistem pembayaran yang konvensional.
- d. Meningkatkan Inklusi keuangan nasional.
- e. Menjadi alat bantu untuk pembayaran, penyelesaian/ *settlement* dan kliring.
- f. Membantu pihak yang membutuhkan untuk menabung, meminjam dana dan penyertaan modal.

Perkembangan *Fintech* tersebut juga memberikan beberapa manfaat, diantaranya: ⁷

- a. Manfaat bagi konsumen:
 - Perluasan pilihan produk;
 - Peningkatan kualitas layanan;
 - Penurunan harga.
- b. Manfaat bagi pelaku bisnis:
 - Memperpendek rantai transaksi;
 - Meningkatkan efisiensi modal dan resiliensi operasional;
 - Meningkatkan inklusi keuangan;
 - Memperlancar arus informasi.
- c. Manfaat bagi ekonomi:
 - Mempercepat transmisi kebijakan moneter;

6 Imanuel Adhitya Wulanata Chrismastianto, 2017, “*Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia*”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Edisi No.1 Vol. 20, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pelita Harapan Tangerang, hlm.134.

7 Bank Indonesia, 2016, “*Financial Technology Perkembangan dan Respons Kebijakan Bank Indonesia*”, Bank Indonesia-Fintech Office, hlm.11.

- Meningkatkan kecepatan uang beredar;
- Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

2.5. Risiko Penggunaan *Fintech*

Kehadiran *fintech* memang memberikan kemudahan untuk masyarakat. Tetapi, ada berbagai risiko yang akan dihadapi oleh masyarakat dalam penggunaan *fintech*. Diantaranya yaitu :⁸

a. Risiko dari Sudut Pandang Konsumen

➤ Keamanan Data Konsumen

Risiko keamanan data konsumen merupakan hal yang paling potensial. Dimulai dari penyalahgunaan data pengguna, penipuan bahkan pemalsuan terhadap tanda tangan digital serta kejahatan dunia maya lainnya seperti kebocoran data pengguna akibat ulah *hacker* yang hendak memperdagangkan data di situs ilegal.

➤ Risiko Kehilangan Dana

Konsumen juga sewaktu-waktu bisa kehilangan dana akibat penyalahgunaan dan penipuan.

b. Risiko dari Sudut Pandang Perusahaan

➤ Risiko Gagal Bayar

Risiko gagal bayar merupakan hal yang sangat mungkin terjadi dalam bisnis pembiayaan atau kredit. Oleh karena itu, perusahaan harus mempersiapkan diri untuk menanggung risiko gagal bayar.

➤ Pencurian Data Konsumen

Perusahaan memiliki kewajiban untuk memastikan keamanan data pengguna.

➤ Risiko Manipulasi Data Konsumen/Data Transaksi

➤ Terjadinya Kesalahan Transaksi

Fintech digital payment membutuhkan manajemen pengelolaan sistem infrastruktur teknologi informasi

8 Digits Insight, 2021, *Fintech Indonesia 101*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran, halaman 59-60.

yang handal untuk menunjang keseluruhan proses transaksi. Sistem infrastruktur meliputi *software management*, *network & connectivity management*, dan *security management*. Apabila tidak dikelola dengan baik, dapat menimbulkan permasalahan seperti kesalahan transaksi dan kesalahan nominal yang akan berdampak resiko pada konsumen maupun perusahaan.

c. Risiko dari Sudut Pandang Negara

➤ Risiko Pencucian Dana dan Aksi Terorisme

Fintech tidak hanya menguntungkan melainkan juga rentan terhadap aksi pencucian dana dan pendanaan untuk terorisme. Hal ini dikarenakan mudahnya transaksi keuangan melalui *fintech*.

➤ Segi Makro Finansial

Fintech membutuhkan validitas pemeriksaan yang ketat, hal tersebut diperlukan untuk mengurangi risiko finansial, risiko kredit, risiko *leverage*, dan risiko likuiditas. Dibutuhkan akuntabilitas dan transparansi laporan keuangan untuk membuat keamanan lebih terkendali.

2.6. Perkembangan *Fintech* di Indonesia

Perkembangan *fintech* di Indonesia dilatarbelakangi oleh berbagai hal mulai dari kondisi perekonomian, faktor geografis dan demografis, serta perubahan perilaku konsumen. Alasan tren *fintech* di Indonesia dikarenakan teknologinya yang canggih, mudah, dan praktis. Hanya dengan *smartphone*, maka layanan *fintech* bisa dinikmati kapanpun dan dimanapun. Selain itu, *fintech* juga bisa menjangkau berbagai kalangan. Bahkan saat ini *fintech* telah merambah ke ranah keuangan berbasis syariah. Beberapa perusahaan *fintech* terkemuka yang menawarkan solusi keuangan berdasarkan prinsip syariah yaitu *Beehive Fintech* yang berbasis di Dubai, Blossom Finance yang berbasis

di Jakarta, serta Kapital Boost dan Club Ethis yang berbasis di Singapura.

Keamanan *fintech* juga telah dijamin oleh OJK. Masyarakat yang tertarik menggunakannya bisa mengecek terlebih dahulu di website OJK untuk memastikan apakah layanan *fintech* yang dituju bersifat legal atau tidak. Karena apabila tidak legal, maka masyarakat sebagai konsumen akan rentan menjadi korban penipuan.

Masyarakat Indonesia membutuhkan penyediaan jasa keuangan alternatif yang lebih fleksibel, transparan, dan dapat menjangkau cakupan populasi yang lebih luas daripada layanan keuangan tradisional. Pembentukan Asosiasi Fintech Indonesia (AFTECH) dan Kantor Fintech Bank Indonesia menjadi upaya untuk memajukan inovasi di sektor keuangan. Laporan penelitian *Australian Centre for Financial Studies* pada tahun 2016 lalu menyebutkan bahwa jenis *fintech* yang mengalami pertumbuhan signifikan di Indonesia adalah P2PL.⁹ Jumlah perusahaan penyelenggara *fintech* P2PL yang telah terdaftar dan memperoleh izin resmi berjumlah 286 perusahaan per September 2020. Pelaku *fintech* Indonesia masih dominan berbisnis P2P *Lending* (55%), inovasi keuangan digital (31%), *fintech payment* (13%), dan sisanya berbentuk agregator, *equity crowdfunding* dan lain-lain. Besarnya potensi yang dimiliki membuat *fintech* perlu diberikan ruang untuk bertumbuh. Oleh karena itu, diperlukan pengaturan yang memadai mengingat risiko yang mungkin ditimbulkan.

Data Bank Indonesia menampakkan adanya peningkatan transaksi yang elektronik sebesar 43,33% pada tahun 2021. Dalam hitungan tahunan menjadi Rp 24,8 triliun. Penyaluran pembiayaan sebesar Rp 272,4 triliun

9 Kieran Garvey, et. al., "Laporan Industri Keuangan Alternatif Asia-Pasifik Ke-2: Meningkatkan Pertumbuhan" (The Australian Centre for Financial Studies Monash University bekerja sama dengan Cambridge Centre for Alternative Finance dan Tsinghua University, n.d.), https://australiancentre.com.au/wp-content/uploads/2017/09/APAC_BH_e.pdf.

dengan *outstanding* sebanyak Rp 27,9 triliun telah mampu dicapai pada sektor keuangan ini. Selama pandemi tahun ini berlangsung terdapat 52 pihak penyelenggara teknologi finansial yang tergabung dalam Asosiasi Fintech Indonesia sudah memberikan kontribusi yang membantu masyarakat yang berdampak pandemi.

Keunggulan *Fintech* secara ekonomi mempunyai peranan penting dalam menjangkau masyarakat yang belum familiar dengan layanan jasa keuangan, sehingga cita-cita dalam mewujudkan inklusi keuangan dapat tercapai melalui pemberian akses modal untuk mengembangkan potensi ekonomi yang dimiliki baik secara perorangan maupun kolektif.¹⁰ Sehingga eksistensi *fintech* secara tidak langsung dapat menjadi salah satu instrumen untuk membantu mengentaskan kemiskinan.

3

Isu-Isu Hukum *Fintech*



Era industri 4.0. memadukan teknologi sebagai sistem siber fisik (*cyber physical system/cps*) yang mengaburkan batas antara bidang fisik, digital, serta biologis. Sektor jasa keuangan sebagai bidang yang tidak luput dari pengaruh industri 4.0. Kemunculan *start up* pembayaran, peminjaman (*lending*), perencanaan keuangan (*personal finance*), investasi ritel, pembiayaan (*crowdfunding*), uang elektronik, dan lain-lain diharapkan dapat membangun ekonomi inklusif. Setiap perkembangan pasti memiliki beberapa celah kekurangan, hal ini pun dialami oleh pengguna layanan *fintech*. Diantaranya sebagai berikut¹¹ :

1. Sistem

Sistem merupakan proses yang harus dilakukan dalam menggunakan aplikasi atau *website*, tidak semua konsumen memiliki pengetahuan yang mampu memahami sistem

11 Tufrida Murniati Hasyim dan Daniel Roland Hasibuan, 2022, *Analisis Peranan Fintech Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM*, Jurnal Keunis Volume 10 No. 2, E-ISSN: 2714-7274, halaman 27.

teknologi, hal itu karena tidak adanya sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan oleh para operator *fintech* dan *e-commerce*.

2. Jaringan

Setiap teknologi digital yang tersambung jaringan tidak selalu memiliki jaringan atau koneksi yang lancar, sehingga ini menjadi salah satu masalah yang menjadi penghambat untuk meningkatkan kinerja aktivitas konsumen.

3. Pengetahuan dalam menggunakan teknologi

Konsumen memiliki jenjang pendidikan yang menjadi salah satu masalah penghambat yang membuat pengetahuan tentang *fintech* dan *e-commerce* tidak sepenuhnya dapat dipahami dan dimengerti dengan cepat.

4. *Update* aplikasi

Aplikasi mengharuskan *update* dalam rangka *maintenance* setiap periodenya membuat konsumen menjadi sangat kesulitan dan merepotkan.

Ada berbagai layanan *fintech* yang telah hadir dan dipergunakan masyarakat, namun sampai saat ini pengaturannya secara spesifik hanya ada dalam Peraturan OJK (POJK) Nomor 77 Tahun 2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi.

3.1. 3.1. Fintech Lending (Peer-to-Peer Lending)

Peer to Peer Lending atau yang biasa dikenal *P2P Lending* merupakan salah satu bentuk dari inovasi *Financial Technology*. *P2P Lending* merupakan bentuk inovasi termutakhir dalam industri keuangan karena proses pinjam meminjam dilakukan secara *online* tanpa bertemunya kreditur dan debitur, tidak perlu memberikan jaminan, dan pencairan dananya pun cepat.

Pengertian *P2P Lending* terdapat dalam Pasal 1 angka 3 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, yang berbunyi :

Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi adalah penyelenggaraan layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik dengan menggunakan jaringan internet.

Sistem elektronik merupakan sarana pinjam meminjam antara penerima pinjaman dengan pemberi pinjaman. Sistem elektronik yang dimaksud terdapat dalam Pasal 1 angka 4 POJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, yaitu :

Sistem elektronik adalah serangkaian perangkat dan prosedur elektronik yang berfungsi mempersiapkan, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menyimpan, menampilkan, mengumumkan, mengirimkan, dan/atau menyebarkan informasi elektronik di bidang layanan jasa keuangan.

P2P Lending pada hakikatnya mirip dengan perjanjian pinjam meminjam uang yang konvensional, tetapi yang menjadi pembedanya adalah para pihak tidak bertatap muka langsung, para pihak tidak wajib kenal satu sama lain dikarenakan penyelenggara lah yang nantinya akan mempertemukan para pihak secara tidak langsung sebagai perantara, dan eksekusi perjanjiannya pun secara *online*. Perjanjian pelaksanaan *P2P Lending* diatur dalam Pasal 18 POJK No. 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi, meliputi :

- a. perjanjian antara penyelenggara dengan pemberi pinjaman;
- b. perjanjian antara pemberi pinjaman dengan penerima pinjaman.

Pihak-pihak dalam layanan *P2P Lending* ada 3 (tiga) yakni penyelenggara layanan, pemberi pinjaman, dan penerima pinjaman. Penyelenggara layanan *P2P Lending* menurut Pasal 1 angka 6 POJK Nomor 77/POJK.01/2016 adalah badan hukum Indonesia yang menyediakan, mengelola, dan mengoperasikan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Selanjutnya, dalam Pasal 2 dikatakan bahwa penyelenggara adalah lembaga jasa keuangan lainnya (non-bank) dan harus berbentuk perseroan terbatas atau koperasi. Penerima pinjaman dalam layanan *P2P Lending* menurut Pasal 1 Angka 7 POJK Nomor 77/POJK.01/2016 adalah orang dan/atau badan hukum yang mempunyai utang karena perjanjian layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Syarat yang harus dipenuhi penerima pinjaman yaitu berasal dan berdomisili di Indonesia. Pemberi pinjaman dalam layanan *P2P Lending* menurut Pasal 1 angka 8 POJK Nomor 77/POJK.01/2016 adalah orang, badan hukum, dan/atau badan usaha yang mempunyai piutang karena perjanjian layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi. Pemberi pinjaman bisa berasal dari dalam dan/atau luar negeri. Dalam Pasal 6 ayat (2) POJK Nomor 77/POJK.01/2016, pemberi pinjaman bisa berupa individu warga negara Indonesia; orang perseorangan warga negara asing; badan hukum Indonesia/asing; badan usaha Indonesia/asing; dan/atau lembaga internasional.

Data yang diperoleh dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa sampai dengan 25 Agustus 2021, total jumlah penyelenggara layanan *Peer to Peer Lending* terdaftar dan berizin adalah sebanyak 116 perusahaan.¹² Untuk cara kerjanya sendiri, secara umum ada dijelaskan OJK dalam *website Sikapiuangmu.ojk.go.id/*, antara lain:

- a. Registrasi menjadi anggota, pengguna (kreditur dan debitur) melakukan pendaftaran secara *online* bisa melalui komputer atau *smartphone* yang terhubung ke internet;

12 <https://www.ojk.go.id/id/kanal/financial-technology/Pyenlenggara-Fintech-Lending-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-25-Agustus-2021>, diakses 25 Oktober 2022, pukul 15.10 WIB.

- b. *Debitur (penerima pinjaman)* mengajukan pinjaman;
- c. Platform *P2P lending* secara otomatis akan menganalisis dan menentukan *debitur yang dianggap pantas* untuk mengajukan pinjaman, ini juga termasuk penetapan tingkat risiko *debitur* tersebut;
- d. Debitur yang terseleksi akan disimpan oleh platform *P2P Lending* dalam *marketplace P2P Lending* secara *online* beserta informasi menyeluruh dari profil dan risiko debitur;
- e. Investor (kreditur) *P2P Lending* diberi kesempatan untuk menganalisis dan menseleksi calon debitur yang tercantum dalam *marketplace P2P Lending*;
- f. Kreditur memberikan pendanaan ke debitur yang telah dipilih melalui platform *P2P Lending*;
- g. Debitur membayar pinjaman tepat waktu sesuai jadwal yang diperjanjikan melalui platform *P2P Lending*;
- h. Kreditur *P2P Lending* menerima kembali dana yang telah dipinjamkan kepada debitur melalui platform.

P2P Lending merupakan solusi yang menjawab permasalahan masyarakat mengenai akses keuangan pada lembaga keuangan konvensional. Sebelumnya, ketika hendak mengajukan kredit ke bank, masyarakat harus pergi ke bank secara langsung dengan membawa berbagai persyaratan yang rumit. Itupun belum tentu pihak bank mencairkan dana nya karena mereka harus menganalisa calon debitur dengan prinsip kehati-hatian untuk mencegah kerugian yang mungkin ditimbulkan apabila debitur gagal bayar. Sehingga hal ini pun memakan waktu yang cukup lama.

Berbagai kemudahan ditawarkan kepada pengguna layanan *P2P Lending*. Namun, tentu ada isu-isu hukum yang perlu diketahui sebelum menggunakan layanan ini.

a. Risiko Gagal Bayar

Debitur yang telah terikat dengan kreditur dalam perjanjian *P2P Lending* memiliki kemungkinan yang besar

untuk wanprestasi. Debitur tidak bisa membayar kredit dikarenakan beberapa faktor, misalnya pekerjaan yang tidak stabil, penghasilan yang tidak tentu, ada biaya tak terduga, atau keadaan memaksa yang diluar kehendaknya. Risiko gagal bayar ini harus menjadi pertimbangan serius oleh kreditur sebelum memberikan kredit kepada calon debitur.

b. Bunga Pinjaman yang Tinggi

Besaran suku bunga ini ditentukan oleh platform *P2P Lending* berdasarkan hasil *scoring profile* dari debitur. Pada Oktober 2021, *Fintech P2P Lending* sepakat untuk memberlakukan tingkat bunga maksimum 0,46% per hari.¹³ Jika dikalkulasikan, selama sebulan maka debitur dikenai bunga maksimum sebesar 13,8%.

c. Membayar Biaya Layanan

Pinjaman yang telah dicairkan kepada debitur akan dikenai biaya layanan secara otomatis. Biaya layanan ini ditanggung oleh debitur. Persen biaya layanan tergantung dari tingkatan pinjaman yang diajukan. Rata-rata platform *P2P Lending* membebankan biaya platform sebesar 2% sampai 5%.

d. Jangka Waktu Pelunasan yang Singkat

Layanan *P2P Lending* umumnya adalah pinjaman jangka pendek. Hal ini cukup mempersulit masyarakat dalam pengembalian dana karena waktunya yang singkat. Ada platform yang memberikan jangka waktu 12 bulan, 20 bulan, dan paling lama 24 bulan.

e. Limit Kredit yang Rendah

Jangka waktu pelunasan yang pendek berdampak pada kecilnya jumlah pinjaman yang diberikan. Ada platform yang membatasi pinjaman sampai 20 juta dan ada yang 50

¹³ <https://bisnis.tempo.co/read/1619440/alasan-ojk-akan-beribatasan-bunga-fintech-lending-046-persen-per-hari>, diakses pada 27 Oktober 2022, pukul 10.00 WIB.

juta. Sehingga sasarannya adalah debitur yang memerlukan dana untuk kepentingan pribadi atau bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) saja.

f. Risiko Kebocoran Data Pengguna

Ketika pengguna hendak menggunakan layanan *P2P Lending*, maka diwajibkan untuk mengisi formulir data pribadi. Selain itu, jika kita mendaftar dari *handphone* akan dimintakan izin untuk akses ke galeri, kontak, kamera, dan menerima audio. Tidak menutup kemungkinan suatu saat data pengguna bocor jika ada orang yang melakukan pembobolan data secara *illegal* untuk diperjualbelikan.

3.2. 3.2. Perlindungan Hukum terhadap Konsumen *Fintech Lending*

Ada banyak permasalahan yang mungkin akan terjadi dalam layanan *P2P Lending*. POJK Nomor 77/POJK.01/2016 sebenarnya telah memberikan perlindungan hukum yang preventif untuk mencegah ataupun mengurangi kemungkinan terjadinya permasalahan hukum dalam layanan *fintech lending*. Diantaranya yaitu :

1. Pasal 18 POJK Nomor 77/POJK.01/2016. Pasal tersebut menyatakan bahwa perjanjian *peer to peer lending* harus dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis melalui dokumen elektronik. Dengan adanya perjanjian ini, maka penerima pinjaman dan pemberi pinjaman akan mendapatkan kepastian hukum.
2. Pasal 19 POJK Nomor 77/POJK.01/2016. Menurut pasal ini, penyelenggara wajib menyediakan akses informasi kepada pemberi pinjaman atas penggunaan dananya. Informasi tersebut mengenai seberapa besar dana yang dipinjamkan kepada penerima pinjaman; tujuan penggunaan dana oleh penerima pinjaman; berapa besar bunga pinjaman yang diperoleh; dan batas waktu pinjaman. Dengan adanya informasi ini, maka pemberi pinjaman

dapat mempertimbangkan dengan matang apakah dia akan memberikan pinjaman atau tidak. Hal ini merupakan penerapan dari prinsip transparansi dalam rangka memberikan perlindungan kepada pemberi pinjaman.

3. Pasal 21 POJK Nomor 77/POJK.01/2016. Penyelenggara dan pengguna harus melakukan mitigasi risiko. Yang dimaksud dengan mitigasi risiko menurut penjelasan Pasal 21 yaitu seluruh risiko yang mungkin terjadi dalam layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi, antara lain risiko operasional dan risiko kredit.
4. Pasal 29 POJK Nomor 77/POJK.01/2016. Pasal tersebut menyebutkan bahwa penyelenggara wajib menerapkan prinsip dasar dari perlindungan pengguna yaitu: transparansi; perlakuan yang adil; keandalan; kerahasiaan dan keamanan data; dan penyelesaian sengketa pengguna secara sederhana, cepat, dan biaya terjangkau. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka kemungkinan untuk terjadinya permasalahan dikemudian hari bisa dicegah.
5. Pasal 34 POJK Nomor 77/POJK.01/2016. Menurut pasal tersebut, penyelenggara harus mencermati kesesuaian antara kebutuhan dan kemampuan *users* dengan layanan yang ditawarkan kepadanya. Hal ini memberikan kepastian dan perlindungan hukum kepada penerima dan pemberi pinjaman. Penyelenggara harus menganalisis apakah penerima pinjaman memiliki kemampuan untuk membayar pinjaman serta bunganya. Jika dilaksanakan sesuai dengan prosedur, maka pemberi pinjaman akan tetap terlindungi dan penerima pinjaman juga mendapatkan bantuan pinjaman sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya untuk mengembalikan pinjaman tersebut.
6. Pasal 37 POJK Nomor 77/POJK.01/2016. Penyelenggara diwajibkan untuk bertanggung jawab bila pengguna mengalami kerugian yang timbul karena kesalahan atau kelalaian, direksi, dan/atau pegawai penyelenggara.

Pasal 18 POJK Nomor 13/POJK.02/2018 juga ada memuat ketentuan tentang perlindungan hukum preventif dalam layanan *peer to peer lending*. Pasal ini memuat ketentuan bahwa penyelenggara wajib menerapkan prinsip pemantauan secara mandiri, salah satunya yaitu prinsip manajemen risiko dan kehati-hatian. Penyelenggara wajib menginventarisasi risiko utama yang mencakup: risiko strategis; risiko operasional sistemik; risiko operasional individual; risiko pencucian uang dan pendanaan terorisme; risiko perlindungan data konsumen; risiko penggunaan jasa pihak ketiga; risiko siber; dan risiko likuiditas.

Walaupun langkah preventif telah dilakukan, tetap ada kemungkinan terjadi pelanggaran-pelanggaran. Konsumen yang merasa dirugikan dapat mengajukan pengaduan kepada penyelenggara agar sengketa yang terjadi dapat segera terselesaikan. Pasal 1 angka 6 POJK Nomor 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen Di Sektor Jasa Keuangan, menyatakan bahwa : “Pengaduan adalah ungkapan ketidakpuasan konsumen baik lisan atau tertulis yang disebabkan oleh adanya kerugian dan/atau potensi kerugian materiil, wajar dan secara langsung pada konsumen karena tidak dipenuhinya perjanjian dan/atau dokumen transaksi keuangan yang telah disepakati.” Terhadap pengaduan tersebut, penyelenggara dapat menyampaikan tanggapan (Pasal 22 POJK Nomor 18/POJK.07/2018) berupa :

- a. meminta penjelasan terkait permasalahan, jika kerugian yang dialami konsumen bukan merupakan kesalahan penyelenggara; atau
- b. meminta solusi, jika kerugian yang dialami oleh konsumen disebabkan karena kesalahan atau kelalaian dari penyelenggara.

4

Kolaborasi *Fintech* dan *E-Commerce*



4.1. Hubungan Timbal Balik antara *Fintech* dan *E-commerce*

Era digital dewasa ini ditandai dengan kemunculan perusahaan-perusahaan baru berbasis teknologi. Perusahaan tersebut biasa disebut dengan perusahaan rintisan atau *start up*. Perusahaan *start up* adalah perusahaan yang baru berdiri sehingga masih dalam tahap merintis dan bergerak di bidang teknologi dan informasi. Perkembangan perusahaan *start up* di Indonesia terus mengalami kemajuan. Jenis *start up* yang saat ini tengah digandrungi masyarakat Indonesia yaitu *Fintech* dan *E-Commerce*.

Secara singkat, *e-commerce* merupakan perusahaan yang menyediakan *platform* jual beli secara *online*. Istilah *fintech* mengacu pada perusahaan yang melakukan inovasi dengan sentuhan teknologi modern di bidang jasa keuangan. *Fintech* dan *E-Commerce* saling bersinergi satu sama lain. *E-commerce* sebagai platform jual beli *online*, sementara *fintech* sebagai

sarana untuk melakukan transaksi pembayaran di *e-commerce*. Melalui *fintech*, muncul berbagai metode pembayaran yang bisa dipergunakan sehingga masyarakat mudah dan praktis untuk melakukan transaksi. Contohnya kehadiran *internet banking*, OVO, Gopay, Shopeepay, Dana, Flip, dsb.

Perkembangan *fintech* dan *e-commerce* ini tentu memberikan banyak manfaat. Diantaranya memperbesar peluang lapangan kerja dikarenakan kemunculan *start up* ini menyerap banyak pekerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi ini akan memberi dampak berupa peningkatan taraf hidup masyarakat. Selain itu, kolaborasi antara *fintech* dan *e-commerce* bisa menjangkau masyarakat di seluruh pelosok negeri yang jauh dari perkotaan maupun yang sibuk melakukan pekerjaan karena semua transaksi dilakukan melalui telepon genggam saja.

Bisnis *fintech* dan *e-commerce* saat ini sangat menjanjikan. Menurut data yang dikeluarkan OJK, sepanjang 2021 *e-commerce* telah berkontribusi sebesar 75% terhadap ekonomi digital. Kemudian untuk *fintech* pendanaan bersama, OJK mencatat per Oktober 2021 telah mencapai Rp 272,43 triliun. Momentum pertumbuhan dari kedua bisnis tersebut akan terus meningkat dan mendorong percepatan pemulihan ekonomi Indonesia pasca pandemi. *Fintech* sebagai *game changer* karena telah mengubah pola pikir masyarakat yang dahulunya serba tunai kini menjadi *cashless*. Di sisi lain, hadirnya *e-commerce* juga berperan penting karena mengubah perilaku masyarakat dalam berbelanja, pola transaksi yang konvensional bergeser kepada cara yang praktis dan cepat.

Perubahan pola perilaku konsumsi masyarakat mengakibatkan menjamurnya toko-toko *online* di *e-commerce* sehingga perputaran uang melalui platform juga cukup besar. Nilai pasar *e-commerce* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat. Di tahun 2017, nilainya sekitar Rp 112 triliun dan di

tahun 2022 mencapai Rp 910 triliun.¹⁴ Semakin meningkatnya perilaku konsumtif masyarakat maka kebutuhan akan uang pinjaman juga semakin meningkat. Bukan hanya untuk konsumsi tapi juga sebagai modal usaha, maka kehadiran *fintech* mempunyai dampak positif. *Fintech* sebagai institusi yang mudah beradaptasi dengan penggunaan teknologi yang tinggi sehingga kebutuhan masyarakat akan mudah untuk dideteksi dan dipenuhi. Banyaknya dampak positif dari kehadiran dua *start up* ini tentunya harus diiringi dengan tanggung jawab untuk memberikan literasi digital dalam rangka melindungi konsumen.

4.2. Pengaruh *Fintech* dan *E-commerce* terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia

Meningkatnya transaksi ekonomi digital, tidak hanya mengubah perilaku masyarakat dalam pembelian produk melalui *e-commerce* tetapi juga meningkatkan perekonomian dengan berbagai produk turunannya seperti *financial technology*, dimana memiliki kontribusi kepada negara sebesar 25,9 triliun rupiah.¹⁵ *E-commerce* yang semakin masif dan didukung dengan perkembangan *financial technology* membuat masyarakat tidak khawatir akan kondisi keuangannya. Ini disebabkan layanan *e-commerce* dan *fintech* saling berkesinambungan. Walaupun tidak memiliki uang untuk bertransaksi di *e-commerce*, masyarakat bisa melakukan cicilan melalui layanan *fintech*.

Fintech merupakan salah satu faktor yang menjadi bagian dari perkembangan digital ekonomi. Berbagai bentuk *fintech* menjadi penunjang untuk memperlancar berbagai aktivitas masyarakat Indonesia diantaranya pembayaran yang dapat berupa (*digital wallets*, *peer to peer payments*), investasi

14 <https://mediaindonesia.com/ekonomi/451541/kolaborasi-fintech-dan-e-commerce-dorong-percepatan-pemulihan-ekonomi-nasional>, diakses pada 21 Februari 2023

15 N. Armilia and Y. Isbanah, 2019, "Faktor yang mempengaruhi kepuasan keuangan pengguna financial technology di Surabaya," J. Ilmu Manaj., vol. 8, no. 1, pp. 39–50.

(*equity crowdfunding, peer to peer lending*), pembiayaan (*crowdfunding, microloans credit facilities*), asuransi (*risk management*) dan lintas proses (*big data analysis, predictive modeling*), serta infrastruktur keamanan.

Pertumbuhan ekonomi dapat tercapai ketika sumber daya produktif dapat dimanfaatkan secara optimal dan dialokasikan secara merata. Tujuan pembangunan ekonomi untuk mencapai sasaran utama dalam menciptakan kesejahteraan dan mengurangi ketimpangan. Dalam proses pembangunan perekonomian Indonesia, *fintech* turut andil melalui pelayanan, produk, teknologi, yang dimilikinya bisa memberikan pengaruh pada stabilitas keuangan serta stabilitas moneter.

E-commerce merupakan sebuah wadah bagi masyarakat untuk berwirausaha, disamping *e-commerce* memberikan kemudahan masyarakat dalam menawarkan produk dan jasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa selama pandemi banyak pebisnis kecil maupun menengah yang memasarkan produk mereka secara *online*. Pendapatan yang mereka peroleh juga meningkat melalui penjualan *online*. Mereka membuka toko *online* tidak hanya di satu platform *e-commerce* saja. Biasanya mereka akan membuka cabang *online* sebanyak mungkin, melalui shopee, tokopedia, lazada, blibli, jd.id, dan sebagainya. Hal ini terkait dengan pertumbuhan ekonomi negara, semakin banyak *e-commerce* berkembang maka akan mendorong kemajuan suatu negara.

Selain menciptakan lingkungan yang mendukung lahirnya inovasi-inovasi, *e-commerce* atau model bisnis berbasis internet dapat menstimulus pertumbuhan *entrepreneur* melalui keunggulannya dalam menciptakan efisiensi dan insentif-insentif lainnya dalam bisnis.¹⁶ Misalnya jika memulai bisnis *online*, pelaku usaha tidak perlu membangun atau menyewa gedung (toko) untuk menawarkan produknya kepada konsumen. Pelaku bisnis

16 Rr. Getha Fety Dianari, 2018, *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, Jurnal Bina Ekonomi Volume 22 No 1, halaman 48.

cukup membuat sebuah *website* atau menawarkan produknya melalui *platform marketplace* tertentu yang menghabiskan biaya jauh lebih rendah daripada harus mengeluarkan biaya sewa toko sehingga dapat menekan *entry cost*.

Kelly (1998)¹⁷ menjelaskan hubungan *e-commerce* dengan pertumbuhan ekonomi. Jika pada ekonomi konvensional orang berpikir dan bertindak untuk menyelesaikan masalah, maka di era baru ekonomi orang berpikir dan bertindak untuk menemukan peluang. Dengan kata lain, inovasi memainkan peran penting. Selain inovasi, Kelly (1998) berpendapat bahwa nilai bukan bersumber dari sebuah benda atau komputer yang menjadi ikon pada ekonomi digital, melainkan tercipta dari komunikasi yang terjalin antara komputer-komputer tersebut. Dengan demikian, pertambahan nilai ekonomi terjadi hanya jika satu sama lain pengguna dalam sistem jaringan menjalin interaksi, sejalan dengan konsep ekonomi jaringan yang dikemukakan.

Kontribusi *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi juga perlu didukung oleh infrastruktur, kebijakan maupun pasar yang mampu menerima dan beradaptasi dengan sistem transaksi baru tersebut. Walaupun transaksi dapat dilakukan secara *online*, proses distribusi barang dari penjual ke *end-users* membutuhkan infrastruktur transportasi. Infrastruktur transportasi di Indonesia baik darat, laut maupun udara, masih tertinggal dibandingkan negara-negara lain yang tergabung dalam keanggotaan ASEAN. Regulasi terkait transaksi *online* telah disahkan di Indonesia pada tahun 2008 melalui Undang-Undang ITE, meskipun sebenarnya transaksi *online* di Indonesia sudah dapat diidentifikasi aktivitasnya sejak tahun 1996. Menurut laporan Symantec (2015), Indonesia menempati posisi ke-7 sebagai negara dengan aktivitas kejahatan siber tertinggi di dunia tahun 2014. Kontribusinya yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi diharapkan juga regulasi terkait *e-commerce* terus menerus diperbaharui mengikuti perkembangan jaman.

5

Sejarah dan Perkembangan *E-Commerce*



5.1. Sejarah Perkembangan *E-Commerce*

Perkembangan *e-commerce* yang terjadi saat ini menjadi satu bagian yang tidak terpisahkan dari internet. Dengan kemunculan dan perkembangan internet lah maka *e-commerce* bisa lahir hingga menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia saat ini. Teknologi awal dari internet adalah ARPANET yang diambil dari istilah *Advanced Research Project Agency* (ARPA) yang diciptakan oleh *Defense Advanced Research Projects Agency* (DARPA) pada tahun 1969 yang merupakan kelompok Penelitian Pertahanan Amerika. ARPANET menghubungkan sejumlah komputer agar dapat saling berkomunikasi satu dengan yang lainnya dan membentuk sebuah jaringan. Seiring dengan perkembangan internet yang makin canggih, pada tahun 1970-an, ditemukanlah *Electronic Fund Transfer* (EFT) yang dipergunakan dalam bidang bisnis namun masih terbatas pada perusahaan saja.

Setelah EFT, disusul oleh *Electronic Data Interchange* (EDI) yang berfungsi untuk mengirim dokumen secara elektronik. Dengan kemunculan EDI, maka faktur pembelian dan *invoice* dalam transaksi perdagangan bisa dilakukan tanpa menggunakan *hardcopy*. Perkembangan selanjutnya pada tahun 1990-an dengan kemunculan *World Wide Web* (WWW) melalui server HTTPS yaitu protokol server khusus yang menggunakan enkripsi untuk menjaga kerahasiaan data pelanggan. WWW inilah yang menjadi cikal bakal *e-commerce* di dunia. Tepatnya pada tahun 1994, *e-commerce* pertama kali diperkenalkan melalui promosi banner elektronik pada suatu *website*. Kemunculan *e-commerce* ini membuka peluang baru bagi pelaku bisnis di seluruh dunia. Sejak saat itu, *e-commerce* semakin berkembang dan berinovasi menjadi lebih canggih lagi.

5.2. Perkembangan *E-commerce* di Indonesia

Perkembangan *e-commerce* yang terjadi di belahan dunia lain juga sampai ke Indonesia. Tahun 1996, Bhinneka.com membuka platform penjualan *online* yang menjual laptop, komputer, gadget beserta aksesorisnya. Selain itu juga ada toko buku online pertama di Indonesia yaitu Sanur.com. Namun, kedua bisnis tersebut tidak berjalan dengan mulus karena guncangan dari krisis moneter. Periode 2000-2007 mulai banyak toko online yang bermunculan.

Pada era ini masih didominasi oleh *e-commerce* di bidang jual beli lelang. Diantaranya ada glodokshop.com, gadogado.net, FastnCheap, iklanbaris.co.id, datakencana, dan lain sebagainya. Layanan uang elektronik juga ikut berkembang karena jual beli harus diimbangi dengan proses pembayaran digital. Kehadiran Doku sebagai layanan uang elektronik yang beroperasi sejak 2007 memberikan inovasi baru.

Seiring berjalannya waktu, konsumen menginginkan hal baru. Mereka ingin berbelanja pada *e-commerce* yang

menyediakan produk yang asli dan berkualitas serta memiliki garansi resmi dari distributor. Selain itu, konsumen juga menuntut kepraktisan dalam berbelanja. Misalnya dalam satu *e-commerce* bisa memenuhi semua kebutuhan mereka mulai dari pakaian, gadget, peralatan elektronik, perlengkapan rumah, otomotif, peralatan hiburan dan hobi, produk kesehatan dan kecantikan, serta aksesoris. Menjawab kebutuhan konsumen tersebut, pada tahun 2008 muncullah Dinomarket.com. Pada waktu itu, dinomarket.com menjadi *e-commerce* terbaik di Indonesia. Konsep yang sama juga dijalankan oleh situs Tokopedia.com yang saat ini telah berkembang pesat dan menjadi salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia.

Inovasi selalu terjadi tiap tahunnya, demi memberikan kemudahan dan kemanfaatan untuk manusia. Bukan hanya dalam bidang jual beli saja, tapi peluang pada layanan transportasi *online* juga jadi berkembang. Tahun 2010 lahirlah Go-Jek.com dengan fasilitas antar-jemput dengan pemesanan secara *online*. Kehadiran Gojek menjadi terobosan baru yang memberikan manfaat besar.

Bagaimana tidak, sejak kemunculannya, jadi banyak masyarakat yang terbantu karena tidak perlu repot jalan kaki ke halte bus lalu transit di halte lainnya untuk naik bus selanjutnya tujuan stasiun. Dengan kehadiran ojek *online*, maka konsumen bisa menunggu di depan rumah dan akan diantar sampai tempat tujuan dengan nyaman.

Bidang penerbangan juga sudah mulai melirik *e-commerce* dalam penjualannya. Biasanya konsumen yang hendak bepergian ke luar kota atau luar negeri akan pergi ke agen tiket pesawat yang biasanya terletak di tengah kota. Letaknya yang sulit dijangkau oleh masyarakat yang tinggal di pedesaan menjadi kendala. Melihat permasalahan tersebut, muncullah Tiket.com pada tahun 2011. Tidak hanya menjual tiket pesawat tapi juga tiket kereta api. Sehingga masyarakat tidak perlu repot datang ke stasiun lagi untuk membeli tiket.

Seiring berjalannya waktu sampai sekarang, sudah banyak *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia dengan berbagai keunggulan dan pelayanan yang disediakan. Untuk situs jual beli online sudah ada shopee, olx, lazada, blibli.com, berrybenka, mataharimall, elevenia, zalora, dan hijabenka. Kemudian untuk layanan transportasi udara dan darat ada tiket.com, traveloka, dan pegi-peg.com. Untuk layanan ojek online dan pesan makanan online ada gojek, grab, maxim, uber, dan bluebird. Munculnya berbagai layanan ini tentu sejalan dengan tingkat kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat. Pada Agustus 2022, menurut data yang dikeluarkan oleh databoks.katadata.co.id, kunjungan ke shopee mencapai 190,7 juta. Kemudian, tokopedia menerima 147,7 juta kunjungan, lazada 64,1 juta kunjungan dan blibli 24,9 juta kunjungan.

Menurut data yang dikeluarkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian mencatat bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp 108,54 Triliun sepanjang kuartal I-2022. Peningkatan transaksi di *e-commerce* tidak lepas dari covid 19 yang menyebabkan masyarakat beralih ke *online shop* daripada harus berbelanja di toko secara langsung.

5.3. Jenis-Jenis Transaksi *E-Commerce*

Penggolongan *e-commerce* bisa dibedakan menjadi 7 (tujuh) macam berdasarkan karakteristiknya yaitu:

1. *Business to Business* (B2B)

E-Commerce jenis ini menggunakan EDI (*Electronic Data Interchange*) dan email dalam transaksinya. B2B *e-commerce* meliputi semua transaksi elektronik barang atau jasa yang dilakukan antar perusahaan. Pada umumnya meliputi transaksi *Inter Organizational System* (IOS). Yang memiliki karakteristik yaitu :

- a. *Trading partners*, biasanya informasi ditukarkan kepada partner tersebut karena telah memiliki hubungan yang

- cukup dekat sehingga jenis informasi yang dikirimkan disesuaikan dengan kebutuhan dan kepercayaan;
- b. Pertukaran data berlangsung berulang-ulang dan secara berkala dengan format data yang telah disepakati. Ini akan memudahkan pertukaran data dari dua *entity* yang menggunakan standar yang sama;
 - c. Salah satu pelaku dapat menggunakan inisiatif untuk mengirimkan data, tidak harus menunggu partnernya;
 - d. Model yang umum yang digunakan adalah *peer-to-peer*, dimana *processing intelligence* dapat didistribusikan di kedua pelaku bisnis.¹⁸

2. *Business to consumer (B2C)*

Jenis *e-commerce* B2C biasa dikenal sebagai mekanisme toko *online* yaitu antara *e-merchant* dengan *e-customer*. B2C lebih mudah dan dinamis sehingga berkembang dengan cepat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya toko *online* yang beredar saat ini, misalnya tiket.com, berrybenka, zalora dan lain sebagainya. Karakteristik dari B2C yaitu :

- a. terbuka untuk umum, dimana informasi disebarkan untuk umum;
- b. servis yang diberikan bersifat umum dengan menggunakan layanan sudah dinikmati masyarakat secara ramai;
- c. servis diberikan berdasarkan permohonan, dalam hal ini konsumen melakukan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan;
- d. pendekatan yang dilakukan adalah *client server*, dimana konsumen berada pada sisi *client*, dengan menggunakan *web browser* untuk mengaksesnya, dan pelaku usaha berada pada sisi server.¹⁹

¹⁸ Endang Purwaningsih, 2010, *Hukum Bisnis*, Ghalia Indonesia, Bogor, halaman 58.

¹⁹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, 2000, *Mengenal E-Commerce*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, halaman 5.

3. *Consumer to consumer (C2C)*

C2C adalah transaksi elektronik berupa barang atau jasa antar konsumen. Biasanya dilakukan melalui pihak ketiga. Karakteristik dari C2C yaitu :

- a. pada lingkup konsumen ke konsumen bersifat khusus karena transaksi yang dilakukan hanya antar konsumen saja, seperti lelang barang;
- b. internet dijadikan sebagai saran tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya;
- c. konsumen juga membentuk komunitas pengguna atau penggemar suatu produk.²⁰

4. *Consumer-to-Business (C2B)*

C2B merupakan transaksi antara individu dan perusahaan dimana individu yang menyediakan layanan jasa atau produknya kepada perusahaan. Contoh platform yang menggunakan jenis ini adalah www.istockphoto.com. yang menjual foto bebas royalti, gambar, media dan elemen desain. Kemudian ada www.mybloggerthemes.com sebuah website yang menjual ragam template blog dari berbagai pengembang template.

5. *Bussines-to-Administration (B2A)*

B2A adalah jenis *e-commerce* yang mencakup semua transaksi yang dilakukan secara online antara perusahaan dan administrasi publik. Layanan dari B2A mencakup bidang fiskal, jaminan sosial, ketenagakerjaan, dokumen hukum dan register, dan lainnya. Contoh website yang menerapkan B2A adalah pajak.go.id, allianz.com dan bpjs-online.com.

20 Sugeng Santoso, "Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUHPerdata dan Hukum Islam", dalam Jurnal AHKAM, Vol. 4.. No. 2 November 2016, halaman 223-224.

6. *Consumers-to-Administration (C2A)*

C2A adalah jenis *e-commerce* yang transaksinya dilakukan antara individu dan administrasi publik. Misalnya dalam bidang pajak yaitu konsumen melakukan pembayaran pajak. Model B2A dan C2A sama-sama terkait dengan gagasan efisiensi dan kemudahan penggunaan layanan yang diberikan untuk masyarakat oleh pemerintah, juga dengan dukungan teknologi informasi dan komunikasi.

7. *Online-to-Offline (O2O)*

O2O adalah jenis *e-commerce* yang menarik pelanggan dari saluran online untuk toko fisik. O2O mengidentifikasi pelanggan di bidang *online* seperti email dan iklan internet, kemudian menggunakan berbagai alat dan pendekatan untuk menarik pelanggan agar meninggalkan lingkup *online*. Beberapa perusahaan besar dengan pertumbuhan yang cepat seperti Uber dan Airbnb juga menjalankan bisnis mereka dengan jenis O2O. Beberapa website di Indonesia yang menerapkan jenis O2O adalah Kudo dan MatahariMall.

Selain ketujuh jenis diatas, ada juga yang dinamakan *Government to Business (G2B)* dan *Government to Citizen (G2C)*. *Government to Business* adalah bentuk dari *e-commerce* yang melibatkan pemerintah dengan perusahaan. Contohnya transaksi G2C adalah perusahaan membayar pajak secara *online* kepada pemerintah. *Government to Citizen (G2C)* merupakan *e-commerce* yang melibatkan pemerintah (baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah) dengan masyarakat umum (baik pribadi maupun kelompok, namun bukan dalam bentuk perusahaan). Contoh pemerintah suatu wilayah ingin melelang sejumlah peralatan kantor dan beberapa buah gedung kepada masyarakat umum, baik perorangan maupun kelompok.

6

Transaksi *E-Commerce*



6.1. **Komponen *E-Commerce***

Dalam mekanisme pasar *E-Commerce* terdapat beberapa komponen yang terlibat, yakni (Turban, E., & King, D., 2002)

a. *Customer*

Customer merupakan para pengguna internet yang dapat dijadikan sebagai target pasar yang potensial untuk diberikan penawaran berupa produk, jasa, atau informasi oleh penjual.

b. Penjual

Penjual merupakan pihak yang menawarkan produk, jasa dan informasi kepada para *customer* baik individu maupun organisasi. Proses penjualan dapat dilakukan secara langsung melalui website yang dimiliki oleh penjual tersebut atau melalui *marketplace*.

c. Produk

Salah satu perbedaan antara *e-commerce* dengan *traditional commerce* terletak pada produk yang dijual. Pada dunia maya, penjual dapat menjual produk digital. Produk digital yang dapat dikirimkan secara langsung melalui internet.

d. Infrastruktur

Infrastruktur pasar yang menggunakan media elektronik meliputi perangkat keras, perangkat lunak, dan juga sistem jaringannya.

e. *Front end*

Front end merupakan aplikasi web yang dapat berinteraksi dengan pengguna secara langsung. Beberapa proses bisnis pada *front end* ini antara lain: portal penjual, katalog elektronik, *shopping cart*, mesin pencari, dan *payment gateway*.

f. *Back end*

Back end adalah aplikasi yang secara tidak langsung mendukung *front end*. Semua aktivitas yang berkaitan dengan pemesanan barang, manajemen inventori, proses pembayaran, *packaging*, dan pengiriman barang termasuk dalam bisnis *back end*.

g. *Intermediary*

Intermediary merupakan pihak ketiga yang menjembatani antara produsen dan konsumen. *Online intermediary* membantu mempertemukan pembeli dan penjual, menyediakan infrastruktur, serta membantu penjual dan pembeli menyelesaikan proses transaksi. *Intermediary* tidak hanya perusahaan atau organisasi tetapi dapat juga individu. Contoh *intermediary* misalnya broker dan distributor.

h. Partner bisnis lain

Partner bisnis merupakan pihak selain *intermediary* yang melakukan kolaborasi dengan produsen.

i. *Support service*

Ada banyak *support service* saat ini beredar di dunia maya mulai dari sertifikasi dan *trust service*, yang menjamin keamanan sampai pada *knowledge provider*.

6.2. Keamanan Sistem E-Commerce

Para pelaku bisnis menggunakan teknologi *e-commerce* karena teknologi *e-commerce* telah meningkatkan reliabilitas pelaku bisnis dalam kegiatan transaksi tidak hanya karena kemudahannya, tetapi juga karena teknologi *e-commerce* sudah mulai terjangkau oleh semua pengguna Internet sehingga memungkinkan para pelaku bisnis untuk memperluas jaringan pemasarannya.²¹

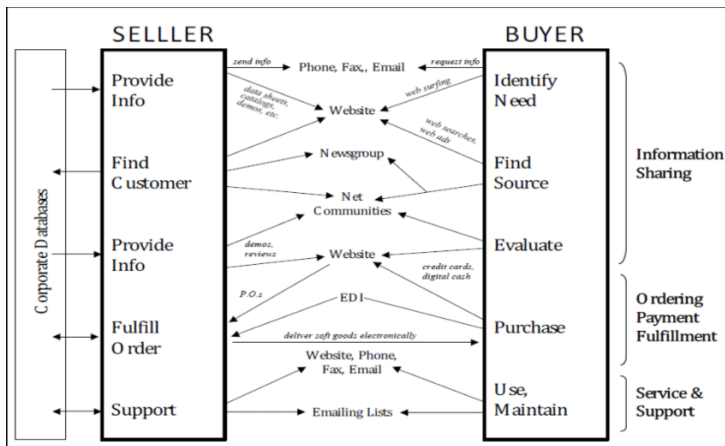
Selain memiliki sisi positif, *e-commerce* juga memiliki sisi negatif yaitu rawan tindak pidana kejahatan dunia maya (*cybercrime*) misalnya penipuan dengan cara pencurian identitas dan membohongi pelanggan, kejahatan kartu kredit, *phising*, *spammer*, dan lain-lain. Ancaman akan keamanan tersebut bisa mengakibatkan konsumen takut melakukan transaksi dan kemudian kembali ke metode tradisional dalam melakukan bisnis. Masalah tersebut bisa diantisipasi apabila sebelumnya telah terdapat kesadaran akan pentingnya keamanan oleh para pelaku bisnis *e-commerce*.

a. Mekanisme E-commerce

Mekanisme transaksi pada bisnis konvensional biasanya terjadi secara langsung ketika konsumen dan pelaku usaha bertemu. Setelah terjadi kesepakatan harga, maka konsumen akan membayar harga dan menerima barang/jasa yang ditawarkan oleh pelaku bisnis. Cara yang paling umum adalah dengan membayar langsung dengan alat pembayaran yang sah (uang) secara tunai.

21 Saputra dkk, 2017, "Pengembangan Sistem Keamanan untuk E-Commerce", Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi, halaman 17–28.

Berbeda dengan transaksi *e-commerce*, dimana konsumen dan pelaku bisnis tidak saling bertemu dan melakukan kesepakatan melalui sebuah website. Ketika sudah sepakat dengan harga maka konsumen akan membayar harga dengan berbagai metode pembayaran misalnya dengan menggunakan kartu kredit (*credit card*), transfer antar rekening, atau *e-wallet*.



Sumber : David Konsiur (1997)

Pembeli yang hendak memilih belanjaan yang akan dibeli bisa menggunakan 'Shopping Cart' untuk menyimpan data tentang barang-barang yang telah dipilih dan akan dibayar.²² Konsep *shopping cart* ini meniru fungsi dari kereta belanja yang digunakan orang untuk berbelanja di swalayan. *Shopping cart* berupa formulir dalam web, dan dibuat dengan kombinasi CGI, database, dan HTML. Barang-barang yang sudah dimasukkan ke *shopping cart* tidak harus dibeli. Pembeli bisa memasukkan barang yang menarik perhatiannya ke dalam *shopping cart* lalu membelinya dalam beberapa bulan kemudian. Data tersebut masih akan tersimpan selama persediaan barang yang diinginkan masih ada.

Pembeli yang akan membayar barang pilihannya (*checkout*) akan mengisi form transaksi. Sebelum *checkout* pembeli akan mengisi alamat pengiriman, jenis pengiriman yang dipakai, kuantitas barang yang hendak dibeli berserta harganya, dan metode pembayaran yang dipergunakan. Metode pembayaran ini beragam jenisnya, mulai dari transfer bank, bayar di tempat, *e-wallet*, hingga *credit card*. Karena informasi ini bisa disalahgunakan, maka pihak penyedia jasa *e-commerce* telah mengusahakan agar pengiriman data-data tersebut berjalan secara aman, dengan menggunakan standar *security* tertentu.

Pembeli yang telah membayar nominal barang selanjutnya tinggal menunggu penjual mengirimkan barangnya. Pihak penjual akan mengirimkan barang yang dipesan melalui jasa pengiriman langsung ke rumah pembeli. Pembeli bisa melacak *tracking* status secara langsung dengan memasukkan nomor resi pengiriman pada website jasa pengiriman tersebut. Setelah barang sampai ke tangan pembeli, proses transaksi belum selesai. Apabila barang yang diterima ternyata tidak sesuai dengan yang dipesan misalnya terjadi perbedaan model, warna, produk rusak, atau salah mengirim barang yang dipesan. Pembeli bisa mengajukan komplain kepada penjual. Pembeli yang merasa dirugikan dapat menghubungi penjual melalui website penjual disertai dengan buktinya. Untuk penyelesaiannya, penjual bisa mengirim kembali barang atau memberikan ganti rugi berupa uang kembali.

Secara prinsip, mekanisme kerja *e-commerce* (Konsiur, 1997) yaitu:

- a. Terdapat dua hal utama yang biasa dilakukan oleh konsumen di dunia maya. Pertama adalah melihat produk-produk atau jasa-jasa yang diiklankan oleh perusahaan terkait melalui websitenya. Kedua adalah mencari data atau informasi tertentu yang dibutuhkan

sehubungan dengan proses transaksi bisnis atau dagang (jual beli) yang akan dilakukan.

- b. Jika tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan, konsumen dapat melakukan transaksi perdagangan dengan dua cara. Cara pertama adalah secara konvensional seperti yang selama ini dilakukan, baik melalui telepon atau langsung datang ke tempat penjualan produk atau jasa terkait. Cara kedua adalah melakukan pemesanan secara elektronik, yaitu dengan menggunakan perangkat komputer.
- c. Berdasarkan pesanan tersebut, penjual produk atau jasa akan mendistribusikan barangnya kepada konsumen melalui dua jalur. Bagi perusahaan yang melibatkan barang secara fisik, perusahaan akan mengirimkannya melalui kurir ke tempat pemesan berada. Yang kedua, dimana disediakan bagi produk atau jasa yang dapat digitalisasi (diubah menjadi sinyal digital), produk-produk yang berbentuk semacam teks, gambar, video, dan audio secara fisik tidak perlu lagi dikirimkan, namun dapat disampaikan melalui jalur internet. Contohnya adalah *electronic newspapers*, *digital library*, *virtual school*, dan lain sebagainya.
- d. Selanjutnya, melalui internet dapat dilakukan pula aktivitas pasca pembelian, yaitu pelayanan purna jual (*electronic customer support*). Proses ini dapat dilakukan melalui jalur konvensional, seperti telepon, ataupun jalur internet, seperti email, *tele-conference*, *chatting*, dan lain-lain. Diharapkan dari interaksi tersebut di atas, konsumen dapat datang kembali dan melakukan pembelian produk atau jasa dikemudian hari (*follow-on sales*).

b. Keamanan dalam Transaksi *E-commerce*

Penggunaan *e-commerce* yang kian meningkat membuka peluang bagi oknum yang tidak bertanggung

jawab untuk melakukan pencurian data. Tetapi, pengguna tidak perlu khawatir. Ini dikarenakan sistem *e-commerce* dilengkapi dengan protokol keamanan eksternal yang di-*install* ke dalam web server. Selain itu, untuk transaksi saat ini sudah di enkripsi menggunakan *Secure Sockets Layer* (SSL). SSL menggunakan *public key encryption*, salah satu metode enkripsi yang cukup kuat saat ini. Ciri-ciri dari website *e-commerce* yang menggunakan sistem ini bisa dilihat pada awal URL digunakan *https* bukan *http*.

Ada beberapa risiko yang mungkin terjadi dalam transaksi *e-commerce* diantaranya yaitu :²³

a. Terjadinya penipuan dalam transaksi

Penipuan yang dilakukan oleh oknum nakal biasanya terjadi karena tidak adanya kehati-hatian oleh konsumen. Konsumen percaya begitu saja, tanpa melakukan banyak pertanyaan tentang bagaimana kriteria barang yang akan diterima. Di Indonesia, baik penjual maupun pembeli pernah terjerat kasus penipuan dalam transaksi *e-commerce*.

Kasus penipuan yang dilakukan oleh konsumen biasanya dalam hal pembayaran barang. Hal ini biasanya terjadi ketika konsumen hanya mentransfer setengah dari harga barang dan akan membayar kekurangannya ketika barang telah diterima. Ternyata, ketika barang telah diterima konsumen tidak menyelesaikan pembayaran dan biasanya langsung memblokir penjual baik nomor handphone maupun media sosial seperti facebook, instagram, dan lain-lain.

Kasus penipuan yang dilakukan penjual antara lain mengenai pengiriman barang. Kasus yang biasa terjadi adalah ketika konsumen telah melakukan pembayaran tetapi penjual tidak mengirimkan barang kepada konsumen.

- b. Ketidaksesuaian gambar barang dengan yang sebenarnya.

Isu ketidaksesuaian gambar barang yang ditawarkan penjual dengan barang aslinya adalah salah satu hal yang sangat sering dikeluhkan oleh konsumen *online shop*. Pasalnya barang yang diinginkan tidak sesuai dengan ekspektasi. Namun, tidak semua barang yang dibeli secara online tidak sesuai dengan gambar yang di *posting* penjual. Ada juga konsumen yang puas dengan barang yang dibeli secara *online*.

Perbedaan gambar barang yang di *posting* oleh penjual dengan barang aslinya bisa jadi dikarenakan gambar tersebut telah diedit sedemikian rupa sehingga tampak bagus. Yang harus diperhatikan bahwa harga akan sesuai dengan kualitas barang. Barang yang murah akan berbeda kualitasnya dengan barang yang memiliki harga yang mahal. Maka konsumen jangan mengeluh ketika barang yang dibeli dengan harga yang murah tapi kualitasnya tidak sebagus yang digambar.

Pemerintah Indonesia telah menerbitkan regulasi untuk melindungi konsumen yang isinya mengatur langkah preventif untuk meminimalisir kemungkinan terjadinya masalah dalam transaksi *e-commerce*. Transaksi *e-commerce* diatur dalam PP Nomor 71 Tahun 2019 Pasal 48 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik, yaitu:

1. Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan.
2. Pelaku usaha wajib memberikan kejelasan informasi tentang penawaran kontrak atau iklan.
3. Pelaku usaha wajib memberikan batas waktu kepada konsumen dan/ atau penerima kontrak untuk

mengembalikan barang yang dikirim dan/ atau jasa yang disediakan apabila tidak sesuai dengan kontrak atau terdapat cacat tersembunyi.

4. Pelaku usaha wajib menyampaikan informasi mengenai barang yang telah dikirim dan/atau jasa yang disediakan.
5. Pelaku usaha tidak dapat membebani konsumen mengenai kewajiban membayar barang yang dikirim dan/atau jasa yang disediakan tanpa dasar kontrak.

6.3. *Virtual Account*

Virtual account adalah nomor identifikasi pelanggan perusahaan yang dibuka oleh bank atas permintaan perusahaan untuk selanjutnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya (perorangan maupun non perorangan) sebagai nomor rekening tujuan penerimaan (*collection*).²⁴ *Virtual account* memiliki nomor yang unik dan berbeda sehingga ketika pelanggan telah mendaftar maka pada saat registrasi akan berbeda hasilnya dengan yang lain.

Bentuk transaksi keuangan yang sering menggunakan teknologi *virtual account* biasanya berupa transaksi yang berulang dalam periode waktu tertentu, misalnya pembayaran angsuran, iuran bulanan siswa, iuran asuransi dan lainnya. Setiap setoran ke rekening *virtual account*, pelanggan baik itu perorangan maupun non perorangan, sistem bank secara otomatis membukukan ke rekening utama perusahaan dengan mencantumkan nomor dan nama rekening *virtual account*. *Virtual account* yang dibuat oleh bank tersebut tidak memiliki jumlah tagihan yang pasti (*open payment*).

Virtual account ini memuat informasi elektronik. Informasi elektronik adalah satu atau sekumpulan data elektronik,

24 Fernando B Siahaan, 2016, *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri*, halaman 349.

termasuk tetapi tidak terbatas pada tulisan, suara gambar peta, rancangan, foto, *electronic data interchange* (EDI), surat elektronik (*electronic mail*), telegram teleks, *telecopy*, atau sejenisnya, dan lain sebagainya. Penerimaan data elektronik sebagai dokumen hukum dan alat bukti mempunyai landasan hukum yaitu Undang-Undang Nomor : 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal 5 Ayat (1) UU ITE mengatur bahwa “ informasi dan/atau dokumen elektronik dan /atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.” Pasal 5 UU ITE berbunyi :

- (1) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah.
- (2) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan Hukum Acara yang berlaku di Indonesia.
- (3) Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan Sistem Elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang ini.
- (4) Ketentuan mengenai Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tidak berlaku untuk: a. surat yang menurut undang-undang harus dibuat dalam bentuk tertulis; dan b. surat beserta dokumennya yang menurut undang-undang harus dibuat dalam bentuk akta notariil atau akta yang dibuat oleh pejabat pembuat akta.

Ada beberapa aturan di Indonesia yang mengatur tentang virtual account, antara lain :

- a. Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor/ SEOJK.05/2017 Tentang Penyelenggaraan Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi dijelaskan di poin 16, *virtual account* adalah layanan perbankan yang termasuk dalam atau bagian dari *escrow account*, berupa

nomor identifikasi pengguna jasa penyelenggara (*end user*) dan dapat dibuat oleh penyelenggara atau bank, bertujuan untuk mengidentifikasi penerimaan dan pengeluaran dana dari dan/ atau kepada suatu rekening.

- b. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 5 ayat 3 yang berbunyi Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dinyatakan sah apabila menggunakan sistem elektronik sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang.
- c. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 17 yang berbunyi :
 - (1) Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
 - (2) Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
 - (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

6.4. *Escrow Account*

Jual beli melalui rekening bersama merupakan suatu jenis perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Adapun istilah rekening bersama berawal dari istilah *escrow account* yang secara etimologis, istilah *escrow* berasal dari kata dalam bahasa Perancis *escroue* yang mengambil istilah latin *escroda* yang artinya dalam bahasa Inggris *strip of parchment*. Kemudian istilah tersebut diadopsi ke dalam bahasa Inggris menjadi *escrow*, yang semula hanya berarti gulungan kertas kulit untuk penulisan dokumen kemudian

berkembang penggunaannya untuk merujuk pada sebuah akta yang disimpan dalam sebuah *escrow*. (Pandika, Rusli:2002).

Dalam KUH Perdata diatur beberapa aturan yang mendukung pelaksanaan Rekening bersama dalam perjanjian jual beli diantaranya adalah Pasal 1320 yang mengatur tentang syarat sah nya perjanjian yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Selanjutnya, diatur juga melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Jo Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (ITE) seperti penyelenggaraan sistem rekening bersama dalam perjanjian jual beli *online* dikategorikan sebagai penyelenggaraan sistem elektronik dimana hal ini sesuai dengan Pasal 1 angka 6 UU ITE yang berbunyi “Penyelenggaraan Sistem Elektronik adalah pemanfaatan Sistem Elektronik oleh penyelenggara negara, orang, badan usaha, dan/atau masyarakat.”

Rekening bersama juga merupakan bentuk penjabaran dari makna Pasal 3 UU ITE yang berbunyi “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.” yakni dengan adanya Jasa Rekening Bersama mewujudkan asas kehati-hatian dalam melakukan transaksi jual beli secara *online*. Dalam penyelenggaraan sistem elektronik ada semacam pengaturan yang berkenaan dengan tanggung jawab dan kewajiban para penyelenggara di *marketplace*. Sehingga, apabila diperhatikan isi dari UU ITE dapat dikemukakan bahwa hal tersebut telah diatur secara jelas di dalam Pasal 15.

Dalam suatu penyelenggaraan sistem elektronik yang konsisten dan menjamin perlindungan hukum, kepastian hukum, dan keadilan hukum bagi semua pihak sesuai dengan kepentingan dan kebutuhannya masing-masing, maka dalam penyelenggaraan informasi para penyelenggara harus melaksanakan setiap unsur yang disyaratkan dan diibankan dalam undang-undang ini. Selain itu, tentunya berpulang kembali pada sistem penegakkan hukumnya dan kesadaran, kepatuhan serta budaya hukum masyarakat atau pengguna dan penyelenggara itu sendiri dalam penyelenggaraan informasi dan transaksi elektronik itu sendiri. (Abdul Halim Barkatullah, 2017:68).

7

Penyelesaian Sengketa *Fintech* Secara *Online*



7.1. *Online Dispute Resolution (ODR)*

ODR merupakan salah satu alternatif penyelesaian sengketa dengan menggunakan media elektronik dan jaringan internet dalam proses penyelesaiannya sehingga para pihak yang bersengketa tidak perlu bertatap muka secara fisik.²⁵ Sarana yang dipergunakan dalam ODR mulai dari *video conference*, *e-mail*, *chat feature*, sistem yang terotomasi (*automated system*), dan kombinasi dari fitur-fitur tersebut. Pada dasarnya mekanisme ODR diterapkan dalam layanan mediasi, negosiasi dan arbitrase yaitu sebagai berikut:²⁶

a. *Negosiasi online*

Negosiasi *online* terbagi atas dua bentuk yaitu *assisted negotiation* dan *automated negotiation*. *Assisted*

²⁵ OJK, 2017, *Kajian Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan: Online Dispute Resolution (ODR)*, Jakarta : Departemen Perlindungan Konsumen OJK, halaman 29.

²⁶ Ibid.

negotiation terjadi melalui pemberian sarana teknologi informasi yang diberikan kepada para pihak, dirancang melalui peningkatan kemampuan teknologi untuk mencapai penyelesaian. Sedangkan penyelesaian secara *automated negotiation* dilakukan melalui perbandingan antara tawaran dengan kesepakatan persetujuan dijalankan tanpa campur tangan manusia, *automated negotiation* adalah bentuk *dari assisted negotiation*, para pihak dibantu oleh komputer untuk mencapai kesepakatan tetapi di sini komputerlah yang menyelesaikan masalah tersebut. Metode ini disebut penawaran buta karena semua penawaran masih rahasia, dalam arti tidak diperlihatkan pada pihak lawan sampai mereka mendekati tingkat itu.

b. *Mediasi online*

Mediasi *online* merupakan mediasi yang dilakukan dengan menggunakan sarana komunikasi elektronik maupun internet. Pelaksanaan hasil adalah salah satu persoalan terpenting dalam bidang ODR. Negosiasi atau mediasi yang sukses menghasilkan penyelesaian antara para pihak. Penyelesaian seperti ini adalah suatu kontrak yang mengikat para pihak seperti halnya kontrak lain. Karena itu jika satu pihak gagal memenuhinya, maka pihak lain tidak mempunyai *remedy* lain selain mengajukan gugatan di pengadilan atau arbitrase.

c. *Arbitrase online*

Arbitrase merupakan suatu cara penyelesaian sengketa di luar lembaga peradilan, berdasarkan perjanjian di antara para pihak yang bersengketa dengan bantuan arbiter sebagai pihak ketiga yang netral yang dipilih oleh para pihak atau oleh suatu lembaga arbitrase yang mana putusannya bersifat *final and binding*. Sama dengan arbitrase *online* yang juga

menggunakan jasa pihak ketiga yang netral sebagai pembuat keputusan. Di dalam arbitrase online terdapat pihak keempat (*the fourth party*) yaitu teknologi yang membantu arbiter dalam melaksanakan tugasnya.

7.2. Perbandingan ODR di Negara *Common Law* dan *Civil Law*

a. *American Arbitration Association*²⁷

Salah satu lembaga arbitrase di Amerika Serikat yang telah menyediakan layanan penyelesaian sengketa secara online (ODR) yaitu *American Arbitration Association* (selanjutnya disebut dengan “AAA”). AAA dibentuk pada tahun 1926 berdasarkan Undang-Undang *Federal Arbitration Act*, yang memiliki tujuan khusus dalam membantu menerapkan arbitrase sebagai “*out-of-court solution*” untuk menyelesaikan suatu sengketa. AAA merupakan operator layanan penuh alternatif penyelesaian sengketa, menangani sengketa yang melibatkan, tetapi tidak terbatas pada, pekerjaan, hak kekayaan intelektual, konsumen, teknologi, kesehatan, jasa keuangan, konstruksi, dan konflik perdagangan internasional.

Ketika sengketa terjadi, metode *Alternatif Dispute Resolution* seperti arbitrase, mediasi, pengadilan, dan penyelesaian secara *online* yang lebih efisien dan efektif bisa memberikan jalan keluar lain yang memuaskan para pihak yang terlibat. Peran AAA dalam proses penyelesaian sengketa adalah mengelola sengketa dari pengajuan hingga sengketa tersebut terselesaikan. Pada AAA pelaksanaan penyelesaian sengketa alternatif secara *online* dilakukan secara bertahap-tahap, yakni dimana pada tahap awal para pihak yang bersengketa harus mendaftarkan diri pada *AAA WebFile* dimana para pihak dilanjutkan dengan mengisi

27 Meline Gerarita Sitompul., dkk, 2016, *Online Dispute Resolution (ODR) : Prospek Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Indonesia*, Palembang. Jurnal Renaissance Volume I No. 02, halaman 82 – 83.

formulir data diri kedua belah pihak yang bersengketa. Setelah mendaftarkan diri dan mengisi formulir, maka para pihak yang bersengketa dapat mengajukan klaim secara *online* kepada AAA melalui surat, faximile, e-mail atau cara *online* lainnya.

Para pihak harus memiliki setidaknya *e-mail* sebagai alat untuk berkomunikasi. Pihak yang mengajukan harus mengisi tanggal, nama pihak yang mengajukan, nama yang mewakili (jika berbeda), jenis bisnis, alamat, kota, negara, telepon, *fax*, *e-mail*, kemudian nama dan tanda tangan dari pihak yang mengajukan. Kemudian di halaman kedua, pihak yang mengajukan gugatan, harus mengisi pihak tergugat, alamat, e-mail, dan menceritakan sengketa yang terjadi antara para pihak. Penggugat dapat menambahkan halaman yang memuat dokumen-dokumen yang berkaitan dengan sengketa. Kemudian penggugat mengisi berapa besar jumlah tuntutan. Setelah pengisian selesai, penggugat dan tergugat (para pihak) akan menerima informasi dari AAA tentang siapa pihak netral yang ditunjuk dalam penanganan kasus dimaksud. Kemudian AAA akan menjelaskan tahapan-tahapan untuk memulai kasus tersebut secara *online*.

b. *China International Economic and Trade Arbitration Commission*

Penyelesaian sengketa melalui ODR ini diselenggarakan oleh *China International Economic and Trade Arbitration Commission* (CIETAC) berdasarkan regulasi mandiri yang dibuatnya, yaitu *CIETAC Online Arbitration Rules (CIETAC OAR)*. *Cietac ODR Center* adalah badan khusus yang dibentuk CIETAC untuk melayani penyelesaian sengketa secara *online* dan mengembangkan website yang dijadikan sebagai media penyelesaian sengketa secara *online*.

CIETAC menerima permohonan sengketa yang terkait dengan ekonomi, perdagangan, kontraktual, dan berdasarkan

perjanjian para pihak. Metode penyelesaian sengketa yang digunakan di CIETAC adalah melalui arbitrase dan mediasi secara *online*. Akan tetapi, sesuai dengan karakteristik peraturan arbitrase di CIETAC pada umumnya, penyelenggaraan arbitrase dikombinasikan dengan metode konsiliasi berdasarkan persetujuan para pihak. Arbiter CIETAC dapat menghentikan upaya konsiliasi apabila para pihak memintanya atau apabila arbiter menilai bahwa usaha konsiliasi tidak akan menghasilkan kesepakatan. Apabila konsiliasi gagal, maka akan dilanjutkan proses arbitrase.

c. *European Union*²⁸

European Commission (EC) telah mengatur mengenai ODR dalam *Regulation* (EU) No 524/2013 tentang *Online Dispute Resolution for Consumer Disputes* pada tanggal 21 Mei 2013. Melalui ketentuan tersebut, EC mengatur mengenai penyelesaian sengketa *online* terkait perdagangan antar negara yang tergabung dalam Uni Eropa (EU). Hal-hal yang diatur antara lain:

- 1) Pembentukan platform ODR
- 2) Penilaian platform ODR
- 3) Kontak ODR dan fungsinya
- 4) Pengajuan permohonan penyelesaian sengketa melalui ODR
- 5) Penyelesaian sengketa melalui ODR
- 6) Putusan ODR
- 7) Database
- 8) Akses dan kerahasiaan data para pihak

Sejak 15 Februari 2016, EU telah memiliki platform ODR yang dapat diakses melalui alamat situs <http://ec.europa.eu/odr>. Prosedur penyelesaian sengketa melalui

platform ODR sebagai berikut:

- 1) Konsumen yang tidak merasa puas dengan suatu produk mengajukan pengaduan ke pelaku usaha terkait untuk diselesaikan secara internal (IDR).
- 2) Apabila masalah tidak selesai melalui IDR, konsumen dapat mengajukan permohonan penyelesaian sengketa melalui platform ODR.
- 3) Pelaku usaha mendapatkan informasi pengaduan dan harus mengkonfirmasi dalam jangka waktu 10 hari.
- 4) Pelaku usaha memilih lembaga penyelesaian sengketa lebih dahulu sebelum konsumen. Pelaku usaha dan konsumen memiliki waktu 30 hari untuk menyepakati lembaga penyelesaian sengketa.
- 5) Lembaga penyelesaian sengketa yang dipilih memiliki waktu 90 hari untuk menetapkan putusan.
- 6) Putusan diinformasikan kepada para pihak.

Pelaku usaha yang menjual barang atau jasa secara *online* di Uni Eropa wajib untuk menampilkan e-mail dan tautan ke platform ODR Uni Eropa. Dalam hal pelaku usaha sudah memiliki lembaga penyelesaian sengketa yang spesifik di sektor terkait, maka pelaku usaha terkait juga harus menampilkan tautan ke lembaga penyelesaian sengketa terkait pada saat menyampaikan penawaran melalui e-mail dan memasukkan informasi tentang lembaga penyelesaian sengketa terkait dalam kontrak dengan konsumen.

Hal yang harus diketahui dalam penyelesaian sengketa melalui ODR di EU adalah sebagai berikut:

- a) Keputusan tidak mempunyai kekuatan hukum;
- b) Pelaku Usaha dapat menolak pengaduan yang diajukan;
- c) Pengaduan dapat diajukan oleh wakil yang bersengketa (pengacara, penasehat hukum atau orang lain seperti keluarga, teman).

Persyaratan pengaduan/sengketa yang diterima oleh EU adalah:

- a) Konsumen harus tinggal di EU;
- b) Pelaku Usaha harus didirikan di EU;
- c) Pengaduan konsumen tidak ditujukan kepada konsumen lain;
- d) Pengaduan hanya untuk pembelian barang dan jasa secara *online*;
- e) Pengaduan bukan mengenai pendidikan atau jasa kesehatan.

7.3. **Online Dispute Resolution (ODR) dalam Strategi Perlindungan Konsumen OJK²⁹**

OJK telah meresmikan Pasar Hukum LAPS SJK: POJK No.61/POJK.07/2020 dan Strategi Perlindungan Konsumen Keuangan Tahun 2013-2027 (SPKK) pada 18 Mei 2017. Visi SPKK adalah untuk menciptakan disiplin pasar (*market discipline*) di sektor jasa keuangan Indonesia, yang akan mendukung stabilitas sistem keuangan dan pertumbuhan ekonomi nasional secara berkelanjutan di Indonesia. Sedangkan misinya adalah untuk : meningkatkan kepercayaan konsumen dan masyarakat dalam setiap aktivitas di sektor jasa keuangan; memberikan peluang dan kesempatan bagi lembaga jasa keuangan untuk berkembang secara adil, efisien dan transparan; serta untuk mewujudkan konsumen yang memiliki pemahaman atas hak dan kewajiban dalam berhubungan dengan lembaga jasa keuangan.

SPKK terdiri dari 4 (empat) pilar yaitu infrastruktur, regulasi, *market conduct*, serta edukasi dan komunikasi. Keempat pilar tersebut memiliki urgensi, target dan strategi masing-masing yang harus dicapai dalam rangka mewujudkan visi dan misi SPKK. Dari keempat pilar tersebut, ODR merupakan salah satu

fokus strategi yang akan dilaksanakan untuk mewujudkan target pada Pilar I yaitu infrastruktur. ODR termasuk ke dalam strategi untuk mewujudkan LAPS di sektor jasa keuangan yang andal dan dapat dipercaya. Untuk mewujudkan hal tersebut OJK akan mendorong pelaksanaan ODR dalam penyelesaian sengketa konsumen di sektor jasa keuangan.

7.4. Hambatan dalam Penerapan ODR di Indonesia

Berikut beberapa permasalahan terkait penerapan ODR di Indonesia:³⁰

1. Permasalahan terkait regulasi.

Permasalahan ini sangat krusial dikarenakan Indonesia menganut asas hukum negatif, di mana negara dianggap tidak dapat mengatur suatu hal apabila hukum belum mengatur hal tersebut. Hingga saat ini belum terdapat pengaturan khusus mengenai ODR. Dokumen elektronik yang dapat dijadikan sebagai alat bukti yang sah juga masih seringkali menjadi perdebatan, bergantung pada bagaimana penafsiran masing-masing ahli/pihak. Sehingga apabila Indonesia akan menerapkan ODR dalam sistem penyelesaian sengketa maka harus terlebih dahulu menyusun regulasi terkait ODR agar tidak terjadi kesalahan dalam penerapannya.

2. Budaya masyarakat Indonesia yang masih tradisional dan konvensional.

Berdasarkan *international best practice* yang ada, ODR diperuntukan untuk transaksi perdagangan yang dilakukan melalui sarana online atau perangkat elektronik. Walaupun perkembangan transaksi perdagangan elektronik Indonesia dapat dikategorikan berkembang pesat, budaya masyarakat Indonesia tidak dapat secara penuh lepas dari budaya konvensional. Masyarakat Indonesia cenderung lebih menyukai bertatap muka dalam bertransaksi, menyampaikan

30 OJK, *Op.cit.*, hlm. 44.

pendapat atau menyelesaikan permasalahan. Hingga saat ini, masyarakat juga masih melakukan transaksi secara konvensional atau tradisional yaitu dengan menggunakan kertas yang ditandatangani. Hal tersebut juga karena regulasi yang masih belum mengakomodir secara jelas kedudukan dokumen elektronik sehingga masyarakat dan PUJK masih ragu untuk menggunakan dokumen elektronik. Kejelasan ketentuan mengenai legalitas tandatangan elektronik juga belum diputuskan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika.

3. Infrastruktur yang belum mendukung.

Salah satu faktor yang penting untuk diperhatikan adalah kondisi infrastruktur yang belum mendukung. Akses ODR masih belum dapat dinikmati oleh setiap kalangan masyarakat di seluruh wilayah Indonesia. Bahkan tidak hanya dari sisi masyarakat, sampai dengan saat ini masih terdapat beberapa PUJK yang belum memiliki infrastruktur untuk melakukan komunikasi secara lancar melalui piranti elektronik seperti e-mail dan telepon.

Salah satu kekhawatiran dalam penerapan ODR oleh lembaga penyelenggara adalah apakah layanan ODR dapat diterima oleh masyarakat, sedangkan kekhawatiran dari konsumen adalah apakah institusi dapat dipercaya atau tidak, apakah keputusan yang dibuat arbiter *online* akan mengikat orang-orang dan dapat ditegakkan sebagai keputusan pengadilan. Untuk mengatasi hal itu, *American Bar Association Task Force* membuat sebuah panduan bagi penyedia layanan ODR untuk melindungi konsumen sebagai berikut:

1) Transparansi dan menyediakan sarana informasi yang memadai

Seluruh informasi apapun bentuknya harus akurat dan benar-benar diungkapkan, harus ditampilkan secara jelas dan

sederhana, mudah diidentifikasi dan diakses, menampilkan poin yang paling penting serta mudah dicetak dan diunduh.

2) Pengungkapan informasi

Penyedia ODR seharusnya mengungkapkan informasi seperti kontak dan informasi organisasi, syarat dan ketentuan, penjelasan pelayanan / proses yang dilakukan penyedia ADR, dan setiap prasyarat untuk menggunakan layanan tersebut.

3) Menggunakan teknologi dan lingkungan *online*

Penyedia ODR harus mengungkapkan fasilitas teknologi yang tersedia. Misalnya memiliki fasilitas yang dapat menampung pihak dalam Bahasa yang berbeda, dapat menggabungkan audio dan *video streaming*, dapat memfasilitasi pihak yang disabilitas atau tingkat literasi rendah, melindungi kerahasiaan para pihak, serta dapat diakses dari mana pun dan kapan pun.

4) Biaya dan Pendanaan

Pengungkapan biaya di muka, seberapa besar porsi biaya setiap pihak yang akan ditanggung, pengungkapan sumber pendanaan jika para pihak tidak diharuskan membayar sama sekali merupakan hal yang penting.

5) Ketidakberpihakan

Penyedia ODR harus mengungkapkan hubungannya dengan organisasi lain (seperti asosiasi dagang), proses seleksi pihak netral (kelayakan dan kualifikasi netral), dan standar etika pihak netral.

6) Kerahasiaan, privasi, dan keamanan informasi

Institusi ODR harus menjelaskan kebijakan privasi mereka dan kerahasiaan informasi yang melindungi konsumen oleh penyedia ODR.

7) Kualifikasi dan tanggung jawab pihak netral

Penyedia ODR harus mengungkapkan syarat kualifikasi minimum bagi pihak netral seperti tingkat pendidikan,

pengalaman sebelum ADR dan apakah penyedia ODR menyediakan pelatihan tambahan untuk pihak netral dalam menggunakan sistem *online*. Pengungkapan perihal *conflict of interest* dan apa langkah yang dilakukan penyedia ODR dalam menangani kasus jika pihak netral tidak menaati kode etik.

8) Akuntabilitas untuk penyedia ODR dan netral

Penyedia ODR seharusnya mengungkapkan langkah-langkah yang mereka ambil untuk meminta pihak netral dalam memenuhi tanggungjawab, menjaga komunikasi dengan para pihak, dan bertindak sesuai dengan petunjuk etika yang ditetapkan. Selain itu, juga harus mengungkapkan langkah yang bisa diambil partisipan untuk mengajukan keluhan apabila pihak netral gagal dalam mematuhi persyaratan etika.

9) Penegakan hukum

Institusi ODR seharusnya mengungkapkan langkah yang mereka ambil untuk memastikan penegakan hukum secara tepat dan cepat serta apakah mereka bekerja sama dengan petugas penegak hukum atau tidak sehingga kasus kecurangan dapat dideteksi dan diadili.

10) Yurisdiksi dan pilihan hukum

Penyedia ODR seharusnya mengungkapkan yuridiksi, dimana keluhan terhadap penyedia ODR dapat diajukan serta batasan yuridiksi yang relevan.

7.5. Penyelesaian Kasus *E-Commerce* dengan ODR di Berbagai Negara

a. *eBay* - www.ebay.com

Terdapat 60 juta konflik yang terjadi di antara para pedagang di *eBay* diselesaikan setiap tahun dengan menggunakan ODR. Ada dua proses utama untuk

penyelesaiannya. Untuk sengketa non-pembayaran oleh pembeli atau keluhan pembeli bahwa barang yang dikirim tidak sesuai dengan deskripsi, para pihak awalnya didorong untuk menyelesaikan masalah itu sendiri melalui negosiasi *online*. Mereka dibantu melalui pemberian saran praktis tentang cara menghindari kesalahpahaman dan mencapai resolusi.

Terdapat juga petunjuk yang diberikan untuk standar yang digunakan *eBay* dalam menilai kelayakan keluhan. Jika perselisihan tidak dapat diselesaikan dengan negosiasi, maka *eBay* menawarkan layanan penyelesaian di mana, setelah para pihak memasuki area diskusi untuk menyampaikan argumen mereka, anggota staf *eBay* menentukan hasil yang mengikat berdasarkan Jaminan Uang Kembali. Proses *e-adjudication* ini merupakan cara yang cepat dengan batas waktu yang singkat.

Klaim harus diberitahukan ke *eBay* dalam waktu 30 hari sejak tanggal pengiriman terakhir dan untuk mendorong kesempatan penuh untuk penyelesaian sendiri, lebih awal dari 8 hari sejak keluhan pertama kali diajukan kepada penjual. Perselisihan atas umpan balik (ulasan oleh pembeli penjual), yang dapat mencakup ulasan yang mungkin mengarah pada klaim pencemaran nama baik berbasis pengadilan, ditangani oleh perusahaan independen bernama *Net Neutrals*. Layanan ini disebut *Independent Feedback Review* (IFR). Menggunakan ruang diskusi terpisah untuk setiap perselisihan, *Net Neutrals* akan meninjau bukti dari kedua belah pihak, mendengarkan setiap argumen, dan menentukan apakah umpan balik memenuhi salah satu dari empat kriteria penghapusan. Itu prosesnya memakan waktu tujuh hari dan *eBay* menghapus umpan balik sambil menunggu hasilnya.

Operasionalnya hanya di Belanda, proses penyelesaian *crowd-sourcing* baru untuk perselisihan umpan balik

adalah tersedia untuk salah satu anak perusahaan *eBay*, *Marketplaats.nl*. Setelah argumen telah didengarkan satu per satu, 21 juri dipilih secara acak dari panel sukarelawan pengguna *Marketplaats.nl*. dan ditampilkan rincian sengketa. Pembeli diberi waktu 7 hari untuk menanggapi dan penjual memiliki waktu 2 hari untuk menjawab atau membantah. Para juri, setelah itu, memiliki waktu 10 hari untuk meninjau dan mereka mengeluarkan keputusan apakah umpan balik harus ditarik. *Marketplaats.nl*. bertindak sesuai dengan keputusan mayoritas.

- b. *Financial Ombudsman Service* - www.financial-ombudsman.org.uk

Layanan Ombudsman Keuangan Inggris (*The UK Financial Ombudsman Service*) didirikan berdasarkan undang-undang pada tahun 2000 sebagai badan ADR di sektor jasa keuangan. Fungsinya untuk menyelesaikan sengketa antar konsumen dan bisnis keuangan yang berlokasi di Inggris dengan cepat dan dengan formalitas minimum. Proses kerja untuk penyelesaian kasusnya dirancang berdasarkan prinsip bahwa perselisihan biasanya paling baik diselesaikan sedini mungkin dan sebagian besar masalah dapat diselesaikan tanpa perlu keputusan formal oleh ombudsman.

Setelah keluhan masuk, prosesnya diarahkan resolusi awal dan informal. Orang yang menangani kasusnya (*adjudicators*) berusaha untuk memfasilitasi perdamaian penyelesaian perselisihan antara kedua belah pihak, biasanya menghasilkan surat perjanjian dan *adjudicator* akan memberikan pandangan kepada mereka tentang solusi yang adil. Jika kedua belah pihak setuju (yang biasanya terjadi pada sekitar 90% kasus), sengketa diselesaikan. Tapi salah satu pihak mungkin tidak setuju dan meminta kasus tersebut untuk dirujuk ke ombudsman untuk penentuan akhir.

Layanan ini telah menguji cara kerja baru yang memungkinkan penyelesaian beberapa perselisihan lebih informal dan cepat yaitu, dalam hitungan jam dan hari. Keputusan ombudsman dapat diterima atau ditolak oleh seorang konsumen, tetapi jika seorang konsumen menerima keputusan maka itu adalah mengikat. Keputusan-keputusan ini tidak dapat diajukan banding, tetapi tunduk pada peninjauan yudisial. Pada 2013, *the Financial Ombudsman Service* menyelesaikan 518.778 sengketa, dimana 487.749 diselesaikan oleh juri dan 31.029 oleh Ombudsman.

c. *Online Schlichter* - www.online-schlichter.de

Schlichter Online adalah layanan mediasi *online* untuk *e-commerce Business-to-Consumer* (Bisnis-ke-Konsumen) dan sengketa penjualan langsung. Ini telah dijalankan oleh *the German-French European Consumer Centre* (ECC) di Kehl/Strasbourg sejak 2009 dan telah dibiayai oleh *the Ministry of Justice/Consumer Protection* dari enam pemerintah daerah Jerman. Tujuannya adalah untuk meningkatkan akses memperoleh keadilan dan mengurangi jumlah kasus yang sampai ke pengadilan. *Schlichter Online* juga telah menerima dana dari asuransi hukum dan badan standar (*Trusted Shops* dan DEVK) dan penjualan langsung asosiasi, badan keanggotaan (*Bundesverband Direktvertrieb*).

Layanan ini gratis untuk kedua pihak dan mediator/ penasihat adalah pengacara independen di ECC. Ada cukup banyak penekanan ketika menganalisis kasus dari awal dan memberikan kedua belah pihak dengan nasihat hukum dan evaluasi posisi hukum mereka, dengan demikian mengoreksi harapan yang tidak berdasar tentang hak mereka. Nasihat *online* ini sebagian diotomatisasi dengan menggunakan *textual building blocks and decision trees*. Nasihat dan evaluasi ini sering kali membantu mencapai

penyelesaian awal.

Mediator memberikan rekomendasi yang tidak mengikat. Sekitar dua pertiga dari semua kasus, kedua belah pihak menerima rekomendasi dan kasus diselesaikan. Pada tahun 2014 sekitar 1500 kasus diajukan ke *Schlichter Online* (1142 pada 2013, dan 859 pada 2012). Durasi rata-rata dari pengarsipan hingga penerimaan rekomendasi adalah 60 hari. Sekitar 28% kasus berurusan dengan non-pengiriman barang, 21% kasus menyangkut barang cacat, dan 17% perselisihan menyangkut konsumen menarik diri dari kontrak. Tingkat penyelesaiannya yang tinggi membuktikan keberhasilan teknik ini.

d. *Cybersettle* - www.cybersettle.com

Cybersettle, beroperasi di AS, mengembangkan perangkat lunak untuk menyediakan layanan *blind bidding*. *Blind bidding* adalah sebuah proses yang dirancang untuk mempercepat negosiasi ketika semua yang dipersengketakan adalah tentang seberapa besar hutang. Penggugat dan tergugat masing-masing mengajukan jumlah klaim ganti rugi tertinggi dan terendah yang akan diterima oleh mereka. Jumlah ini tidak diungkapkan tetapi jika dua rentang tumpang tindih, penyelesaian dapat dicapai, yaitu menggunakan nilai tengah. *Cybersettle* menangani lebih dari 200.000 klaim dengan nilai gabungan lebih dari \$1,6 miliar, dan Kota New York menggunakan ini untuk mempercepat proses penyelesaian mereka.

Lebih dari 1.200 klaim diajukan dan tingkat penyelesaian 66% dalam waktu 30 hari setelah pengajuan, penghematan biaya litigasi sebesar \$11,6 juta, dengan rata-rata pengurangan waktu penyelesaian sebesar 85%. Sistem serupa telah dikembangkan di masa lalu, seperti *The Mediation Room* di Inggris. Namun, saat *Cybersettle*

memperoleh paten di seluruh dunia, beberapa sistem pesaing ditutup. Saat ini ada layanan *blind bidding* baru, *TryToSettle.com*, diluncurkan pada tahun 2014 di Amerika Serikat, di bawah lisensi yang diberikan oleh *Cybersettle*. Sebuah perusahaan Kanada, *SmartSettle.com*, menawarkan versi penawaran bertahap yang lebih sederhana dari *blind bidding*.

- e. *Canadian Civil Resolution Tribunal* – www.civilresolutionbc.ca

The Civil Resolution Tribunal adalah pengadilan *online* yang diluncurkan pada tahun 2015 di British Columbia, Kanada. Diatur dalam *The Civil Resolution Tribunal Act* 2012. Pengadilan *online* sebagai jalur alternatif untuk penyelesaian gugatan kecil melalui proses yang diharapkan lebih nyaman dan lebih murah. Pengadilan ini akan menangani klaim (di bawah 25.000 dolar Kanada) yang berkaitan dengan utang, kerusakan, pemulihan properti pribadi, dan beberapa jenis sengketa *condominium*. Pengadilan *online* tidak akan menangani sengketa yang berkaitan dengan tanah.

Pengadilan *online* akan beroperasi dalam beberapa tahap, yang pertama, fasilitas tersebut akan membantu pengguna menemukan kemungkinan solusi. Kemudian, para pihak akan diminta untuk menggunakan platform negosiasi *online* pengadilan, yang tunduk pada jadwal singkat dan didukung oleh *template* untuk pernyataan dan argumen. Jika penyelesaian tidak tercapai, maka kasus pengadilan akan menunjuk pihak ketiga untuk membantu para pihak menyelesaikan perselisihan mereka melalui proses mediasi yang akan dilakukan secara *online* atau melalui telepon. Jika para pihak tidak menyelesaikan melalui proses mediasi ini, mereka kemudian akan diundang untuk menyetujui tahap

ajudikasi ketiga dan terakhir. Hakim akan menghubungi para pihak melalui platform *online*, melalui telepon, atau, bila perlu, melalui konferensi video, dan kemudian akan membuat keputusan yang bersifat *final* dan mengikat.

8

Serba Serbi Kasus *Fintech* dan *E-Commerce* di Indonesia



1. Kasus Penyadapan di Website *E-commerce* (Putusan Nomor 252/Pid.Sus/2020/PN Smn)

Kasus ini terjadi di Sleman, Yogyakarta yang diputus oleh majelis hakim pada 01 Juli 2020. Terdakwanya sebut saja Andi didakwa melakukan tindak pidana : “dengan sengaja dan tanpa hak melakukan intersepsi atau penyadapan atas informasi elektronik dalam suatu sistem elektronik tertentu milik orang lain” sebagaimana diatur dan diancam pidana dalam Pasal 31 ayat (1) jo. Pasal 47 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Kronologi kasusnya berawal dari tahun 2017 s/d awal 2020 bertempat di Singosari Ds. Jombor Baru No.03 Sinduadi Mlati Kab.

Sleman DIY, pemilik domain website www.rest-api.web.id telah melakukan akses ilegal terhadap website *e-commerce* yang ada di berbagai negara dengan menggunakan malware (virus) sehingga data pribadi kartu kredit pembeli yang telah mengakses website *e-commerce* tersebut juga didapat oleh pemilik domain website www.rest-api.web.id. Dengan bantuan Interpol maka dilakukan identifikasi dan pengambilan sampel dari berbagai sumber yang terkait dengan situs web *e-commerce* yang berpotensi terinfeksi dan secara infrastruktur milik penjahat/hacker sebagai *CnC (Command and Center) Mallware JS-SNIFFER*.

Kode program malware yang digunakan pelaku kepada beberapa website *e-commerce*, menyebabkan terjadi pencurian data/informasi elektronik terbukti dengan data yang terkirim ke website pelaku dan hal itu merupakan hal yang *illegal*. Andi mengelola website www.rest-api.web.id yang mengirimkan malware dengan *script* tertentu ke beberapa website *e-commerce* di berbagai Negara sehingga website *e-commerce* yang menjadi korban tersebut akan terinfeksi malware yang dikirim oleh terdakwa dan beberapa data dari website *e-commerce* tersebut terkirim ke website www.restapi.web.id.

Data yang diambil atau dipindahkan oleh Andi adalah data pemilik kartu kredit berupa nama pemilik kartu kredit, nomor kartu kredit, alamat, jenis kartu kredit, alamat email dan data-data lainnya. Yang menjadi korban pencurian data yaitu Stevan yang terdakwa peroleh dari website *e-commerce* <http://www.fullthrottlespeed.com> dan data milik Bagus. Bukan hanya mengambil atau memindahkan data kartu kredit, pelaku juga melakukan pembelian *online* menggunakan data kartu kredit milik Stevan untuk membeli 1 buah laptop *alienware*. Selain itu, ada sekitar ratusan data kartu kredit yang telah diambil oleh pelaku yang masuk ke dalam website www.rest-api.web.id. Data-data kartu kredit tersebut ada yang dijual dan ada yang pelaku gunakan untuk pembelian *online*. Dia melakukan perbuatannya tersebut tanpa sepengetahuan dan tanpa ijin dari pemilik kartu kredit dan tanpa ijin pihak yang berwenang.

Berdasarkan bukti-bukti yang ada, maka hakim menjatuhkan putusan kepada terdakwa Andi yaitu :

- Menyatakan terdakwa telah terbukti secara sah dan meyakinkan bersalah melakukan tindak pidana dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan intersepsi atau penyadapan atas informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dalam suatu komputer dan/atau sistem elektronik tertentu milik orang lain;
- Menjatuhkan pidana kepada terdakwa oleh karena itu dengan pidana penjara selama 6 (enam) bulan dan denda sejumlah Rp5.000.000,00 (lima juta rupiah) dengan ketentuan apabila denda tersebut tidak dibayar diganti dengan pidana kurungan selama 2 (dua) bulan;
- Menetapkan masa penangkapan dan penahanan yang telah dijalani terdakwa dikurangkan seluruhnya dari pidana yang dijatuhkan;
- Menetapkan terdakwa tetap ditahan;
- Menetapkan barang bukti (tertera dalam berkas perkara);
- Membebankan kepada terdakwa membayar biaya perkara sejumlah Rp2.000,00 (dua ribu rupiah);

2. Kasus Penagihan Paksa *Fintech Lending* PT. Baraccuda *Fintech* Indonesia (Putusan Nomor 438/Pid.Sus/2020/PN Jkt.Utr)

Kasus ini berawal di bulan Agustus 2019 korban Ibrahim menerima pesan SMS dari Dompot Kartu (aplikasi *fintech lending* produk dari PT. Baraccuda Fintech Indonesia) yang menawarkan pinjaman uang secara *online* (via internet) kepada Ibrahim, kemudian karena sedang membutuhkan uang maka dia mengklik *link* yang ada di SMS tersebut. Selanjutnya dialihkan ke *playstore* (aplikasi) dan disuruh *download* aplikasi Dompot Kartu. Ibrahim mengunduhnya melakukan registrasi sebagai persyaratan untuk dapat melakukan pinjaman secara *online* dengan mencantumkan nama, alamat tinggal, alamat kantor, nomor telepon, slip gaji, NPWP dan kartu keluarga,

setelah diarahkan untuk foto KTP dan foto selfi (foto diri sendiri dengan menggunakan HP) agar wajahnya terlihat.

Ibrahim mengajukan pinjaman *online* di aplikasi Dompet Kartu tersebut dengan pinjaman sebesar Rp 1.500.000. Pinjaman disetujui oleh dompet kartu namun dia hanya menerima sebesar Rp 1.050.000. Pinjaman tersebut harus dilunasi dalam jangka waktu 14 hari. Namun kurang dari H-1 (kurang satu hari) jatuh tempo pembayaran ada seseorang yang menelpon Ibrahim untuk mengingatkan bahwa pinjaman akan jatuh tempo pembayarannya.

Pada hari berikutnya, Ibrahim juga ditelpon agar segera melunasi pinjaman karena telah dikenakan denda. Dia pun melunasi pinjaman tersebut sebesar Rp 7.960.000. Kemudian pada tanggal 03 Desember 2019 dia menerima *WhasApp* yang mengatakan “saya datang, bayar utang atau transfer”, dan mengancam dengan perkataan kalau tidak bayar dan tidak ada bukti bayar, penagih akan menghubungi keluarga Ibrahim dan menghubungi refrensi terhadap kontak telepon teman yang telah diberikan saat melengkapi persyaratan pinjaman tersebut. Bukan omongan belaka karena seseorang memang benar-benar menghubungi keluarga Ibrahim dan teman-temannya. Ternyata penagih juga melakukan percakapan (*Chat*) dengan kata-kata kasar dan mengancam yaitu akan membunuh dan dimutilasi, jika tertangkap akan dibacok, di tantang untuk membawa sajam untuk bunuh-bunuhan.

Hal ini tentu sangat merugikan Ibrahim sebagai pengguna *fintech lending*, selain diteror terus menerus dia juga diancam akan dibunuh. Perbuatan penagih pinjaman sudah melewati batas dan masuk ranah pidana. Selain itu, PT. Barracuda Fintech Indonesia ternyata memberikan informasi digital melalui aplikasi berupa keterangan bahwa pelaku usaha dalam menjalankan usahanya yaitu memperdagangkan jasa pinjaman *online* melalui aplikasi Dompet Kartu telah diatur dan diawasi oleh OJK. Namun, operasional perusahaan ternyata tidak sesuai dengan POJK 77/2016 karena pelaku usaha tersebut tidak memiliki ijin dari OJK. Sehingga aplikasi Dompet Kartu yang katanya telah diatur dan diawasi oleh OJK hanya bualan semata untuk meyakinkan calon nasabah.

Penagih yang melakukan ancaman kepada Ibrahim dikenai pidana penjara selama 1 (satu) tahun dan denda sejumlah Rp.70.000.000,00 (tujuh puluh juta rupiah) dengan ketentuan apabila denda tersebut tidak dibayar diganti dengan pidana kurungan selama 2 (dua) bulan berdasarkan Pasal 45 ayat (4) Jo. Pasal 27 ayat (4) Undang-undang RI Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

3. Kasus Penipuan Jual Beli *Online*

Kasus pertama terjadi di Kabupaten Barru Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2020.³¹ Kronologi kasusnya yaitu korban C dan pelaku ACH telah melakukan kesepakatan lewat media *online* untuk transaksi jual beli masker sensi yang telah diunggah pelaku lewat aplikasi media sosial *facebook*. Kemudian pelaku dan korban mulai saling tawar menawar melalui aplikasi *messenger*; korban dan pelaku sepakat mengenai harga Rp 170.000/box dengan memesan masker sebanyak 15 box dengan harga Rp 2.550.000. Korban *chatting* lagi lewat *whatsApp* untuk menanyakan via mana uang di transfer dan pelaku mengirim nomor rekening ke korban.

Korban melunasi pembelian terhadap si pelaku sesuai dengan harga barang yang dipesan. Tetapi pelaku malah mengirimkan paket berupa satu kotak berisi buku tulis dan handuk bayi bekas. Pelaku menarik uang transfer Rp 2.550.000 lalu menuju ke tempat pengiriman barang di Kota Pare-pare bersama istrinya dan tidak berselang beberapa menit kemudian pelaku memblokir nomor *whatsApp* dan akun facebook korban. Dalam kasus ini korban mengalami kerugian dan melaporkan kejadian ini ke Polres Kabupaten Barru. Pihak kepolisian telah berhasil mengungkap kasus penipuan perjanjian jual beli *online* dengan barang bukti yang diamankan satu buah handphone merek *Oppo* warna *gold*, kartu *handphone*, dos dengan tampilan rapi, buku, serta selimut bayi bekas dan uang Rp. 450.000,-.

31 NewsMetropol, "Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual Beli Online," newsmetropol.com, 2020, <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online/#>, diakses 2 Maret 2022

Kasus yang kedua terjadi pada bulan Februari 2016 di Kabupaten Sidrap Provinsi Sulawesi Selatan pada tahun 2016.³² Sub Direktorat *Cyber Crime* Dit Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya meringkus kelompok penipuan *online* dengan menggunakan akun palsu yang ada di beberapa toko *online* ternama di Indonesia. Kelompok tersebut membuat akun palsu di antaranya *olx.co.id*, *kaskus.co.id*, *bukalapak.com*, *tokopedia.com* dan lain-lain. Menurut keterangan Direktur Reskrimsus Polda Metro Jaya Komisaris Besar dalam keterangan pers di Mapolda Metro Jaya di mana ada sekelompok penipu yang berkedok menawarkan sepeda motor, jam tangan, batu akik, mobil dan telepon genggam melalui berbagai akun palsu di toko *online*.

Modusnya adalah setelah korban mentransfer uang, kelompok tersebut langsung mengambil uang dan barang yang dipesan oleh korban tidak dikirimkan karena pada dasarnya barang tersebut tidak pernah ada. Lima orang diringkus, yakni H (34), AS (23), Z (49), R (33), dan B (32), kelimanya ditangkap di kawasan Sidrap Sulawesi Selatan. Selain tersangka polisi juga mengamankan sejumlah barang bukti kejahatan di antaranya 14 buah telepon genggam, 32 rekening berbagai bank, satu unit laptop, satu mobil honda CRV, satu mobil honda freed, dan sebuah sepeda motor yamaha, di mana total kerugian korban mencapai Rp 10,1 Miliar.

Isu hukum berdasarkan kasus tersebut di atas, ditemukan fakta hukum bahwa dalam perjanjian jual beli *online* masih rawan terjadinya penipuan. Masalah yang sering terjadi dalam transaksi *online* yaitu pembeli sudah membayar harganya tetapi penjual tidak mengirim barang karena barang tersebut memang tidak pernah ada sebelumnya, atau barang yang dikirimkan tidak seperti yang muncul di *display e-commerce*, dan barang yang sampai ke pembeli rusak sehingga pembeli tidak memakainya. Terjadinya penipuan

32 Dewi Setyowati, Candra Pratama Putra, and Ramdhan Dwi Saputro, "Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce," *Perspektif Hukum*, vol. 18 no. 2 (2019): 215–46, <https://doi.org/10.30649/phj.v18i2.160>, halaman 220.

disebabkan karena tidak adanya pertemuan langsung dan para pihak juga tidak saling mengenal.

Sebagaimana diketahui bahwa dalam hukum positif Indonesia telah ada aturan yang melindungi konsumen dalam transaksi elektronik yaitu Undang-undang No. 11 Tahun 2008 jo UU No. 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagai dasar utama pengaturan jual beli *online*, Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, dan POJK Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi. Hadirnya pengaturan hukum tersebut tidak membuat tindak kriminal dalam transaksi elektronik berkurang. Hal ini disebabkan karena penegak hukum belum cukup mampu menerapkan dengan baik pengaturan hukum tersebut untuk mengantisipasi, mengoptimalkan atau menekan terjadinya persoalan-persoalan hukum yang sering terjadi dalam setiap transaksi elektronik.³³

Perkembangan masyarakat dan teknologi menyebabkan perubahan gaya hidup dan perilaku masyarakat dunia yang awalnya melakukan segala jenis transaksi dalam bentuk perjanjian secara konvensional kini telah mengalami perkembangan dengan munculnya perjanjian atau kontrak elektronik. Perjanjian bisa dilakukan lewat media *online* tanpa dilakukan pertemuan secara langsung. Dengan terjadinya peralihan tersebut maka risiko terjadinya masalah-masalah hukum semakin meningkat, misalnya rawan terjadinya penipuan, wanprestasi, kekhilafan atau kesesatan dalam transaksi *online*. Oleh karena itu, sebagai warga negara kita diharapkan untuk senantiasa berhati-hati dan mempertimbangkan dengan matang ketika hendak melakukan segala jenis transaksi *online* apapun.

33 Muhammad Kamran dan Maskun, "Penipuan dalam Jual Beli Online : Perspektif Hukum Telematika", *Balobe Law Journal*, vol. 1 no. 1 E-ISSN: 2775-6149, halaman 45.

Daftar Pustaka

Buku

Bank Indonesia. 2015. *Booklet Keuangan Inklusif*. Jakarta : Departemen Pengembangan Akses Keuangan dan UMKM, Bank Indonesia.

_____. 2016. *Financial Technology Perkembangan dan Respons Kebijakan Bank Indonesia*. Bank Indonesia-Fintech Office.

Digits Insight. 2021. *Fintech Indonesia 101*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran.

Kelly, K. 1998. *New rules for the new economy*. New York: Penguin.

Njatrijani, Rinitami. 2019. *Bunga Rampai Hasil Kajian Hukum Bisnis*. Semarang : Yoga Pratama.

Onno W. Purba dan Aang Arif Wahyudi. 2000. *Mengenal E-Commerce*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Purwaningsih, Endang. 2010. *Hukum Bisnis*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Rahadi, Dedi Rianto. 2020. *Financial Teknologi It Is An Emerging Industry That Uses Technology To Improve Activities In Finance*. Bogor : PT. Filda Fikriondo.

Jurnal

Chrismastianto, Imanuel Adhitya Wulanata. 2017. “Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia”. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Edisi No.1 Vol. 20, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pelita Harapan Tangerang.

Dewi Setyowati, Candra Pratama Putra, dan Ramdhan Dwi Saputro. 2019. “Perlindungan Hukum Pada Tindak Pidana E-Commerce.” *Perspektif Hukum*. vol. 18 no. 2 : 215–46, <https://doi.org/10.30649/phj.v18i2.160>

Dianari, Rr. Getha Fety. 2018. *Pengaruh E-Commerce Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. Jurnal Bina Ekonomi Volume 22 No 1.

Kieran Garvey, et. al., “Laporan Industri Keuangan Alternatif Asia-Pasifik Ke-2: Meningkatkan Pertumbuhan” (The Australian Centre for Financial Studies Monash University bekerja sama dengan Cambridge Centre for Alternative Finance dan Tsinghua University, n.d.), https://australiancentre.com.au/wp-content/uploads/2017/09/APAC_BH_e.pdf.

Muhammad Kamran dan Maskun. 2021. “Penipuan dalam Jual Beli Online : Perspektif Hukum Telematika”. *Balobe Law Journal*. vol. 1 no. 1 E-ISSN: 2775-6149.

- Meline Gerarita Sitompul., dkk. 2016. *Online Dispute Resolution (ODR) : Prospek Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Indonesia*. Palembang. Jurnal Renaissance Volume I No. 02.
- N. Armilia dan Y. Isbanah. 2019. “Faktor yang mempengaruhi kepuasan keuangan pengguna financial technology di Surabaya,” Jurnal Ilmu Manaj. Vol. 8, No. 1.
- Romindo dkk. 2019. *E-commerce Implementasi, Strategi, dan Inovasinya*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Rinitami Njatrijani dan Rahandy Rizki P. 2019. *Efektivitas Pengaturan Perusahaan Financial Technology Jenis Peer-to-Peer Lending di Indonesia*. Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.
- Santoso, Sugeng. 2016. “Sistem Transaksi E-Commerce dalam Perspektif KUHPerdata dan Hukum Islam”. Jurnal AHKAM, Vol. 4. No. 2.
- Saputra dkk. 2017. “Pengembangan Sistem Keamanan untuk E-Commerce”. Jurnal Ilmiah Merpati (Menara Penelitian Akademika Teknologi Informasi).
- Siahaan, Fernando B. 2016. *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer Nusa Mandiri*.
- Tufrida Murniati Hasyim dan Daniel Roland Hasibuan, 2022, *Analisis Peranan Fintech Dan E-Commerce Terhadap Perkembangan UMKM*, Jurnal Keunis Volume 10 No. 2, E-ISSN: 2714-7274.

Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2014 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Di Sektor Jasa Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77/POJK.01/2016 tentang Layanan Pinjam Meminjam Uang Berbasis Teknologi Informasi

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 18/POJK.07/2018 tentang Layanan Pengaduan Konsumen di Sektor Jasa Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 61/POJK.07/2020 tentang Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa Jasa Keuangan

Website dan Berita *Online*

www.ec.europa.eu

<https://digilib.uin-suka.ac.id/>

<https://www.ojk.go.id/id/kanal/financial-technology/Penyelenggara-Fintech-Lending-Terdaftar-dan-Berizin-di-OJK-per-25-Agustus-2021>

<https://bisnis.tempo.co/read/1619440/alasan-ojk-akan-beri-batasan-bunga-fintech-lending-046-persen-per-hari>

<https://mediaindonesia.com/ekonomi/451541/kolaborasi-fintech-dan-e-commerce-dorong-percepatan-pemulihan-ekonomi-nasional>

NewsMetropol, “Polres Barru Ungkap Kasus Penipuan Transaksi Jual Beli Online,” newsmetropol.com, 2020, <https://newsmetropol.com/polres-barru-ungkap-kasus-penipuan-transaksi-jual-beli-online/#>. diakses 2 Maret 2022