

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia perdagangan yang kita semua rasakan sekarang tidaklah sama seperti sepuluh dua puluh tahun yang lalu, karena dahulu dunia perdagangan tidak ada yang dilakukan dan dapat diakses melalui internet. Perdagangan konvensional atau perdagangan *offline* merupakan perdagangan yang dilakukan oleh semua orang pada zaman di saat internet belum tercipta. Perdagangan konvensional merupakan penjualan *offline* dengan cara melakukan transaksi barang atau jasa di dunia nyata atau bertatap muka secara langsung. Penjualan *offline* memang fokus untuk mempertemukan produsen dengan konsumen di suatu tempat hingga akhirnya terwujud proses transaksi jual beli. Pada dasarnya, cara transaksi seperti ini yang sudah dilakukan secara zaman dahulu. Selain itu, ada juga beragam kelebihan yang lebih terasa dari penjualan *offline* dibandingkan melalui penjualan *online*. Dengan perdagangan tradisional, konsumen memiliki pilihan untuk datang secara pribadi untuk membeli produk dan/atau layanan. Beberapa karakteristik terpenting dari perdagangan tradisional termasuk menyediakan layanan yang lebih personal dan memberi pelanggan kesempatan untuk menggunakan kelima indra sebelum melakukan pembelian. Kelebihan yang bisa dirasakan dalam melakukan perdagangan konvensional atau *offline* salah satunya juga dengan adanya sistem pembayaran yang lebih aman dibandingkan dengan perdagangan online yang rawan akan *hacker* yang mengambil saldo pengguna aplikasi *e-commerce*.

Selain mempunyai kelebihan, perdagangan konvensional atau *offline* juga menimbulkan kasus kejahatan yang membuat rugi konsumen, yakni *skimming*. Konsumen dibuat rugi karena

saldo di dalam atm telah diretas yang mengakibatkan saldo di dalam atm konsumen menjadi berkurang. Skimming merupakan metode mencuri data menggunakan alat khusus yang dikenal sebagai skimmer. Berikut alur kejahatan skimming: sistematis cara kerja pelaku skimming:

1. Pelaku mencari target mesin ATM yang ingin dipasangi skimmer. Kriteria yang dicari adalah mesin ATM yang tidak ada penjagaan keamanan, sepi dan tidak ada pengawasan kamera CCTV.

2. Pelaku memulai aksi pencurian data nasabah dengan memasang alat skimmer pada mulut mesin ATM.

3. Melalui alat skimmer para pelaku menduplikasi data magnetic stripe pada kartu ATM lalu mengkloningnya ke dalam kartu ATM kosong. Proses ini bisa dilakukan dengan cara manual, di mana pelaku kembali ke ATM dan mengambil chip data yang sudah disiapkan sebelumnya. Atau bila pelaku sudah menggunakan alat skimmer yang lebih canggih, data-data yang telah dikumpulkan dapat diakses dari mana pun. Umumnya data dikirimkan via SMS.

Alat khusus yang bernama skimmer tersebut bekerja dengan cara menduplikasi data strip magnetik pada ATM atau kartu kredit. Pola kriminal ini sering terjadi pada mesin EDC, ATM dan kartu ATM yang digunakan sebagai kendaraan transaksi. Pelaku beraksi dengan memodifikasi peralatan. Dari ketiga alat tersebut, yakni mesin EDC, ATM, dan kartu ATM, modus skimming biasanya menargetkan pengguna ATM untuk melakukan pencurian. Korban skimming mengalami kerugian tiba-tiba di luar keseimbangan dengan riwayat perdagangan yang minimal. Cara kerja dari aksi skimming ini sendiri pada saat kartu ATM digunakan di ATM, bug akan membaca dan merekam data pada kartu ATM, termasuk strip magnetik dan PIN ATM korban. Jika data telah direkam, pelaku akan memiliki semua data yang diperlukan. Dengan begitu, pelaku bisa berdagang tanpa sepengetahuan korban. Metode pembobolan akun ini sulit dideteksi. Cara menghindari

praktik kejahatan skimming ini adalah dengan mengganti PIN ATM secara berkala, periksa alat transaksi jika ada sesuatu yang janggal, tutup tangan ketika mengetik PIN pada ATM, dan gunakan kartu berbasis chip karena chip yang digunakan sudah mengaplikasikan teknologi enkripsi data. Dasar hukum yang dikenakan pada kejahatan skimming terdapat dalam Pasal 55 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang selanjutnya disebut KUHP, Pasal 362 KUHP, Pasal 2 ayat (1) Undang-Undang No. 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang, Pasal 5 ayat (1) UU Nomor. 8 Tahun 2010, Pasal 30 ayat (1) UU Nomor. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 30 ayat (3) UU Nomor. 11 Tahun 2008, Pasal 32 ayat (2) Undang-Undang No. 11 Tahun 2008, Pasal 32 ayat (3) UU Nomor. 11 Tahun 2008, Pasal 36 UU Nomor. 11 Tahun 2008, Pasal 81 UU Nomor. 3 Tahun 2011 tentang Transfer Dana, Pasal 83 ayat (1) UU Nomor. 3 Tahun 2011, Pasal 83 ayat (2) UU Nomor. 3 Tahun 2011.

Kasus kejahatan skimming sangat merugikan konsumen karena telah mengambil uang yang banyak maupun sedikit. Maka dari itu, perlindungan konsumen dalam kejahatan *skimming* ini sangat diperlukan. Yang bertanggung jawab dalam kejahatan skimming ini adalah pihak bank, walaupun pelaku kejahatan ini sudah ditemukan, tetapi konsumen sudah mempercayai bank untuk menyimpan uang konsumen di dalam bank tersebut. Mengapa pihak bank yang bertanggung jawab? Dikarenakan *ATM* yang merupakan sarana transaksi perbankan yang ada di bawah pengawasan bank sehingga bank bertanggung jawab atas segala akibat yang disebabkan oleh *ATM* sesuai ketentuan Pasal 1367 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, selanjutnya disebut KUHPer. Pihak bank harus bertanggung jawab atas hilangnya dana simpanan nasabah dan kerugian yang menimpa nasabah. Hal ini tertuang dalam Pasal 19 ayat (1) UU Perlindungan Konsumen yang selanjutnya disebut UUPK, yakni “Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas

kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan”. Tanggung jawab bank atas hilangnya dana simpanan nasabah juga tertuang dalam Pasal 10 PBI No. 16/1/PBI/2014 yakni “Penyelenggara wajib bertanggung jawab kepada Konsumen atas kerugian yang timbul akibat kesalahan pengurus dan pegawai Penyelenggara.” Dipertegas dalam Pasal 29 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/POJK.07/2013 tentang Perlindungan Konsumen Sektor Jasa Keuangan (selanjutnya disebut sebagai POJK No.1/POJK.07/2013), bahwa “Pelaku Usaha Jasa Keuangan wajib bertanggung jawab atas kerugian Konsumen yang timbul akibat kesalahan dan/atau kelalaian, pengurus, pegawai Pelaku Usaha Jasa Keuangan dan/atau pihak ketiga yang bekerja untuk kepentingan Pelaku Usaha Jasa Keuangan”. Kecuali pelaku skimming ditemukan, yang dalam hal ini nasabah tetap meminta pertanggungjawaban atau pengembalian kerugian di bank karena berawal dari perikatan nasabah dan bank yang mempercayakan uangnya untuk dikelola bank, lalu pihak bank akan menindaklanjuti dengan pelaku skimming yang tertangkap.¹

Selain adanya kejahatan skimming yang merugikan konsumen, ada juga skimming yang bukan kejahatan yaitu skimming (membaca sekilas). Pengertian membaca sekilas (skimming) secara garis besar menurut Maria Mintowati dapat diartikan sebagai kemampuan membaca cepat. Saat membaca secara cepat, dibutuhkan kemampuan motoric cepat (melihat cepat). Membaca cepat ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui isi umum dari bacaan atau buku tersebut.²

Proses perubahan yang tercipta dari perdagangan konvensional/offline ke perdagangan online bisa dinamakan digitalisasi. Digitalisasi adalah proses mengubah informasi dalam bentuk

¹ <https://media.neliti.com/media/publications/339486-tanggung-jawab-kejahatan-perbankan-melal-557e7cc7.pdf>

² [https://deepublishstore.com/pengertian-membaca-sekilas-skimming/#:~:text=Pengertian%20membaca%20sekilas%20\(skimming\)%20secara,dari%20bacaan%20atau%20buku%20tersebut.](https://deepublishstore.com/pengertian-membaca-sekilas-skimming/#:~:text=Pengertian%20membaca%20sekilas%20(skimming)%20secara,dari%20bacaan%20atau%20buku%20tersebut.)

analog menjadi bentuk digital. Proses transmisi dilakukan dengan menggunakan teknologi digital sehingga informasi dapat diperoleh dan ditransmisikan melalui perangkat dan jaringan internet. Di era digital ini, sudah banyak perubahan yang terjadi dengan secara pesat. Saat ini, konsumen lebih sering mencari apa yang mereka butuhkan melalui internet. Bisnis juga perlu melakukan digitalisasi agar dapat bertahan di era transformasi digital. Digitalisasi meningkatkan produktivitas dan efisiensi sekaligus mengurangi biaya. Digitalisasi juga meningkatkan proses perkembangan bisnis yang ada, tetapi tidak mengubah atau mentransformasikannya. Artinya, dibutuhkan proses dari peristiwa yang digerakkan oleh manusia atau serangkaian peristiwa yang digerakkan oleh perangkat lunak. Digitalisasi dalam bisnis telah terbukti sebagai salah satu aspek yang sangat penting untuk kesuksesan bisnis saat ini. Digitalisasi terjadi ketika bisnis mulai menggunakan teknologi digital untuk mengubah model bisnisnya dan memberikan peluang penghasil nilai baru. Digitalisasi dalam bisnis membantu meningkatkan efisiensi operasinya, memungkinkan otomatisasi. Digitalisasi dalam dunia bisnis, memperkecil kemungkinan adanya kesalahan manusia dan biaya operasional berkurang, karena penurunan kebutuhan sumber daya manusia. Digitalisasi dalam bisnis telah membawa banyak perubahan. Teknologi merangkul digital di dalam dunia bisnis, pelanggan kini menggunakan *web* dan aplikasi seluler untuk menemukan informasi apa pun yang mereka inginkan, kapan pun mereka menginginkannya. Sekarang, pelanggan tidak hanya membandingkan barang dan jasa dengan pesaing langsung, tetapi mereka membandingkannya dengan penawaran industri yang berbeda yang dapat memberikan produk dan layanan yang lebih baik. Hingga saat ini, pelanggan terus menekan perusahaan untuk menaikkan level mereka. Munculnya perkembangan digitalisasi didalam dunia perdagangan, dunia perbankan *online* juga telah menjadi contoh digitalisasi yang paling menonjol. Pelanggan tidak perlu lagi meninggalkan kenyamanan rumah dan mengantri tanpa henti hanya untuk memasukkan uang ke

dalam rekening tabungan atau untuk melunasi kartu kredit. Aplikasi perbankan seluler telah menjadi andal, aman, dan cepat. Mereka membuatnya lebih mudah untuk menangani uang daripada melakukannya di bank yang sebenarnya.

Di era globalisasi yang maju dengan sangat cepat, perdagangan antar manusia di era ini dilakukan dengan sangat praktis. Contohnya, munculnya *e-commerce* yang memudahkan orang untuk melakukan aktivitas jual beli melewati alat elektronik yang dimiliki hampir setiap orang. Sistem *e-commerce* didukung oleh berkembangnya sistem elektronik dalam Negara Indonesia, *Internet* merupakan peran yang penting dalam sektor manapun dan juga *internet* membantu melancarkan *internet of things*. Teknologi IOT adalah konsep perangkat yang mampu mentransfer data tanpa perlu terhubung dengan manusia, melainkan internet sebagai medianya. Sederhananya, manusia tidak perlu mengontrol benda/perangkat IOT tersebut secara langsung. Melainkan manusia bisa mengontrol benda tersebut dari jarak jauh. Konsep IoT ini akan sangat mendorong perkembangan big data dan penggunaan data center di Indonesia saat ini dan masa yang akan datang.³ *Internet of Things*, biasa disingkat IoT, mengacu pada koneksi perangkat (selain tarif biasa seperti komputer dan smartphone) ke Internet. Mobil, peralatan dapur, dan bahkan monitor jantung semuanya dapat terhubung melalui IoT. Seiring dengan pertumbuhan *Internet of Things* dalam beberapa tahun ke depan, akan lebih banyak perangkat yang bergabung dalam daftar itu. Semua komponen yang memungkinkan bisnis, pemerintah, dan konsumen untuk terhubung ke perangkat IoT mereka, termasuk remote, dasbor, jaringan, gateway, analitik, penyimpanan data, dan keamanan adalah bagian dari ekosistem *Internet of Things*. *Internet of things* membantu orang hidup dan bekerja lebih cerdas, serta mendapatkan kendali penuh atas hidup mereka. Selain menawarkan perangkat pintar untuk mengotomatisasi rumah, IoT sangat penting untuk bisnis. IoT

³ Mambang, S.Kom.,M.Kom, BUKU AJAR TEKNOLOGI KOMUNIKASI INTERNET (Internet of Things), Purwokerto Selatan, 2021

memberi bisnis tampilan real-time tentang bagaimana sistem mereka benar-benar bekerja, memberikan wawasan tentang segala hal mulai dari kinerja mesin hingga rantai pasokan dan operasi logistik. Dengan adanya *Internet of things*, salah satu sektor yang merasakan manfaatnya merupakan sektor perdagangan.

Sektor perdagangan mendapati dampak positif dari adanya *internet of things* karena perdagangan bisa diakses melalui online atau *e-commerce*. Sejak tahun 2004 *e-commerce* mulai berkembang pesat hingga 2017 ini, perdagangan elektronik merupakan istilah umum untuk pembelian dan penjualan yang didukung oleh sarana elektronika. Pasar elektronik adalah ruang pasar (*marketspace*) bukannya tempat pasar (*marketplace*) dalam pengertian fisik, dimana penjual menawarkan produk-produk dan jasa mereka secara elektronik dan pembeli mencari informasi, mengidentifikasi apa yang mereka inginkan dan memesan dengan menggunakan kartu kredit atau sarana pembayaran elektronik lain.⁴ *E-commerce* (perdagangan elektronik) adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa, atau transmisi dana atau data, melalui jaringan elektronik, terutama *internet*. Transaksi bisnis ini terjadi baik sebagai bisnis-ke-bisnis (B2B), bisnis-ke-konsumen (B2C), konsumen-ke-konsumen atau konsumen-ke-bisnis. *E-commerce* didukung oleh internet. Proses dari transaksi pada *e-commerce* ini adalah dengan pelanggan mengakses toko online untuk menelusuri dan memesan produk atau layanan melalui perangkat mereka sendiri. Saat pesanan dilakukan, browser web pelanggan akan berkomunikasi bolak-balik dengan server yang menghosting situs web *e-commerce*. Data yang berkaitan dengan pesanan akan diteruskan ke komputer pusat yang dikenal sebagai manajer pesanan. Lalu, data akan diteruskan ke database yang mengelola tingkat persediaan; sistem pedagang yang mengelola informasi pembayaran,

⁴ Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi, S.H., M.Hum., M.B.A., M.H., Msi, Dr.Ahmad Syarief Iskandar, SE., MMDr. Heri Erlangga, S.Sos., M.Pd, DR. Ir. H. Nurjaya., SE.,MM, Denok Sunarsi, S.Pd., M.M. CHt., STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi, Tangerang Selatan, 2022

menggunakan aplikasi seperti Gopay/OVO/Shopeepay. Akhirnya, data tersebut akan berputar kembali ke manajer pesanan. Hal ini untuk memastikan bahwa persediaan toko dan dana pelanggan cukup untuk pesanan diproses. Setelah pesanan divalidasi, manajer pesanan akan memberi tahu server web toko dan akan menampilkan pesan yang memberitahukan pelanggan bahwa pesanan mereka telah berhasil diproses. Manajer pesanan kemudian akan mengirim data pesanan ke gudang atau departemen pemenuhan, memberi tahu bahwa produk atau layanan dapat dikirim ke pelanggan. Pada titik ini produk berwujud atau digital dapat dikirimkan ke pelanggan, atau akses ke layanan dapat diberikan. E-commerce diatur dalam UU Perdagangan Bab VIII mengenai Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pada pasal 65 dan 66.⁵ Dimensi tentang e-commerce juga dapat dilihat di dalam Pasal 9 UU ITE menyatakan bahwa, “pelaku usaha yang menawarkan produk melalui sistem elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan”.⁶ Salah satu contohnya adalah Lazada.co.id, yang merupakan destinasi belanja dan berjualan online nomor satu di Asia Tenggara. Lazada merupakan platform marketplace yang didukung oleh berbagai macam layanan pemasaran yang unik, layanan data, dan layanan jasa lain. Lazada menawarkan variasi produk mulai dari barang elektronik, perlengkapan olahraga, fashion, mainan, dan kebutuhan sehari – hari. Hal ini bisa memaksimalkan penjualan dengan memberikan informasi lebih banyak, harga yang lebih murah, dan proses jual beli serta pengiriman yang cepat kepada konsumen. Untuk bisa bertahan di dunia persaingan bisnis, perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi konsumen agar mengambil keputusan untuk pembelian. Konsumen akan menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih pilihan dan memilih salah

5

<http://jhp.ui.ac.id/index.php/home/article/download/1750/1499#:~:text=E%2Dcommerce%20diatur%20dalam%20UU,saat%20ini%20masih%20didorong%20penyelesaiannya.>

⁶ https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/8374/4/T1_312012708_BAB%20III.pdf

satunya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai pilihan konsumen terhadap dua atau lebih alternatif pilihan untuk memenuhi kebutuhannya. Harga merupakan komponen paling penting karena akan berpengaruh kepada keuntungan perusahaan. Karena, di dalam dunia *e-commerce*, konsumen akan membandingkan harga dari satu toko dengan toko lainnya. Harga yang ditetapkan oleh produsen akan menentukan jumlah yang akan dijual. Keputusan dan strategi penetapan harga yang benar memiliki dampak yang sangat penting bagi perusahaan (Adyanto dan Santosa, 2018). *e-WOM* (Electronic Word of Mouth) adalah proses pertukaran informasi yang dinamis dan berkelanjutan antara konsumen potensial, aktual, atau mantan konsumen mengenai suatu produk, layanan, merek, atau perusahaan, yang tersedia untuk banyak orang dan institusi melalui Internet.⁷ Selain itu, hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu pengaruh informasi positif atau negatif yang ada di media elektronik atau yang disebut dengan *Electronic Word of Mouth (e-WOM)*. *Electronic Word of Mouth* atau yang selanjutnya akan disebut *e-WOM* didefinisikan sebagai bentuk komunikasi dari mulut ke mulut yang dilakukan secara tidak langsung melalui internet berdasarkan pengalaman seseorang atau *review*. Salah satu karakteristik *e-WOM* adalah dapat memberikan dampak positif dalam proses pengambilan keputusan konsumen. Memahami hal-hal yang menyebabkan konsumen secara sukarela menyebarkan berita positif tentang produk adalah kerja keras para pelaku bisnis untuk meningkatkan kinerja dan strategi bisnis mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penyebaran tanggapan positif terhadap *e-WOM* di media sosial. Hal ini menjadikan *e-WOM* salah satu faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan ketika mengembangkan layanan yang dapat dipromosikan oleh perusahaan itu sendiri atau konsumennya sendiri secara efektif (Akbar dan Sunarti, 2018). Pada aplikasi Lazada, pembeli dapat melihat harga produk yang dicari dan harga produk dapat diurutkan

⁷ Elvira Ismagilova, Yogesh K. Dwivedi, Emma Slade, Michael D. Williams, *Electronic Word of Mouth (eWOM) in the Marketing Context*, Cham, 2017

dari yang paling murah hingga yang paling mahal, sehingga pembeli dapat dengan mudah menemukan harga yang sesuai dengan kebutuhannya. Di aplikasi Lazada juga terdapat fitur “ulasan saya” agar konsumen dapat membagikan pengalamannya mengenai produk yang mereka beli dalam bentuk ulasan cerita (*review*), *rating*, dan gambar. Nantinya, ulasan tersebut akan digunakan oleh calon konsumen sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Dengan banyaknya jumlah e-commerce di Indonesia, hal ini menyebabkan terjadi persaingan sesama e-commerce lainnya yang memberikan dampak positif karena konsumen akan terbiasa berbelanja secara online yang lebih praktis, dan banyak pilihan produknya. Selain memberikan dampak positif, berbelanja di e-commerce juga memberikan dampak negatif, yaitu adanya risiko karena tidak dapat melihat produk secara langsung. Contohnya barang yang dibeli tidak sesuai dengan harapan dan penyalahgunaan informasi mengenai produk yang diberikan pihak konsumen pada saat memberikan ulasan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2018) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian online. Namun, menurut penelitian yang dilakukan Sudjatmika (2017) menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara online di Tokopedia.

Setelah adanya *platform* aplikasi yang disebut *e-commerce* ini, kejahatan yang sebelumnya dikenal sebagai *skimming* dengan cara meretas mesin *ATM* menjadi *e-skimming*. *E-skimming* merupakan proses dimana peretas mendapatkan akses ke toko online perusahaan dan menyuntikkan kode *skimming* ke halaman pemrosesan kartu pembayaran situs web. *E-skimming* menangkap hal-hal seperti informasi pribadi seperti nama, tanggal lahir, lokasi, alamat, kredensial login pengguna, kredensial administratif, informasi kartu kredit/kartu debit, dan nomor akun. Setelah informasi ditangkap, data tersebut dikirim ke domain peretas. Ditemukan bahwa kampanye *skimming* melibatkan beberapa kelompok peretasan yang berkolaborasi dan mengembangkan

teknik untuk menargetkan situs web yang rentan. Karena tidak memerlukan akses fisik, penjahat dunia maya yang terlibat berbasis di beberapa lokasi di seluruh dunia. Dengan adanya skimming yang dilakukan di dalam dunia online khususnya pada aplikasi *financial technology*, pelaku skimming dapat dikenakan pidana dengan dasar hukum pengaturan hukum kejahatan skimming, yaitu berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pelaku kejahatan skimming dijera dengan Pasal 363 KUHP. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, selanjut disebut UU ITE 2016. Pelaku kejahatan skimming dijera dengan Pasal 30 ayat (1), ayat (2) dan ayat (3), Pasal 32 UU ITE 2016.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat urgensi perlindungan hukum kepada konsumen yang mengalami kerugian dikarenakan terciptanya e-commerce yang mengubah cara-cara perdagangan secara digital, termasuk cara-cara skimming yang mengarah kepada e-skimming. Oleh karena itu, penulis mengambil judul penelitian ini: Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap E-Skimming dalam Penggunaan Financial Technology di Aplikasi E-Commerce.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaturan *e-skimming* dalam penggunaan *financial technology* di aplikasi *e-commerce*?
2. Bagaimana perlindungan konsumen terhadap *e-skimming* dalam penggunaan *financial technology* di aplikasi *e-commerce*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memecahkan persoalan hukum tentang bagaimana peraturan dari perusahaan *Financial Technology* tersebut maupun peraturan dari

pemerintah tentang perlindungan konsumen terhadap e-skimming dalam bertransaksi menggunakan aplikasi *Financial Technology* agar dapat menghindari hal-hal yang merugikan konsumen disaat bertransaksi menggunakan aplikasi-aplikasi *Financial Technology*. Tujuan dari penelitian ini juga untuk mengetahui lebih jelas bagaimana perlindungan konsumen terhadap *e-skimming* tersebut yang merugikan konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengembangan ilmu bagi ilmu hukum khususnya mengenai perlindungan konsumen terhadap e-skimming dalam penggunaan financial technology di aplikasi e-commerce. Hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan informasi dan pengetahuan kepada para pembaca agar lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi elektronik pada suatu aplikasi e-commerce.

1.4.2 Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian yang penulis susun, manfaat praktis bisa digunakan untuk seluruh masyarakat yang hampir setiap hari menggunakan transaksi elektronik dalam aplikasi *Financial Technology* dengan cara menyertakan beberapa dasar hukum untuk melindungi para pengguna dalam perlindungan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terbagi menjadi 5 (lima) bab, yaitu:

- a. BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai penjelasan Latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

b. BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai tinjauan teori dan tinjauan pustaka yang digunakan



