



P
R
O
C
E
E
D
I
N
G

F
O
C
U
S
G
R
O
U
P
D
I
S
C
U
S
S
I
O
N

Jakarta, 25 Agustus 2015

FOCUS GROUP DISCUSSION

Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat

Jakarta, 25 Agustus 2015



Proceeding Paper

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

Jakarta, 25 Agustus 2015

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI		3
AGENDA		5
Bab I	PENDAHULUAN	9
	A. Latar Belakang	9
	B. Maksud dan Tujuan.....	10
	C. Metode Penelitian.....	11
Bab II	HASIL TEMUAN FGD	13
	A. Peta Layanan Jasa Keuangan Media on-line....	13
	B. Regulasi Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Keuangan Media on-line	16
	C. Mekanisme Pengawasan Media on-line dan Perlindungan Konsumen	19
	D. Hambatan Serta Celah dalam Perlindungan Konsumen	27
	E. Kreatifitas Komunikasi	39
Bab III	KESIMPULAN & SARAN	43
	A. Kesimpulan	43
	B. Saran	47
	WRAP UP FGD	51
	PRESENTASI	59
	DOKUMENTASI	149

AGENDA

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

AGENDA

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**



**DEPARTEMEN LITERASI
DAN INKLUSI KEUANGAN**

Rundown

WAKTU : 13.00 – 18.00

NARASUMBER : **Onno W. Purbo Eko Indrajit**

- Materi:**
- Kondisi terkini bisnis penghimpunan dana melalui teknologi internet
 - Aspek Informasi dan Teknologi Komunikasi dalam mempengaruhi percepatan layanan jasa keuangan

Azwar Hasyim

- Materi:**
- Aspek regulasi terkait pemanfaatan Informasi dan Teknologi Komunikasi

Don Bosco Selamun

- Materi:**
- Peran Media Dalam Fungsi Edukasi dan Perlindungan Konsumen : Suatu tinjauan terhadap penggunaan media online untuk kegiatan penawaran layanan keuangan yang berpotensi merugikan masyarakat

MODERATOR : **Agus Sugiarto**

Ria Prastiani

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pola dan perilaku kejahatan keuangan terus berkembang dengan pesat seiring dengan kemajuan di bidang teknologi komunikasi dan informasi yang disatukan dengan berbagai disiplin ilmu lainnya. Salah satu bidang yang paling rentan terkena dampak dari kejahatan pada era teknologi informasi adalah sektor jasa keuangan. Sebagai salah satu contoh adalah pinjaman uang dengan bunga sangat tinggi dan tidak wajar melalui media online yang saat ini mulai gencar ditawarkan kepada masyarakat pengguna internet.

Masyarakat rentan terhadap penawaran layanan keuangan melalui media online karena masih rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk/layanan jasa keuangan. Oleh karena itu, dibutuhkan kerjasama antara pemerintah, penegak hukum dan media untuk membantu mengeliminasi kejahatan keuangan ini agar tidak menjadi massif dan membahayakan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas keuangan. Hal tersebut sejalan dengan tindakan preventif Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui kegiatan edukasi keuangan sesuai amanat Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Dalam rangka implementasi tujuan dibentuknya OJK adalah agar keseluruhan kegiatan di dalam sektor jasa keuangan mampu melindungi kepentingan konsumen dan masyarakat dan tindakan preventif, maka OJK menyelenggarakan *Focus Group Discussion* “Penggunaan Media online untuk Kegiatan Penawaran Layanan keuangan yang Berpotensi Merugikan Masyarakat” seperti MMM, Uangteman.com, dan sebagainya. *Focus Group Discussion* tersebut dilakukan di Jakarta pada tanggal 25 Agustus 2015.

Hasil dari survey tersebut akan digunakan sebagai masukan bagi OJK dalam menyusun strategi kerja serta kegiatan edukasi dan literasi dalam rangka melindungi kepentingan masyarakat Indonesia.

B. Maksud dan Tujuan

Fokus Grup Diskusi dilakukan dengan tujuan untuk mengantisipasi penawaran layanan keuangan yang berpotensi merugikan masyarakat melalui media online yang terus berkembang di Indonesia dan bagaimana memahami pola-pola kejahatan tersebut sehingga bisa menemukan solusi melalui kerjasama berbagai pihak.

C. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di Jakarta, di Hotel Le-Meridien dengan menggunakan metoda Fokus Grup Diskusi (FGD); dimana beberapa peserta yang hadir ditunjuk sebagai narasumber utama yang memaparkan pandangannya berdasarkan keahlian dan pengalaman mereka; yaitu :

1. Pakar Information and communication Technology (ICT) :
Ir. Onno Widodo Purbo, M.Eng., PhD
2. Pakar Information and communication Technology (ICT) :
Prof. Eko Indrajit
3. Bareskrim : **Direktorat Tindak Pidana Khusus Bareskrim Polri – Subdit IV Bidang Cyber Crime**
4. Pakar media : **Don Bosco Selamun (Pemimpin Redaksi Berita Satu TV)**

Adapun narasumber lain yang menjadi peserta FGD berasal dari beberapa instansi pemerintah dan rekan media, yang diantaranya terdiri dari :

1. Kementerian Komunikasi dan Informatika
2. Kementerian Perdagangan
3. Bank Indonesia
4. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI)
5. Komisi Penyiaran Indonesia
6. Dewan Periklanan Indonesia
7. Pakar Hukum UII Yogyakarta
8. Media Investor Daily
9. Media Kompas
10. Media Sindo

10. Media Sindo
11. Media Kontan
12. Media Detik.com
13. Media TV One
14. Media Warta Ekonomi
15. Direktorat Hukum OJK
16. Tim RUU Perbankan OJK
17. Executive Advisor OJK
18. Direktorat Literasi dan Edukasi Keuangan OJK
19. Direktorat Penelitian dan pengembangan Kebijakan Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK
20. Direktorat Pelayanan Konsumen OJK
21. Direktorat Komunikasi OJK
22. Direktorat Penyidikan OJK
23. Direktorat Pasar Modal OJK
24. Kepala Departemen IKNB OJK

Adapun fokus bahasan FGD adalah model bisnis layanan jasa keuangan yang dilakukan secara online yang ditinjau dari beberapa aspek sebagai berikut :

1. Aspek perlindungan konsumen.
2. Aspek Informasi dan Teknologi Informasi.
3. Aspek Penegakan Hukum.

BAB II

HASIL FGD

A. Peta layanan jasa keuangan media on-line.

Pengguna Teknologi di Indonesia semakin meningkat. Hal ini tercermin dengan jumlah pengguna yang mencapai lebih dari 310 juta nomor mobile phone, sementara jumlah penduduk di Indonesia hanya 250 juta; atau dengan kata lain, terdapat cukup banyak pengguna mobile phone di Indonesia yang menggunakan lebih dari 1 (satu) nomor. Sementara untuk penggunaan internet, mencapai 2.3% dari pengguna internet di seluruh dunia berasal dari Indonesia.¹

Di dalam industri jasa keuangan, media online digunakan tidak hanya untuk penawaran produk jasa keuangan saja tetapi juga digunakan untuk settlement atau transaksi keuangan; dan tantangan yang harus dihadapi akibat terjadinya perkembangan bisnis dari waktu ke waktu adalah

1. Transaksi semakin banyak volumenya,
2. Transaksi semakin sering frekuensinya,
3. Transaksi dimana saja dan kapan saja
4. Transaksi melibatkan berbagai institusi
5. Transaksi harus tercatat secara detail
6. Transaksi harus mampu ditelusuri
7. Transaksi harus dapat dipertanggung jawabkan

¹ Sumber : Kominfo 2014; Bappenas, 2013, provider internet

Sementara model dan type uang terdiri dari :

1. Commodity money : yang didasari pertukaran berdasarkan persamaan nilai komoditas.
2. Metalic dan paper money
3. Credit money (credit card)
4. Electronic money
5. Digital money
6. Virtual money

Adapun trend teknologi informasi global saat ini adalah :

1. Peran internet semakin besar; dalam segala sesuatu internet diperlukan.
2. Penggunaan mobile / internet transaction, sehingga terbentuk cashless society.
3. Terbentuk paperless office.

Sehingga dengan adanya perkembangan teknologi informasi global tersebut, maka transaksi pembayaran yang berkembang juga semakin beragam, yaitu :

1. Credit card (SSL, SET Protocol)
2. Payment orders, direct transfers, checks (automated clearing house)
3. Online banking (Wingspan)
4. Intermediaries (Paypall)
5. Stored value cards, smart cards, wallets (Mondex, Octopus)

6. Micropayment (milicent)
7. Aggregation (centralized account for merchants + customers : opass)
8. Digital Script (Flooz, Beenz)
9. Electronic Cash (eCash)

Untuk pengamanan, fitur keamanan transaksi pembayaran juga menjadi beragam, terdiri dari :

1. Menggunakan Virtual Private Network
2. Public and private keys.
3. Encryption Technology
4. Smart Card
5. Biometric
6. Password Management
7. Mobile Token.

Dengan pertimbangan efisiensi, maka dari waktu ke waktu, industri jasa keuangan akan lebih mendorong transaksi online ataupun mobile, mengingat biaya per transaksinya lebih murah dibandingkan dengan penggunaan sarana teller, call center atau ATM sekalipun (Teller : \$4.2, Call Center : \$1.3, ATM : \$1.25, Online : 19 cent, Mobile : 10 cent). Dalam situasi ini, cloud computing memiliki peranan sentral, dan seluruh data lalu lintas bisnis ataupun informasi dapat dilacak.

B. Regulasi perlindungan konsumen pengguna jasa keuangan melalui media on-line.

Dalam perlindungan konsumen pengguna jasa keuangan melalui media on line Kementerian Kominfo hanya merupakan instansi pelaksana pengaturan; sementara kebijakan pengaturan dikeluarkan oleh Menko Perekonomian Indonesia. Adapun output kebijakan, digunakan secara bersama-sama oleh beragam stakeholder namun tetap dibawah koordinasi Menko Perekonomian.

Sampai sejauh ini, regulasi yang ditujukan untuk perlindungan konsumen pengguna jasa layanan keuangan melalui online yang telah dikeluarkan adalah :

1. UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. PP No. 82 Tahun 2012 tentang Pendaftaran Penyelenggaraan Sistem Elektronik.
3. PM Kominfo No. 36 Tahun 2014 tentang Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik.
4. PM Kominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.

UU No. 11 Tahun 2008 Pasal 28 tentang Perbuatan yang Dilarang, salah satu ayatnya (**ayat 1**) menyatakan bahwa “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan Kerugian Konsumen dalam Transaksi Elektronik”.

Terkait dengan **PP No. 82 Tahun 2012** tentang Pendaftaran Penyelenggaraan Sistem Elektronik, meliputi pengaturan tentang

- a. Pendaftaran
- b. Perangkat Keras
- c. Perangkat Lunak
- d. Tenaga ahli
- e. Tata kelola
- f. Pengamanan
- g. Sertifikasi Kelaikan Sistem Elektronik
- h. Pengawasan

Sementara **PM Kominfo No. 36 Tahun 2014** tentang Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik bertujuan untuk :

- Mewujudkan penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik yang andal, aman, terpercaya dan bertanggungjawab.
- Memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, akurat, transparan dan akuntabel kepada masyarakat.
- Mendorong peningkatan kualitas penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik.
- Meningkatkan peran serta tingkat kepercayaan masyarakat dalam pemanfaatan TIK.

Dalam Peraturan Menteri Kominfo No. 36 Tahun 2014 tersebut, disebutkan bahwa Penyelenggara yang wajib mendaftar adalah :

1. Portal, situs dan aplikasi online melalui internet yang dipergunakan untuk fasilitasi penawaran dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa.
2. Sistem Elektronik yang didalamnya terdapat fasilitas pembayaran dan/atau transaksi keuangan lainnya secara online melalui jaringan komunikasi data atau internet.
3. Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pemrosesan informasi elektronik yang mengandung atau membutuhkan deposit dana atau yang dipersamakan dengan dana.
4. Sistem Elektronik yang digunakan untuk pemrosesan, pengolahan atau penyimpanan data yang terkait fasilitas yang berhubungan dengan data pelanggan untuk kegiatan operasional melayani masyarakat yang terkait dengan aktifitas transaksi keuangan dan perdagangan.
5. Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pengiriman materi digital berbayar melalui jaringan data baik dengan cara download melalui portal/situs, pengiriman lewat e-mail, atau melalui aplikasi lain ke perangkat pengguna.

Sementara proses permohonan pendaftaran, pengesahan dan seluruh proses administrasi dilaksanakan secara online melalui portal (<https://pste.kominfo.go.id>); dimana pendaftaran tidak dipungut biaya apapun.

C. Mekanisme pengawasan media on-line dan perlindungan konsumen.

Untuk pengawasan konten ataupun pemanfaatan media online, maka prinsip dasar pengawasan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Instansi pengatur melakukan pengawasan konten di Internet sesuai dengan bidangnya.
2. Instansi pengatur perlu mendorong masyarakat untuk lebih aware dan menyampaikan laporan adanya informasi di dunia maya yang melanggar pengaturan sektor terkait (negatif).
3. Dasar pengawasan PM Kominfo No.19 Tahun 2014 tentang penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.

Kominfo sendiri sesungguhnya hanya melakukan regulasi yang terkait dengan sistem dan pengawasan terkait dengan implementasi sistem itu sendiri; sementara untuk melakukan *screening* ataupun sertifikasi kelaikan dari perusahaan ataupun produk merupakan kewenangan setiap sektor yang mengatur bidang terkait; dan untuk sektor industri jasa keuangan, merupakan kewenangan OJK (Otoritas Jasa Keuangan) untuk melakukan *screening* ataupun sertifikasi kelaikan produk atau perusahaan.

Sementara terkait dengan implementasi pengawasan dilakukan berdasarkan proses sebagai berikut :

1. Pengaduan Situs Internet bermuatan negatif dilakukan oleh Kementerian Kominfo serta Bapebbti dan OJK melaporkan situs-situs investasi illegal.
2. Ada pelibatan masyarakat, karena masyarakat dapat mengajukan pelaporan untuk meminta pemblokiran atas muatan negatif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a kepada Direktur Jenderal. Kementerian atau Lembaga Pemerintah dapat meminta pemblokiran situs internet bermuatan negatif yang sesuai dengan kewenangannya sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 kepada Direktur Jenderal

3. Lembaga Penegak Hukum dan atau Lembaga Peradilan dapat meminta pemblokiran situs bermuatan negatif sesuai dengan kewenangannya kepada Direktur Jenderal Masyarakat dapat melaporkan situs internet bermuatan negatif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf b kepada kementerian atau lembaga pemerintah terkait kegiatan ilegal lainnya berdasarkan ketentuan peraturan perundang- undangan.
4. Direktur Jenderal menyediakan daftar alamat situs yang bermuatan negatif yang disebut TRUST+ Positif.
5. Penyelenggara Jasa Akses Internet wajib melakukan pemblokiran terhadap situs-situs yang terdapat dalam TRUST+Positif

Tindak lanjut dari pengaduan-pengaduan yang masuk dilaksanakan oleh Forum dan Panel Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.

Forum dan Panel merupakan bentuk pelibatan multistakeholder dan para prominent person, para ahli yang sesuai, LSM, kalangan jurnalistik dan pers, serta kalangan asosiasi terkait sebagai bentuk peningkatan partisipasi masyarakat. Sementara Instansi pengatur terkait, dilibatkan di dalam Forum dan Panel sesuai dengan sektor yang diatur.

Sampai saat ini, tercatat jumlah aduan situs internet terkait dengan penipuan adalah 446 aduan, perdagangan Forex/ investasi Illegal : 257; sementara penapisan yang dilakukan antara 6 April s/d 24 Agustus 2015 terhadap situs investasi illegal, mencapai 20 situs. Situs-situs yang diblokir diantaranya adalah karena :

1. Berjualan di Indonesia, sementara operatornya berada di luar negeri.
2. Situs tersebut tidak dapat ditemukan orang atau penanggung jawabnya serta alamatnya.

Adapun modus penipuan investasi ataupun transaksi keuangan via media online memiliki keragaman modus yang luar biasa banyaknya, dari beragam kombinasi aspek-aspek sebagai berikut :

1. Cycle :
 - a. Hit and Run.
 - b. Hit, Maintain, and Run
 - c. Hit, Maintain, Deliver, and Run
2. Mode :
 - a. Structured
 - b. Semi Structured
 - c. Unstructured.
3. Approach :
 - a. Direct
 - b. Indirect

4. Strategy :
 - a. Targetted
 - b. Try and Error
 - c. Honeypot
5. Object :
 - a. E-Money
 - b. Digital Cash
 - c. Credit Card.
6. Exploitation
 - a. Salami, atau kecil-kecilan.
 - b. Smart Algorithm atau memberi kesan profesional.
 - c. Fake Tansaction
7. Method
 - a. Phising
 - b. Social Engineering, biasanya menggunakan bantuan promosi mulut ke mulut.
8. Actror
 - a. Direct
 - b. Intermediary
9. Venue
 - a. Offline
 - b. Online
 - c. Hybrid

Dengan adanya begitu banyak model pendekatan yang dapat digunakan, beragamnya jenis transaksi yang dapat dilakukan serta jenis uang pembayaran yang dapat digunakan, maka fakta dan tantangan bagi pengawasan penawaran produk online adalah :

1. Yang terkontrol/legal/resmi akan lebih sedikit dari yang tidak terkontrol
2. Antara inovasi dengan melanggar peraturan akan sangat sulit dibedakan karena berbeda secara sangat tipis.
3. Aturan atau regulasi akan selalu kalah cepat dibandingkan dengan perkembangan teknologi
4. Konvergensi dalam industri keuangan akan semakin bervariasi dan kompleks
5. Investasi pada dunia fisik akan bertarung dengan dunia virtual (komoditas).
6. Konsep kekayaan akan menjadi berbeda dalam 25 tahun mendatang.

Sementara para penipu dengan penggunaan media online, pasti mempersiapkan diri dengan melakukan penelitian terlebih dahulu terkait dengan target sasarannya; dalam rangka untuk menentukan metoda penawaran yang akan mereka lakukan.

Dengan kondisi kompleksitas seperti itu, maka saran untuk perlindungan konsumen secara awal (strategi Pareto) adalah dengan membuat WHITE LIST.

Adapun konsep dari **Whitelist** adalah :

1. Sebuah situs bersama yang didukung dan diperbaharui secara berkesinambungan oleh beragam institusi yang memiliki kewenangan untuk melakukan penilaian terhadap situs perusahaan investasi ataupun produk jasa keuangan baik yang ditawarkan secara online, offline ataupun hybrid.
2. Institusi yang terlibat, harus memiliki keseragaman kriteria dalam menentukan legalitas maupun tingkat resiko dari perusahaan atau produk industri jasa keuangan.
3. Setiap perusahaan ataupun produk industri jasa keuangan yang dinyatakan legal, ditampilkan atau dimuatkan pada situs tersebut.
4. Tingkat resiko produk dapat dikelompokkan dengan penandaan yang disepakati bersama (misalnya : Hijau untuk resiko rendah, kuning untuk resiko sedang, merah untuk resiko tinggi).

5. Setiap institusi/ instansi dapat melakukan *up-date* daftar (penambahan atau penghapusan) perusahaan ataupun produk jasa keuangan yang terdapat dalam white list dengan pertolongan Admin. Atau dengan kata lain, outputnya 1 (satu) situs, sementara back/pendukungnya adalah beragam departemen atau stakeholders.
6. Situs tersebut harus mudah diakses, sederhana sehingga mudah dipahami dan informatif.
7. Situs tersebut harus memiliki sistem pengamanan yang handal dari segala upaya hacking.

Dengan konsep *whitelist* ini maka pendekatan dalam perlindungan konsumen menjadi **lebih simpatik**. Konsumen diedukasi agar menggunakan *whitelist* ini sebagai panduan dalam memilih perusahaan atau produk jasa keuangan. Sehingga di sisi lain (dari sisi supply) , perusahaan akan berlomba-lomba untuk mendaftarkan diri dan memenuhi syarat yang ditetapkan agar dapat masuk dalam *White List*. Kondisi ini akan lebih mudah bagi OJK ataupun instansi terkait lainnya untuk melakukan pengawasan.

D. Hambatan serta celah dalam perlindungan konsumen.

Hambatan yang dihadapi dalam melakukan perlindungan konsumen adalah

1. Literasi keuangan masyarakat yang rendah.

Dalam berinvestasi, masih sangat percaya kepada *endorser* yang merupakan orang atau tokoh terkenal, ataupun orang-orang dekat yang mereka kenal; tanpa mampu melakukan evaluasi yang obyektif terkait dengan faktor-faktor resiko ataupun kelogisan sebuah produk. Kondisi ini dimanfaatkan dengan menggunakan metoda penawaran dari mulut ke mulut oleh perusahaan atau produk jasa keuangan. Hal ini juga sangat erat berkaitan dengan minimnya proses pembelajaran atau program edukasi yang diberikan kepada masyarakat; baik dalam hal frekuensi maupun jangkauan.

Sementara dalam bertransaksi di media on line, masyarakat juga masih belum mampu membedakan antara situs resmi atau asli dengan situs phising atau penipuan; sehingga mudah terjebak dalam situs-situs phising yang merugikan konsumen.

“Sebetulnya untuk produk investasi abal-abal... biasanya dipasarkan secara personal...pendekatan orang per orang...biasanya juga dibantu dengan menggunakan endorser orang terkenal. Situs online-nya hanya sebagai pelengkap. Yang benar-benar berdasarkan media online adalah situs phising atau penipuan; yang digunakan untuk transaksi... ini terjadi karena masyarakat tidak bisa membedakan mana situs asli dan mana situs palsu dalam bertransaksi....ya...karena pengetahuan yang kurang memadai” (Prof. Eko Indrajit)

2. Kecenderungan yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dalam waktu singkat.

Adanya kecenderungan yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dalam waktu yang singkat di kalangan masyarakat Indonesia, merupakan lahan subur bagi kegiatan penipuan di sektor industri jasa keuangan. Sementara adanya krisis ekonomi saat ini, berpotensi semakin mempertinggi terjadinya kasus-kasus korban penipuan dalam industri jasa keuangan.

Mentalitas untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya ini, seringkali menghambat proses pencegahan yang dilakukan oleh instansi terkait ataupun kepolisian untuk menghindari terjadinya lebih banyak korban; yang diakibatkan tidak adanya pengaduan ataupun adanya permintaan pencegahan penindakan oleh para korban itu sendiri karena motif untuk mendapatkan untung yang belum terpenuhi.

“Sebetulnya untuk money game...atau produk investasi abal-abal...sering konsumennya sadar bahwa produknya tidak masuk akal... Tapi mereka tidak mau lapor...atau malah marah kalau kita mau tutup... alasannya... belum untung. Mereka tidak peduli walaupun tahu bahwa rantai yang dibawahnya bakalan rugi....yang penting mereka untung. Ini yang seringkali mempersulit penindakan...karena tidak ada legal standing...tidak ada yang melapor...malah mereka marah kalau ditindak” (Bareskrim).

3. Adanya aturan yang bersifat sektoral sementara produk-produk keuangan yang ada saat ini banyak yang sudah mengalami modifikasi, sehingga perlu aturan yang lintas sektoral.

Bagi bapepti dalam pelaksanaan fungsi pengawasan sering mengalami kebingungan dalam menerapkan aturan terhadap produk-produk yang merupakan produk modifikasi. Sebagai contoh : dalam menerapkan aturan serta pengawasan untuk perdagangan berjangka emas, komoditi lainnya ataupun forex. Produk yang didagangkan merupakan yurisdiksi Bapepti sementara sistem perdagangannya mengadaptasi model pasar modal.

4. Aturan yang ada : “penindakan atau pengusutan hanya dapat dilakukan jika ada pelaporan”.

Pihak kepolisian, tidak memiliki kewenangan untuk melakukan pengusutan ataupun penindakan atas sebuah praktek penjualan produk jasa keuangan bila tidak ada pengaduan; sekalipun mengetahui bahwa produk tersebut berpotensi atau bahkan telah menimbulkan kerugian jika dibiarkan. Sementara seringkali instansi-instansi yang ada cenderung untuk lepas tangan untuk tidak meminta dilakukannya penyidikan ataupun penindakan.

“Untuk menyidik atau menindak, harus ada delik aduannya...kalau tidak ada pengaduan tidak ada yang melapor, maka tidak ada legal standing bagi bareskrim...sementara instansi juga cenderung untuk saling lepas tangan” (Bareskrim)

5. Tidak adanya aturan yang mewajibkan pengujian materiil - pengaturan lebih terfokus pada legalitas administrasi.

Dalam Undang-Undang atau peraturan yang ada saat ini, pengaturan yang ada adalah kewenangan untuk melakukan pemblokiran terhadap situs-situs dari perusahaan atau produk investasi yang illegal secara administratif; tanpa disertai kewenangan ataupun kewajiban untuk melakukan proses hukum. Aturan seperti ini jelas tidak menimbulkan efek jera bagi para pelanggar.

Di sisi lain, kewajiban untuk melakukan uji materiil terhadap produk-produk investasi tidak diamanatkan oleh undang-undang ataupun peraturan yang ada. Idealnya, kewajiban uji materiil ini diatur oleh undang-undang; dan instansi terkait harus memiliki inisiatif dan diberi kewenangan untuk memblokir situs-situs ataupun iklan produk investasi serta sistem transaksi online yang memiliki resiko kerugian bagi masyarakat.

“Saat ini tidak ada kewajiban untuk melakukan uji materiil, harusnya ada kewenangan untuk menutup kalau dampak resikonya besar...dan saat ini juga tidak jelas, inisiatifnya harus dari siapa?” (Bareskrim)

6. Tim Satgas Waspada Investasi belum berfungsi secara maksimal.

Sampai dengan saat ini Tim Waspada Investasi belum memiliki situs yang dapat diakses oleh masyarakat sebagai bagian dari upaya untuk literasi keuangan bagi masyarakat. Adapun apabila situsnya telah tersedia, maka dianggap merupakan situs ideal untuk penempatan White List yang dikelola secara bersama oleh beragam stakeholders; tidak hanya instansi-instansi pemerintah, tetapi juga masyarakat.

Persatuan Wartawan Indonesia beranggapan bahwa keberadaan tim waspada investasi masih kurang disosialisasikan; sementara keanggotaannya hanya diisi oleh tim dari pemerintahan, sehingga dalam melihat sebuah produk ataupun persoalan bersikap '*top – down*' dari subyek ke obyek. Sementara kemunculan produk-produk ataupun perusahaan jasa keuangan yang berpotensi merugikan masyarakat, lebih cepat dari kemampuan regulator untuk melakukan pengaturan maupun pengawasan. Oleh sebab itu, Tim Waspada Investasi sebaiknya terdiri dari beragam unsur, yaitu : Unsur instansi-instansi pemerintahan terkait, Perusahaan-perusahaan di industri jasa keuangan, serta unsur masyarakat, yaitu para pakar dalam bidang terkait.

Diharapkan, Satgas waspada investasi ini didorong untuk menjadi milik masyarakat sehingga menjadi sebuah gerakan sosial masyarakat; dengan cara mensosialisasikan keberadaan dan fungsi satgas. Dengan demikian, maka ketersediaan **situs** Satgas Waspada Investasi merupakan hal mutlak yang harus segera terbentuk.

7. Tidak adanya leader dalam membangun kesadaran kolektif Media

Dengan tersedianya beragam media komunikasi saat ini, maka kreatifitas media dalam mengkomunikasikan produknya menjadi hampir tidak terbatas.

Kondisi tersebut seringkali memunculkan bentuk serta cara komunikasi produk yang tidak etis dan merugikan konsumen (contohnya : iklan sebuah produk dengan teaser gambar-gambar porno). Sehingga dalam hal ini perlu dilakukan upaya untuk membangun kesadaran kolektif media. Dan Kementerian Kominfo merupakan institusi yang ideal untuk menjadi leader dalam membangun kesadaran kolektif media untuk melakukan penapisan terhadap cara komunikasi produk yang tidak etis dan merugikan konsumen.

Beberapa pelaku media online (seperti detik.com, ataupun kontan online), menyatakan bahwa sebagai bentuk tanggung jawab sosial, mereka sudah berupaya melakukan penapisan dalam menerima iklan-iklan pada media online yang mereka kelola; namun mereka kesulitan dalam melakukan penapisan terhadap iklan-iklan ataupun link-link pada situs yang kurang bertanggung jawab, khususnya terkait dengan situs investasi *bodong* yang disusupkan melalui komentar-komentar yang diposting pada news yang tersedia.

“Sebetulnya kami berusaha selektif dalam menerima iklan pada media online yang dikelola, hanya kami kesulitan untuk memfilter iklan-iklan atau link-link yang ditautkan pada komentar yang diposting masyarakat.... bagaimana ya caranya? Kami butuh bantuan untuk membuat sistem filtering pada komentar tersebut” (Harian Kontan online)

8. Implementasi yang tidak memadai terkait dengan aspek-aspek yang disyaratkan oleh UU ITE.

White list akan sangat bermanfaat sebagai upaya perlindungan konsumen yang bersifat preventif; agar konsumen tidak membeli produk jasa keuangan yang merugikan. Namun perlindungan konsumen jika terjadi kerugian akibat kesalahan yang dilakukan oleh perusahaan jasa keuangan; juga harus ditegakkan.

Berdasarkan UU ITE, jika konsumen merasa telah dirugikan oleh sistem transaksi on-line yang telah dilakukannya; maka konsumen tersebut dapat melakukan gugatan di pengadilan apabila terpenuhi syarat-syarat dasar yang terkait dengan information security, yaitu :

- a. Confidentiality : bahwa terkait dengan barang bukti hanya dapat dilihat oleh 2 pihak yang bertransaksi saja.
- b. Integrity : bahwa sistem harus bisa melihat apakah telah terjadi perubahan perintah di tengah jalan saat perintah diberikan oleh pihak kesatu ke pihak kedua; dan telah diotorisasi pada saat pengiriman perintah oleh pihak pertama.
- c. Availability : bahwa catatan data transaksi harus tersedia dalam sistem.
- d. Non- repudiation : bahwa barang bukti tersebut jika diberikan ke pengadilan maka hakim tidak dapat menolaknya.

Sementara untuk sengketa transaksi online di Indonesia **agar dapat diterima** oleh hakim di pengadilan, maka sistem transaksi tersebut harus dapat membuktikan bahwa memiliki risk management system sesuai dengan persyaratan UU ITE, yaitu terpenuhinya aspek management control sebagai berikut :

- a. Administratif : Situs tersebut terdaftar di Indonesia; dalam hal ini terdaftar di Kementerian Kominfo.
- b. Logical : yaitu harus memiliki sertifikat; dalam hal ini sertifikat juga dikeluarkan oleh Kementerian Kominfo.
- c. Physical : harus jelas tentang lokasi keberadaan servernya; dan lokasi servernya harus di Indonesia.

Sesungguhnya, ketiga aspek tersebut (Administratif, logical serta physical) **dapat digunakan sebagai panduan dasar** untuk menseleksi situs-situs online yang melakukan penawaran ataupun transaksi produk jasa keuangan; tanpa harus menunggu adanya pengaduan kasus kerugian dari masyarakat.

Prinsip transaksi online yang dinilai legal adalah tidak adanya perubahan paket instruksi di tengah jalan. Hal ini dilakukan dengan cara menelusuri tanda tangan digital serta sertifikasi digital. Sehingga jika ada perbedaan public key.private key di tengah jalan, maka transaksi tersebut dapat ditetapkan sebagai illegal.

UU -ITE secara tegas mengatakan bahwa **jika tidak ada sertifikasi** (terpenuhinya aspek logical) maka tidak bisa dijadikan sebagai barang bukti di pengadilan. Adapun instansi pemerintah yang memiliki kewenangan untuk memberikan sertifikasi adalah Kementerian Kominfo. Namun sayangnya sampai dengan saat ini, tidak satupun situs dari industri jasa keuangan yang ada di Indonesia telah mendaftarkan atau mendapatkan sertifikasi dari Kementerian Kominfo. Dengan kondisi ini, jika terdapat kerugian yang dialami oleh konsumen akibat transaksi keuangan melalui media on-line maka seluruh barang bukti yang dimiliki, tidak dapat diterima oleh pengadilan.

“Sengketa konsumen dengan bank akibat penggunaan fasilitas transaksi online, walaupun akhirnya diselesaikan...sebetulnya lebih karena kebaikan hati bank saja... karena sebetulnya kalau diajukan ke pengadilan, konsumen pasti kalah... kasus itu tidak dapat diterima oleh hakim, karena situs-situs transaksi yang dimiliki perbankan saat ini belum ada yang bersertifikasi dari Kementrian Kominfo” (Ir. Onno Widodo)

9. Identifikasi Subyek Hukum yang tidak tepat dalam penerapan sanksi atas iklan yang menyesatkan atau merugikan masyarakat.

Dalam UU No.32 tahun 2002 tentang Penyiaran, untuk iklan-iklan ataupun komunikasi yang dinilai menyesatkan atau merugikan masyarakat, maka yang dikenai sanksi adalah lembaga penyiaran. Sementara pemasang iklan, hanya dikenai pasal pelanggaran kode etik, sehingga jika pemasang iklan tersebut menarik iklannya, maka persoalan selesai.

Dengan aturan tersebut, maka iklan-iklan produk jasa keuangan yang menyesatkan atau merugikan masyarakat, **tidak dapat dijankau oleh hukum.** Dengan demikian maka aturan terkait dengan subyek hukum seharusnya diperluas, tidak hanya menyangkut lembaga penyiarannya saja, tetapi juga pemasang iklan.

“Sekarang ini, subyek hukum untuk penindakan jika ada pelanggaran kode etik iklan itu adalah lembaga penyiarannya... sementara kalau pengiklan asal iklannya dicabut...sudah..urusan beres...ini jelas menyebabkan fungsi hukum jadi mandul” (Kementerian Kominfo).

10. Kesulitan dalam melakukan pengawasan perizinan Koperasi akibat UU otonomi daerah.

Dengan adanya Undang-Undang Otonomi Daerah, maka Kementerian Koperasi tidak lagi memiliki otoritas kewenangan dalam mengatur keputusan-keputusan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi terkait dengan perizinan pendirian koperasi di tingkat Provinsi ataupun Kabupaten/Kota. Dengan kondisi ini maka setiap dinas Koperasi tingkat Provinsi ataupun Kabupaten/Kota dapat mengeluarkan izin pendirian koperasi di wilayah otonomi mereka masing-masing.

Kondisi tersebut di atas, menimbulkan kesulitan dalam melakukan pengawasan, baik terhadap uji materi pemberian perizinan pendirian Koperasi maupun praktek operasional yang dilakukan oleh Koperasi agar tidak merugikan konsumen atau masyarakat. Dengan kondisi seperti ini, maka OJK tidak dapat melakukannya dengan baik untuk melakukan pengawasan ataupun fungsi perlindungan konsumen terhadap praktek-praktek di industri jasa keuangan berbadan hukum Koperasi.

“Otonomi daerah juga punya implikasi terhadap efektifitas pengawasan Koperasi...karena ijin koperasi itu bisa diberikan oleh dinas tingkat Kabupaten... jadi Koperasi di daerah itu banyak sekali...sementara kemampuan Dinas untuk melakukan pengawasan minim. Jujur saja...OJK sampai saat ini belum mampu melakukan pengawasan terhadap koperasi” (Pejabat OJK).

11. Kurangnya penguatan literasi hukum di Universitas.

Di lembaga-lembaga pendidikan tinggi atau Universitas; pengajaran yang diberikan hanyalah terkait dengan UU Hukum Perbankan. Dengan adanya kompleksitas produk industri jasa keuangan saat ini, maka seharusnya kurikulum tersebut diperluas menjadi Hukum Layanan Jasa Keuangan; yang disertai dengan pendalaman materi berupa contoh-contoh kasus yang terjadi serta penanganannya.

E. Kreatifitas komunikasi.

Literasi keuangan masyarakat sangat tergantung dari upaya komunikasi yang dilakukan oleh OJK. Beragam upaya komunikasi baik melalui ATL (Above The Line) maupun BTL (Below the Line) media, sudah banyak dilakukan oleh OJK. Namun menurut Don Bosco, seorang pakar media, Iklan-iklan yang dibuat oleh OJK kalah menarik dibandingkan iklan-iklan produk jasa keuangan/ investasi yang bermasalah (mis : iklan MMM). Iklan komunikasi OJK dinilai sangat kurang memiliki sentuhan kedekatan emosional dan dirasakan terlalu menggurui.

Dengan semakin beragamnya media komunikasi dan tingginya penetrasi penggunaan fasilitas data internet dalam telephone mobile yang digunakan masyarakat; sesungguhnya merupakan peluang bagi OJK untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat dengan menggunakan beragam bentuk komunikasi yang menarik melalui beragam media yang **jauh lebih murah dan lebih gampang** diakses oleh masyarakat, daripada media yang telah digunakan saat ini.

Bentuk komunikasi yang dapat dimanfaatkan :

- a. Meme yang menarik; bentuk ini terbukti sangat efektif untuk menarik perhatian masyarakat pada saat kampanye Pilpres 2014.

Dengan menggunakan Meme, dapat dibuat komunikasi yang lebih customize sehingga lebih mengena bagi segmen masyarakat yang beragam; mengingat rasa lucu dan getir setiap kelompok, setiap daerah adalah berbeda-beda atau beragam.

- b. Iklan/ film pendek dengan alur cerita yang menarik.

Sementara media komunikasi yang dapat digunakan adalah :

- a. Social media (facebook, twitter) untuk komunikasi berbentuk *Meme*
- b. Youtube untuk komunikasi berbentuk iklan atau film pendek yang diendorse melalui social media agar mendapatkan perhatian lebih banyak dari masyarakat.

Kedua media komunikasi tersebut diatas (social media dan Youtube), selain jauh lebih murah juga lebih gampang diakses oleh masyarakat - tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Pemanfaatan media televisi untuk iklan, saat ini sesungguhnya sudah mulai ditinggalkan karena dinilai sudah kurang efektif dan efisien mengingat begitu banyaknya channel televisi yang ada saat ini; sehingga sulit untuk beriklan dengan penggunaan beberapa channel televisi saja untuk dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas – sementara tarif iklan di televisi cukup mahal. Namun sekalipun demikian, iklan di televisi dapat digunakan untuk meng-endorse pesan yang disosialisasikan melalui social media ataupun you-tube.

BAB III KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Terkait dengan aspek perlindungan konsumen dalam bisnis layanan jasa keuangan melalui media online, beragam aturan mulai Undang-Undang, Peraturan Pemerintah serta Peraturan Menteri telah diterbitkan atau diberlakukan; demikian pula halnya terkait dengan perlindungan konsumen dari aspek lainnya sudah diatur oleh OJK (diantaranya : klausula baku, pemasaran produk, dsb), namun sekalipun demikian terdapat beberapa **celah atau kelemahan** dalam **aturan** yang ada, yaitu :

1. Adanya aturan yang bersifat sektoral, sementara produk-produk keuangan yang ada saat ini banyak yang sudah mengalami modifikasi – sehingga bersifat lintas sektoral.
2. Tidak adanya aturan yang mewajibkan pengujian materiil – pengaturan lebih terfokus pada legalitas administrasi ; sementara penindakan atau pengusutan atas perusahaan atau produk jasa keuangan yang berpotensi merugikan masyarakat, **hanya dapat dilakukan jika ada pelaporan**. Sehingga tindakan pre-emptive sulit dilakukan terhadap perusahaan yang sudah mampu memenuhi syarat legalitas perusahaan.

3. Tidak ada aturan yang mewajibkan perusahaan pengguna media online untuk fasilitas transaksi, agar memperoleh sertifikasi dari Kementerian Koinfo. Sementara sertifikasi tersebut adalah syarat mutlak yang mendasari sahnya barang bukti di pengadilan jika ada sengketa antara konsumen dengan penyedia jasa produk keuangan.
4. Identifikasi subyek hukum yang tidak tepat dalam penerapan sanksi atas iklan yang menyesatkan atau merugikan masyarakat, dimana yang menjadi subyek hukum adalah lembaga penyiaran – bukan pemasang iklan.

Adapun **tantangan** yang harus dihadapi oleh OJK dalam melakukan perlindungan konsumen dari potensi kerugian yang diakibatkan penawaran ataupun transaksi melalui media online adalah :

1. Perkembangan teknologi media online dan perusahaan maupun produk jasa keuangan, berkembang lebih cepat daripada kemampuan regulator untuk mengimbangnya dengan aturan yang memadai.

2. Literasi keuangan masyarakat yang rendah, diiringi kecenderungan yang tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dalam waktu singkat serta mentalitas egosentris (*'tidak peduli potensi kerugian pada orang lain – yang penting diri sendiri untung*). Bahkan penguatan literasi hukum di perguruan tinggi-pun masih kurang memadai; karena modul yang ada masih terfokus pada UU Hukum Perbankan.
3. Tidak adanya leader dalam membangun kesadaran kolektif Media untuk turut melaksanakan fungsinya dengan baik dalam melindungi konsumen.
4. UU otonomi daerah memberi kewenangan bagi daerah untuk memberikan izin pendirian koperasi – sehingga menyulitkan koordinasi dan pengawasan.

Sementara **peluang** yang dapat dimanfaatkan oleh OJK dalam melakukan perlindungan konsumen saat ini adalah:

1. Penetrasi dan pertumbuhan pengguna mobile telephone serta internet yang cukup tinggi di Indonesia; merupakan peluang untuk mengimplementasikan program literasi keuangan kepada masyarakat secara lebih murah dengan jangkauan yang lebih luas.

2. Adanya tim satgas waspada investasi; yang dapat dimanfaatkan secara lebih maksimal dalam membentuk kolaborasi antara beragam stakeholders dalam melakukan investigasi atau upaya-upaya pencegahan untuk memaksimalkan fungsi perlindungan konsumen.

3. Institusi pendidikan yang ada saat ini, dari mulai tingkat SMA maupun universitas, dapat dimanfaatkan sebagai media untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat – melalui perancangan kurikulum yang lebih komprehensif; tidak hanya terkait dengan literasi produk keuangan, tetapi juga literasi hukum.

B. Saran

Dalam rangka meningkatkan efektifitas perlindungan konsumen dari potensi kerugian yang diakibatkan penawaran ataupun transaksi melalui media online, maka OJK perlu melakukan upaya-upaya untuk mengatasi celah atau kelemahan yang ada dalam perundang-undangan saat ini (baik dalam hal penyempurnaan aturan maupun dalam implementasi aturan yang sudah ada) serta mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara :

1. Mendefinisikan ulang produk-produk yang dapat dikategorikan sebagai produk jasa keuangan agar dapat memperluas jangkauan pengawasan terhadap produk-produk hybrid (misalnya : menjadikan perdagangan komoditas berjangka sebagai bagian dari produk industri jasa keuangan). Disertai dengan upaya untuk mensinergikan aturan terkait dengan perijinan perusahaan serta produk jasa keuangan sehingga tidak lagi bersifat sektoral.

2. Memperluas pengaturan perizinan produk jasa keuangan tidak hanya pada aspek legalitas administrasi ataupun sistem, namun **mencakup juga pengujian materiil**.
 - **Sanksi atau penindakan** tidak lagi dibatasi pada terpenuhinya syarat pengaduan atau pelaporan dari konsumen, namun dapat bersandar pada hasil pengujian materiil.
3. Norma-norma hukum yang melarang investasi ilegal harus masuk dalam **RUU investasi**.
4. Adanya aturan yang **mewajibkan** bahwa setiap perusahaan pengguna media online yang memiliki fasilitas transaksi secara online agar memiliki **sertifikasi** dari Kementerian Kominfo atas sistem transaksi yang digunakannya.
5. **Subyek hukum** atas sanksi terhadap iklan yang menyesatkan atau merugikan masyarakat, diperluas tidak hanya sebatas pada lembaga penyiarannya saja, tetapi juga pada pemasang iklan.
6. **Memperluas** keanggotaan tim satgas waspada investasi sehingga mencakup beragam stakeholders – termasuk masyarakat serta peneliti atau pakar di bidang IT serta keuangan;

dan **memperkuat** fungsi dan kinerja tim satgas waspada investasi dengan membuat situs khusus – dimana terdapat *whitelist* terkait dengan perusahaan serta produk investasi yang dapat digunakan oleh masyarakat; dan *whitelist* tersebut disusun dengan kolaborasi antar instansi.

- Untuk pembuatan *whitelist* tersebut perlu disusun keseragaman konsep sehingga dapat diimplementasikan oleh beragam instansi.
 - Kementerian Kominfo diusulkan sebagai admin dari situs satgas waspada investasi.
 - Keberadaan dan fungsi situs waspada investasi (termasuk keberadaan *whitelist*) harus disosialisasikan secara memadai kepada masyarakat.
7. Dalam upaya untuk meningkatkan literasi keuangan/investasi masyarakat agar lebih banyak memanfaatkan bentuk serta media komunikasi yang sedang trend saat ini (yaitu meme atau iklan/film pendek yang menarik dengan menggunakan social media serta youtube); sehingga upaya komunikasi dapat dilakukan dengan lebih efektif dan efisien namun memiliki jangkauan yang lebih luas; daripada bentuk event ataupun iklan di media massa.

- Program literasi – tidak hanya diarahkan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat saja, tetapi juga diarahkan untuk meningkatkan tanggung jawab sosial masyarakat untuk melindungi masyarakat lainnya dari kerugian atas produk investasi yang illegal ataupun tidak bertanggung jawab.
8. Memperkaya kurikulum dari mulai tingkat SMA/SMK hingga universitas, untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat.
- Juga memperluas kurikulum di Universitas, tidak hanya mengenai UU Hukum Perbankan, tetapi mencakup Hukum Layanan Jasa Keuangan.

Dalam hal ini maka **OJK harus berperan secara lebih signifikan sebagai leader** dalam seluruh upaya perlindungan konsumen – baik untuk menginisiasi aturan baru, implementasi peraturan yang sudah ada, mengkolaborasikan beragam institus ataupun otonomi, termasuk juga dalam membangun kesadaran kolektif media untuk melakukan perlindungan konsumen.

----oOo----

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

WRAP UP FGD

KEPALA DEPARTEMEN LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN

Kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan menyampaikan *wrap up* atas pembahasan dan diskusi dari FGD dimaksud dengan melakukan beberapa pendekatan, sebagai berikut:

- a. Pendekatan Kebijakan:
 - 1) Perlu adanya kerja sama dalam rangka mengatasi kegiatan investasi ilegal.
 - 2) Memperkuat fungsi dan kewenangan Satuan Tugas Waspada Investasi.
 - 3) Memasukkan dan melibatkan unsur swasta dan kalangan media ke dalam anggota Satuan Tugas Waspada Investasi.
 - 4) Perlu adanya pemimpin atau yang mewakili pemimpin dalam Satuan Tugas Waspada Investasi untuk mengatasi adanya kegiatan investasi ilegal.
- b. Pendekatan Regulasi:
 - 1) Perlu adanya kepastian kepatuhan terhadap ketentuan mengenai informasi dan transaksi elektronik yang diterbitkan Kemkominfo.
 - 2) Perlu adanya kerja sama dengan instansi lain untuk melakukan penegakan ketentuan mengenai informasi dan transaksi elektronik.
- c. Pendekatan Edukasi dan Sosialisasi:
 - 1) Melakukan edukasi untuk memberikan pemahaman agar terhindar untuk masuk mengikuti kegiatan investasi ilegal.
 - 2) Memberikan informasi mengenai “White List” yang masuk dalam website/portal OJK.
 - 3) Membuat kurikulum perguruan tinggi mengenai edukasi tentang kegiatan investasi yang benar.

- d. Pendekatan Infrastruktur:
- 1) Penyelenggara sistem dan transaksi elektronik perlu memiliki teknologi keamanan yang terjamin dengan spesifikasi teknis tertentu.
 - 2) Perlu adanya mekanisme pengamanan untuk validasi data dalam rangka pembuktian data di pengadilan.
 - 3) Perlunya infrastruktur yang mendukung disampaikannya informasi mengenai “White List” yaitu daftar perusahaan atau badan usaha yang memiliki kegiatan penawaran layanan keuangan yang telah memiliki ijin dari otoritas yang berwenang.
- e. Pendekatan Komunikasi:
- 1) Perlunya peran serta media untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai investasi yang benar maupun ilegal melalui Iklan Layanan Masyarakat.
 - 2) Perlunya OJK menyediakan materi ILM yang akan ditayangkan melalui media.

Berdasarkan diskusi FGD di atas, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Telah terdapat regulasi terkait pemanfaatan informasi dan teknologi komunikasi yang diterbitkan Kemkominfo. Penyelenggara sistem dan transaksi elektronik memiliki kewajiban untuk melakukan pendaftaran, pengamanan, pengawasan dan sertifikasi kelaikan sistem elektronik.

Namun Kemkominfo tidak memiliki kewenangan untuk melakukan penegakkan hukum tanpa rekomendasi dari instansi terkait, hal tersebut dikarenakan terdapat pasal yang memberikan kewenangan kepada sektor lain untuk menambahkan pengaturan sesuai dengan kewenangannya masing-masing. Oleh karena itu perlunya kerja sama lintas sektoral dalam rangka penegakkan hukum peraturan terkait dengan pemanfaatan informasi dan teknologi komunikasi.

2. Saat ini bisnis penghimpunan dana melalui teknologi internet merupakan suatu keharusan. Namun terdapat banyak permasalahan yang disebabkan oleh banyak hal, antara lain sifat masyarakat Indonesia yang mobile, peredaran nomor telepon lebih banyak daripada jumlah penduduk, serta penggunaan media sosial yang tinggi, sehingga terjadi penggunaan elektronik dengan volume dan frekuensi yang besar, sehingga kejahatan yang sering terjadi di Indonesia adalah pelaku kriminal menggunakan teknik salami. Oleh karena itu untuk mengatasi hal tersebut selain masyarakat diberikan edukasi mengenai lembaga jasa keuangan formal yang telah memiliki izin dari otoritas berwenang, OJK menyediakan informasi “white list” yaitu daftar perusahaan yang telah memiliki izin dari otoritas yang berwenang, sehingga akan memberikan kemudahan masyarakat untuk memanfaatkan dan mencari tahu mengenai perusahaan yang legal. Namun, ketika membuat informasi “white list”, maka harus berhati-hati dalam menentukan kesamaan kriteria perusahaan yang akan masuk dalam daftar “white list” tersebut.

Permasalahan lain yang terjadi adalah Satgas Waspada Investasi yang telah terbentuk yang memiliki tugas sebagaimana tercantum dalam Keputusan Dewan Komisiner Otoritas Jasa Keuangan Nomor 1/KDK.01/2015, kesulitan untuk melakukan penindakan apabila ada kegiatan penghimpunan dana dan/atau investasi ilegal yang masuk dalam wilayah abu-abu, karena instansi/kementerian yang masuk dalam anggota Satgas Waspada Investasi saling melempar tanggungjawab atau kewenangan ketika akan menangani. Selain itu, Ketua Satgas Waspada Investasi tidak memiliki kewenangan secara penuh untuk menindak apabila ada kegiatan penghimpunan dana dan/atau investasi ilegal, oleh sebab itu masyarakat dan media menilai bahwa Satgas Waspada Investasi tidak memiliki leader ketika harus memberikan keputusan atau penindakan ketika terjadi kegiatan penghimpunan dana dan/atau investasi ilegal. Sehingga saat ini Satgas Waspada Investasi lebih fokus dalam melakukan pencegahan yaitu melakukan edukasi kepada masyarakat. Oleh karena itu diperlukan leader yang diberikan kewenangan secara langsung untuk memutuskan hal-hal yang harus dilakukan dan memerintahkan instansi yang menjadi anggota Satgas Waspada Investasi terkait dengan kegiatan investasi dan/atau penghimpunan dana ilegal.

3. Terkait dengan aspek informasi dan teknologi komunikasi dalam mempengaruhi percepatan layanan jasa keuangan, maka setiap penyelenggara sistem dan transaksi elektronik seyogyanya memiliki keamanan informasi yang terdapat dalam prinsip dasar keamanan informasi, yaitu memiliki *confidentiality*, *integrity*, *availability*, dan *non-repudiation*. Sehingga diharapkan Lembaga Jasa Keuangan yang menyediakan sistem dan transaksi elektronik yang akan masuk dalam “white list” telah memiliki 4 (empat) prinsip dasar keamanan informasi tersebut. Selain itu perlu adanya mekanisme pengamanan untuk validasi data yang dapat dijadikan sebagai barang bukti di pengadilan apabila terjadi gugatan.
4. Terkait dengan peran media dalam fungsi edukasi dan perlindungan konsumen, bahwa media memiliki peran yang besar dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Sehingga OJK dapat memanfaatkan media apapun termasuk media sosial dalam memberikan edukasi dan informasi kepada masyarakat. Selain itu OJK juga menyediakan materi mengenai investasi yang legal maupun terkait dengan investasi dan/atau penghimpunan dana ilegal yang akan disampaikan kepada masyarakat yang akan disampaikan melalui media maupun Iklan Layanan Masyarakat.

Selain memberikan informasi dan edukasi melalui media, OJK juga perlu membuat kurikulum dalam perguruan tinggi mengenai kegiatan investasi yang benar, sehingga mahasiswa sebagai *agent of change* dan penerus bangsa dapat menjadi kepanjangan tangan OJK dalam memberikan edukasi kepada masyarakat sekitarnya.

Selanjutnya, agar pelaksanaan tugas Satgas Waspada Investasi dapat menjadi lebih efektif, dapat memasukkan unsur swasta dan kalangan media menjadi anggota Satgas Waspada Investasi.

PRESENTASI

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

Onno W. Purbo

n a r a s u m b e r



Migrasi ke e-commerce

Onno W. Purbo
Onno@indo.net.id



Tempat diskusi

- warta-e-commerce@yahoogroups.com
- Mastel-e-commerce@yahoogroups.com
- E-commerce@itb.ac.id
- I2bc@yahoogroups.com
- telematika@yahoogroups.com
- Genetika@yahoogroups.com
- doIT@topica.com



Tempat materi

- ~800 file - ~500Mbyte
- <http://www.detik.com/net/onno/jurnal/index.html>
- <http://www.smole.com>
- <http://louis.idaman.com/idkf>
- <http://louis.regex.com/idkf>
- <http://idkf.virtualave.net>

CD

- msc-mta@dnet.net.id
- SIMPULNET (fauzan@simpulnet.com)
- taufiqrahman@yahoo.com



Outline

- Migrasi ke e-commerce
- Overview Teknologi e-commerce



Sedikit Filosofi



Strata Informasi

- Data
- Informasi
- Pengetahuan (knowledge)
- Kebijakan (wisdom)

Transaksi di e-commerce

- Transaksi uang
- Transaksi barang
- Transaksi informasi
- Transaksi pengetahuan / jasa

Filosofi Dasar

- Rizki & pahala – sesuai dengan amal & ibadah.
- Dunia elektronik mengeffisienkan amal & ibadah untuk orang banyak.
- Ke-iman-an kepada Allah atau ...?



Tipe e-commerce

- Business-to-Business (B2B)
 - 80% transaksi e-commerce.
- Business-to-Customer (B2C)
- Business-to-Government (B2G)
- Business-to-Partners
- Community-to-Community (C2C)
- Citizen-to-Citizen (C2C)



E-Commerce sederhana

Langkah Sederhana

- Shopping, Buka Wawasan & Kenali Medan.
- Fokus yang di sukai / di kuasai.
- Silaturahmi, Community Building.
- Transaksi e-commerce sederhana.
 - **Ganti telp, fax → e-mail.**
 - Transaksi elektronik informasi / pengetahuan.
 - Transaksi fisik - barang.
 - Transaksi fisik - duit manual 😊 ..

Kenali Medan

- Search Engine
 - <http://www.yahoo.com>
 - <http://www.infoseek.com>
- Keyword
 - FAQ, whitepapers, hal yang disukai.
 - Mailinglist community.



Community Building

- Aktif di mailing list
 - E-commerce@itb.ac.id
 - Mastel-e-commerce@egroups.com
 - Warta-e-commerce@egroups.com
 - I2bc@egroups.com
- Subscribe via:
 - *-subscribe@egroups.com
- Responds responds responds
 - Rizki equivalent dengan kecepatan meresponds.
 - Silaturahmi & community building.



Menjadi Produsen

- Jawab pertanyaan di mailing list.
- Tulis artikel
- Tulis buku



Migrasi e-commerce

- Webmarketing vs. e-commerce
- Webmarketing
 - Awareness.
- E-commerce
 - Transaksi dagang.



Fokus Migrasi

- Perusahaan yang sudah running.
 - Perlu kerjasama antar departemen.
- Bukan new entrant.

- Filosofi-nya
 - Di drive bisnis vs. di drive teknologi.



E-commerce B2C

- Identik dengan direct sales
 - Eceran margin tinggi.
 - Vs. B2B volume – transaksi rendah.
- Customer Care / Tech Support.
- Cara PR / Marketing yang beda.



Size yang tepat

- Bagaimana sample yang baik?
- Pilot e-toko?
 - Produk terbatas – seberapa terbatas?
 - Pakaian – pusing teknologi.

Setup sebuah e-toko

- Kemudahan & kesederhanaan.
 - Kemudahan & efisiensi katalog.
- Apa yang dijual & bagaimana caranya.
 - CD, buku (murah) → cart → bayar.
 - Artikel dll → bayar → download.
 - Kanal pre-sales (barang mahal)

Toolkit populer

- <http://www.jatis.com>
- <http://www.viaweb.com>
- <http://www.icat.com>
- <http://home.netscape.com/products/>



Pemenuhan expektasi user

- Open internal expertise
 - Expert system
- Agen cerdas
 - Memberikan saran sesuai minat user.



Integrasi ke Existing System

- Online – Back end di akses online.
- Batch – Putus, duplikasi data periodik.



E-Commerce Rumit



Isu utama e-commerce

- Payment Method
- Certificate Authority (CA)
- Internet Infrastructure
 - Web.
 - e-mail.
- Regulasi – cyberlaw.



Payment Method

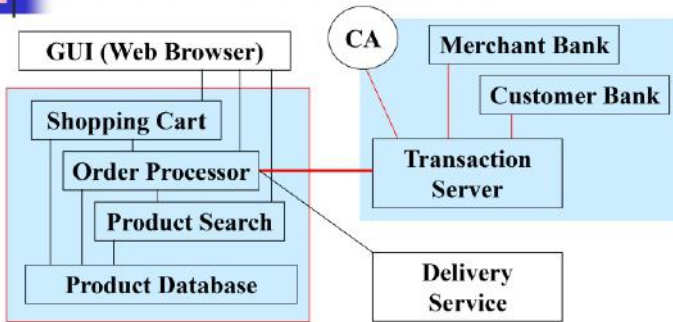
- Transaksi model ATM.
- Pembayaran 2 pihak tanpa perantara.
- Pembayaran 2 pihak dengan perantara.
- Micropayment.
- Anonymous Digital Cash.



Business-to-Customer

- Biasanya Web.

Bisnis-2-Customer



Business-to-Business



Start e-Commerce

Indonesia

- <http://www.telkom.net.id> (CommerceNet)
- IndosatCom
- EDI Indonesia

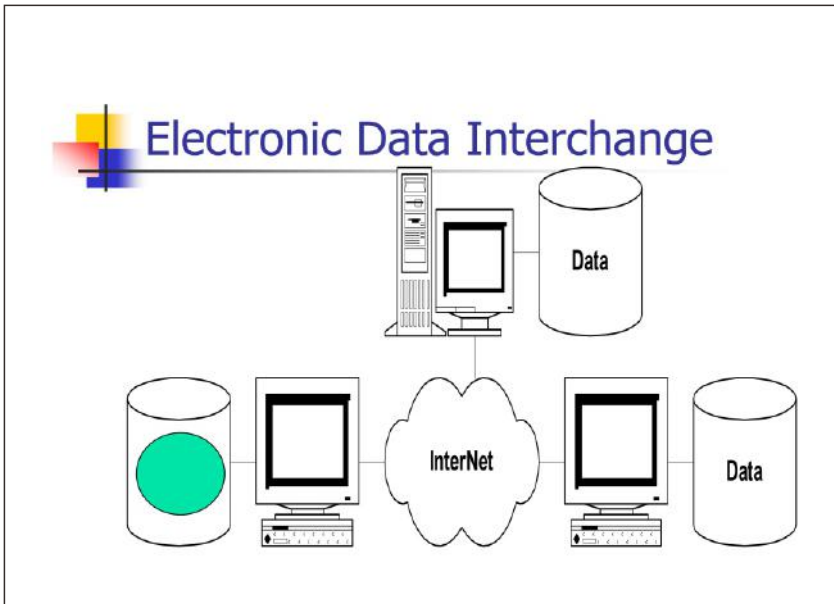
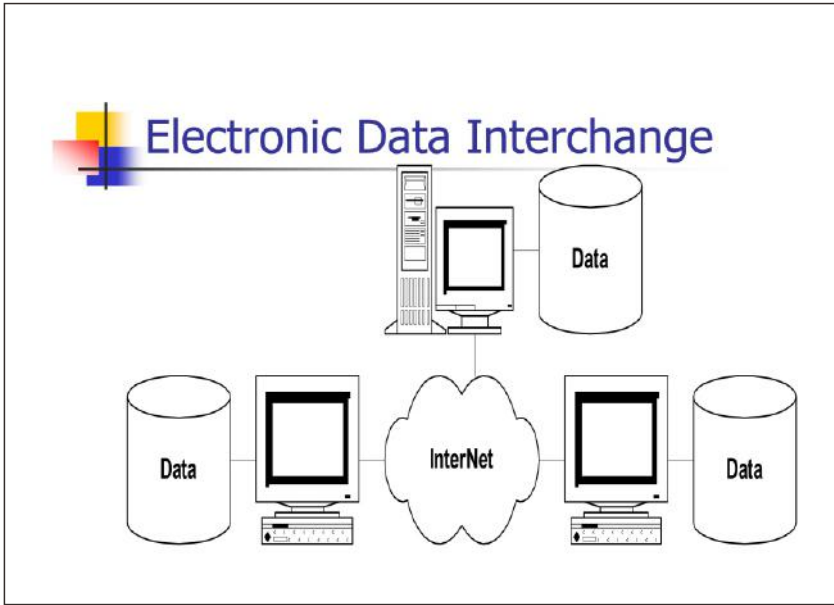
Luar Negeri

- <http://store.yahoo.com>
- <http://www.ipservices.att.com/wss/>
- <http://www.wcom.net/commercehost/>
- <http://www.bbn.com/>



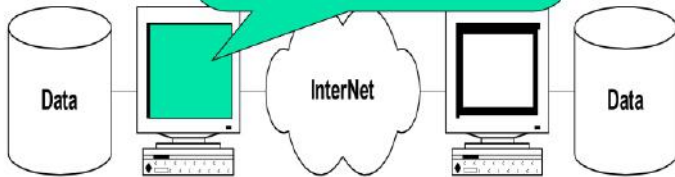
Standard e-Commerce

- Electronic Data Interchange (EDI)
- Open Buying on the Internet (OBI)
 - <http://www.openbuy.org> (Microsoft)
- Open Trading Protocol (OTP)
 - Sun, IBM, Oracle
- Open Profiling Standard (OPS)
- Socket Secure Layer (SSL)
 - Netscape
- Secure Electronic Transaction (SET)
 - Visa & MasterCard

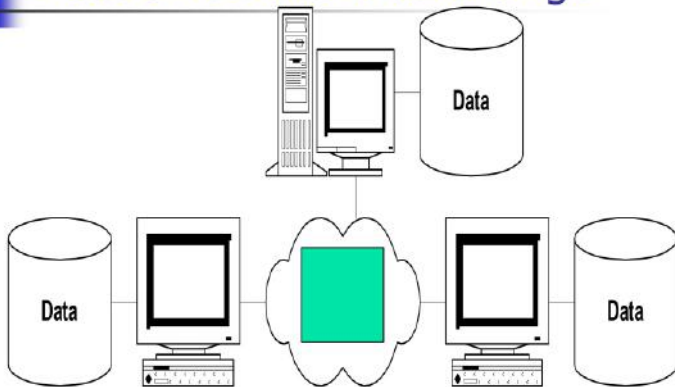


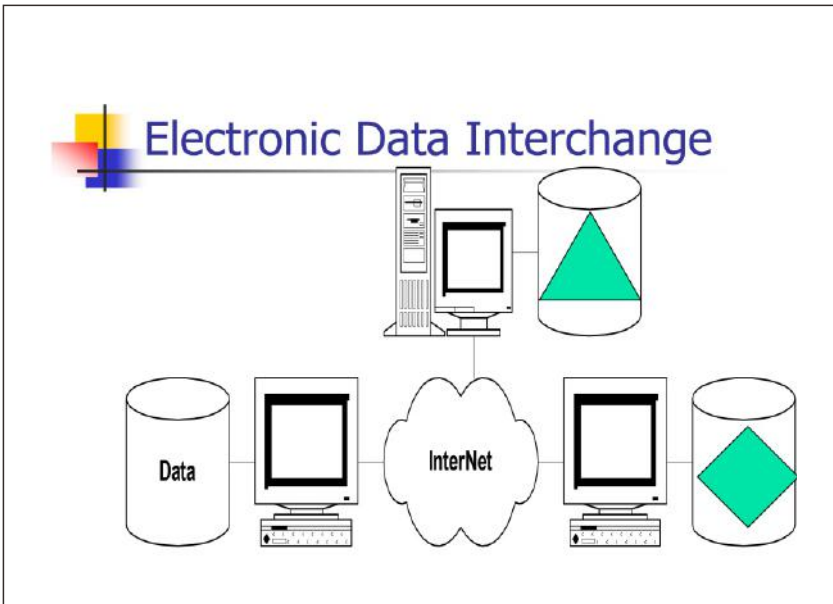
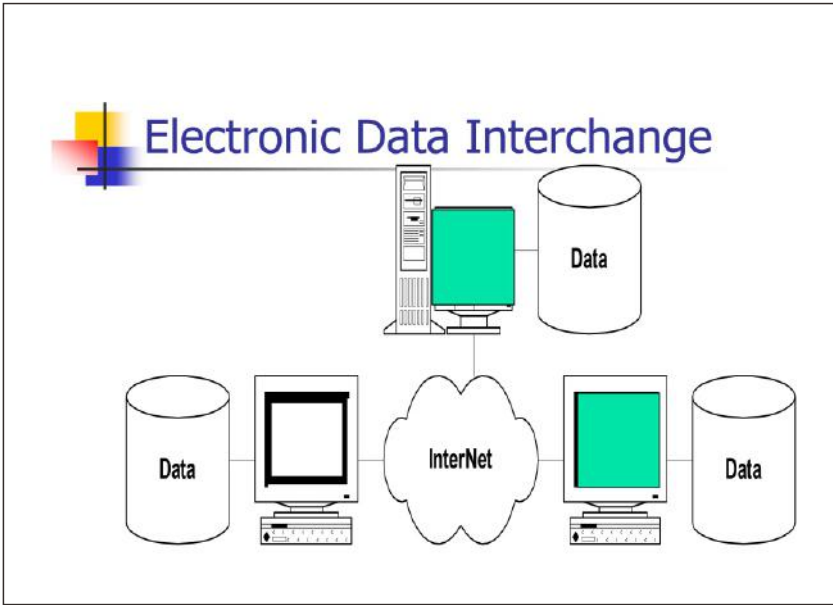
Electronic Data Interchange

X.12 UN/EDIFACT

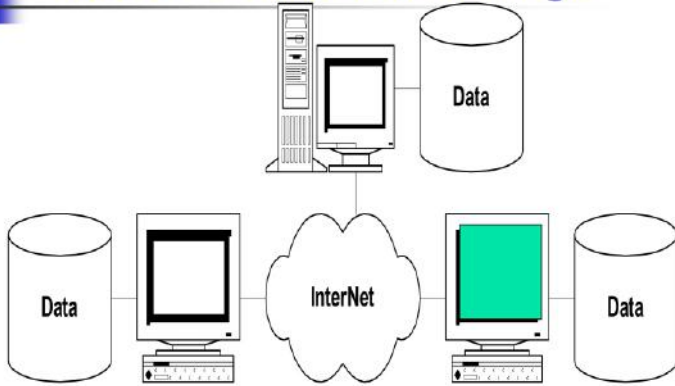


Electronic Data Interchange

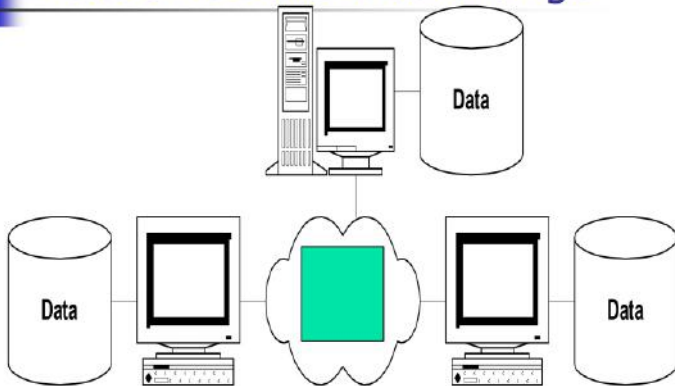


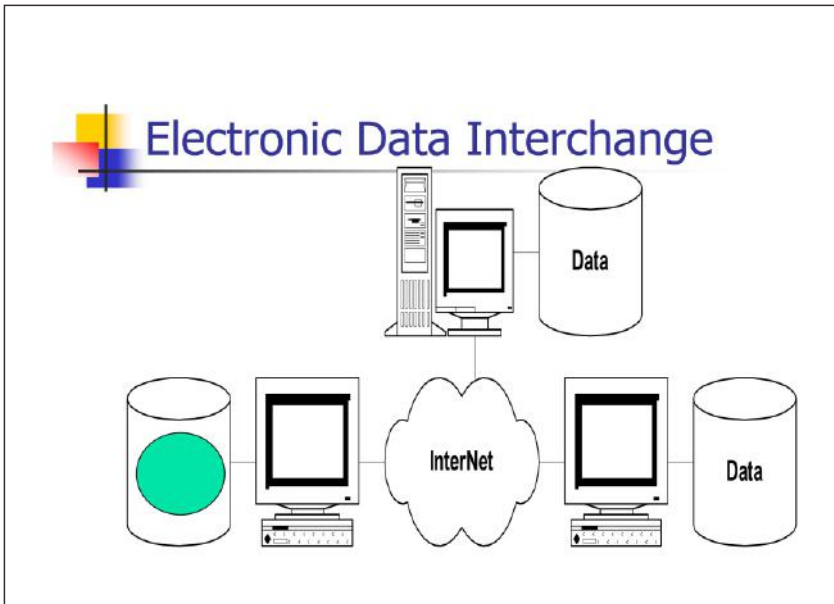
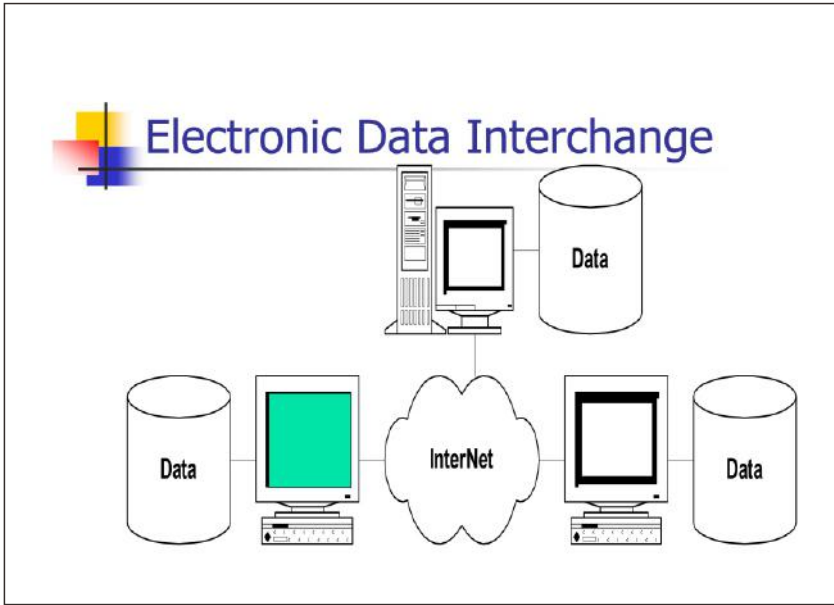


Electronic Data Interchange



Electronic Data Interchange





Example of EDI Message

```

ST*850*00001
BEG*00*SA*EDI-9966***850816
TAX*5-6777867
N1*ST*THE CORNER STORE*09*0799332120001
N3*601 FIRST STREET
N4*CROSSROADS*NY*10016
N3*900 EASY STREET
PER*PD*JOHN JONES**TE*415-744-8666
ITD*01*03*2.000***10**30
FOB*CC*****OR
DTM*002*851018
PO1*1*16000.00*LB*1.25000*QT*PN*100020167557
CTT*2*36000.00
SE*22*00001
  
```

Example of EDI Message

```

ST*850*00001
BEG*00*SA*EDI-9966***850816
TAX*5-6777867
N1*ST*THE CORNER STORE*09*0799332120001
N3*601 FIRST STREET
N4*CROSSROADS*NY*10016
N3*900 EASY STREET
PER*PD*JOHN JONES**TE*415-744-8666
ITD*01*03*2.000***10**30
FOB*CC*****OR
DTM*002*851018
PO1*1*16000.00*LB*1.25000*QT*PN*100020167557
CTT*2*36000.00
SE*22*00001
  
```

ASCII Text Message
 Easy To Transport via E-mail
 Easy to Transport via Internet
 Easy to Protect, say
 using PGP, PEM etc.

Open Buying on the Internet

- B2B e-commerce
- High Volume, Low dollar

OBI entities

Requisitioner



WWW Browser

Selling Organization



WWW
Merchant
Server

Order Entry &
Inventory Mgn.

Catalog
Management

Customer
Pricing

Buying Organization

User Profiles

Financial
Systems

Approval

WWW Purchasing Server

Payment Authority



Billing

OBI Arsitektur

Purpose	Standar	Contoh
Display	HTML, W3C	Netscape
Order request	X12 850 EDI	OBI/2.0
Order transmit	HTTP 1.0 SSL	Banyak
Secure	SSL V3	Banyak
Kriptografi	SSL V3 API	Netscape, RSA, Microsoft
PKI & CA	X.509 V3	verisign

PKI & CA

- Public Key Infrastructure
- Certificate Authority

- Src: Arrianto Mukti Wibowo
- Amwibowo@excite.com

CA di MS



CA di Netscape Communicator





Isu Keamanan

- Privacy
- Authenticity
- Integrity
- Non-repudiation



Kerahasiaan & Keutuhan

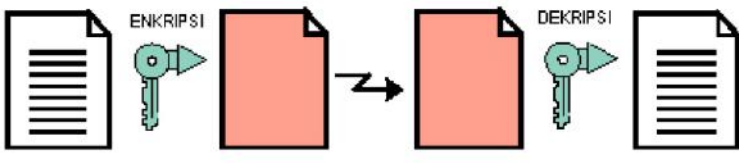
- Kerahasiaan (confidentiality)
 - Apakah data transaksi tetap rahasia dari orang yang tidak berkepentingan?
- Keutuhan (integrity)
 - Apakah transaksi bernilai Rp. 10.000 berubah menjadi Rp. 10.000.000?

Keabsahan & Pembuktian

- Keabsahan (authenticity)
 - Apa benar presiden@gusdur.com = presiden Gusdur?
- Pembuktian tak tersangkal (non-repudiation)
 - Bagaimana pencatatan transaksi sebagai barang bukti tak tersangkal?

Symetric Cryptography

- Sebuah kunci dipakai bersama oleh pengirim & penerima pesan.



- problem "pendistribusian kunci rahasia"

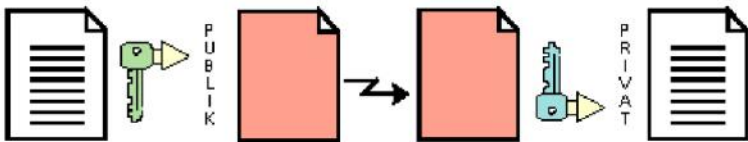


Public Key Cryptography

- Ada 2 kemungkinan yang mendasar
 - Menandatangani pesan
 - Mengirim surat rahasia dalam amplop yang tidak bisa dibuka orang lain.
- Ada sepasang kunci untuk setiap orang (entitas)
 - Kunci publik (didistribusikan kepada khalayak ramai).
 - Kunci privat (disimpan secara rahasia sendiri).



Asymmetric Cryptography



Brute Force Attack pd. DES

Kunci DES	Waktu
40 bit	0.4 detik
56 bit	7 jam
64 bit	74 jam 40 menit
128 bit	157.129.203.952.300.000 th

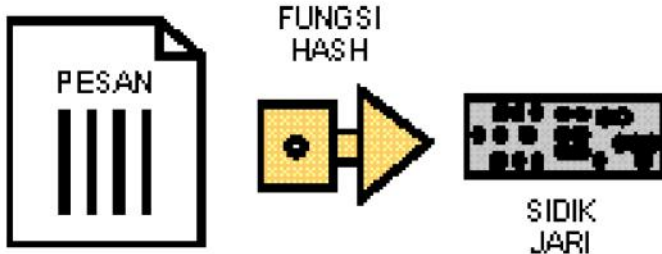
Brute Force Attack pada RC4

Kunci RC4	Waktu
40 bit	15 hari
56 bit	2.691,49 tahun
64 bit	689.021,57 tahun
128 bit	12.710.204.652.610.000.000.000.000 tahun

Tanda Tangan Digital

Fungsi Hash

- Sidik jari.
- Integrity Check.



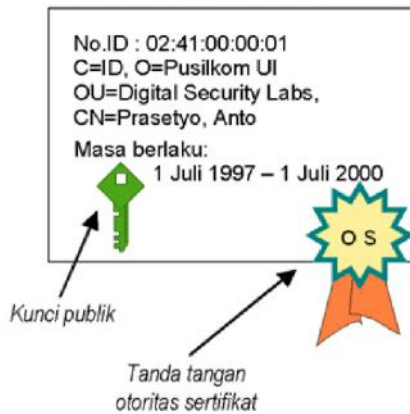
Tanda Tangan Digital



Sifat tanda tangan digital

- Otentik bisa dijadikan barang bukti di pengadilan.
- Hanya sah untuk dokumen itu saja, atau copynya.
- Dapat diperiksa dengan mudah oleh siapapun.

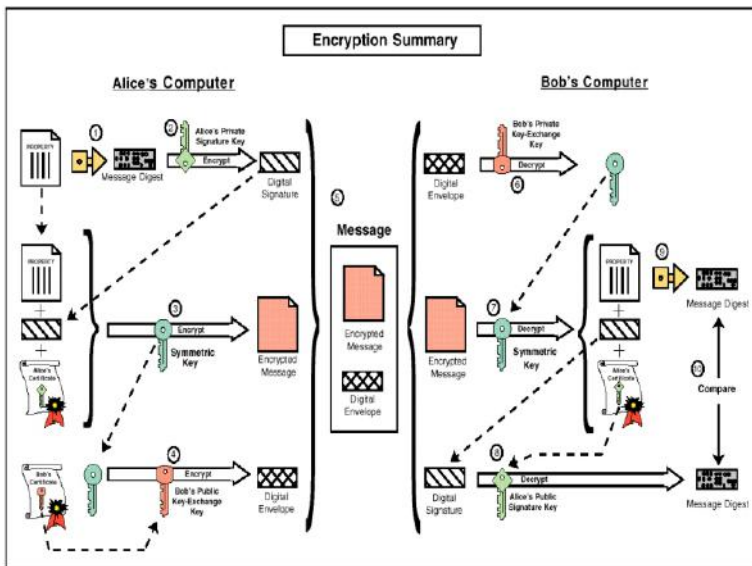
Sertifikat Digital



Keuntungan Sertifikat Digital

- Membuat "pipa komunikasi" tertutup antara 2 pihak.
- Meng-otentikasi pihak lain.
- Membuat & memeriksa tanda tangan.
- Membuat surat ijin digital.
- Bisa untuk offline verification.

Transaksi aman yang umum





Manajemen PKI



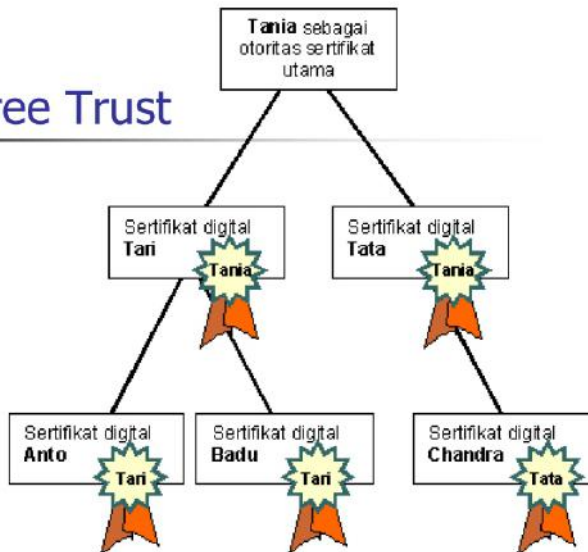
Entitas PKI

- Certificate Authority
- Subscriber
- Registration Authority

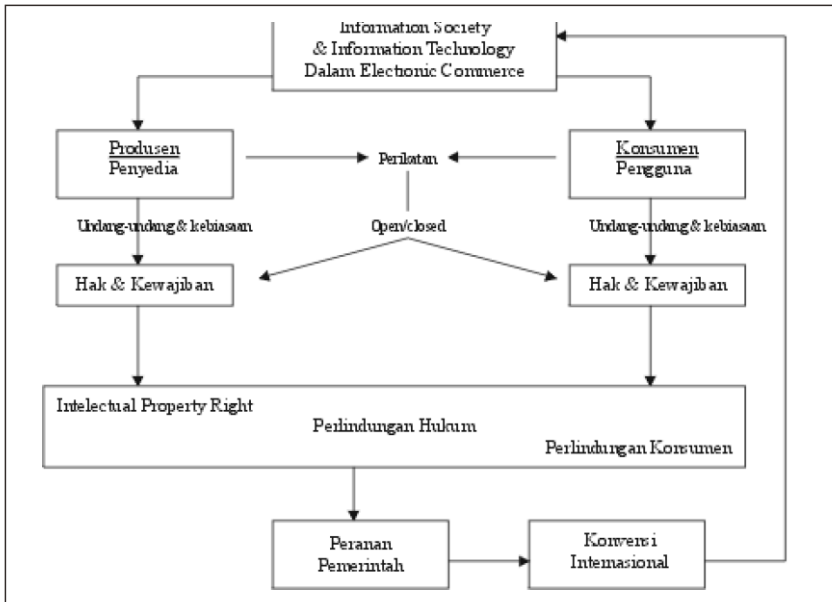
Tingkat Kepercayaan

- Gratisan – menunjukan x adalah x (class 1).
- Ribuan US\$ - akta perusahaan & di audit, secara fisiki hadir utk dapat CA (class 4).
- Menunjukan "trustworthiness" entitas.

Tree Trust



Contoh Kerangka Cyberlaw



FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

Prof. Richardus Eko Indrajit

n a r a s u m b e r

TREN DAN STRATEGI PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI PADA PERUSAHAAN MODEREN DI INDONESIA

mencermati berbagai tipe, jenis, dan model pembayaran di dunia siber



Prof. RICHARDUS EKO INDRAJIT
indrajit@post.harvard.edu
<http://Eko-Indrajit.com>
 handphone (818) 925-926



FENOMENA DAN TUNTUTAN INDONESIA HEBAT

- Semua harus **TRANSPARAN** dan **AKUNTABEL**
- Semua harus **TERCATAT** dan **TERTELUSUR**
- Semua harus **EFEKTIF, EFISIEN,** dan **TERKENDALI**
- Semua harus **CEPAT, TEPAT,** dan **BERKUALITAS**
- Semua harus **TERJANGKAU** dan **TERLAYANI**
- Semua harus **HEMAT** dan **OPTIMUM**
- Semua harus **MUDAH** dan **BERDAYA GUNA**
- Semua harus **TERKELOLA** secara **PROFESIONAL**
- Semua harus **KOMPETEN** di **BIDANGNYA**
- Semua harus **MANDIRI** dan **BERDAYA SAING**
- Semua harus **BERPIHAK** pada **RAKYAT**

Semua harus **MEMBERI NILAI TAMBAH** secara
MASIF pada **SELURUH KOMPONEN MASYARAKAT**

PESAN DIBALIK REVOLUSI PENGELOLAAN USAHA

E-PROCUREMENT
E-BUDGETING **E-LELANG**
E-GOVERNMENT
E-CATALOG **E-PAJAK**
E-COMMERCE **E-BUSINESS**

DIGITALISASI PEOPLE-PROCESS-TECHNOLOGY
"TIDAK MUNGKIN DAPAT MEMBERIKAN
LAYANAN PRIMA KEPADA JUTAAN
RAKYAT INDONESIA SECARA
EFEKTIF, EFISIEN, DAN
TERKENDALI TANPA
MELIBATKAN
TEKNOLOGI"



TANTANGAN BISNIS YANG BERKEMBANG PESAT

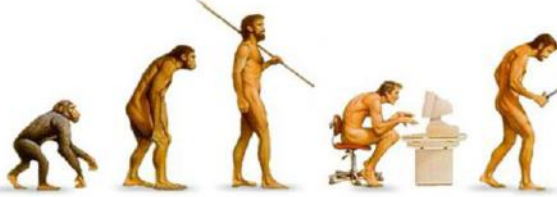
- **TRANSAKSI SEMAKIN BANYAK VOLUMENYA**
- **TRANSAKSI SEMAKIN SERING FREKUENSINYA**
- **TRANSAKSI TIDAK MENGENAL JAM KANTOR**
- **TRANSAKSI MELIBATKAN BERBAGAI INSTITUSI**
- **TRANSAKSI HARUS TERCATAT SECARA DETAIL**
- **TRANSAKSI HARUS MAMPU DITELUSURI**
- **TRANSAKSI HARUS DAPAT DIPERTANGGUNGJAWABKAN**
- **TRANSAKSI TERJADI DI MANA SAJA DAN KAPAN SAJA**



VS.



PERAN STRATEGIS TEKNOLOGI INFORMASI BAGI BISNIS



- Teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan kecepatan layanan
- Teknologi informasi untuk meningkatkan efektivitas dan kualitas produk
- Teknologi informasi untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya
- Teknologi informasi untuk meningkatkan profitabilitas usaha
- Teknologi informasi untuk memonitor dan mengendalikan perusahaan
- Teknologi informasi untuk meningkatkan daya saing bisnis
- Teknologi informasi untuk mentranstransformasikan korporasi
- Teknologi informasi untuk menciptakan peluang usaha baru
- Teknologi informasi untuk memperbaiki tata kelola dan manajemen
- Teknologi informasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan
- Teknologi informasi untuk memastikan tingkat adaptivitas bisnis

RISIKO TIDAK MENGGUNAKAN TEKNOLOGI INFORMASI



Hilangnya
 Peluang
 Kolaborasi
 Bisnis

Pengambilan Keputusan yang
 Salah atau Tidak Berkualitas



EXCELLENT
 GOOD
 AVERAGE
 POOR
 The Worst!!



Layanan
 yang
 Lambat
 dan Buruk



Kecurigaan
 yang Berlebihan



Sulitnya
 Pengendalian
 dan Pengawasan




Buruknya
 Persepsi
 Publik
 akan
 Reputasi
 Perusahaan




Tidak
 Menjadi
 Pilihan
 Pelanggan
 dan Mitra
 Generasi Baru




RAGAM JENIS TRANSAKSI KEUANGAN BISNIS




**Fund Transfer
Multi-Currency**




Transaction Log File




Virtual Account




**Dashboard
Management**




B2B Payment



Batch Transaction



Bill Payment



**Account Info and
Financial Report**

BERBAGAI MODEL DAN TIPE UANG



1 - Commodity Money



2 - Metallic Money



3 - Paper Money



4 - Credit Money



5 - Electronic Money



6 - Digital Money



7 - Virtual Money

BERAGAM MODEL TRANSAKSI PEMBAYARAN

1 – Credit Card
(SSL, SET Protocols)



4 – Intermediaries
(PayPal)



6 – Micropayment
(Millicent)



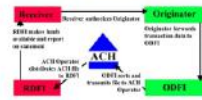
8 – Digital Scrip
(Flooz, Beenz)



3 – Online Banking
(Wingspan)



2 – Payment Orders, Direct Transfers, Checks
(Automated Clearing House)



5 – Stored Value Cards, Smart Cards, Wallets
(Mondex, Octopus)



7 – Aggregation

(Centralised account for merchants + customers: Qpass)



9 – Electronic Cash
(eCash)



FITUR KEAMANAN TRANSAKSI PEMBAYARAN



Virtual Private Network



Public and Private Keys

```

03003802 996CB7BA 0800161B 06021C06
8A7CE203 00030200 01208600 37D14096
8B712508 024F0002 53003000 A0722500
1D03C000 087525C1 01A07790 37D14D60
87326000 024F0002 53003000 A0722500
8003C000 087525C1 01A07790 37D14D60
F4F3D41 42424348 304A4A 646920A
0C2244F 25304533 41454545 4F3D414
425604 00317830 743A 0003434
003042 4C000000 02484847 00B1D05
128441 210000 009 003300CC 39578E
3ECAA CB388EF DF038D7F A14217
2AAAD 04143875 4F571C83 535C00
7DED9 D570659E 0000007F 3AA9F
96DD 7D7F743D 9A36DD29 454B0
014D 410800C8 9A54E072 5A14C
  
```

Encryption Technology



Smart Card



Biometric



Mobile Token



Password Management

DISTRIBUSI TANGGUNG JAWAB KEAMANAN BERTRANSAKSI

“your security is my security”



- LINDUNGI DATA** ◀
tanggung jawab pengembang
- LINDUNGI APLIKASI** ◀
tanggung jawab penyedia jasa
- LINDUNGI AKSES** ◀
tanggung jawab pengguna
- LINDUNGI INFRASTRUKTUR** ◀
tanggung jawab pengelola
- LINDUNGI INTERAKSI** ◀
tanggung jawab bersama

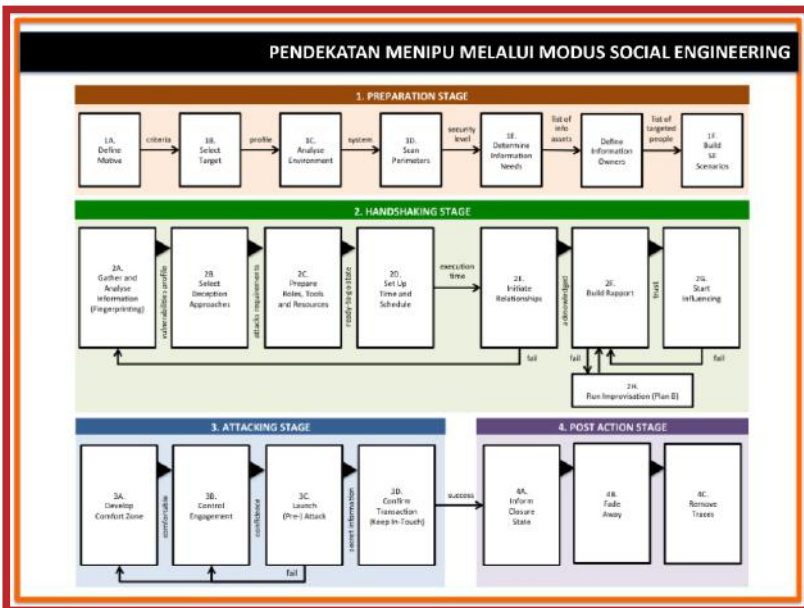
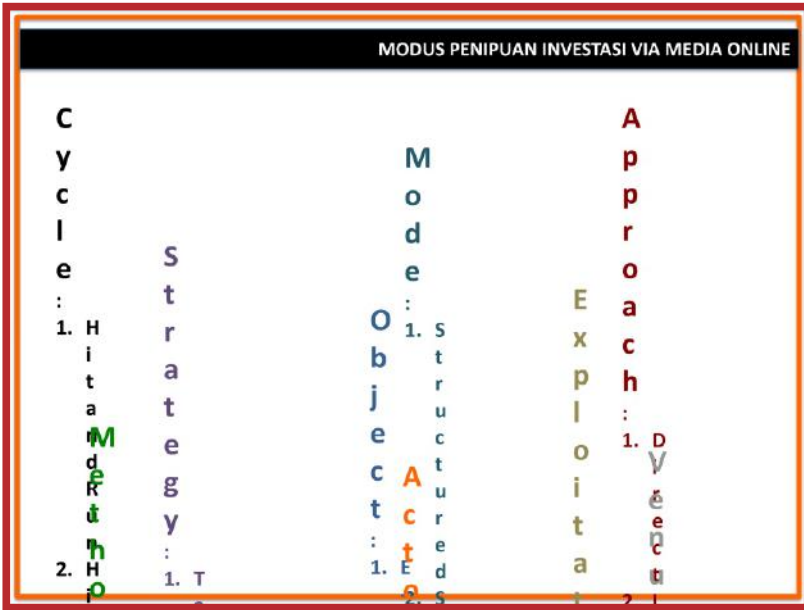
FENOMENA MEDIA SOSIAL DI INDONESIA

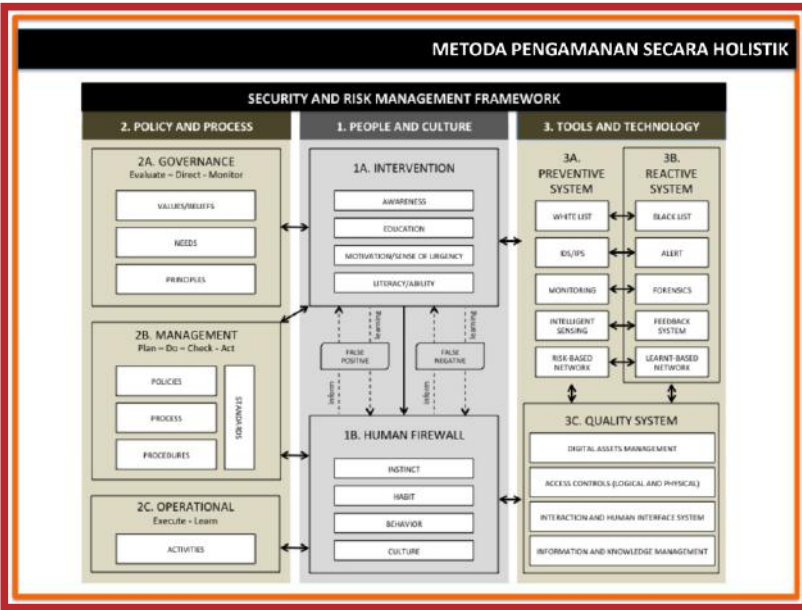


Platform	Used in the Past Week	Only an Account
FACEBOOK	99%	95%
TWITTER	95%	43%
GOOGLE+	74%	59%
LINKEDIN	37%	19%
INSTAGRAM	22%	12%



Metric	Value
SOCIAL MEDIA PENETRATION AS A PERCENTAGE OF THE TOTAL POPULATION	15%
AVERAGE TIME SOCIAL MEDIA USERS SPEND ON SOCIAL MEDIA EACH DAY	2H 54M
PERCENTAGE OF MOBILE USERS USING SOCIAL MEDIA APPS ON THEIR PHONE	74%
PERCENTAGE OF MOBILE USERS USING LOCATION-BASED SERVICES	32%





REKOMENDASI

Fakta dan Tantangan:

- Yang terkontrol/legal/resmi akan lebih sedikit dari yang tidak terkontrol
- Antara inovasi dengan melanggar peraturan akan beda-beda tipis
- Aturan atau regulasi akan selalu kalah cepat dengan perkembangan teknologi
- Konvergensi dalam industri keuangan akan semakin bervariasi dan kompleks
- Investasi pada dunia fisik akan bertarung dengan dunia virtual (komoditas)
- Konsep kekayaan akan menjadi berbeda dalam 25 tahun mendatang

Saran Awal (Strategi Pareto): **WHITE LIST**

TERIMA KASIH

diskusi dan tanya jawab



Prof. RICHARDUS EKO INDRAJIT
indrajit@post.harvard.edu
<http://Eko-Indrajit.com>
handphone (818) 925-926



FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

Azwar Hasyim

n a r a s u m b e r



ASPEK REGULASI TERKAIT PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

Direktur e-Business
Azhar Hasyim

© 2015 Kemkominfo

Regulasi

- UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- PM Kominfo No. 36 Tahun 2014 tentang Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik.
- PM Kominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.

UU 11 Tahun 2008 Pasal 4

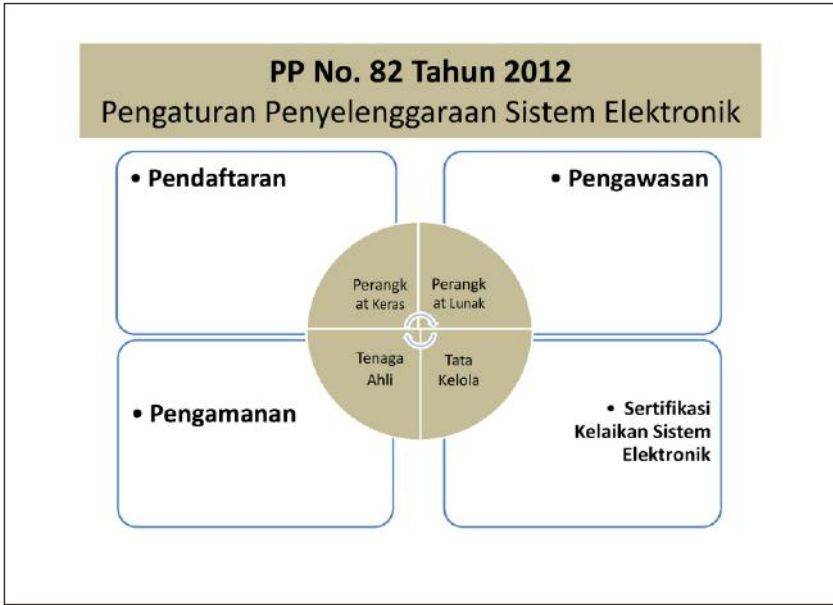
Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik

1. Mencerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia.
2. Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
3. Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik.
4. Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap Orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab.
5. **Memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologi Informasi.**

UU 11 Tahun 2008 Pasal 28

Perbuatan yang Dilarang

1. **Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik.**
2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan informasi yang ditujukan untuk menimbulkan rasa kebencian atau permusuhan individu dan/atau kelompok masyarakat tertentu berdasarkan atas suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA).



- PM Kominfo No. 36 Tahun 2014**
Tujuan
1. Mewujudkan penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik yang andal, aman, terpercaya dan bertanggung jawab. **(TRUSTED)**
 2. Memberikan pelayanan yang cepat, tanggap, akurat, transparan dan akuntable kepada masyarakat.
 3. Mendorong peningkatan kualitas penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik.
 4. Meningkatkan peran serta dan **tingkat kepercayaan masyarakat** dalam pemanfaatan TIK.

PM Kominfo No. 36 Tahun 2014

Penyelenggara yang Wajib Mendaftar [1]

1. Portal, situs atau aplikasi online melalui internet yang dipergunakan untuk fasilitasi penawaran dan/atau perdagangan barang dan/atau jasa.
2. Sistem Elektronik yang didalamnya terdapat fasilitas pembayaran dan/atau transaksi keuangan lainnya secara online melalui jaringan komunikasi data atau internet.
3. Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pemrosesan informasi elektronik yang mengandung atau membutuhkan deposit dana atau yang dipersamakan dengan dana.

PM Kominfo No. 36 Tahun 2014

Penyelenggara yang Wajib Mendaftar [2]

4. Sistem Elektronik yang digunakan untuk pemrosesan, pengolahan, atau penyimpanan data yang terkait fasilitas yang berhubungan dengan data pelanggan untuk kegiatan operasional melayani masyarakat yang terkait dengan aktifitas transaksi keuangan dan perdagangan.
5. Sistem Elektronik yang dipergunakan untuk pengiriman materi digital berbayar melalui jaringan data baik dengan cara download melalui portal/situs, pengiriman lewat e-mail, atau melalui aplikasi lain ke perangkat pengguna.

**Proses permohonan pendaftaran, pengesahan,
dan seluruh proses administrasi dilaksanakan
secara online melalui portal**

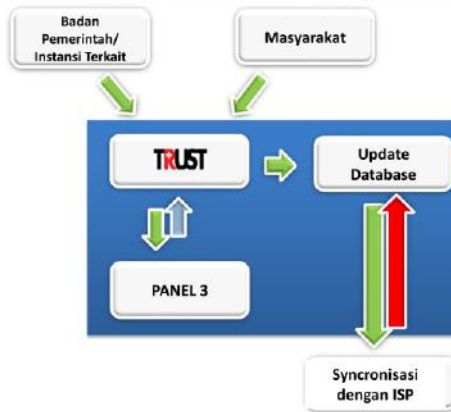
(<https://pste.kominfo.go.id>)

Pendaftaran Tidak dipungut Biaya

Pengawasan

- Instansi pengatur melakukan pengawasan konten di Internet sesuai dengan bidangnya
- Instansi pengatur perlu mendorong masyarakat untuk lebih *aware* dan menyampaikan laporan adanya informasi di dunia maya yang melanggar peraturan sektor terkait (negatif).
- Dasar pengawasan PM Kominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.

PM Kominfo No. 19 Tahun 2014 Mekanisme Pelaporan



Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif Peraturan Terkait

- UU No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- PM Kominfo No. 19 Tahun 2014 tentang Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif.
- UU No. 44 Tahun 2008 tentang Pornografi.
- UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- UU No. 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan.
- UU lainnya yang terkait sektor.

Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif Pengaduan [1]

Pengaduan Situs Internet bermuatan negatif dilakukan oleh:

- Kementerian Kominfo.
- BPOM melaporkan situs-situs penjualan obat ilegal.
- **Bapebti dan OJK melaporkan situs-situs investasi ilegal.**
- Ditjen KI melaporkan situs-situs yang melanggar Hak Cipta.
- BNP2TKI melaporkan situs palsu BNP2TKI.
- BNPT melaporkan situs-situs radikalisme, terorisme, dan SARA.
- BNN melaporkan situs-situs yang menawarkan atau mempromosikan narkoba dan zat aditif terlarang lainnya, atau mengajarkan cara pembuatan atau penggunaan narkoba dan zat aditif terlarang lainnya.

Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif Pengaduan [2]

- Tindak lanjut dari pengaduan-pengaduan yang masuk dilaksanakan oleh Forum dan Panel Penanganan Situs Internet Bermuatan negatif.
- Forum dan Panel merupakan bentuk pelibatan multistakeholder dari para *prominent person*, para ahli yang sesuai, LSM, kalangan jurnalistik dan pers, serta kalangan asosiasi terkait sebagai bentuk peningkatan partisipasi masyarakat.
- Instansi pengatur terkait, dilibatkan di dalam Forum dan Panel sesuai dengan sektor yang diatur.

Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif Jumlah Aduan

KATEGORI	JUMLAH SITUS
Pornografi	751.133
SARA	15
Penipuan	446
Perjudian	322
Radikalisme	19
Kekerasan Anak	-
Keamanan Internet	-
HKI	41
Narkoba	1
Perdagangan Forex/Investasi Ilegal	257
Lain-lain	11.156
Normalisasi	222
Jumlah Situs Diblokir	763.168

Forum Penanganan Situs Internet Bermuatan Negatif Linimasa penanganan situs 6 April s/d 24 Agustus 2015

A. Penapisan

- Pornografi : 1083 Situs
- Investasi Ilegal : 20 Situs
- Perjudian : 246 Situs
- HKI : 22 Situs

B. Permintaan Media social

- Komunikasi kepada Twitter : 898 Account
- Flaging Facebook : 415 Pages/Account

C. Normalisasi

: 222 Situs



TERIMA KASIH

azhar.hasyim@kominfo.go.id

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

ANTISIPASI KEJAHATAN DALAM LAYANAN TRANSAKSI KEUANGAN SECARA ON-LINE

IT & Cyber Crime Investigation Section

Kemudahan atau Resiko ?

Antisipasi kejahatan dalam layanan transaksi keuangan
secara on-line

Jakarta, 25 Agustus 2015

MATERI

1. Latar belakang
2. Kondisi saat ini & perkembangannya
3. Persoalan
4. Upaya pemecahan masalah/saran
5. Ancaman yg akan datang (malware)

LATAR BELAKANG

Persepsi Manfaat

Manfaat dan jasa Bank melalui internet agar nasabah dpt pelayanan lgs tanpa banyak buang wkt
(Widiastuti : 18)


Pengaruh positif terhadap sikap (attitude) utk gun internet banking

Persepsi Kemudahan

Akibat tingkat keyakinan seseorang bhw dlm gun sistem tertentu tdk perlu usaha keras

Penelitian "Wang Et al:12" bhw persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan pd perilaku

KONDISI IT SAAT INI

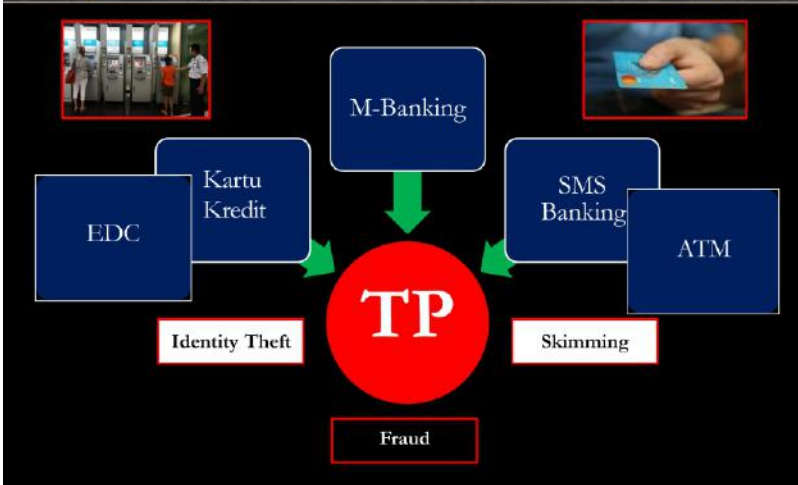


Kemudahan dpt SIM Card seluler & proses registrasi diri rentan thd pemalsuan diri.

ISP terlalu banyak namun belum ada peraturan/UU yang bersifat mengikat terkait penyimpanan data log
Kerjasama penyedia jasa – faktor ekonomis

- 
- Masih berlaku KTP konvensional (bukan e-KTP) pengaruhi dlm hal pembukaan rekening bank & bank blm bisa terapkan verifikasi keaslian KTP
 - Pemahaman masyarakat .

PRODUK IT PERBANKAN




Kondisi saat ini & perkembangannya

Dalam dunia perbankan di Indonesia pengaplikasian teknologi informasi telah lama dilakukan yaitu sejak era **komputerisasi** dan telekomunikasi. Teknologi informasi merupakan hal yang sangat vital bagi dunia Perbankan, dan dimanfaatkan yang seluas-luasnya untuk transaksi keuangan dan memperluas jaringan serta memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada nasabahnya. Prinsip mudah, cepat dan aman, barangkali menjadi pertimbangan masyarakat modern untuk bisa melakukan berbagai aktifitas transaksi yang diperlukan.

Ketinggalan zaman kalau masih ada bank yang buruk teknologinya, justru bank sudah seharusnya meningkatkan tehnologi perbankannya. Harus diakui kemajuan teknologi memang **membuat semua hal menjadi serba cepat dan mudah**. Misalnya transaksi perbankan atau pembelian barang (Merchand) melalui internet banking. Tinggal **klik** kita sudah dapat melakukan transaksi, mau transfer, bayar tagihan, pembelian barang, bahkan sampai pada dunia investasi yang perlu kecepatan dalam membaca transaksi pasar, dll.

Kehadiran *internet banking* membuat perubahan besar dalam layanan perbankan. Segala jenis transaksi yang dulu manual kini bisa diselesaikan tanpa mengenal ruang dan waktu lewat dunia maya. Ada yang bilang, fasilitas internet banking membuat nasabah seperti punya ATM pribadi. Segala jenis layanan perbankan bisa dilakukan sendiri seperti cek saldo, melihat daftar mutasi, pemindah bukuan (transfer rekening), melakukan pembayaran kartu kredit, tagihan telepon dan HP, listrik, PAM dan sebagainya kecuali yang langsung melibatkan uang tunai seperti penyetoran dan penarikan.

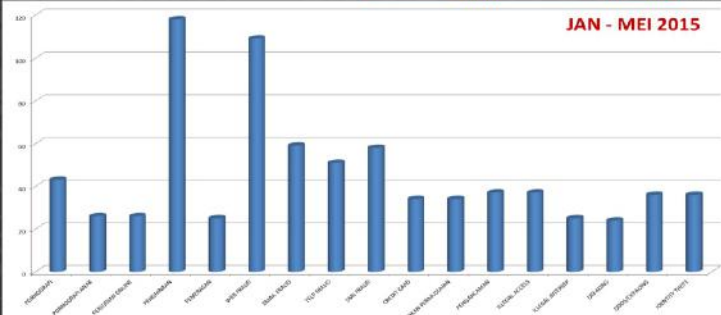
Dari waktu ke waktu, makin banyak bank yang menyediakan layanan atau jasa internet banking. Penyelenggaraan *Internet Banking* merupakan penerapan atau aplikasi teknologi informasi yang terus berkembang dan dimanfaatkan untuk menjawab keinginan nasabah perbankan yang menginginkan servis cepat, aman, nyaman murah dan tersedia setiap saat (24 jam/hari, 7 hari/minggu) dan dapat diakses dari mana saja baik itu dari HP, Komputer, laptop/ note book, PDA, dan sebagainya

- 
- Setidaknya setiap minggu terjadi 1x pencurian uang nasabah dengan berbagai modus operandi yang umumnya adalah fraud (penipuan).
 - UK NCA mendeteksi adanya 229 ancaman terhadap jaringan internet setiap harinya di seluruh dunia. Pada 2015 meningkat 42% dengan kerugian mencapai 140,2 Juta Poundsterling.
 - McAfee memperkirakan kerugian akibat *cybercrime* mencapai 375 miliar USD, 79% yang menjadi korban adalah pada sektor perdagangan.



Data Kasus 2015

NO.	TINDAK PIDANA	JAN - MEI 2015		
		CT	CC	%
1	PORNOGRAFI	43	5	11.63%
2	PORNOGRAFI ANAK	26	1	3.85%
3	PERJUDIAN ONLINE	26	9	34.62%
4	PENGHINAAN	118	20	16.95%
5	PEMERASAN	25	4	16.00%
6	WEB FRAUD	109	20	18.35%
7	EMAIL FRAUD	59	3	5.08%
8	TELP FRAUD	51	17	33.33%
9	SMS FRAUD	58	11	18.97%
10	CREDIT CARD	34	1	2.94%
11	MENYERBARKAN PERMUNAHAN	30	1	2.94%
12	PENGANCAMAN	27	2	5.43%
13	ILLEGAL ACCESS	37	3	8.13%
14	ILLEGAL INTERSEP	25	1	4.00%
15	DEFACING	24	1	4.17%
16	DDOS/DEFACING	35	3	8.33%
17	IDENTITY THEFT	36	4	11.11%
TOTAL		778	106	13.62%



Pembeli Puas, Penjual Senang

Dengan menggunakan jasa Rekber.id, semua pihak akan diuntungkan. Pembeli merasa aman dan penjual semakin dipercaya pelanggan.

KEUNGGULAN JASA REKBER.ID - SOLUSI TRANSAKSI ONLINE

- Mudah dan Cepat
- Privacy & Secure System
- Fee Ringan dan +Bonus
- Verification Cocok

Kisah transaksi jual-beli online yang menggelikan

Namun entah saking polosnya pembeli ini, dia justru meng-upload foto seseorang yang sedang melakukan transaksi di dalam ATM.

Tambah Blokir Laporkan

Bukti transfernya di foto kak? 17:57



18:22

Sekarang aku transfer kak 18:23

EDITOR'S PICK

Itu
VIDEO: Bikin heboh, kasih sayang wanita pada anak di pangkuannya
24 Agustus 2015

Grihand
Kamu bakal melongo sama gitu ini, sangat cantik tapi ya gitu
23 Agustus 2015 23:15

Film Indonesia
Valentine, superhero cewek Indonesia yang bakal bikin kamu gemes!
23 Agustus 2015 22:13

Naaah,...?????????



Lapor.NET

SUARA KONSUMEN

Lapor dan Apresiasi

Belanja Online di Bukalapak.com Tidak Nyaman

Masuki Agustus 2nd, 2014 | Kategori: Lain-lain | Komentar: Comments (145)

Pada tgl 21 Juli 2014 saya melakukan pembelian aksesoris hp di bukalapak.com dengan nomor transaksi: 14072113604. Seluruh pembayaran sudah saya lakukan secara penuh dan lunas sesuai dengan apa yang tercantum di website bukalapak.com tempat saya melakukan belanja online tersebut.

Melihat cara pembayaran yang terkesan aman maka saya tanpa ragu mentransfer biaya pembelian tersebut termasuk biaya pengiriman ekspedisinya (menggunakan jasa JNE). Bukan kali ini saya belanja melalui internet dan saya tahu persis estimasi lama pengiriman barang dengan menggunakan paket reguler ke alamat saya.

Saya sudah berusaha untuk menghubungi penjual melalui halaman percakapan yg tersedia di bukalapak.com dan telah melaporkannya kepada admin bukalapak.com tapi tidak mendapatkan jawaban yang membuat saya bisa menerima hal ini.

Donasi untuk Lapor.NET via Paypal

PayPal - The safer, easier way to pay online!

MAU LAPOR?

Social Media

server not found


reflex can't find the server at bar.idblognetwork.com.

www.strollerbabyinc.com
 www.thrinc.bike.com
 www.onlinemountainbikes.com
 www.bikepart-store.com
 www.petercycle.com
 www.sakestroller.com
 www.shopmybaby.com
 www.experiencebikes.com
 www.xtremepoint.com
 www.sedapbikes.com
 www.hps-bike.com
 www.mountainbikeshop.com
 www.bianbikes.com
 www.store-kayak.com
 www.danibikeshop.com
 www.bestbicyclesupplier.com
 www.arena.bikes.com
 www.gowascycles.com
 www.afroencana.com
 www.tgiprajaya.com
 www.bautbiker.net
 www.mountaincycling.com
 www.bikepoststore.com/
 www.fitness-united.com
 www.made-fishing.com
 www.xtreme-store.net
 www.atlanticcycling.com
 www.auro-store.com
 www.pacificbikesandbikes.com
 www.makelvelocystore.com
 www.makocycling.com
 www.makoboby.com

Arly Hilmanisyah atau Arly Hinmansyah (38 Thn) Herun namanya diganti Hii jd Hln.
 Kip ala ditipu????? Malu moyetnya sama dengan arlyra.
 Istri : Chandra Kartika Ash (asal Makassar). 1 anak perempuan 3-4 thn
Arly Pemah dipenjara 3 thn thn 2009 di Bandung dengan kasus penipuan investasi yang sama. Yang ditipu doler2
 Cari di google, "penipu Arly Hinmansyah"
 Ada fotoanya pakai baju tabanan biru kaya seragam moyet dan dibotakin (Derak dan Tempo 2008
<https://news.detik.com/awabarat/3039188/lagi-penipuan-berkedok-investasi-rup-24-miliar>
<http://nasional.tempo.co/read/news/2009/01/28/058157314/penipu-berkedok-investasi-diancam-penjara-4-tahun>
<https://pro-bandung.go.id/index.php?r?page=detail&page=detail&id=perkarakarakar=1>
 Account di BCA Arly Hilmanisyah 008301710, Mandiri no I3000133232 atau atas nama istri Chandra Mega Kantika Asi BCA No 7685035596, BRI A/C : 0090-01-084248-50-8.
 Alamat KTP Bandung JL Bukit Jarian no 46 dan alamat Goa Sulawesi Komp Hasanudin Blok D54 Gowa.
 Hati2 orangnya sangat licik, mirip moyet. Suami istri sama. Jejak mereka Jogja, Bali, Makassar, Bandung. Seberate lagi jember. Dimanapun dia berada, pasti ada penipuan. hati2. Modusnya, investasi jual beli IHP dengan iming2 minat, 20 % per bulan. Dia akan cerita dia bisa dapat harga hp dibawah harga pasaran, atau dia sebut dirinya agen.Dia akan jual hp ke anda dengan harga dibawah pasar utk meyakinkan pelanggan. terus dia akan ajak anak investasi dengan untung baritan yg besar. Dia akan bilang bahwa penipu ini sudah ada konsumen yang mengambil rutin, biasanya dia pedihalkan bonznya, cek dari BRI, perjanjian dengan konsumen. Janji untung besar. Istrinya Chandra Mega member Tokopedia. Arlyr ada di Bekas.com, OLX, Kaskus. Catatan, Siapapun ditipunya, mau aparat ke, atau siapa saja. **Hatiii!!!2** dimana pun dia berada.
Penipuannya > 1 m sejak akhir 2014 sampai sekarang. Ciri2nya mulutnya bau bangkai, muka kaya moyet, kelakuan sama dengan moyet, mata kaya mata setan. Ingat hukum karma. Hati2 predator ditempat anda.

Permasalahan

Masyarakat mudah terpancing dg promosi melalui media on line dalam hal melihat tampilan webis penjualan



Regulasi yang minim atau kewajiban serta sanksi bagi para pelaku jasa layanan keuangan yg terlibat di dalamnya

Pengetahuan dan pemahaman terhadap manfaat keamanan teknologi khususnya internet masih kurang

Tidak terlayat bentuk kerjasama dan koordinasi bagi para pelaku usaha layanan jasa keuangan yang jelas

Pengembangan fungsi edukasi terhadap masyarakat pengguna layanan jasa keuangan masih minim.

Lingkup keinginan uti rupa dan media dapat kermelaban, kadang menghibkan logika berpikir.

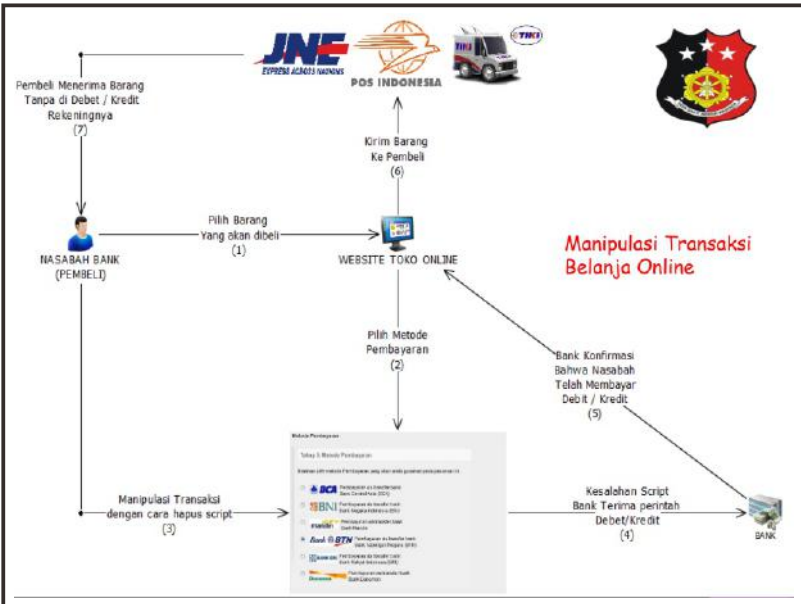
MODUS OPERANDI



- Membuka situs seolah sebuah perusahaan resmi
- Alamat yang ada Palsu (data KTP, Email- Palsu,
- Hosting di luar negeri)
- HP selalu berganti



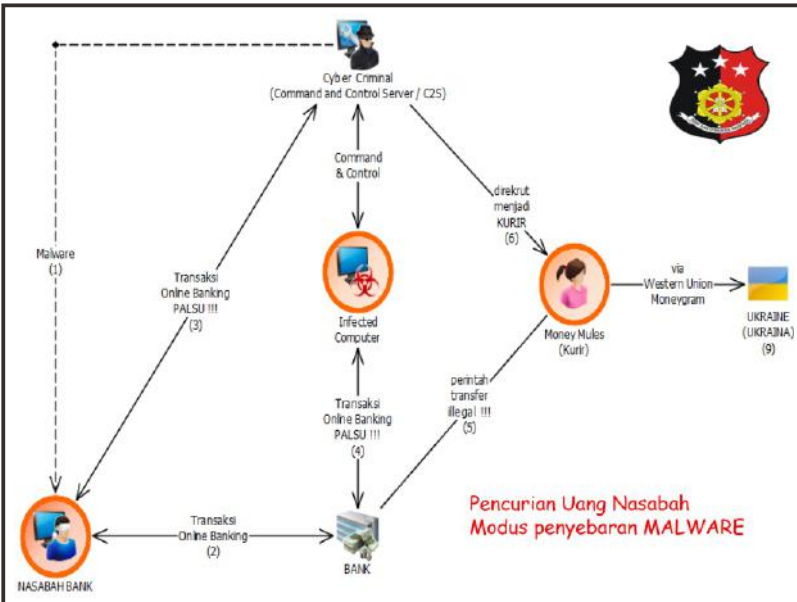
- Meng Hack- sistem pembayaran on-line (merubah beberapa karakter sistem pembayaran),mis: "Kasus Klick-Pay" Menggunakan Malware



Tsk. Yusuf Teretsa Patiku & Joko Sulistyono

Manipulasi Transaksi Belanja Online

1. Pelaku (Nasabah Bank) masuk ke website online shopping, dan memilih barang yang akan dibeli
2. Website menawarkan pilihan metode pembayaran (Kredit atau Debet)
3. Pelaku masuk ke website internet banking, dan menghapus script pilihan transaksi
4. Keamanan Bank tdk mengantisipasi penghapusan script, dan dianggap sebagai transaksi wajar
5. Bank verifikasi permintaan toko online dan restui transaksi
6. Toko online kirim barang yang dibeli nasabah menggunakan jasa pengiriman barang
7. Nasabah menerima barang yang dibeli tanpa mengurangi tabungan (debit) maupun tagihan kartu kredit



Pencurian Uang Nasabah Melalui Malware

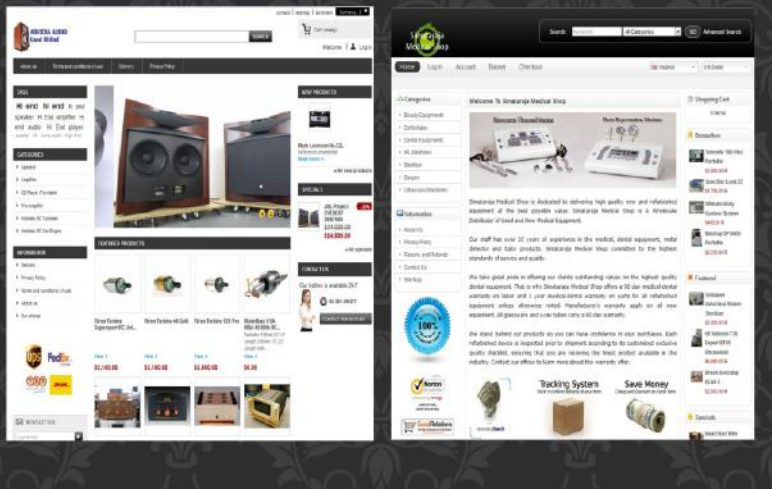
1. Pelaku menginjeksi *Malware* ke komputer korban, tanpa diketahui pemiliknya

2. Ketika Korban melakukan transaksi *internet banking*, tanpa sepengetahuannya, komputer korban dialihkan ke komputer pelaku dan muncul perintah2 palsu yang berakibat pelaku mengetahui APPLI-1 dan APPLI-2 dari token korban.

3. Pelaku kemudian melakukan transaksi rekening korban melalui komputer lain milik korban-2, yang juga terkena *malware*. Dan memindahkan sejumlah uang ke rekening Korban ke-3 yang diperdaya dengan ajakan bisnis palsu

4. Korban ke-3 diminta mengirim uang melalui *Western Union* atau *Moneygram*, ke seseorang yang diduga terafiliasi dengan pelaku di *Ukraine* (Ukraina), setelah Korban-3 memotong 5-10% sebagai *fee*.

Kasus “Situs Arviera.com” dan “Tradeindia.com”- On-Line Shope Tsk : Joni Fredy Simarmata & Daniel Frey



Upaya pencegahan

PERSYARATAN FORMIL BAGI PENYEDIA JASA YG TERLIBAT

MOU antar pihak yg terlibat (dinas, instansi, stake holder lain) yang terlibat dalam layanan jasa keuangan. (Kominfo, ISP, OJK, Perbankan, dll)

Substansi dalam MoU atau regulasi yang ada mengatur tugas dan tanggung jawab masing-masing pihak.

Penerapan sanksi bagi para pihak yg terlibat secara jelas bila terjadi perselisihan atau perkara.

PENINGKATAN KEAMANAN

Perubahan password dan PIN

Metode verifikasi SMS / email ke nomor telp yang sudah didaftarkan saat pendaftaran nasabah baru.

Update konfirmasi email, no hp dan pemilik rek serta alamat oleh pihak penyedia jasa

Update anti virus

Peningkatan Fungsi Edukasi Penyedia jasa layanan keuangan

Penyampaian pesan keamanan bagi konsumen (mis: jgn mdh kompromise)

Proses penyadaran konsumen tentang cara2 penggunaan layanan keuangan on-line yg benar

Pengenalan scr umum modus2 penipuan

ANCAMAN MALWARE

Dilansir dari *Mashgaur*, Senin (16/2/2015), sebuah laporan terbaru disampaikan Kaspersky Labs kepada *New York Times*, yang menjelaskan kemampuan *malware* canggih telah digunakan sejak 2013, untuk menyedot uang dari lembaga keuangan. Tidak ada bank yang menyatakan secara resmi kerugian yang diderita, tetapi beberapa korban mengungkapkan telah terjadi pelanggaran keamanan, seperti dari Rusia, Amerika Serikat, Eropa, dan Jepang.

"Kemungkinan ini merupakan serangan paling canggih di dunia, karena sampai saat ini taktik dan metode yang digunakan penjahat *cyber* masih menjadi rahasia," ujar Seorang manajer Kaspersky Amerika Utara mengatakan kepada *Times*. Serangan digambarkan sebagai sebuah proses berlarut-larut panjang, yang melibatkan infeksi komputer perbankan, penggunaan perangkat lunak *surveillans*, dan memata-matai karyawan bank untuk menyalin perilaku mereka dan tidak meninggalkan tanda-tanda dana yang hilang.

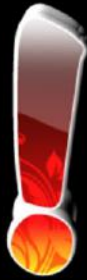
Setelah *bucker* memiliki akses ke sistem perbankan, mereka menipu karyawan menginstal virus melalui email palsu. Kemudian *bucker* mampu melakukan transaksi yang akan muncul seperti biasa, seperti yang dilakukan sehari-hari.

Pencurian juga terbatas USD10 juta atau senilai Rp127,44 miliar pada satu waktu. Meskipun beberapa bank sempat menjadi korban lebih dari sekali. Ketika tiba waktunya untuk mendapatkan uang tunai, uang akan diteruskan ke rekening boneka, atau kadang-kadang bahkan dikirim ke ATM yang berada di bawah kendali para penjahat.

Kaspersky, sebuah perusahaan riset keamanan, mengatakan, bahwa bank-bank yang menjadi korban telah dibuat sadar akan *backings*. Mayoritas bank yang menjadi korban adalah di Rusia. Dan sayangnya, serangan masih terus berlangsung di sejumlah lokasi.

PESAN

**THINK
BEFORE
CLICK**



**POLRI MENGHIMBAU AGAR
PIHAK PENYEDIA JASA
MENINGKATKAN PENGAMAN
TERHADAP SISTIM DAN
INFRASTRUKTUR
YG DIKELOLANYA,
DAN
MENGHIMBAU
MASYARAKAT UTK WASPADA
THDP PEMANFAATAN
INTERNET DLM HAL
MENGUNAKAN LAYANAN
JASA KEUANGAN YG DAD.**

TERIMAKASIH

IT & CYBER CRIME INVESTIGATION SECTION

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**

Don Bosco Selamun

n a r a s u m b e r

LANSKAP INVESTASI BODONG DI INDONESIA

**FORUM GROUP DISCUSSION
OTORITAS JASA KEUANGAN
JAKARTA, 25 AGUSTUS 2015**

Prepared by: Don Bosco Selamun

- TERJADI SEJAK 1975. TAPI TIDAK DISEBUTKAN APA PERSISNYA. MAKIN MARAK SEIRING TRANSAKSI KEUANGAN DIGITAL, INTERNET, DAN TIDAK SEMUA MASYARAKAT MELEK INVESTASI DAN ONLINE INVESTASI.

- BANYAKNYA KASUS/DATA YANG DITERIMA OJK (2013 - 31 JULI 2015)

TOTAL	45.779 PENGADUAN
INVESTASI UANG	48,5%
INVESTASI EMAS	13,77
INVESTASI ONLINE	3,59 %

o **PENGADUAN LAINNYA.**

SEKTOR PERBANKAN 1.977 ADUAN

ASURANSI 923 ADUAN

(Sumber: Kusumaningtuti S Soetiono, Anggota Dewan Komisiner Bidang Edukasi dan Perlindungan Konsumen OJK)

o **MENGAPA TERUS ADA YANG TERTIPU?**

HANYA 21% MASYARAKAT INDONESIA YG PAHAM & TERLIBAT DI INDUSTRI KEUANGAN.

MEREKA TERDIRI DARI :

45% PEKERJA FORMAL
40,7% PEKERJA NON FORMAL
8,6% PELAJAR DAN IBU RT
2,18% IBU RUMAH TANGGA

(Sumber: Kata Data)

o **OJK MERILIS 262 PERUSAHAAN INVESTASI BERMASALAH PADA AGUSTUS 2014.**

SETELAH DISELIDIKI, **218** TAWARAN INVESTASI TSB TIDAK BERIZIN DARI OTORITAS BERWENANG.

44 PENAWARAN INVESTASI BERADA DI BAWAH NAUNGAN SEJUMLAH OTORITAS SEPERTI KEMENKOP, KEMENTERIAN PERDAGANGAN, KEMENTERIAN HUKUM DAN HAM, DLL,TAPI BERPOTENSI BERMASALAH.

o **KERUGIAN MASYARAKAT AKIBAT INVESTASI BODONG.**

TIDAK ADA DATA VALID KARENA YANG DILAPORKAN KE OJK TIDAK MENCERMINKAN KORBAN YANG SESUNGGUHNYA LEBIH BESAR. YANG DICATAT OJK,NILAI UANG YANG MASUK DALAM INVESTASI BODONG SEKITAR **45 TRILIUN.**

o **KASUS INVESTASI BODONG MENONJOL**

CIPAGANTI	3,2 TRILIUN
DBS	1 TRILIUN
PRIMAS	3 TRILIUN

ANTABOGA BANK CENTURY 1,4 T
 PT GOLDEN TRADERS INDONESIA SYARIAH (GTIS) 5,2 T
 LEBIH BANYAK INVESTASI BODONG TIDAK TERDATA JELAS JUMLAH
 KERUGIAN YANG DITIMBULKANNYA SPT: MMM, DUA BELAS SUKU,
 SSS, PANEN MAS, DLL.

o **KORBAN INVESTASI BODONG PALING SERU**

POLITISI/UANG PARTAI (PT.QSAR)

97 NAMA ARTIS, WARTAWAN, PEJABAT, PRESENTER, DLL) PADA
 INVESTASI BODONG CV. PANEN MAS.

o **DAFTAR PERUSAHAAN INVESTASI BODONG YANG DIRILIS OJK 7
 NOVEMBER 2014 : 262 PERUSAHAAN.**

ANGKA- ANGKA INI MENGGAMBARKAN :

1. BANYAK KORBAN INVESTASI BODONG JUGA MELIBATKAN BERBAGAI KELOMPOK DALAM MASYARAKAT.
2. TRILIUNAN UANG RAIB KE INVESTASI BODONG.
3. BANYAK PERUSAHAAN-PERUSAHAAN INVESTASI BODONG INI TUMBUH PESAT.

KESIMPULAN :
 DARI SEGI JUMLAH KORBAN, UANG YANG RAIB DAN BANYAKNYA
 PERUSAHAAN INVESTASI, MAKA DAPAT DISIMPULKAN INVESTASI
 BODONG INI "MASIF".

- OJK SUDAH BERUSAHA UTK MELAKSANAKAN LITERASI AGAR PUBLIK MELEK DAN WASPADA PADA INVESTASI BODONG INI.
- LITERASI LANGSUNG (ROADSHOW) DARI KOTA KE KOTA.
- LITERASI MELALUI MEDIA-MEDIA (CETAK, ELEKTRONIK DAN ONLINE).

“LITERASI KEPADA PUBLIK MERUPAKAN CARA YG PALING EFEKTIF UNTUK MENCIPTAKAN MASYARAKAT MELEK KEUANGAN WALAUPUN SEBAGIAN HASILNYA BARU DIPETIK DALAM JANGKA PANJANG.”

BEBERAPA CATATAN LITERASI MELALUI MEDIA :

1. EVALUASI IKLAN LITERASI OJK. (DISPLAY IKLAN)

- . CONTENT BAGUS TAPI KEMASANNYA KURANG MENARIK.
- . BUKAN BAHASA AUDIOVISUAL.
- . BANDINGKAN DENGAN IKLAN UANG PALSU BI BERIKUT INI
- . BANDINGKAN DGN IKLAN MMM
MMM1
MMM2

2. EVALUASI LITERASI TENTANG OJK. (DISPLAY VIDEO)

- . KURANG COCOK UTK MEDIA AUDIOVISUAL.
- . TERLALU SULIT DITANGKAP PENONTON/ PENDENGAR.
- . UPAYA MENGGUNAKAN KARTUN SUDAH BAGUS.

PRINSIP PSA YG EFEKTIF :

- EASY LISTENING, SIMPLE.
- PESAN TUNGGAL.
(NO 3 IN 1 IDEA)
- MUDAH DITIRU.
(VISUAL MAUPUN NARASI/DIKSINYA)
- MENYENTUH RASA PENONTON/PENDENGAR.

□ **LITERASI SAAT INI DAN KE DEPAN “PERANG MEME”.**

MEME MULAI EFEKTIF DALAM KAMPANYE PILPRES 2014.

SILAHKAN INGAT-INGAT LAGI MEME2 YG PERNAH BEREDAR DI MEDSOS.

- 1. MENARIK: SERING SANGAT KARIKATURIS/KARTUNIK? SATIR, KOCAK, PARADOKS, GETIR DAN LUCU.**
- 2. CEPAT TERSEBAR LUAS, KAYAK VIRUS YANG GAMPANG MENJANGKIT KEMANA-MANA. VIRAL BANGET. MASIF.**
- 3. SENTUHAN LEBIH PERSONAL MENGERAKAN ORANG.**
- 4. SERING SANGAT INTERAKTIF.**
- 5. SERING SANGAT EKSPRESIF MEWAKILI RASA LUCU, AMARAH DLL.**

SULIT MEMPRODUKSI MEME?

BUATKAN LOMBA MEME SOAL KORBAN INVESTASI BODONG. DIJAMIN RIBUAN MEME AKAN MAMPIR DI MEJA OJK.

KARENA SENSE TTG LUCU, KRITIS, SATIR DAN GETIR ITU BISA SANGAT BERBEDA DARI:

SATU DAERAH DAN DAERAH LAIN.

SATU SUKU DAN SUKU LAINNYA.

SATU AGAMA DAN AGAMA LAIN.

SATU KELOMPOK USIA DAN KELOMPOK USIA LAINNYA.

SATU PROFESI SAN PROFESI LAINNYA.

MAKA : CIPTAKAN DAN SEBARKAN MEME INI SESUAI KONTEKS DAERAH, AGAMA, SUKU, KELOMPOK USIA, KELOMPOK PROFESI DLL.

Gayatri, Nasabah Antaboga Century



Lapor Pak, investasi
bodong sudah merugikan
rakyat 45 Triliun!

Jangan cuma dihitung
proses hukumnya harus
cepat dan melindungi
korban...







TERIMAKASIH

DOKUMENTASI

FOCUS GROUP DISCUSSION

**“Penggunaan Media Online Untuk
Kegiatan Penawaran Layanan Keuangan
yang Berpotensi Merugikan Masyarakat”**















