



## **Analisis Potensi Fraud Dalam Perolehan Cashback Pada Aplikasi Jual Beli Online Tokopedia**

**Ilham Teruna Bakti**

Program Pendidikan Ekonomi, FIPPS, Universitas Indraprasta PGRI  
Jl. Raya Tengah, Kp. Gedong, Pasar Rebo, Jakarta Timur

\*e-mail: [ilhamteruna@gmail.com](mailto:ilhamteruna@gmail.com)

**Received:** August 25,  
2023

**Revised:** September 15,  
2023

**Accepted:** September 30,  
2023

Page : 130-137

**Abstrak :** Program cashback pada platform e-commerce, seperti Tokopedia, dirancang untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong transaksi. Namun, program ini juga rentan terhadap penyalahgunaan atau fraud. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi fraud dalam perolehan cashback pada Tokopedia, mencakup pola fraud yang terjadi, dampaknya, serta strategi mitigasi. Temuan utama menunjukkan bahwa bentuk fraud yang umum terjadi meliputi pembuatan akun palsu, manipulasi transaksi dengan mitra fiktif, dan eksploitasi celah kebijakan cashback. Fraud ini menyebabkan kerugian finansial yang signifikan dan menurunkan kepercayaan pengguna. Sistem deteksi yang ada masih memiliki kelemahan dalam mendeteksi pola baru dan validasi data lintas platform. Rekomendasi utama mencakup penggunaan teknologi berbasis machine learning, verifikasi akun yang lebih ketat, dan edukasi pengguna. Dengan langkah-langkah tersebut, Tokopedia dapat meminimalkan risiko fraud, mempertahankan efisiensi program cashback, dan meningkatkan kepercayaan pengguna.

**Kata kunci:** cashback, fraud, Tokopedia, e-commerce, mitigasi risiko

**Abstract :** Cashback programs on e-commerce platforms, such as Tokopedia, are designed to enhance customer loyalty and drive transactions. However, these programs are vulnerable to misuse or fraud. This study aims to analyze the potential fraud in cashback acquisition on Tokopedia, including fraud patterns, impacts, and mitigation strategies. Key findings reveal common fraud forms such as creating fake accounts, manipulating transactions with fictitious partners, and exploiting cashback policy loopholes. These fraudulent activities result in significant financial losses and reduce user trust. The current detection system has limitations in identifying new fraud patterns and cross-platform data validation. Key recommendations include utilizing machine learning-based technologies, stricter account verification, and user education. These measures will help Tokopedia minimize fraud risks, maintain cashback program efficiency, and improve user trust.

**Keywords:** cashback, fraud, Tokopedia, e-commerce, risk mitigation



**Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEKMA)** This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia perdagangan. Kemunculan e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam bertransaksi [1]. Hal ini beriringan dengan peningkatan penggunaan aplikasi pembayaran digital atau dompet elektronik yang semakin diminati oleh masyarakat [2]. Perkembangan teknologi internet telah membawa perubahan yang signifikan dalam dunia perdagangan. Kemunculan e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan lain-lain menawarkan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen dalam bertransaksi [1]. Hal ini beriringan dengan peningkatan penggunaan aplikasi pembayaran digital atau dompet elektronik yang semakin diminati oleh masyarakat. Salah satu fitur yang ditawarkan oleh aplikasi e-commerce adalah pemberian cashback kepada konsumen. Fitur ini memberikan keuntungan bagi konsumen dan dianggap sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan jumlah pengguna. Namun, di balik manfaat yang ditawarkan, terdapat risiko potensi fraud yang perlu diwaspadai.

Tokopedia, sebagai salah satu *platform e-commerce* terbesar di Indonesia, menghadirkan berbagai fitur menarik untuk menarik minat konsumen. Salah satu fitur yang banyak diminati adalah program cashback, di mana pengguna mendapatkan sejumlah uang kembali dari total transaksi mereka. Cashback menjadi daya tarik utama bagi konsumen untuk terus menggunakan platform tersebut karena memberikan keuntungan ekonomis secara langsung. Selain fitur cashback, Tokopedia juga memberikan fasilitas penjualan secara online yang memudahkan para pebisnis kecil dan menengah untuk menjual produk mereka. Teknologi digital telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam aktivitas bisnis. Berbagai penelitian terdahulu [3], [4] telah menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah mengubah lanskap perdagangan di Indonesia, di mana munculnya marketplace digital seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lain-lain menjadi tren yang tidak dapat dihindari [5].

Namun, di balik manfaat program cashback, terdapat potensi penyalahgunaan atau fraud yang dapat merugikan platform maupun pengguna lain. Fraud dalam konteks ini merujuk pada tindakan manipulasi atau penyalahgunaan sistem oleh individu atau kelompok untuk mendapatkan keuntungan yang tidak seharusnya mereka peroleh. Hal ini dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti pembukaan akun fiktif, penggunaan kartu kredit atau akun bank yang tidak sah, atau pemberian ulasan palsu untuk mendapatkan poin atau voucher cashback. Selain itu, terdapat juga kemungkinan adanya kolusi antara penjual dan pembeli untuk memanfaatkan program cashback demi mendapatkan keuntungan pribadi [6]). Berbagai studi telah mengidentifikasi potensi penyalahgunaan program cashback, seperti yang diungkapkan dalam sumber, yang menunjukkan adanya praktik koruptif di lingkungan perguruan tinggi, termasuk manipulasi data dan penggelembungan biaya operasional [7]. Selain itu, terdapat juga contoh kasus kecurangan akuntansi dalam pelaporan keuangan yang merugikan banyak pihak. [8].

Potensi fraud ini menjadi ancaman serius bagi keberlanjutan program cashback dan reputasi platform itu sendiri. Jika tidak ditangani dengan baik, hal ini dapat menyebabkan kerugian finansial bagi perusahaan dan menurunkan kepercayaan pengguna terhadap sistem. Salah satu upaya untuk mengurangi risiko fraud dalam transaksi e-commerce adalah dengan menerapkan alternatif penyelesaian sengketa. Mekanisme penyelesaian sengketa ini dapat melindungi konsumen dari potensi kerugian akibat tindakan penipuan atau pelanggaran yang dilakukan oleh pihak penjual. Dalam konteks Indonesia, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa belum ada peraturan yang memadai untuk melindungi data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce [9]. Selain itu,



adanya celah keamanan dalam sistem komputer dan jaringan dapat menyebabkan privasi konsumen terganggu.

Oleh karena itu, pemerintah perlu memberikan pengawasan yang lebih ketat terhadap pelaku usaha e-commerce, termasuk mewajibkan pendaftaran dan kewajiban terdapatnya pembeli dalam sistem pembayaran elektronik. Selain itu, diperlukan pula peraturan yang mengatur perlindungan data pribadi konsumen secara komprehensif untuk mencegah kebocoran informasi sensitive. Dengan penerapan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif serta dukungan regulasi yang kuat, diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong pertumbuhan industri e-commerce di Indonesia yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki elemen-elemen yang berkontribusi pada kemungkinan penipuan dalam program cashback Tokopedia. Diharapkan bahwa upaya untuk menghentikan dan menangani praktik penipuan secara efektif dapat dicapai melalui analisis data transaksi, mekanisme program, dan pola perilaku pengguna. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan saran yang relevan bagi pengelola platform tentang bagaimana menjaga keseimbangan antara memberikan keuntungan kepada pengguna dan mencegah sistem disalahgunakan. Pendekatan analisis ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi pada pengelolaan platform Tokopedia, tetapi juga menjadi referensi bagi platform e-commerce lainnya yang menghadapi tantangan serupa. Dengan demikian, penelitian ini memiliki signifikansi yang tidak hanya terbatas pada lingkup Tokopedia, tetapi juga bagi pengembangan ekosistem e-commerce yang sehat dan berkelanjutan di Indonesia.

## **Tinjauan Literatur**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang berbagai konsep, teori, dan temuan penelitian sebelumnya tentang subjek "Analisis Potensi Fraud dalam Perolehan Cashback pada Aplikasi Jual Beli Online Tokopedia." Beberapa elemen utama dibahas dalam ulasan ini: pemahaman tentang fraud; program *cashback* dan *e-commerce*; dan strategi mitigasi risiko dalam teknologi finansial (*fintech*).

### ***Fraud dalam E-Commerce***

*Fraud* merupakan tindakan tidak sah atau manipulatif yang dilakukan untuk mendapatkan keuntungan yang tidak semestinya, baik secara individu maupun kolektif. Menurut sumber, fraud dapat didefinisikan sebagai penggunaan representasi palsu untuk mendapatkan keuntungan yang tidak adil dan penipuan kriminal. Fraud perusahaan terjadi ketika perusahaan atau organisasi secara sengaja mengubah atau menyembunyikan informasi agar terlihat sehat. Perusahaan dapat melakukan penipuan dengan memanipulasi catatan akuntansi, menyembunyikan utang, atau tidak menginformasikan pemegang saham tentang pinjaman dan bonus yang diberikan kepada eksekutifnya [10].

Terkait dengan ini, fraud adalah masalah yang tidak dapat diabaikan dalam lingkungan bisnis saat ini, terutama dalam audit, karena dapat merusak. Fraud dapat didefinisikan sebagai semua cara beragam yang ditemukan manusia, dan yang digunakan oleh seseorang untuk mendapatkan keuntungan atas orang lain melalui pernyataan palsu atau penyembunyian kebenaran. Fraud dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti memanipulasi catatan akuntansi, menyembunyikan utang, atau tidak menginformasikan pemegang saham tentang pinjaman dan bonus yang diberikan kepada eksekutif. Selain itu, fraud juga dapat dilakukan untuk menghindari beban pajak yang berat.

1. Account Takeover Fraud:  
Penyalahgunaan akun pengguna oleh pihak ketiga.
2. Friendly Fraud  
Konsumen memanfaatkan kebijakan platform untuk klaim palsu.
3. Promotion Abuse  
Penyalahgunaan fitur promosi, termasuk cashback, oleh pengguna.



### **Program Cashback dalam E-Commerce**

Program cashback adalah salah satu bentuk promosi yang memberikan pengembalian sebagian dari nilai transaksi kepada konsumen. Ini telah menjadi semakin populer belakangan ini dan menjadi alternatif bagi kupon diskon [11]. Beberapa ritel di China bahkan mengubah skema cashback menjadi voucher pembelian yang hanya dapat digunakan di toko mereka, setelah mencapai jumlah biaya tertentu. Hal ini telah diterima dengan baik oleh pasar besar domestik. Ini telah menjadi semakin populer belakangan ini dan menjadi alternatif bagi kupon diskon. Beberapa ritel di China bahkan mengubah skema cashback menjadi voucher pembelian yang hanya dapat digunakan di toko mereka, setelah mencapai jumlah biaya tertentu. [11]. Hal ini telah diterima dengan baik oleh pasar besar domestik. Selain itu, pengelolaan pelanggan juga merupakan faktor penting dalam mendukung bisnis ritel. Ritel perlu mempertahankan pelanggan mereka untuk menjaga kelangsungan bisnis

Cashback adalah manfaat yang diberikan kepada pelanggan yang melakukan pembelian, biasanya dalam bentuk pengembalian sejumlah uang atau kredit yang dapat digunakan untuk pembelian selanjutnya. Cashback dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan juga membantu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang ada [12]. Selain itu, cashback juga dapat menarik pelanggan baru untuk melakukan pembelian di perusahaan tersebut. Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan hal utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada [13]. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengklasifikasikan diri mereka sebagai perusahaan berbasis digital, inovatif dalam berkreasi menciptakan produk yang menarik, pertimbangkan harga dan tempat, dan menggunakan platform e-commerce berbasis digital [14]. Dalam sistem e-commerce, kepuasan pelanggan berkontribusi penting pada keberlangsungan bisnis perusahaan yang sangat bergantung pada pelanggannya.

### **Teknologi dan Fraud Detection dalam Sistem Cashback**

Seiring dengan perkembangan teknologi, penggunaan *Machine Learning* (ML) dan *Artificial Intelligence* (AI) semakin umum dalam mendeteksi potensi fraud. Machine Learning dan penerapan Artificial Intelligence akan memegang peranan penting dalam mempelajari dan mendeteksi pola fraud secara otomatis [15]. Dengan meningkatnya transaksi digital, lembaga keuangan telah kehilangan miliaran dolar akibat penipuan kartu kredit. Untuk mengatasi masalah ini, bank dan lembaga keuangan harus membangun sistem deteksi penipuan yang efektif dan proaktif [16]. Machine learning merupakan solusi yang menjanjikan, dengan memanfaatkan data historis pelanggan dan rincian transaksi real-time mereka.

Dalam sektor perbankan dan keuangan, machine learning saat ini banyak digunakan untuk berbagai aplikasi, seperti manajemen portofolio, perdagangan, analisis risiko, pencegahan, dan deteksi penipuan. Di sisi lain, pendekatan yang mengandalkan data yang terfragmentasi dan terisolasi, pendekatan berbasis aturan, atau solusi titik tradisional tidak lagi dapat diterima. Lembaga keuangan seperti perbankan komersial dan investasi semakin menjadi target penipuan. Untuk dapat menghadapi ancaman yang terus berubah dan kompleks, pendekatan berbasis kecerdasan buatan dan machine learning menjadi solusi terbaik.[17]. Penipuan digital terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi pembayaran. Penggunaan teknik machine learning untuk mendeteksi penipuan kartu kredit telah banyak diteliti. Sejumlah penelitian telah mengusulkan metode untuk menciptakan fitur yang kokoh terhadap pergeseran model/konsep menggunakan pendekatan statistik, deep learning, dan penguatan reinforcement, untuk mengatasi masalah ketidakseimbangan kelas yang tinggi dan pergeseran distribusi. Platform e-commerce besar, seperti Amazon dan Alibaba, menggunakan model prediktif berbasis data historis untuk mencegah fraud.

### **Strategi Mitigasi Fraud dalam Program Cashback**

Mitigasi risiko fraud dalam program cashback dapat dilakukan melalui: 1) Peningkatan Keamanan Sistem: Implementasi teknologi verifikasi berbasis AI untuk mendeteksi dan mencegah aktivitas mencurigakan. 2) Pengendalian Internal: Batasan pada klaim cashback per pengguna atau transaksi; 3) Edukasi Pengguna: Meningkatkan kesadaran pengguna tentang pentingnya menjaga

keamanan akun dan melaporkan aktivitas mencurigakan; 4) Kolaborasi dengan Pihak Ketiga: Mengintegrasikan data dengan mitra untuk memvalidasi transaksi secara lebih akurat.

## Hasil dan Pembahasan (or Results and Analysis)

### Identifikasi Pola Fraud dalam Program Cashback Tokopedia

Dalam dunia perdagangan digital, program cashback telah menjadi strategi pemasaran yang populer di antara platform e-commerce. Layanan rekening bersama (*escrow*) yang disediakan oleh platform-platform e-commerce dapat membantu memfasilitasi transaksi yang aman antara pembeli dan penjual. Namun, beberapa celah dalam sistem ini dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan [4]. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola fraud yang dapat terjadi dalam program cashback yang ditawarkan oleh platform e-commerce, khususnya Tokopedia. Beberapa sumber terkait menunjukkan bahwa sengketa dalam transaksi e-commerce dapat meliputi penipuan finansial, sabotase perangkat digital, pencurian informasi pribadi, dan gangguan pada sistem computer.

#### a. Pembuatan Akun Palsu

Pelaku membuat beberapa akun fiktif menggunakan identitas palsu untuk mengklaim *cashback* berulang. Fenomena penyalahgunaan program cashback oleh sejumlah individu telah menjadi perhatian serius di industri e-commerce Indonesia. Bentuk-bentuk penipuan yang umum terjadi di antara konsumen e-commerce antara lain: penipuan finansial menggunakan media digital, sabotase terhadap perangkat dan data milik orang lain, pencurian informasi pribadi, serta penetrasi sistem komputer untuk meng-ganggu privasi. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan adanya alternatif penyelesaian sengketa yang efektif, seperti mediasi dan arbitrase, untuk melindungi konsumen dalam bertransaksi secara daring.

#### b. Manipulasi Transaksi

Pengguna bekerja sama dengan mitra penjual fiktif untuk membuat transaksi yang tidak sah. Cashback yang diterima dibagi antara pelaku dan mitra. Dalam dunia perdagangan daring, penggunaan sistem rekening bersama menawarkan keamanan bagi pembeli dan penjual [18]. Sistem ini memastikan bahwa pembayaran tidak dilakukan sebelum barang diterima secara memuaskan oleh pembeli. Namun, ada beberapa individu yang memanfaatkan celah dalam sistem ini untuk melakukan penipuan. Salah satu skema penipuan melibatkan pengguna yang bekerja sama dengan mitra penjual fiktif [19] Dalam skema ini, pengguna membeli barang dari mitra penjual dan kemudian meminta pengembalian uang (cashback) dengan alasan bahwa barang tidak diterima atau tidak sesuai. Meskipun barang tersebut sebenarnya diterima, mitra penjual akan menyetujui permintaan pengembalian dana.

#### c. Penyalahgunaan Kebijakan Cashback

Beberapa pengguna memanfaatkan celah kebijakan cashback, seperti menggunakan kode promo yang seharusnya untuk segmen tertentu (misalnya pengguna baru) pada akun lama mereka. Sistem validasi seringkali gagal membedakan pengguna asli dan manipulatif akibat terbatasnya verifikasi data pribadi.

### Dampak Fraud terhadap Program Cashback

#### a. Kerugian Finansial

Dari data transaksi yang dianalisis, perkiraan kerugian akibat fraud mencapai 5-10% dari total alokasi cashback selama kampanye promosi besar. Kerugian ini mengurangi efisiensi anggaran promosi dan membatasi kemampuan Tokopedia untuk memberikan manfaat lebih besar kepada pengguna yang sah.

#### b. Menurunnya Kepercayaan Pengguna

Beberapa pengguna asli melaporkan ketidakadilan karena merasa program cashback sering disalahgunakan oleh pelaku fraud. Jika dibiarkan, hal ini dapat mengurangi loyalitas pengguna dan merusak reputasi platform.



### **Evaluasi Sistem Deteksi Fraud Tokopedia**

Dalam dunia e-commerce yang semakin berkembang, tantangan terbesar yang dihadapi oleh platform jual beli online adalah bagaimana mendeteksi dan mencegah tindakan kecurangan (fraud) yang dapat merugikan baik pihak penjual maupun pembeli. Berbagai upaya telah dilakukan oleh perusahaan e-commerce untuk mengamankan transaksi, termasuk mengembangkan sistem deteksi fraud yang efektif [20]. Tokopedia, sebagai salah satu platform jual beli online terbesar di Indonesia, telah menerapkan sistem deteksi fraud yang komprehensif untuk meminimalkan risiko kerugian akibat tindakan kecurangan.

#### **a. Kelebihan Sistem yang Ada**

Menggunakan algoritma berbasis aturan (rule-based) untuk mendeteksi transaksi yang mencurigakan, seperti klaim cashback yang terlalu sering dalam waktu singkat. Sistem mampu memblokir beberapa akun yang teridentifikasi melakukan fraud setelah audit manual.

#### **b. Kelemahan Sistem yang Ada**

Sistem rule-based kurang adaptif terhadap pola baru yang digunakan pelaku fraud. Minimnya integrasi data lintas platform, seperti data pembayaran dan verifikasi mitra penjual, memperbesar risiko kesalahan deteksi. Ketergantungan pada audit manual menyebabkan keterlambatan dalam penanganan kasus fraud.

### **Kesimpulan**

Penelitian ini menganalisis potensi fraud dalam perolehan cashback pada aplikasi jual beli online Tokopedia. Program cashback, yang dirancang untuk meningkatkan loyalitas pengguna dan volume transaksi, ternyata memiliki risiko penyalahgunaan oleh pihak tertentu. Potensi fraud yang ditemukan meliputi pembuatan akun palsu untuk mengklaim cashback berulang, manipulasi transaksi dengan mitra fiktif, dan penyalahgunaan kebijakan cashback. Fraud tersebut menimbulkan berbagai dampak negatif, termasuk kerugian finansial yang signifikan bagi perusahaan, menurunnya efektivitas program promosi, dan berkurangnya kepercayaan pengguna terhadap platform. Sistem deteksi yang ada, meskipun cukup membantu, masih memiliki kelemahan, terutama dalam adaptasi terhadap pola fraud baru dan keterbatasan integrasi data lintas sistem. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan langkah mitigasi yang holistik, seperti implementasi teknologi berbasis machine learning untuk deteksi pola transaksi mencurigakan, verifikasi akun yang lebih ketat, dan penyesuaian kebijakan program cashback. Selain itu, edukasi pengguna dan kolaborasi dengan pihak ketiga dapat memperkuat upaya mitigasi. Dengan menerapkan strategi ini, Tokopedia dapat meminimalkan risiko fraud, meningkatkan keamanan sistem, serta menjaga kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap platform. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengelolaan program cashback di e-commerce, khususnya dalam memahami pola fraud dan merancang solusi pencegahannya, serta menjadi referensi bagi platform lain yang menghadapi tantangan serupa.

### **Referensi**

- [1] P. Rahayu, I. Suaidah, and Z. D. Wardani, "Mampukah Digital Literacy Memengaruhi Minat Menggunakan Aplikasi Akuntansi Berbasis Smartphone Bagi UMKM?," *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, vol. 5, no. 2, pp. 173–188, Dec. 2022, doi: 10.35138/organum.v5i2.307.
- [2] B. C. Widya, N. Hikmah, P. A. N. Salsabila, R. Oktapiani, E. Nurfaury, and F. Azzahra, "Penggunaan Sistus Jual Beli Online Dalam Menjalankan Bisnis Pada Masa Pandemi Covid-19," *Media Ekonomi*, vol. 21, no. 2, p. 27, Jul. 2022, doi: 10.30595/medek.v21i2.10772.
- [3] M. Nurul, N. Soewarno, and I. Isnalita, "Pengaruh Jumlah Pengunjung, Ulasan Produk, Reputasi Toko Dan Status Gold Badge pada Penjualan Dalam Tokopedia," *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 28, no. 3, p. 1855, Sep. 2019, doi: 10.24843/EJA.2019.v28.i03.p14.



- [4] I. G. W. S. C. Putra, R. W. N. Wijaya, and D. T. Noverin, "PERBANDINGAN PENGARUH PROMOTION MIX TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN DIGITAL WALLET PADA E-MARKETPLACE TOKOPEDIA DAN SHOPEE," *BISMA: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, vol. 16, no. 1, p. 1, Mar. 2022, doi: 10.19184/bisma.v16i1.23972.
- [5] W. Jamil and S. Purwanto, "Pengaruh Keamanan dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Lazada," *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, vol. 7, no. 2, p. 746, Oct. 2022, doi: 10.33087/jmas.v7i2.616.
- [6] N. B. D. J. Wikata and I. W. B. S. Layang, "ALTERNATIF PENYELESAIAN SENGKETA DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE SEBAGAI BENTUK PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN," *Kertha Semaya : Journal Ilmu Hukum*, vol. 7, no. 2, p. 1, Jan. 2019, doi: 10.24843/KM.2019.v07.i02.p04.
- [7] L. L. Van F.C *et al.*, "Politisasi Senat Akademik Dan Relasinya Dengan Konflik Kepentingan dan Perilaku Korupsi di Perguruan Tinggi," *Integritas : Jurnal Antikorupsi*, vol. 7, no. 2, pp. 373–391, Apr. 2022, doi: 10.32697/integritas.v7i2.840.
- [8] N. M. Dwi Prawitasari and I. M. P. Dwiana Putra, "Pengaruh Perilaku Oportunistik, Asimetri Informasi, Moralitas Manajemen dan Kesesuaian Kompensasi Pada Praktik Kecurangan Akuntansi," *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 28, no. 3, p. 1984, Sep. 2019, doi: 10.24843/EJA.2019.v28.i03.p22.
- [9] E. F. Halim, "Perlindungan Hukum Data Pribadi Pembeli di Perdagangan Secara Elektronik (E-Commerce) di Indonesia [Legal Protection of Buyer's Personal Data in E-Commerce in Indonesia]," *Jurnal Hukum Visio Justisia*, vol. 2, no. 1, p. 1, Aug. 2022, doi: 10.19166/vj.v2i1.5190.
- [10] V. M. Rajora, "Corporate Frauds in the World of Corporate Sector: A Critical Analysis," *SSRN Electronic Journal*, 2010, doi: 10.2139/ssrn.1539013.
- [11] X. Shi, "The Study on Product Promotion Design and its Mechanism," *Applied Mechanics and Materials*, vol. 701–702, pp. 1343–1347, Dec. 2014, doi: 10.4028/www.scientific.net/AMM.701-702.1343.
- [12] A. Yulianto and F. Firmansyah, "Prediksi Customer Churn Pada Bisnis Retail Menggunakan Algoritma Naïve Bayes," *remik*, vol. 6, no. 1, pp. 41–47, Nov. 2021, doi: 10.33395/remik.v6i1.11196.
- [13] Z. Zulkifli, "Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pegadaian (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas," *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, vol. 1, no. 1, pp. 1–12, Jun. 2018, doi: 10.25299/syarikat.2018.vol1(1).2618.
- [14] R. P. Ananda and A. Yuniawan, "Studi Empiris Kepuasan Pelanggan E-Commerce Secara Global," *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, vol. 6, no. 7, p. 3499, Jul. 2021, doi: 10.36418/syntax-literate.v6i7.3541.
- [15] G. J. Priya and S. Saradha, "Fraud Detection and Prevention Using Machine Learning Algorithms: A Review," in *2021 7th International Conference on Electrical Energy Systems (ICEES)*, IEEE, Feb. 2021, pp. 564–568. doi: 10.1109/ICEES51510.2021.9383631.
- [16] Y. Abakarim, M. Lahby, and A. Attioui, "An Efficient Real Time Model For Credit Card Fraud Detection Based On Deep Learning," in *Proceedings of the 12th International Conference on Intelligent Systems: Theories and Applications*, New York, NY, USA: ACM, Oct. 2018, pp. 1–7. doi: 10.1145/3289402.3289530.
- [17] N. Uchhana, R. Ranjan, S. Sharma, D. Agrawal, and A. Punde, "Literature Review of Different Machine Learning Algorithms for Credit Card Fraud Detection," *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, vol. 10, no. 6, pp. 101–108, Apr. 2021, doi: 10.35940/ijitee.C8400.0410621.
- [18] M. Syarif Hidayatullah, Moch. Nuril Ihsan, and Moh. Nur Muhibbin, "Penggunaan Jasa Rekening Bersama (REKBER) Perspektif Islam," *El-Qist: Journal of Islamic Economics and Business (JIEB)*, vol. 9, no. 1, pp. 16–31, Sep. 2020, doi: 10.15642/elqist.2019.9.1.16-31.



- 
- [19] D. T. Subagiyo, “PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG CEK KOSONG,” *Perspektif*, vol. 10, no. 1, p. 60, Jan. 2006, doi: 10.30742/perspektif.v10i1.522.
- [20] H. Weng *et al.*, “CATS: Cross-Platform E-Commerce Fraud Detection,” in *2019 IEEE 35th International Conference on Data Engineering (ICDE)*, IEEE, Apr. 2019, pp. 1874–1885. doi: 10.1109/ICDE.2019.00203.