

ANALISIS RATIONAL CHOICE THEORY PADA KASUS PENIPUAN DALAM JUAL BELI ONLINE MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Vijay Gerhana Putra
Muhammad Zaky

ABSTRACT

This research discusses the reason why someone can become a victim in the case of online fraud through social media instagram. This research also discusses about the modes carried out by the perpetrators. Rational choice theory is used to analyze the problems in this research. This research uses qualitative method with descriptive research type. There are three informants that are interviewed in this research. Beside that, researcher also interviewed experts from National Police Headquarter and Metro Jaya Regional. The result of this research shows that the perpetrator commits fraudulent acts through instagram social media as a rational choice. They sees a big opportunity to commit fraud through Instagram, only requires a small effort but provides a very large profits. The perpetrator also see the possibility of being caught because of fraud committed through Instagram was very small.

Keywords: fraud, selling and buying online, social media, instagram, rational choice theory

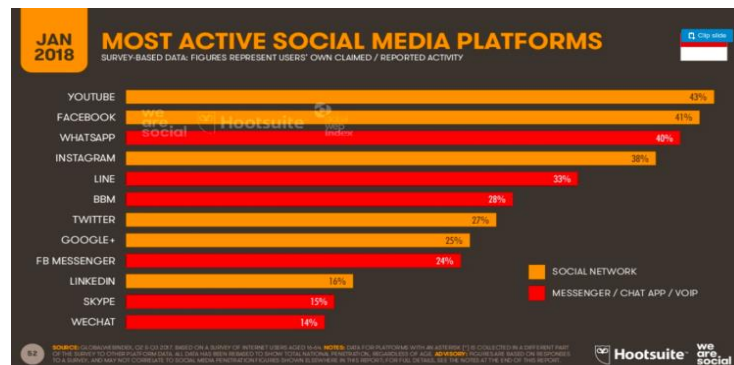
Teknologi informasi dan komunikasi semakin hari semakin berkembang dengan pesat sehingga memberikan banyak kemudahan bagi masyarakat umum, termasuk memudahkan dalam bertransaksi jual beli. Dampaknya, saat ini masyarakat kebanyakan memilih bertransaksi melalui *online* karena transaksi melalui *online* saat ini lebih memberikan keuntungan dari pada melakukan transaksi secara konvensional karena masyarakat bisa melakukan transaksi dimana saja dan kapan saja. Hal itu didukung pula dengan adanya Revolusi Industri 4.0 dimana para penggiat usaha lebih memilih beralih menjual barang dagangannya secara *online* dari pada secara konvensional dengan berjualan di toko-toko fisik. Sekalipun demikian, pembeli harus berhati-hati saat akan melakukan transaksi. Hal ini agar pembeli tidak terjebak pada kejahatan yang dilakukan oleh beberapa oknum di dunia internet (Hartantyo, 2012). Ini dibuktikan dengan hasil survei tahun 2017 yang menunjukkan pemanfaatan internet di bidang ekonomi seperti berikut.



Gambar 1 Survei Pemanfaatan Internet di Bidang Ekonomi

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

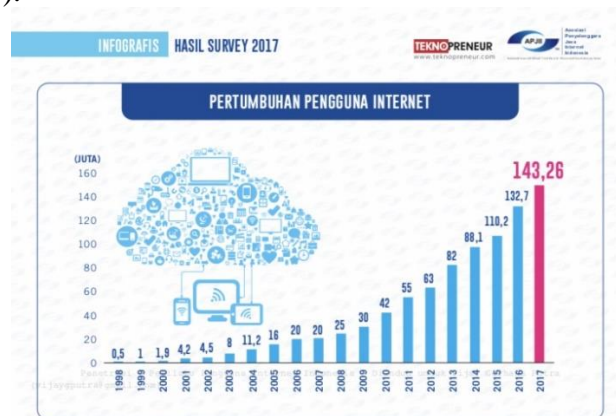
Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia tahun 2017, media sosial mendapatkan presentase tertinggi dalam kategori pemanfaatan internet bidang gaya hidup. Pengguna media sosial dalam pemanfaatan mencapai angka 87,13%. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sangat dibutuhkan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Dari perkembangan tersebut, hadir lah ruang lingkup dengan sebutan media sosial, sebagaimana diketahui, media sosial merupakan media *online* dimana para penggunanya dapat berinteraksi, mendapatkan atau menyebarkan informasi serta menjalin pertemanan dengan berbagai fasilitas kemudahan yang diberikan.



Gambar 2. Data *Most Active Social Media Platforms*

Sumber: Detik.com

Media saat ini juga banyak yang memanfaatkan internet. Misalnya media sosial, media berita, dan media hiburan. Sebagaimana kita lihat, saat ini pengguna internet di Indonesia semakin banyak yang menghabiskan waktunya di dunia maya melalui media sosial. Dalam perkembangannya, jumlah media sosial pun terus bertambah dengan fitur mereka masing-masing. Hal itu membuat membuat para pengguna internet berpikir untuk "harus memiliki" akun dari setiap media sosial tersebut (Rian, 2017).



Gambar 3. Survei *Pertumbuhan Pengguna Internet Tahun 2017*

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Contoh media sosial yang saat ini sangat banyak penggunanya dan sering dijadikan tempat para pelaku usaha untuk melakukan transaksi jual beli adalah Instagram. Jual beli melalui instagram merupakan suatu alternatif yang instan

dengan hanya melihat foto-foto barang, spesifikasi dan harga sampai akhirnya melakukan transaksi jual beli. Semua proses itu dilakukan melalui media sosial sehingga membuka peluang yang memudahkan seseorang untuk melakukan tindakan kejahatan penipuan. Dalam media sosial khususnya instagram, penipuan lebih rentan terjadi karena tidak ada rekomendasi *seller* dari aplikasi seperti halnya yang ada di tokopedia, shopee, bukalapak, dsb. Orang-orang hanya bisa melihat testimoni dan followers biasanya di media sosial instagram. Padahal kedua hal itu dapat dipalsukan dengan mudah.

Potensi bahaya yang akan di timbulkan bila penanganan kasus ini tidak diselesaikan dengan benar akan semakin *massive*. Terlebih lagi semakin banyaknya *marketplace* yang bisa digunakan oleh para pebisnis *online*. Termasuk di dalamnya media sosial instagram, yang saat ini penggunaannya sangat berkembang pesat dari tahun ke tahun sehingga menjadi pangsa besar bagi penjual. Saat ini, telah terjadi banyak kasus penipuan dengan berbagai macam modus yang memanfaatkan instagram yang sejatinya bukan sebuah *startup e-commerce* yang memang menunjang transaksi jual beli *online*. Media sosial seperti instagram juga tidak memiliki fitur rekening bersama layaknya *e-commerce* lainnya seperti: Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Shopee, dsb. Celah itulah yang dimanfaatkan oleh banyak orang untuk melakukan kejahatan penipuan.

Berdasarkan penjelasan di atas, hal itulah yang pada akhirnya mendorong penulis untuk membuat penelitian mengenai kasus penipuan pada jual beli *online* khususnya melalui media sosial instagram. Untuk itu, penulis akan mengamati bagaimana kasus tersebut bisa terjadi melalui narasumber yang pernah menjadi korban dan narasumber ahli dibidang *cybercrime* dari kasus kejahatan penipuan pada jual beli *online* melalui media sosial instagram.

Metode Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan oleh penulis adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, yakni suatu cara melaporkan data dengan menerangkan, memberi gambaran, dan mengkualifikasikan data yang terkumpul secara apa adanya setelah itu baru disimpulkan (Noeng Muhadjir, 1996). Penulis tertarik untuk mengangkat masalah kasus penipuan pada jual beli *online* melalui media sosial *instagram*. Hal ini karena, saat ini media sosial menjadi kebutuhan khusus bagi masyarakat terutama *instagram* yang menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia dari segala lapisan, sekitar 55 juta pengguna setiap harinya (www.katadata.co.id). Kondisi ini menyebabkan instagram dianggap sebagai *platform* yang tepat bagi para pelaku bisnis untuk mengembangkan usahanya. Namun tak sedikit pula yang menjadikan hal tersebut alasan bagi oknum-oknum tidak bertanggung jawab untuk melakukan tindakan penipuan yang tidak sedikit pula korbannya (Faizal, 2018).

Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan menyangkut 2 (dua) aspek. Pengambilan data primer sebagai data utama yang hendak peneliti cari dalam penelitian ini dilakukan dengan metode observasi. Pada penelitian ini, penulis melakukan observasi yang fokus pada media sosial Instagram agar mengetahui seperti apa fenomena penipuan jual beli *online* yang terjadi di media sosial Instagram. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang telah diteliti, tetapi juga apabila

peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Alfindasari, 2014). Wawancara ini melibatkan beberapa 3 orang informan yang pernah menjadi korban penipuan jual beli *online* melalui media sosial Instagram dan 1 orang pelaku penipuan jual beli *online*. Selain itu, penulis juga mewawancarai 2 orang narasumber ahli yang paham mengenai penipuan jual beli *online*.

Data sekunder yang berfungsi sebagai pendukung dalam penelitian ini berasal dari studi literatur yang dilakukan oleh penulis yang bersumber dari literatur kepustakaan, baik jurnal ilmiah, majalah, dan data melalui internet dengan tetap mengingat proses ilmiah dalam sebuah penulisan.

Hasil dan Pembahasan

Fenomena penipuan *online* di Indonesia semakin berkembang dari tahun ke tahun. Data dari Satgas *E-Commerce* Divisi *Cyber* Mabes Polri menunjukkan bahwa terjadi peningkatan di tahun 2016 dari tahun sebelumnya, namun mengalami penurunan di tahun 2017.

Tahun 2015				Tahun 2016				Tahun 2017			
NO	NAMA POLDA	FRAUD		NO	NAMA POLDA	FRAUD		NO	NAMA POLDA	FRAUD	
		CT	CC			CT	CC			CT	CC
1	ACEH	7	0	1	ACEH	6	0	1	ACEH	1	0
2	SUMUT	20	7	2	SUMUT	182	103	2	SUMUT	37	24
3	SUMBAR	18	4	3	SUMBAR	144	18	3	SUMBAR	30	4
4	SUMSEL	10	0	4	SUMSEL	31	0	4	SUMSEL	13	0
5	KEPRI	10	0	5	KEPRI	58	0	5	KEPRI	17	0
6	LAMPUNG	10	2	6	LAMPUNG	33	0	6	LAMPUNG	5	1
7	JAMBI	107	0	7	JAMBI	556	34	7	JAMBI	108	1
8	RIAU	1	0	8	RIAU	3	0	8	RIAU	0	0
9	BENGKULU	47	5	9	BENGKULU	47	20	9	BENGKULU	10	0
10	BABEL	7	6	10	BABEL	83	17	10	BABEL	15	0
11	PMJ	503	206	11	PMJ	1346	391	11	PMJ	582	444
12	JABAR	137	33	12	JABAR	177	5	12	JABAR	33	31
13	BANTEN	26	1	13	BANTEN	21	2	13	BANTEN	10	0
14	JATENG	81	0	14	JATENG	157	0	14	JATENG	28	10
15	JATIM	143	60	15	JATIM	163	78	15	JATIM	26	11
16	DIY	195	5	16	DIY	334	33	16	DIY	61	8
17	BALI	43	0	17	BALI	33	0	17	BALI	5	0
18	NTT	3	1	18	NTT	55	6	18	NTT	1	0
19	NTB	0	1	19	NTB	22	6	19	NTB	0	0
20	KALSEL	1	0	20	KALSEL	8	1	20	KALSEL	0	0
21	KALBAR	0	0	21	KALBAR	2	1	21	KALBAR	0	0
22	KALTENG	14	0	22	KALTENG	19	2	22	KALTENG	0	0
23	KALTIM	10	0	23	KALTIM	23	6	23	KALTIM	5	2
24	SULSEL	27	3	24	SULSEL	84	5	24	SULSEL	3	0
25	SULTENG	10	0	25	SULTENG	24	0	25	SULTENG	4	0
26	SULTRA	2	4	26	SULTRA	14	0	26	SULTRA	0	0
27	SULUT	18	0	27	SULUT	65	0	27	SULUT	3	0
28	GORONTALO	6	0	28	GORONTALO	13	0	28	GORONTALO	1	0
29	MALUKU	1	0	29	MALUKU	43	8	29	MALUKU	11	2
30	MALUT	0	0	30	MALUT	11	3	30	MALUT	0	0
31	PAPUA	13	0	31	PAPUA	5	3	31	PAPUA	0	0
32	BARAT	108	3	32	PAPUA BARAT	0	0	32	BARAT	0	0
33	SIBER	18	3	33	DITIPID	18	5	33	SIBER	25	6
TOTAL		1608	356	TOTAL		4506	1353	TOTAL		1312	668

Gambar 4. Data Kasus Penipuan Online

Sumber: Satgas *E-commerce* Divisi *Cyber* Mabes Polri

Ada beberapa hal yang bisa menjadi sorotan dari data tersebut. Pertama, Polda Metro Jaya selalu menerima laporan terbanyak dari tahun ke tahun. Data tersebut merupakan data penipuan *online* secara umum dan keseluruhan karena Polri tidak memiliki data tersendiri untuk kasus penipuan yang terjadi melalui media sosial Instagram.

Kasus penipuan kini menjadi kasus kejahatan yang paling banyak diterima oleh pihak kepolisian Polda Metro Jaya Direktorat Reserse Kriminal Khusus

dibandingkan dengan kejahatan lainnya dan datanya terus meningkat dari tahun 2015 sampai 2017. Hal ini bisa terjadi karena makin banyaknya proses jual beli *online* yang terjadi di dalam masyarakat, yang dalam prosesnya tidak selalu positif karena ada oknum yang memanfaatkan kebutuhan masyarakat tersebut untuk menciptakan keuntungan yang lebih banyak ketimbang modal yang dikeluarkannya. Berikut adalah data yang sudah penulis peroleh dan sudah diolah dari Polda Metro Jaya Direktorat Reserse Kriminal Khusus.

Tabel 1.
Rekapitulasi Penipuan Transaksi Online
Bulan Januari s.d. Desember Tahun 2015-2017

TAHUN	JENIS TINDAK PIDANA	LP (CT)	CC				FORENSIK
			P 21	SP 3	LIMPAH	CABUT	
2015	Penipuan melalui email	637	31	37	83	-	-
	Penipuan melalui website						
	Penipuan melalui sms						
2016	Penipuan melalui email	641	20	5	397	6	14
	Penipuan melalui website						
	Penipuan melalui sms						
2017	Penipuan melalui email	799	21	3	650	8	-
	Penipuan melalui website						
	Penipuan melalui sms						

Sumber : PMJ Dir. Reskrimsus (diolah kembali oleh penulis)

Seperti yang sudah dijelaskan di atas, pada tahun 2015 kasus tindak pidana penipuan online yang masuk ke Polda Metro Jaya adalah 637 kasus, tahun 2016 ada 641 kasus dan tahun 2017 ada 799 kasus. Namun, dari setiap tahunnya, yang mencapai tahapan P21 yaitu hasil penyidikan sudah lengkap hanya kurang dari 5%. Pada tahun 2015, hanya 31 kasus yang masuk ke tahap P21 atau sebesar 4,8%. Capaian terburuk ada di tahun 2017, yaitu hanya 21 kasus dari 799 kasus yang berarti hanya 2,6% kasus yang berhasil melalui penyidikan.

Internet saat ini sudah menjadi kebutuhan primer bagi kebanyakan masyarakat terutama untuk berjejaring sosial di dunia maya. Perkembangan internet yang amat pesat saat ini juga mempengaruhi perkembangan *e-commerce*. Masyarakat saat ini lebih memilih melakukan kegiatan transaksi jual beli *online* melalui internet, seperti yang di jelaskan oleh Endo Priambono selaku Kanit IV Subdit III Tipid Siber Mabes Polri bahwa *e-commerce* di seluruh dunia terutama di Indonesia telah membuat masyarakat beralih kepada transaksi *online*.

Perkembangan *e-commerce* yang sangat pesat tidak hanya terjadi di Indonesia, namun juga seluruh dunia. Di satu sisi, hal tersebut menguntungkan namun hal itu juga memiliki efek negatif. Perkembangan yang sangat pesat dalam jual beli *online* membuat kasus tindak pidananya juga ikut meningkat seperti yang ada pada data di atas, sebagaimana yang dikatakan oleh Dwi Sujarwanto selaku Paurmin Subdit IV *Cybercrime* Dit. Reskrimsus Polda Metrojaya. Jual beli *online*

sekarang mengalami peningkatan yang sangat pesat, begitu pula dengan penipuan online melalui berbagai media sosial.

Penipuan melalui media sosial instagram lebih mudah lagi terjadi. Ini karena di dalam media sosial Instagram dimana terdapat banyak *online shop* yang memperdagangkan barang dagangannya. Padahal, media sosial instagram bukanlah sebuah *marketplace* yang diciptakan untuk mendukung kegiatan transaksi jual beli seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan sebagainya yang memang diperuntukan untuk melakukan transaksi jual beli *online*. Instagram tidak memiliki fitur yang bisa menjaga proses transaksi jual beli berjalan dengan seharusnya seperti fitur rekening bersama. Menurut oleh Endo Priambono, Kanit IV Subdit III Tipid Siber Mabes Polri, pihak ketiga seperti adanya rekening bersama sangat penting sebagai sarana pencegahan kejahatan sehingga dapat mengurangi resiko terjadinya pemanfaatan oleh oknum-oknum tertentu..

Marketplace seperti tokopedia, buka lapak, shopee, dan sebagainya sekarang banyak dijadikan opsi bertransaksi oleh masyarakat agar lebih aman. Hal tersebut karena di *marketplace* ini menawarkan fitur rekening bersama. Prosesnya adalah ketika seorang pembeli ingin membeli produk di *marketplace*, mereka akan memesan dan melaukahn transfer sejumlah uang sesuai harga produk ke rekening *marketplace* tersebut, bukan langsung ke pelaku. Kemudian nanti di akun penjual akan ada notifikasi bahwa ada seseorang yang telah membeli produknya dan telah terkonfirmasi oleh sistem bahwa pesanan tersebut sudah dibayar oleh pembeli. Kemudian penjual mengirimkan barangnya. Di proses ini, pembeli juga akan menerima notifikasi bahwa produk yang ia beli sudah dikirim oleh penjual. Tidak hanya itu, di *marketplace* juga ada fitur dimana kita bisa melakukan *tracking* terhadap barang yang sudah kita kirim. Kemudian jika barang tersebut sudah sampai ke pembeli dan sesuai pesanan, pembeli bisa melakukan konfirmasi. Ketika pembeli melakukan konfirmasi barang diterima inilah, uang dari pembeli baru diteruskan ke penjual dari sistem *marketplace* tersebut. Jika barang yang diterima tidak sesuai, pembeli bisa mengajukan komplain dan meminta uang kembali. Adanya *marketplace* memang diharapkan bisa membuat transaksi online lebih aman.

Namun tidak semua masyarakat tahu proses yang benar untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli *online*, mereka yang menggunakan media sosial instagram untuk berbelanja biasanya melakukan transaksi langsung kepada penjual yang bisa menjadikan mereka korban penipuan transaksi jual beli *online*. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa instagram bukanlah media yang cocok untuk melakukan kegiatan transaksi jual beli *online* karena ketiadaan fitur-fitur yang mendukung dalam melakukan kegiatan transaksi jual beli *online* seperti rekening bersama. Kondisi ini membuat adanya celah yang dapat dimanfaatkan oleh oknum penipuan jual beli *online*. Selain itu pihak Mabes Polri juga menyinggung bahwa semakin banyak masyarakat yang melakukan kegiatan transaksi jual beli *online* melalui media sosial instagram maka semakin banyak pula peluang untuk melakukan penipuan. Endo Priambono menyebutkan bahwa instagram adalah media yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku penipuan. Sedangkan dengan menggunakan aplikasi yang menggunakan pihak ketiga, penipu tidak memiliki cara untuk melakukan hal tersebut.

Hal tersebut juga di jelaskan oleh Dwi Sujarwanto selaku Paurmin Subdit IV *Cybercrime* Dit. Reskrimsus Polda Metrojaya, seiring meningkatnya kegiatan

jual beli online maka kasus penipuan pun semakin meningkat dan penipuan di media sosial merupakan kejahatan yang paling tinggi di dalam dunia cyber.

Instagram sebagai aplikasi media sosial menjadi banyak digunakan untuk melakukan transaksi jual beli *online* karena kemudahannya. Sistem yang ada di instagram adalah langsung dari pembeli kepada penjual tanpa ada pihak ketiga, sehingga dinilai lebih cepat untuk melakukan transaksi oleh para pembeli. Selain itu, instagram juga adalah media sosial yang konsepnya berbeda dengan media sosial lainnya dimana di sana terdapat *selebgram* yang menyediakan jasa untuk mempromosikan barang dagangan toko *online* yang memudahkan pula para pengguna instagram lainnya untuk membeli suatu barang dari media sosial Instagram. Menurut Endo Priambono, masyarakat merasa lebih nyaman melakukan transaksi jual beli *online* melalui instagram karena lebih mudah dan praktis daripada menggunakan tokopedia atau shopee yang lebih diperuntukan untuk itu.

Beliau menjelaskan bahwa masyarakat memilih media sosial Instagram untuk melakukan transaksi jual beli *online* karena lebih mengenal aplikasi tersebut, mudah dan praktis walaupun sebenarnya media sosial Instagram bukanlah aplikasi yang memang di peruntukan untuk proses transaksi jual beli *online*.

Sebagaimana dialami oleh ketiga narasumber yang memiliki kesamaan yaitu menggunakan jasa *seller* untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan. Mereka memilih membeli lewat *seller* Instagram karena harga yang ditawarkan lebih murah dari harga aslinya. Ketiga narasumber melakukan transaksi secara langsung tanpa melalui perantara. Namun, ketiganya tertipu, setelah mereka transfer ke *seller* masing-masing, *seller* tersebut tidak mengirimkan barang yang sudah mereka beli. Ketiga narasumber mengatakan bahwa media sosial instagram menjadi pilihan yang lebih menguntungkan bagi mereka untuk melakukan transaksi jual beli *online* karena kemudahan dan harga yang lebih murah dibandingkan dengan tempat lain. Kemudahan itu menjadi celah bagi para pelaku kejahatan penipuan jual beli *online* dimana mereka bisa melakukan modus untuk menarik para calon pembeli dengan menawarkan kemudahan proses transaksi.

Modus yang dilakukan pelaku adalah dengan membangun rasa kepercayaan korban terhadap dirinya dengan berbagai macam cara. Pelaku akan melakukan transaksi yang bersih dan akan mengirimkan barang kepada korban. Pada proses ini pelaku akan memperhatikan kondisi psikologis korban ketika mereka bertransaksi. Seperti yang dikatakan Endo Priambono biasanya pelaku menggunakan akun palsu yang sudah di buat semenarik mungkin seperti adanya testimoni palsu sampai banyaknya penawaran potongan harga dan pada akun tersebut memiliki jumlah pengikut yang banyak. Anggota kepolisian dari Polda Metro Jaya, Dwi Sujarwanto menjelaskan bahwa dalam penipuan transaksi jual beli *online* biasanya para pelaku menawarkan kemudahan dalam bertransaksi dan juga menawarkan harga yang murah agar pembeli tertarik dan segera menyelesaikan pembayaran.

Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesesuaian keterangan yang diberikan oleh kedua narasumber ahli dengan kesaksian ketiga narasumber yang pernah menjadi korban penipuan transaksi jual beli *online* yang sudah peneliti wawancarai. RH mengatakan bahwa modus dari pelaku penipu ialah memberikan kemudahan dalam proses transaksi yang membuat dia yakin untuk membeli barang dari akun tersebut, sedangkan 2 narasumber lainnya AF dan RA mengatakan bahwa pelaku menawarkan harga yang murah dan juga bonus jika melakukan transaksi melalui akunnya.

Selain modus tersebut, ada juga modus yang dimana penipu membangun kepercayaan atau *image branding* yang bagus pada produk atau tokonya. Setelah mendapatkan semua kepercayaan dari transaksi-transaksi sebelumnya, barulah pelaku melakukan tindakan penipuan, seperti hasil wawancara peneliti dengan salah satu pelaku yaitu PA. PA menjelaskan bahwa tindakan penipuan yang dilakukannya saat itu adalah saat akhir-akhir menjelang tokonya akan tutup permanen. Ketika dia melihat adanya peluang karena orderan masuk, dia pun melakukan penipuan dengan memanfaatkan *image branding* dari toko *onlinenya* yang bagus, yang bisa membuat orang percaya dan memanfaatkan kelemahan dari media sosial instagram.

Pemilihan media sosial Instagram menjadi sarana penipuan jual beli online salah satunya dikarenakan lebih banyak kemudahan dari pada kesulitan yang akan dihadapi oleh pelaku. Adanya istilah *low cost-high profit*, dimana pelaku memilih mengeluarkan modal yang kecil untuk menghasilkan keuntungan sebesar-besarnya. Hal itulah yang menjadi alasan utama para pelaku memilih media sosial instagram untuk melakukan kejahatan penipuan jual beli *online*. Banyaknya celah di media sosial instagram otomatis memaksimalkan keuntungan bagi para pelaku dan meminimalisir kerugian yang akan dialami.

Clarke (1997) mengemukakan bahwa pada dasarnya semua manusia mempunyai kodrat yang sama yaitu selalu mempertimbangkan untung-rugi dalam mengambil keputusan berdasarkan informasi yang diperolehnya untuk mencapai tujuan yang diinginkan, tidak terkecuali dengan para pelaku kejahatan. Menurut Coleman, norma dipertahankan oleh beberapa individu yang melihat keuntungan yang dihasilkan dari pengalaman terhadap norma dan kerugian yang berasal dari pelanggaran norma itu. Orang ingin melepaskan pengendalian terhadap perilaku mereka sendiri, tetapi dalam proses mereka memperoleh pengendalian (melalui norma) terhadap perilaku orang lain.

Dalam kasus penipuan jual beli *online* melalui media sosial instagram, para pelaku mempertimbangkan media sosial instagram sebagai pilihan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli *online* yang sejatinya bukan diperuntukkan untuk itu. Akibatnya, terdapat beberapa kekurangan yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku untuk melakukan tindak pidana penipuan jual beli *online*. Selain itu, pelaku bisa melakukan tindak kejahatan dimanapun dan kapanpun tanpa harus mengeluarkan tenaga lebih untuk keluar dari zona amannya.

Banyaknya kasus ini karena bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja, merupakan pilihan rasional yang mendorong terjadinya kasus kejahatan tindak pidana penipuan transaksi jual beli *online*. Ditambah terbukanya pangsa pasar yang besar bagi jual beli *online* yang juga dilihat sebagai pilihan yang menguntungkan bagi para pelaku. Dengan adanya pangsa yang besar, kesempatan untuk melakukan tindak pidana penipuan transaksi jual beli *online* juga semakin terbuka. Hal ini diterangkan oleh Endo Priambono bahwa seiring berkembangnya media sosial yang dapat dijadikan sarana transaksi jual beli online muncul banyaknya oknum-oknum tidak bertanggung jawab yang memanfaatkan hal tersebut. Pengguna media sosial pun dihibau agar lebih berhati hati.

Orang yang pernah melakukan tindakan penipuan juga dapat dikaitkan dengan *Rational Choice Theory*, dimana dia melihat ada pilihan yang lebih menguntungkan saat itu sehingga mendorong dia melakukan tindakan tersebut. Pelaku dapat melakukannya dengan mudah dikarenakan proses jual beli *online* melakukan cara transaksi satu pintu yang dianggap pelaku penipuan sebagai

peluang. Pelaku penipuan PA yang merupakan informan dalam penelitian ini juga mengatakan bahwa saat dia melakukan tindakan penipuan dia mendapat keuntungan berkali-kali lipat dari biasanya. Ia melakukan dengan cara barang yang seharusnya dikirim kepada pembeli tidak ia kirimkan. Sehingga ia mendapatkan keuntungan berlimpah. PA melakukan tindakan penipuan karena menurutnya ada peluang atau kesempatan yang mendorong dia melakukan hal tersebut. Kesempatan ini timbul karena media sosial instagram yang menjadi media yang sebelumnya digunakan untuk berjualan memiliki kelemahan yaitu transaksi satu pintu tanpa ada perantara. Peluang itu memunculkan gagasan untuk melakukan penipuan dimana menurutnya, karena kejahatan yang dilakukannya berbasis *online* maka akan lebih aman dan sulit di lacak.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan beberapa korban dan analisa penulis, adapun penyebab dari penipuan dalam transaksi di media sosial instagram adalah mereka tidak menggunakan jasa rekening bersama dalam transaksi mereka. Pihak ketiga sebagai rekber merupakan elemen penting ketika akan bertransaksi secara online. Kedua, mereka mengecek reputasi dari pelaku setelah mereka menjadi korban penipuan. Padahal mereka harusnya melakukan hal tersebut sebelum mereka bertransaksi, untuk meyakinkan apakah orang yang akan mereka ajak transaksi terpercaya atau tidak. Ketiga narasumber juga memiliki kesamaan di dalam kasusnya, yaitu mereka sama-sama tertipu dengan penjual dari media sosial instagram. Mereka tertarik ketika melihat barang yang mereka cari dengan murah dari *platform e-commerce* lain yang mereka temukan di media sosial dan kemudian mengajak transaksi. Terakhir adalah karena kurangnya pengetahuan atau literasi dari korban penipuan itu sendiri dalam melakukan transaksi *online*. Dapat dikatakan sebenarnya kurangnya *awareness* dari korban adalah hal yang membuat mereka rentan menjadi korban penipuan *online* di media sosial.

Alasan para pelaku menggunakan Instagram menjadi media mereka untuk melakukan penipuan karena besarnya pangsa yang melakukan kegiatan transaksi jual beli dan minimnya fitur yang mendukung kegiatan tersebut. Oleh karena itu pelaku mudah memalsukan mulai dari akun sampai ke testimonial, untuk meyakinkan para calon pembeli untuk melakukan transaksi melalui mereka secara langsung dari rekening pembeli ke penjual. Kemudian beberapa modus juga digunakan oleh para pelaku penipuan di media sosial instagram. Modus yang digunakan sebenarnya tidak terlalu berbeda dengan modus dalam penipuan *online* secara umum. Para pelaku akan meminta korbannya untuk mentransfer sejumlah uang ke mereka secara langsung tanpa melalui perantara, kemudian pelaku tidak akan mengirimkan apa yang korban mereka beli. Ada juga yang mencoba untuk mendapatkan kepercayaan dari korbannya terlebih dahulu. Pelaku akan mengirimkan apa yang korbannya pesan di awal-awal mereka bertransaksi, kemudian ketika ada transaksi yang cukup besar saat itulah ia akan menipu korbannya.

Daftar Pustaka

- Alfindasari, Dessy. (2014). *Desain Penelitian Kualitatif*. <http://www.eurekapedidikan.com/2014/11/desainpenelitiankualitatif.html?m=1>.

- Clarke, R. V. (1997) *Situational crime prevention: Successful case studies*. (2nd Ed.). New York, NY: Harrow & Heston.
- Hartantyo, Eko W. (2012). *101 Modus Kejahatan Yang Wajib Diwaspadai*. Yogyakarta: Syura Media Utama
- Noeng, Muhadjir. (1996). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- www.katadata.co.id