



Eksplorasi Gaya Hidup dalam Penipuan *Thrift Online Shop* di Instagram

Muhammad Zaky¹,

¹Universitas Budi Luhur, Jakarta Selatan, Indonesia, muhammad.zaky@budiluhur.ac.id

Corresponding Author: muhammad.zaky@budiluhur.ac.id¹

Abstract: *This study highlights the increasing prevalence of fraud cases occurring through social media, which have been escalating each year. This phenomenon aligns with the rapid advancement of technology, leading society to become increasingly reliant on social media in their daily lives. One rapidly growing aspect is online buying and selling activities, where many sellers now utilize social media as their primary platform for marketing their products. While this trend offers convenience, the rise in online transactions also presents opportunities for criminal activities, particularly online fraud. This study specifically focuses on fraud cases in thrift online transactions on Instagram, given the growing popularity of thrifting among the public, especially young consumers. The appeal of thrifting as an alternative means of purchasing clothing has attracted a large number of buyers, making it an attractive target for cybercriminals. This research employs a qualitative method with a descriptive approach to analyze the consumption patterns of second-hand goods and their correlation with individuals' vulnerability to fraud in online transactions. The findings indicate that lifestyle patterns favoring the consumption of second-hand goods can contribute to an increased risk of falling victim to online fraud, both directly and indirectly.*

Keyword: *Online thrifting, social engineering, victim, lifestyle*

Abstrak: Penelitian ini menyoroti meningkatnya kasus penipuan yang terjadi melalui media sosial, yang semakin marak setiap tahunnya. Fenomena ini sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi yang menyebabkan masyarakat semakin bergantung pada media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu aspek yang berkembang pesat adalah aktivitas jual beli daring, di mana banyak penjual kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam memasarkan produk mereka. Meskipun menawarkan kemudahan, meningkatnya transaksi daring juga berpotensi memunculkan tindak pidana, salah satunya adalah penipuan jual beli online. Penelitian ini secara spesifik berfokus pada kasus penipuan dalam transaksi *thrift online* di Instagram, mengingat tren *thrifting* yang semakin populer di kalangan masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Popularitas *thrifting* sebagai alternatif berbelanja pakaian telah menarik minat banyak konsumen, sehingga menjadikannya sasaran empuk bagi pelaku kejahatan siber. Dalam penelitian ini, digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menganalisis pola konsumsi barang bekas serta keterkaitannya dengan tingkat kerentanan seseorang terhadap modus penipuan dalam transaksi jual beli online. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pola gaya hidup yang cenderung mengonsumsi barang

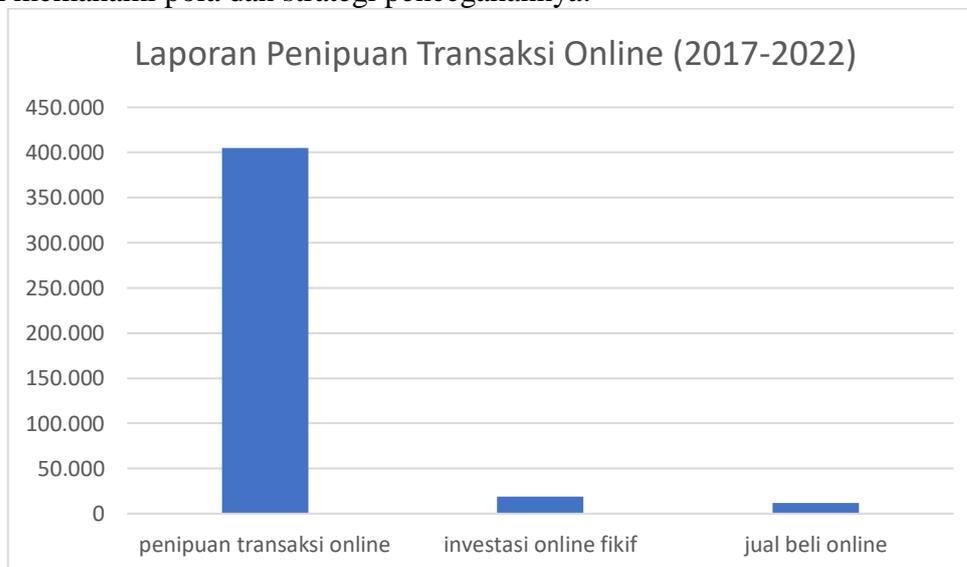
bekas dapat berkontribusi terhadap peningkatan risiko menjadi korban penipuan online, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kata Kunci: Thrifting Online, Social engineering, Korban, Gaya hidup

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi telah memberikan kontribusi yang signifikan bagi masyarakat dalam mempermudah berbagai aktivitas, mulai dari komunikasi jarak jauh, pencarian informasi, hingga transaksi berbasis internet (Situmeang, 2020). Inovasi dalam teknologi dan informasi juga telah mendorong perubahan pola perdagangan dengan munculnya metode jual beli daring (*online shop*). *Online shop* menjadi salah satu bentuk inovasi yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi pembelian tanpa harus mengunjungi toko fisik atau bertatap muka secara langsung (*face to face*) (Khalamillah, 2019). Meskipun memberikan kemudahan, fenomena ini juga menimbulkan dampak negatif, terutama dalam bentuk kejahatan siber yang semakin berkembang. Hubungan antara perkembangan teknologi dan kejahatan digital menunjukkan bahwa semakin beragam jenis dan bentuk kejahatan yang muncul, semakin meningkat pula jumlah korban yang terdampak akibat eksploitasi gaya hidup masyarakat (Drew, 2020).

Urgensi penelitian ini didasarkan pada maraknya penggunaan *online shop* yang meningkatkan potensi terjadinya penipuan dalam transaksi daring. Pasca pandemi Covid-19, terjadi transformasi perilaku masyarakat ke arah tatanan normal baru (*new normal*), di mana *online shop* semakin menjadi bagian dari gaya hidup digital (*new lifestyle*). Perubahan ini selaras dengan data yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) yang menunjukkan bahwa kasus penipuan dalam transaksi daring dengan modus rekayasa sosial (*social engineering*) mendominasi kejahatan siber. Kemenkominfo (2022) melaporkan bahwa dari total 436.000 kasus kejahatan informasi dan transaksi elektronik (ITE) pada rentang tahun 2017–2022, sebanyak 405.000 kasus di antaranya merupakan penipuan dalam transaksi daring. Data ini menunjukkan bahwa kejahatan siber, khususnya dalam ranah transaksi daring, semakin berkembang seiring dengan meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap teknologi digital, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut untuk memahami pola dan strategi pencegahannya.



Sumber: Asliri.id (2022)

Gambar 1. Data Penipuan Transaksi Online Rentang Tahun 2017 – 2022

Data penipuan transaksi online pada Gambar 1 didapat dari www.cekekening.id sebagai layanan bagi masyarakat untuk melaporkan nomor rekening tindak pidana ITE. Layanan ini merupakan situs resmi dari Kemkominfo melakukan pengumpulan *database* rekening bank yang diduga terindikasi tindak pidana ITE (CNN Indonesia, 2021).

Salah satu bentuk dari online shop yang kerap dimanfaatkan dalam modus penipuan adalah *thrift online shop*. Masyarakat cenderung mudah terhadap produk *thrift* hingga melakukan *hunting* barang-barang tersebut (*thrifting*) di *thrift online shop*. Modus *social engineering* pada *thrift online shop* dilakukan karena dapat diakses dengan mudah dan tingginya peminat, sehingga membuat pelaku gencar memanfaatkan kelengahan calon korbannya (Aptika, 2022). Penipuan di media sosial melalui online shop kerap dilakukan dengan modus *social engineering*. Maramis & Guspa (2022) menjelaskan bahwa pelaku memanfaatkan tidaktelitian dan kelengahan korban melalui rekayasa kepercayaan. Selanjutnya, menjamurnya *thrift online shop* menjadi indikator gemarnya masyarakat membeli barang bekas hingga menstimulus gaya hidup *thrifting* (Rantesalu, 2022). Tingginya peminat akan belanja barang bekas, meningkatkan pula tingginya potensi kejahatan (Kamilah & Sari, 2020). Lemahnya kewaspadaan dalam *online shop* menyebabkan mudahnya memancing korban sampai terjadilah kejahatan penipuan (Khoirruni'mah & Primbada, 2021).

Rumusan masalah penelitian ini dikonstruksikan menjadi bagaimana analisis modus penipuan *social engineering* melalui *thrift online shop* sebagai bentuk eksploitasi gaya hidup korban. Tingginya peminat dalam melakukan belanja secara online memudahkan para pelaku dalam menjerat korbannya (Utari, 2017). Motif pelaku memasarkan barang dengan mengunggah foto barang *thrift* di akun media sosial, seperti Instagram. Modus *social engineering* dilakukan dengan memajang etalase foto barang *thrift* yang bukan miliknya. Kemudian, menjual dengan harga pasaran. Didukung testimoni fiktif untuk membuat korban percaya dengan *thrift online shop* tersebut. Rangkaian inilah yang merekayasa pemikiran korban untuk percaya dan tergiur hingga melakukan transaksi di *online shop* tersebut dan menjadi korban penipuan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk memahami fenomena penipuan dalam transaksi *thrift online shop* melalui analisis pola kehidupan korban dan determinan viktimisasi. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pengalaman korban serta dinamika kejahatan siber dalam konteks *e-commerce* berbasis media sosial. Penelitian ini mengadopsi desain penelitian eksploratif dengan pendekatan studi kasus yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola viktimisasi dalam transaksi *thrift online shop* di media sosial, khususnya Instagram. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami hubungan antara gaya hidup konsumtif dan kerentanan individu terhadap kejahatan penipuan *online*, serta untuk merumuskan strategi pencegahan berbasis kebijakan dan edukasi digital.

Penelitian ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan utama. Tahap awal diawali dengan studi pendahuluan yang mengintegrasikan analisis literatur dari berbagai jurnal akademik nasional dan internasional, dokumen hukum terkait sistem peradilan pidana siber, serta kebijakan keamanan digital. Selanjutnya, dilakukan observasi awal terhadap tren *thrift online shop* di media sosial Instagram, dengan fokus pada pola konsumsi dan interaksi pengguna dalam transaksi *online*. Setelah tahap observasi, dilakukan penyusunan instrumen penelitian yang mencakup pedoman wawancara mendalam dan daftar observasi guna mengkaji pengalaman korban serta perspektif pelaku industri digital.

Pada tahap pengumpulan data, penelitian ini mengandalkan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi langsung terhadap aktivitas *thrift online shop* di Instagram serta wawancara mendalam dengan enam narasumber. Komposisi narasumber dalam penelitian ini terdiri dari empat korban penipuan *thrift online shop*, dua

praktisi dari *platform digital e-commerce*. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui analisis regulasi, studi kebijakan, serta publikasi ilmiah yang berkaitan dengan keamanan digital dan kejahatan siber.

Setelah data terkumpul, penelitian ini menggunakan analisis tematik kualitatif untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data lapangan. Triangulasi sumber dilakukan untuk mengonfirmasi dan memperkuat temuan penelitian dengan membandingkan hasil wawancara, observasi media sosial, serta kebijakan perlindungan konsumen yang berlaku. Langkah analisis ini dilakukan dengan mempertimbangkan *Lifestyle Exposure Theory of Victimization* sebagai kerangka analisis utama guna memahami keterkaitan antara gaya hidup konsumtif dalam transaksi *thrift online shop* dan tingkat kerentanannya terhadap kejahatan penipuan. Dengan pendekatan ini, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pola viktimisasi dalam transaksi *thrift online shop* serta menawarkan solusi yang relevan untuk mengurangi risiko kejahatan digital di era *e-commerce* berbasis media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini terdapat 6 (enam) narasumber sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, yang mencakup 4 (empat) korban penipuan online dan 2 (dua) yang bekerja di *e-commerce*. Berikut hasil wawancara narasumber yang dijabarkan dibawah ini:

1. Narsum P (Korban)

Salah satu narasumber dalam penelitian ini, yang selanjutnya disebut sebagai Narsum P, merupakan korban penipuan dalam transaksi jual beli daring yang dilakukan melalui akun *thrift shop* di Instagram. Berdasarkan keterangannya, kasus penipuan ini bermula ketika Narsum P melakukan pencarian produk *sweatshirt* melalui fitur *scrolling* di media sosial, dengan membandingkan beberapa toko daring yang ditemukan di Instagram. Setelah mempertimbangkan beberapa pilihan, Narsum P akhirnya memutuskan untuk melakukan transaksi di salah satu akun *thrift shop* yang dianggap paling sesuai.

Namun, setelah transaksi dilakukan, Narsum P mulai merasa ada kejanggalan ketika pihak toko meminta kembali pembayaran tambahan dengan alasan terdapat biaya tambahan yang harus ditransfer. Merasa curiga, Narsum P kemudian berinisiatif untuk membatalkan pesanan, tetapi pihak toko justru menyampaikan bahwa pembatalan transaksi juga dikenakan biaya. Tidak hanya itu, pelaku juga meminta Narsum P untuk mengirimkan tangkapan layar (*screenshot*) dari saldo rekeningnya, serta menginstruksikan untuk memasukkan sebuah kode tertentu. Setelah diperhatikan, kode yang diberikan ternyata bukan merupakan kode transaksi, melainkan sebuah nominal angka yang sama dengan jumlah saldo yang tersedia di rekening Narsum P.

Pada titik ini, Narsum P mulai menyadari adanya indikasi penipuan, terutama setelah menyadari bahwa produk yang dipesan tidak pernah dikirimkan. Modus operandi yang digunakan dalam kasus ini menunjukkan pola penipuan yang memanfaatkan teknik rekayasa sosial (*social engineering*), di mana pelaku membangun skenario yang dapat meyakinkan korban untuk memberikan informasi finansial pribadi atau melakukan transaksi tambahan yang tidak sah.

2. Narsum A (Korban)

Narasumber A merupakan individu kedua dalam penelitian ini yang menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli daring melalui salah satu akun *thrift shop* di Instagram. Kasus ini bermula ketika Narsum A menemukan akun tersebut melalui unggahan yang disukai oleh teman *mutual*-nya di Instagram. Rasa penasaran terhadap barang-barang yang dijual di akun tersebut semakin meningkat setelah melihat tampilan produk yang menarik serta testimoni pelanggan yang terlihat positif. Faktor-faktor ini mendorong Narsum A untuk melakukan pembelian.

Akun *thrift shop* tersebut menawarkan skema pembelian dengan ketentuan minimum belanja sebesar Rp100.000, yang diklaim sudah mencakup lima potong pakaian. Setelah melakukan transaksi, pihak toko kembali meminta pembayaran tambahan tanpa memberikan informasi yang jelas. Saat Narsum A meminta nomor resi pengiriman sebagai bukti transaksi, pihak toko tidak memberikan respons yang memadai. Pada titik ini, Narsum A mulai menyadari bahwa dirinya telah menjadi korban penipuan, mengalami kerugian baik secara finansial maupun dari barang yang tidak pernah dikirimkan.

Dalam keterangannya, Narsum A mengungkapkan bahwa ini merupakan pengalaman pertamanya melakukan pembelian *thrift*, karena sebelumnya ia belum pernah mencoba berbelanja pakaian bekas secara daring. Sayangnya, pengalaman pertama ini justru berakhir dengan kasus penipuan, yang menyebabkan kegagalan dalam percobaan pertama Narsum A dalam transaksi *thrifting*. Kasus ini menunjukkan bagaimana faktor kurangnya pengalaman dalam transaksi jual beli daring serta ketergantungan pada testimoni yang tampak positif di media sosial dapat meningkatkan kerentanan seseorang terhadap modus penipuan dalam sektor *thrift shop* digital.

3. Narsum H (Korban)

Narasumber H merupakan individu ketiga dalam penelitian ini yang menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli daring di platform Instagram. Kasus ini bermula ketika Narsum H menemukan iklan dari toko tersebut melalui fitur *Instagram Story*, yang kemudian mendorongnya untuk menelusuri lebih lanjut akun penjual tersebut. Produk yang ditawarkan, khususnya jaket-jaket bermerek, menarik minat Narsum H untuk melakukan pembelian.

Setelah transaksi dilakukan, pihak toko meminta Narsum H untuk mengaktifkan kode diskon, yang mengharuskannya melakukan transfer tambahan. Permintaan tersebut menimbulkan kecurigaan, sehingga Narsum H memutuskan untuk mengajukan pengembalian dana atau membatalkan pesanan. Namun, pihak toko justru mengarahkan Narsum H untuk menghubungi seorang individu yang disebut sebagai bendahara guna mengurus permohonan pengembalian dana. Dalam prosesnya, Narsum H diberikan serangkaian prosedur yang harus diikuti serta menerima kode referal sebanyak tiga kali. Pada tahap ini, Narsum H menyadari bahwa seluruh mekanisme yang diberikan merupakan bagian dari modus penipuan yang telah terencana.

Kejadian ini menggambarkan bagaimana strategi manipulatif yang diterapkan oleh pelaku kejahatan siber dalam transaksi *thrift shop* daring, dengan memanfaatkan teknik *social engineering* yang membingungkan korban melalui prosedur berbelit-belit. Modus seperti ini tidak hanya mengandalkan daya tarik produk dengan harga kompetitif, tetapi juga memanfaatkan skema diskon dan pengembalian dana palsu untuk meningkatkan kredibilitas toko fiktif mereka. Kasus ini menegaskan pentingnya literasi digital dalam transaksi daring, terutama dalam mengenali indikasi penipuan yang sering kali tersamarkan dalam prosedur yang tampak profesional tetapi sebenarnya bertujuan untuk mengeksploitasi korban.

4. Narsum S (Korban)

Narasumber S merupakan individu keempat dalam penelitian ini yang menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli daring melalui akun *thrift shop* di Instagram. Kasus ini bermula ketika Narsum S berencana membeli jaket *varsity* dan menemukan salah satu toko daring yang menawarkan produk tersebut. Pada awalnya, Narsum S tidak menaruh kecurigaan terhadap toko tersebut, terutama karena akun tersebut memiliki jumlah pengikut yang cukup banyak serta beberapa teman dari Narsum S juga mengikuti akun tersebut. Faktor ini semakin memperkuat kepercayaan bahwa toko tersebut adalah penjual yang terpercaya.

Setelah memilih jaket yang diinginkan dan menyelesaikan transaksi, pihak toko menawarkan kepada Narsum S untuk mengikuti program promo. Sebagai bagian dari

skema ini, Narsum S diminta untuk mentransfer sejumlah dana sebesar Rp700.000 dengan alasan bahwa dana tersebut akan dikembalikan setelah aktivasi promo berhasil dilakukan. Tidak hanya itu, pihak toko juga menginstruksikan agar Narsum S melakukan transfer dalam beberapa tahap untuk melengkapi aktivasi promo tersebut. Pada titik ini, Narsum S mulai merasa ada kejanggalan dalam transaksi yang dilakukan. Setelah beberapa kali diminta melakukan pembayaran tambahan, Narsum S akhirnya menyadari bahwa dirinya telah menjadi korban penipuan. Tidak hanya mengalami kerugian finansial akibat pemerasan yang dilakukan oleh toko tersebut, tetapi juga tidak menerima barang yang telah dipesan.

Kejadian ini menandai pengalaman pertama Narsum S dalam melakukan transaksi *thrift* melalui Instagram, yang justru berakhir dengan insiden penipuan. Modus operandi yang digunakan oleh pelaku dalam kasus ini menunjukkan bagaimana faktor jumlah pengikut serta keterkaitan dengan jaringan sosial dapat menciptakan ilusi kredibilitas yang memperdaya korban. Dengan memanfaatkan strategi manipulatif yang mengharuskan korban melakukan transfer bertahap dalam jumlah besar, penipu berhasil mengeksploitasi kepercayaan korban terhadap sistem promo yang ditawarkan.

Analisis Modus Penipuan *Thrift Online Shop* Menggunakan *Lifestyle Exposure Theory Of Victimization*

Thrifting telah menjadi salah satu cara bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan pakaian. Awalnya, praktik ini lebih banyak dilakukan oleh kelompok ekonomi menengah ke bawah karena harga barang yang relatif terjangkau dengan kualitas yang masih layak pakai. Namun, seiring waktu, *thrifting* telah dinikmati oleh berbagai kalangan dan berkembang menjadi tren yang lebih luas. Banyak individu tidak hanya membeli pakaian bekas untuk konsumsi pribadi, tetapi juga menjadikannya sebagai peluang bisnis dengan menjual kembali barang hasil *thrifting*, baik dari merek lokal maupun internasional. Hal ini mendorong semakin banyak pelaku usaha yang membuka bisnis *thrift* secara langsung maupun melalui platform daring. Umumnya, penjual membeli pakaian bekas dalam jumlah besar untuk diseleksi kembali sebelum dijual. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan dan tren sosial, di mana individu cenderung mengikuti perkembangan mode untuk menunjukkan identitas dan eksistensinya dalam masyarakat (Setriyaningsih, 2012). Fenomena ini mencerminkan bagaimana *thrifting* menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern.

Perkembangan era digital semakin mempermudah aktivitas bisnis dengan kehadiran berbagai platform *e-commerce* dan media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran. Namun, kemudahan ini juga meningkatkan risiko kejahatan siber, seperti pencurian data pribadi (*identity theft*), penipuan melalui tautan palsu (*phishing*), transaksi ilegal menggunakan kartu kredit orang lain (*carding*), serangan *ransomware*, *SIM swap*, hingga berbagai bentuk penipuan daring lainnya. Fenomena *thrifting* yang semakin populer memberikan keuntungan bagi penjual dan pembeli, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku kejahatan untuk memanfaatkan tren ini sebagai modus penipuan. Kejahatan terjadi ketika terdapat kesempatan dan celah yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku. Salah satu contohnya adalah maraknya toko *thrift* di Instagram, di mana sejumlah oknum menggunakan akun palsu yang mengatasnamakan *thrift shop* untuk melakukan penipuan. Berdasarkan wawancara dengan korban, sebagian besar menemukan akun penipu melalui iklan di Instagram, baik melalui *Instagram Story* maupun unggahan di fitur *Explore*.

Fenomena ini dapat dikaitkan dengan konsep iklan gaya hidup (*lifestyle advertisement*) yang dikemukakan oleh Chaney (2007), di mana visual yang menarik dalam iklan berperan dalam membangun daya tarik konsumen. Instagram sebagai platform berbasis gambar dan video memungkinkan pelaku untuk menampilkan produk dengan visual yang memikat, mulai dari rekomendasi tempat *thrifting*, ulasan pakaian hasil *thrift*, hingga promosi dari akun-akun

yang menjual barang bekas (*second hand*). Hal ini mendorong individu untuk mengadopsi gaya hidup *thrifting*, sebagaimana yang dilakukan oleh para korban yang memilih berbelanja melalui media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, akun *thrift* penipu memiliki beberapa karakteristik yang serupa, antara lain memiliki jumlah pengikut yang banyak, unggahan yang cukup banyak, jumlah *like* yang tinggi pada setiap unggahan, serta menutup kolom komentar guna menghindari umpan balik negatif dari pembeli.

Semakin beragam bentuk kejahatan yang muncul, semakin besar pula risiko yang dihadapi oleh masyarakat. Pelaku kejahatan siber terus mengembangkan strategi baru untuk menjerat korban melalui berbagai modus operandi. Dalam kasus penipuan daring, dunia maya menjadi ruang bagi pelaku untuk menjalankan aksinya dengan mudah, mengingat aksesibilitas internet yang semakin luas serta keterbukaan informasi yang dapat dipelajari oleh siapa saja.

Semakin banyak bentuk kejahatan, semakin besar juga resiko atau dampak yang akan diterima. Pelaku kejahatan memiliki begitu banyak cara untuk menjebak korbannya untuk masuk kedalam perangkapnya. Dengan kata lain pelaku sudah membuat rencana yang matang untuk setiap bentuk kejahatannya. Pelaku akan membuat seribu satu cara agar aksinya berjalan dengan sesuai rencana yang telah dibuat. Sehingga timbulnya bentuk – bentuk atau modus – modus dalam menjalankan aksinya, salah satu bentuk kejahatannya yaitu penipuan yang terjadi didunia maya. Di mana dunia maya sebagai media untuk pelaku melakukan tindak kejahatannya, dengan akses didunia maya yang mudah dan bisa untuk dipelajari oleh semua orang.

Penelitian ini menemukan bahwa kasus penipuan dalam transaksi jual beli daring umumnya berbentuk pemerasan uang, barang yang tidak pernah dikirim, atau barang yang tidak sesuai dengan pesanan. Salah satu modus yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah pemerasan dalam transaksi *thrift* di Instagram, di mana pelaku meminta korban untuk melakukan aktivasi promo dengan dalih uang yang ditransfer akan dikembalikan. Biasanya, pelaku menetapkan batas minimum pembelanjaan sebagai syarat aktivasi promo. Dari hasil wawancara, keempat narasumber mengalami pola yang serupa, di mana mereka diarahkan untuk mengikuti aktivasi promo sebelum dapat membatalkan pesanan atau mengajukan pengembalian dana. Hal ini didukung oleh bukti komunikasi melalui aplikasi WhatsApp yang ditunjukkan oleh para narasumber.

Dalam kasus narasumber A, upaya untuk membatalkan pesanan justru dijadikan alasan oleh pelaku untuk mengarahkan korban agar terlebih dahulu mengaktifkan promo sebelum dapat melakukan pembatalan. Namun, meskipun prosedur yang disarankan telah dilakukan, dana korban tetap tidak dikembalikan, sehingga Narasumber A menyadari bahwa dirinya telah tertipu. Kasus serupa dialami oleh narasumber H, di mana setelah melakukan transaksi, toko penipu menawarkan promo yang mengharuskan korban melakukan transfer tambahan. Tanpa menyadari bahwa itu adalah modus penipuan, Narasumber H mengikuti prosedur yang diberikan hingga akhirnya menyadari bahwa ia telah mengeluarkan sejumlah besar uang tanpa mendapatkan barang yang dijanjikan. Sementara itu, narasumber S juga mengalami pola penipuan yang sama, di mana ia diminta untuk terus melakukan transaksi bertahap dengan jumlah yang telah ditentukan oleh pelaku. Pelaku menggunakan teknik manipulasi psikologis dengan memberikan instruksi yang tampak meyakinkan agar korban percaya dan terus melakukan transfer hingga akhirnya terjebak dalam skema penipuan.

Modus utama dalam kasus ini adalah pelaku meminta korban untuk membayar sejumlah uang sebagai syarat pembatalan pesanan, meskipun korban sebelumnya sudah melakukan transaksi pembelian. Saat korban meminta pengembalian dana, pelaku justru menetapkan persyaratan tambahan yang mengharuskan korban membayar biaya tertentu untuk memproses pembatalan. Hal ini juga dialami oleh narasumber lainnya, di mana saat mereka meminta pembatalan pesanan, pelaku justru menuntut pembayaran tambahan. Dalam beberapa kasus, seperti yang dialami oleh narasumber P dan H, pelaku bahkan meminta korban untuk mengirimkan tangkapan layar (*screenshot*) saldo rekening mereka. Setelah itu, pelaku

memberikan kode yang harus dimasukkan oleh korban, di mana nominal dalam kode tersebut ternyata sama dengan saldo yang tersedia di rekening korban.

Kasus ini menunjukkan bahwa penipuan dalam transaksi daring tidak hanya bergantung pada tindakan pelaku, tetapi juga melibatkan peran korban dalam proses viktimisasi. Dalam kajian viktimologi, konsep *victim precipitation* menjelaskan bahwa korban dapat berkontribusi terhadap kejahatan yang menimpanya, baik secara sadar maupun tidak. Dalam konteks penelitian ini, para korban cenderung tidak mencurigai modus aktivasi promo dan menganggapnya sebagai bagian dari prosedur toko, sehingga tanpa disadari menempatkan diri mereka dalam posisi yang rentan terhadap kejahatan. Penipuan *thrift* di Instagram menunjukkan pola yang konsisten, di mana pelaku menggunakan skema aktivasi promo yang mengharuskan korban melakukan transfer tambahan atau memasukkan kode tertentu. Modus ini bekerja dengan baik karena korban tidak menganggapnya mencurigakan dan mengira bahwa promo tersebut adalah bagian dari kebijakan toko.

Kejahatan selalu melibatkan interaksi antara pelaku dan korban, di mana kejahatan dapat terjadi karena adanya kesempatan bagi pelaku serta kelengahan dari pihak korban. Penelitian ini berfokus pada analisis bagaimana seseorang dapat menjadi korban penipuan dalam transaksi jual beli daring. Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat beberapa faktor yang meningkatkan risiko seseorang menjadi korban dalam transaksi *thrift online*. Sejalan dengan *Routine Activity Theory* yang dikemukakan oleh Cohen dan Felson, kejahatan terjadi ketika terdapat tiga elemen utama, yaitu keberadaan pelaku yang memiliki niat kriminal, adanya target yang sesuai, serta ketiadaan penjaga atau perlindungan yang mampu mencegah kejahatan (Kitteringham & Fennelly, 2020).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang cenderung mengonsumsi barang bekas dapat meningkatkan risiko seseorang menjadi korban penipuan daring. Hal ini berkaitan dengan pola aktivitas korban, kebiasaan dalam bertransaksi, serta faktor lingkungan yang dapat menciptakan peluang bagi pelaku kejahatan. Salah satu bentuk kejahatan yang dianalisis dalam penelitian ini adalah modus penipuan yang terjadi di Instagram, di mana pelaku melakukan pemerasan terhadap korban dengan skema aktivasi promo menggunakan kode tertentu atau meminta pembayaran tambahan untuk membatalkan pesanan.

Temuan ini memperlihatkan bahwa gaya hidup *thrifting* dapat meningkatkan risiko viktimisasi, terutama dalam konteks transaksi daring. Faktor utama yang mempengaruhi kemungkinan seseorang menjadi korban meliputi harga barang yang lebih murah, kebutuhan ekonomi korban, serta lingkungan yang mempengaruhi keputusan mereka dalam bertransaksi. Seperti yang dijelaskan oleh Turvey dan Freeman (2011), elemen-elemen yang berkontribusi terhadap viktimisasi mencakup pengaruh lingkungan, sifat individu, serta keputusan yang dibuat di masa lalu. Oleh karena itu, pemilihan platform dan metode transaksi, baik daring maupun luring, dapat memengaruhi tingkat risiko seseorang dalam menjadi korban penipuan.

Sebagai langkah preventif, penelitian ini merekomendasikan beberapa upaya untuk mengurangi risiko viktimisasi dalam transaksi jual beli daring. Pertama, perlu adanya edukasi masyarakat melalui seminar atau sosialisasi mengenai risiko penggunaan media sosial dalam transaksi daring. Kedua, korban yang mengalami penipuan perlu segera melaporkan kejadian tersebut agar pelaku dapat ditindaklanjuti secara hukum dan untuk mencegah kejahatan serupa terjadi pada korban lain. Ketiga, transaksi sebaiknya dilakukan melalui platform resmi yang menyediakan perlindungan bagi konsumen, sehingga apabila terjadi penipuan, pembeli tetap memiliki jaminan perlindungan serta mekanisme pengembalian dana yang jelas. Dengan adanya langkah-langkah preventif ini, diharapkan kasus penipuan dalam transaksi *thrift online* dapat diminimalisasi dan masyarakat menjadi lebih waspada dalam melakukan transaksi daring.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup mengonsumsi barang bekas (thrifting) berpotensi meningkatkan kerentanan individu terhadap kejahatan penipuan online, terutama dalam transaksi yang dilakukan melalui media sosial, seperti Instagram. Pola konsumsi barang bekas menciptakan peluang bagi pelaku kejahatan untuk mengeksploitasi korban melalui berbagai modus operandi, termasuk pemerasan dengan iming-iming promo menggunakan kode tertentu serta tambahan biaya untuk pembatalan pesanan.

Penelitian ini menemukan bahwa gaya hidup seseorang, yang dipengaruhi oleh kebiasaan berbelanja, faktor ekonomi, serta lingkungan sosial, memiliki peran dalam meningkatkan risiko menjadi korban penipuan jual beli online. Temuan ini sejalan dengan perspektif Lifestyle Exposure Theory yang dikemukakan oleh Turvey dan Freeman (2011), yang menyatakan bahwa frekuensi interaksi dengan faktor-faktor berisiko, pengaruh lingkungan, serta pilihan individu di masa lalu, dapat membentuk pola gaya hidup yang berdampak pada tingkat viktimisasi seseorang.

Dalam konteks penipuan jual beli online, penelitian ini mengidentifikasi tiga faktor utama yang berkontribusi terhadap viktimisasi konsumen barang bekas, yaitu (1) faktor harga murah yang menarik konsumen, (2) faktor kebutuhan ekonomi yang mendorong keputusan pembelian, dan (3) faktor lingkungan sosial yang membentuk pola konsumsi korban. Selain itu, pilihan individu dalam melakukan transaksi, baik secara online maupun offline, turut berkontribusi dalam meningkatkan risiko menjadi korban penipuan.

Sebagai langkah preventif, penelitian ini merekomendasikan beberapa upaya untuk mengurangi risiko viktimisasi dalam transaksi jual beli daring. Pertama, perlu adanya edukasi masyarakat melalui seminar atau sosialisasi mengenai risiko penggunaan media sosial dalam transaksi daring. Kedua, korban yang mengalami penipuan perlu segera melaporkan kejadian tersebut agar pelaku dapat ditindaklanjuti secara hukum dan untuk mencegah kejahatan serupa terjadi pada korban lain. Ketiga, transaksi sebaiknya dilakukan melalui platform resmi yang menyediakan perlindungan bagi konsumen, sehingga apabila terjadi penipuan, pembeli tetap memiliki jaminan perlindungan serta mekanisme pengembalian dana yang jelas. Dengan adanya langkah-langkah preventif ini, diharapkan kasus penipuan dalam transaksi *thrift online* dapat diminimalisasi dan masyarakat menjadi lebih waspada dalam melakukan transaksi daring.

REFERENSI

- Adhyaksa, S. G. (2022). Peranan korban dalam terjadinya tindak pidana penipuan dalam belanja online. *Jurnal Kertha Semaya*, 10(8).
- Aptika, A. (2022, Oktober 22). Upaya Kominfo berantas aksi penipuan transaksi online. Dipetik September 30, 2023, dari Aptika Kominfo: <https://aptika.kominfo.go.id/2022/10/upaya-kominfo-berantas-aksi-penipuan-transaksi-online>
- Asli RI, A. (2022, Desember 14). Cegah penipuan online: Literasi digital saja tidak cukup. Dipetik Oktober 25, 2023, dari Asli RI: <https://asliri.id/blog/cegah-penipuan-online-literasi-digital-saja-tidak-cukup>
- Bestari, N. P. (2023, Maret 2). Korban penipuan *e-commerce* RI makin banyak, cek data terbaru. Dipetik September 26, 2023, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230302140853-37-418315/korban-penipuan-ecommerce-ri-makin-banyak-cek-data-terbaru>
- Choiriyah, S. (2009). *Mu'amalah jual beli dan selain jual beli*. Sukoharjo: CDAQ STAIN Surakarta.
- CNN Indonesia, A. (2020, Januari 23). Penipuan online kejahatan paling banyak di 2019. Dipetik September 27, 2023, dari CNN Indonesia:

- <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200123164303-185-468075/penipuan-online-kejahatan-paling-banyak-di-2019>
- CNN Indonesia, A. (2021, Oktober 15). Kominfo catat kasus penipuan online terbanyak jualan online. Dipetik September 26, 2023, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20211015085350-185-708099/kominfo-catat-kasus-penipuan-online-terbanyak-jualan-online>
- Corputty, P., Hehanussa, D. J., & Latupeirissa, J. E. (2021). Victim precipitation sebagai pertimbangan dalam penjatuhan pidana (Kajian perspektif sistem peradilan pidana). *Jurnal Belo*, 7(1).
- Doerner, W. G., & Steven, L. P. (2012). *Victimology*. Burlington: Elsevier.
- Drew, J. M. (2020). A study of cybercrime victimisation and prevention: Exploring the use of online crime prevention behaviours and strategies. *Journal of Criminological Research, Policy and Practice*, 6(1).
- Faisal, N. S. (2017). *Kriminologi: Suatu pengantar*. Medan: Pustaka Prima.
- Fauzi, S. N., & Primasari, L. (2017). Tindak pidana penipuan dalam transaksi di situs jual beli online (*e-commerce*). *Recidive*, 6(3).
- Gafara, G. (2019). A brief history of thrifting. Dipetik Januari 30, 2024, dari Uss Feed: <https://ussfeed.com/a-brief-history-of-thrifting/>
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., & Fatm, E. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kamran, M., & Maskun. (2021). Penipuan dalam jual beli online: Perspektif hukum telematika. *Balobe Law Journal*, 1(1).
- Kamilah, H., Yanto, & Sari, S. (2020). Fenomena gaya hidup ala selebgram pada mahasiswa di Instagram. *Jurnal Profesional FIS UNIVED*, 7(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Maramis, S., & Guspa, A. (2022). Dampak kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian online melalui media sosial Instagram pada mahasiswa. *Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 5(1).
- Petherick, W., & Turvey, B. E. (2009). *Forensic victimology*. Burlington: Elsevier.
- Razak, M. (2016). *Perilaku konsumen*. Makassar: Alauddin University Press.
- Rohman, H. (2020). *Hukum jual beli online (Pendekatan Fiqh Muamalah, Kaidah Fiqh, Usul Fiqh, Maqasid al-Syariah, Hasil Bahsul Masa'il NU, dan Fatwa DSN-MUI)*. Bangkes: Duta Media.
- Situmeang, S. M. (2020). *Cyber law*. Bandung: Penerbit Cakra.
- Soetoto, E. O., Ismail, Z., & Lestari, M. P. (2022). *Buku ajar viktimologi*. Bojonegoro: Madza Media.
- Sumenge, M. M. (2013). Penipuan menggunakan media internet berupa jual beli online. *Lex Crimen*, 2(4).
- Utari, M. (2017). Pengaruh media sosial Instagram akun @Princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para pengikutnya. *JOM FISIP*, 4(2).
- Weijer, S. v., Leukfeldt, R., & Zee, S. V. (2020). Reporting cybercrime victimization: Determinants, motives, and previous experiences. *Policing: An International Journal*, 43(1).
- Whitty, M. T. (2019). Predicting susceptibility to cyber-fraud victimhood. *Journal of Financial Crime*, 26(1).
- Yu, S. (2018). Does fear of victimization deter online shopping? *Emerald Publishing*.