

SENMABIS: Conference Series
Vol. 1, No. 1 (Juli, 2022): 135-148

FENOMENA PEMBODOHAN PUBLIK, ETIKA BISNIS PADA KASUS PIN KONVEKSI ATAU DATABASE SUPPLIER DI MEDIA SOSIAL

Yana Priyana, mrpyana@gmail.com

Mahasiswa STIES GASANTARA, Sukabumi

Abstract: Since 2016, the business database includes viral convection pins on social media, especially Facebook, Instagram, and Line. Many of them are celebgrams who announce this business. Business databases go viral because their hosts are tempting and seem real. This paper will explore the business case of convection pins and database suppliers, review them in business ethics, and explain the phenomenon of public deception related to business on social media. On social media, line, and fuel, users often get broadcasts about selling convection pins and supplier databases to make the seller rich independently. With the lure - the lure per day it can reach millions of rupiah. There are nine irregularities that the author found in this business. There are many patterns of fraud in cyberspace, ranging from online stores to online business transactions. However, according to the author, the most worrying thing is fraud under the guise of online business. It is an excellent way to cover up online business scams, even people who often play the internet may not realize that they have been scammed. The author finds four characteristics of fraudsters and public deception.

Keywords: Public Fool, Business Ethics, Convection Pins, Supplier Database, Social Media.

PENDAHULUAN

Ada suatu masa ketika internet dianggap sebagai media untuk mengekspresikan apa saja, tanpa batas. Internet dianggap sebagai media untuk bisa berbuat apa saja. Ketika internet menjadi “mainan” baru di Indonesia, sekitar pertengahan hingga akhir tahun 90-an, masyarakat menyikapinya dengan beragam. Ada yang menganggapnya sebagai media alternatif dan semua yang disajikan sudah pasti benar. Namun, sebagian justru menilainya sebagai wahana berisi sampah dan gosip semata.

Di tengah keyakinan seperti itu, era informasi yang membuka ruang-ruang kebebasan baru ternyata juga memunculkan pelbagai problema. *The Twilight of Sovereignty* adalah era di mana, “setiap orang tiba-tiba memiliki akses pada segala hal”. Dalam pandangan ini teknologi informasi dipandang mampu memfasilitasi dan mendorong partisipasi, mobilisasi dan bahkan pembangkangan (1). Setiap orang yang sadar dengan potensi yang dimiliki internet tahu betul bagaimana kekuatan ini juga bisa digunakan atau disalahgunakan. Di tengah-tengah pandangan itu, kita melihat hidup pandangan diametral mengenai peran internet dalam komunitas virtual.

Pertama, *Cyberphilia*, yang memandang internet adalah segalanya. Mereka melihat potensi positif yang dimiliki internet entah itu untuk tujuan lebih serius atau sekedar berbagi informasi untuk membunuh waktu luang atau bersenang-

senang. Mereka tidak peduli dengan apa yang dirisaukan sebagai dampak negatif internet sebagai kolonisasi *Cyberporn* atau *Cybersex* di dunia maya.

Kedua, *Cyberphobia*, yang sebaliknya memandang negatif dan selalu mengecam internet dan melulu melihat potensi negatif yang bakal ditimbulkan internet. Yang satu kecintaan yang berlebihan, yang lain ketakutan yang berlebihan, pada internet. Di luar dua pandangan itu ada dua kubu lagi: *Cyberneutralist* dan *Cyberstructuralist* yang melihat potensi internet bergantung pada struktur dan kultur pembuat dan penggunaannya (1). Dewasa ini, kebebasan berekspresi di internet mulai memperlihatkan dimensi yang berbeda. Internet semakin dikenal. Sementara di awal perkembangannya, kehadiran jaringan Internet dirintis oleh kelompok akademis atau mahasiswa dan ilmuwan yang memiliki ketertarikan dalam kegiatan seputar teknologi komputer dan radio.

Para akademis dan ilmuwan tersebut melakukan berbagai percobaan dan penelitian di universitas dan lembaga pemerintah yang berhubungan dengan teknologi telekomunikasi, khususnya komputer serta jaringannya. Sehingga pada awalnya internet hadir sebagai bagian dari proses pendidikan yang berfungsi dalam memudahkan pertukaran data dan informasi. Situs Internet World Stats menyebut, perkembangan internet dibarengi pertumbuhan pengguna situs jejaring sosial di Indonesia, hingga pertengahan 2011 menempati peringkat

kedua pengguna Facebook tertinggi dunia, yakni 38.5 juta. Sementara pengguna Twitter menurut Comscore mencapai 5 juta, yang menempatkan Indonesia di peringkat 5 pengguna tertinggi dunia. Kini rata-rata anak muda di Indonesia punya akun di Facebook.

Sebagian orang dewasa juga tak merasa risih dengan jejaring sosial yang dibentuk Mark Zuckerberg ini. Bukan hanya Facebook yang menjadi fenomena. Layanan *photo share* Instagram juga telah menjadi bagian yang tak terpisahkan. Bahkan kini banyak pihak yang menjadikan akun Twitternya sebagai nama atau identitas resmi. Sejak tahun 2016, bisnis database termasuk pin konveksi viral di media sosial, terutama Facebook, Instagram, dan Line. Bahkan banyak di antaranya selebgram yang menginformasikan mengenai bisnis ini. Bisnis database menjadi viral karena tarawannya menggiurkan, dan seolah-olah nyata.

Tujuan dari penulisan ini adalah:

- 1 Menjelaskan kasus bisnis pin konveksi atau database *supllier* di media sosial.
- 2 Meninjau secara etika bisnis pada kasus pin konveksi atau database *supllier* di media sosial.
- 3 Menjelaskan fenomena pembodohan publik terkait bisnis di media sosial.

LANDASAN TEORI

A. Pembodohan Publik

Belum ada teori yang muncul mengenai hal ini, namun secara definitif,

pembodohan atau memperbodoh merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan pengurangan tingkat intelektual secara sengaja terhadap isi dari materi pelajaran & pendidikan, literatur & film, juga berita & budaya. Gagasan dan istilah *dumbing down* berawal pada tahun 1933, sebagai bahasa slang yang digunakan oleh penulis skenario film, yang bermakna "Disesuaikan supaya menarik bagi mereka yang kurang pendidikan atau berdaya intelektual yang rendah".

Praktik pembodohan bervariasi dalam penggunaannya, sesuai dengan subyek permasalahan yang sedang dibahas dan tujuan dari pelakunya, pembodohan biasanya menggunakan penyederhanaan yang berlebihan terhadap definisi aslinya sampai kepada tingkat yang merusak konsep standar dari bahasa dan pembelajaran masyarakat. Dengan cara sederhana seperti itu pelakunya (misal: penulis atau pembicara) membenarkan metode pendangkalan standar budaya, seni, dan akademis, sebagaimana halnya yang terjadi pada budaya populer. Meskipun demikian, penggunaan istilah "pembodohan" adalah subyektif, karena apa yang dianggap sebagai pembodohan biasanya tergantung pada perasaan dan penilaian dari pembaca, pendengar, dan pemirsa.

B. Etika dan Etika Bisnis

Etika adalah masalah moral dalam situasi kehidupan sehari-hari yang bergantung pada pandangan subjektif dan perasaan yang memandu kehidupan

individu dan interaksi sosial apa yang penting, benar dan adil (2). Etika adalah keyakinan mengenai tindakan yang benar dan salah atau tindakan yang baik atau buruk yang memengaruhi hal lainnya (3). Etika ini sangat erat hubungannya dengan perilaku manusia, khususnya perilaku para pelaku bisnis, apakah berperilaku etis ataukah berperilaku tidak etis. Perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan norma-norma sosial yang diterima secara umum berkaitan dengan tindakan-tindakan yang bermanfaat dan yang membahayakan.

Etika tidak mempersoalkan keadaan manusia, melainkan mempersoalkan bagaimana manusia seharusnya bertindak, berdasarkan pada nilai dan norma. Etika merupakan ide-ide, cita-cita tentang dambaan kebaikan perbuatan atau perilaku manusia. Etika senantiasa memberikan contoh yang baik, sementara moral selalu memberi penilaian terhadap pelaksanaan dari contoh yang diberikan oleh etika. Oleh karenanya orang beretika adalah orang yang memberi contoh perilaku keteladanan, sedangkan yang bermoral adalah orang yang melakoni keteladanan itu (4).

Aktivitas bisnis dilakukan sebagai suatu pekerjaan dari seseorang, atau aktivitas kelompok orang dan atau dilakukan oleh suatu organisasi. Banyak orang berniat dan termotivasi menciptakan bisnis untuk mendapatkan penghasilan. Dalam sistem kapitalis, bisnis/ perusahaan didirikan untuk mendapatkan laba maksimal.

Bisnis (perusahaan) adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa dengan maksud untuk mendapatkan laba. Jadi bisnis merupakan suatu lembaga menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam hal ini termasuk jasa dari pihak pemerintah dan swasta yang disediakan untuk melayani anggota masyarakat (3). Bisnis berarti sejumlah total usaha yang meliputi pertanian, produksi, konstruksi, distribusi, transportasi, komunikasi, usaha jasa dan pemerintahan yang bergerak dalam bidang membuat dan memasarkan barang dan jasa konsumen.

Pada dasarnya, etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika ialah teori tentang perilaku perbuatan manusia dipandang dari nilai baik dan buruk, sejauh yang dapat ditentukan oleh akal. Etika bisnis kadang-kadang disebut pula etika manajemen ialah penerapan standar moral ke dalam kegiatan bisnis. Etika bisnis adalah seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.

Dalam arti lain, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai “daratan” atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat. Secara sederhana mempelajari etika dalam berbisnis berarti mempelajari tentang mana yang baik/buruk, benar/salah dalam dunia

bisnis berdasarkan kepada prinsip-prinsip moralitas. Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis.

C. Pin Konveksi dan Database Supplier

Menilik *website* salah satu agen pin konveksi, *jayaberkata.com* pin konveksi adalah kumpulan pin BBM pabrik konveksi atau tangan pertama yang dikumpulkan jadi satu dengan barang yang dijual seperti: Baju, Tas, Sepatu, Boneka, Matras, Gamis, Jilbab, Celana, Wedges, Jeans, dan lain-lain. Pin konveksi ini yang diperjual belikan oleh anggota-anggota, atau jika ingin memanfaatkan untuk bisnis *online* shop juga bisa, karena dengan memiliki pin konveksi ini kita bisa jadi tangan pertama (Supplier) pada suatu produk dan mendapatkan harga termurah".

Sedangkan database *supplier*, menurut *website data base supplier* terpercaya *wordpress.com* adalah data / file yang kami kumpulkan tentang pabrik konveksi atau informasi langsung tidak hanya untuk penjualan BBM saja, tapi sekarang sudah ada WhatsApp, Line, nomor telepon, IG, email, bahkan website dan lokasi resmi. "Keduanya memiliki maksud yang sama, namun barang yang dijual memiliki perbedaan. Pin konveksi hanya menjual pin BBM saja, sedangkan database *supplier* memberikan informasi lebih lengkap yaitu nomor telepon, nomor Whatsapp, alamat serta informasi lainnya. Namun keduanya memiliki persamaan cara penjualannya.

D. Media Sosial

Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Sosial media menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa situs media sosial yang populer sekarang ini antara lain: Blog, Twitter, Facebook dan Wikipedia. Sosial media adalah media dimana penggunaanya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ ensiklopedia *online*, forum-forum maya, termasuk *virtual worlds* (dengan avatar/ karakter 3D) (5). Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut:

- a) Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web.
- b) Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak *audience* (one to many) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak *audience* (many to many).
- c) *Social media* mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri.

Berikut beberapa karakteristik yang ada pada *social media*:

- a) Partisipasi mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga

mengaburkan batas antara media dan *audience* (Media massa/ media siaran).

- b) Keterbukaan kebanyakan media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana *voting*, komentar dan berbagi informasi. Jarang sekali dijumpai batasan untuk mengakses dan memanfaatkan isi pesan (perlindungan password terhadap isi cenderung dianggap aneh).
- c) Perbincangan memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara “dua arah”.
- d) Komunitas media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas secara cepat (instan) dan berkomunikasi secara efektif tentang beragam isu/kepentingan (dari hobi fotografi, politik, hingga tanyangan TV favorit).
- e) Keterhubungan mayoritas *media social* tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke Website, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif yaitu pemaparan atas karakteristik tertentu dari suatu fenomena yang bertujuan bukan hanya sekadar memaparkan karakteristik tersebut, tetapi juga menganalisis dan menjelaskan

mengapa atau bagaimana hal itu terjadi (6). Pendekatan penelitian ini menggunakan kualitatif, dimana lebih bersifat subyektif yang melibatkan serangkaian proses induktif. Metode penelitian ini juga yang menggabungkan unsur hukum normatif yang kemudian didukung dengan penambahan data atau unsur empiris.

Teknis analisis data merupakan proses pengumpulan data dengan pendekatan kualitatif yang kemudian diterjemahkan dengan upaya dan teknik tertentu yang bekerja berdasarkan organisasi data, mengelompokkan menjadi terintegrasi agar dapat diolah lebih lanjut, mengambil intisarinnya, mencari dan menemukan pola menjadi penting untuk dipelajari serta menyimpulkan hal-hal apa saja yang dapat diinterpretasikan kepada pihak lain (7). Data yang dihasilkan kemudian diseleksi, diklasifikasikan dan diidentifikasi untuk dianalisis dalam rangka memperoleh kesimpulan yang benar sesuai dengan permasalahan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kasus Bisnis Pin Konveksi atau *Database Supplier* di Media Sosial

Berikut ini merupakan screenshot tawaran bisnis *database supplier* dari (<https://databasesupplierterpercaya.wordpress.com/2016/06/18/apa-itu-bisnis-database-supplierthis-is-a-complete-business/>).

2. Bisnis Jualan Koleksi Database Supplier. Koleksi *database supplier* ini bisa di jadikan **PELUANG BISNIS** juga !!! Really??? Kok bisa ??????

Iya bisa, selain untuk di pakai sendiri, *database supplier* ini bisa di jual lagi karna berbentuk file, Bisa dijual berulang-ulang tanpa batas !!!

MODAL CUMA 1X BELI, BISA BUAT DIJUAL BERKALI – KALI TANPA BATAS. WOW !!!

Kontak pabrik atau konveksi ini banyak yg nyari loh...

SO, kalau kamu mau jualan lagi kontaknya, jangan takut gak laku, DIJAMIN pasti bisa *naikin omset pendapatan kamu...*

bisnis murah dan mudah gini, modal sekali, cuma duplikasi dan copy paste aja...

THIS IS A COMPLETE BUSINESS !!!

PELUANG BISNIS yang sangat menguntungkan inilah banyak melahirkan orang – orang SUKSES yang INGIN SUKSES !!!!! Ini terlihat dari MEMBER – MEMBER SUKSES kami yang telah membuktikannya. SEMUA BISA SUKSES, TERMASUK KAMU !!!

OKE ini SANGAT,,,, SANGAT,,,,SANGAT MENARIK !!!!

Bagaimana CARA GABUNGNYA ?????

Cukup Transfer modal awal dan kalian akan dapat :

- * 1 Paket DATABASE SUPPLIER
- * E-book Bisnis
- * Bimbingan Sukses dengan bergabung di Grup Bimbingan
- * dan lain-lain

Gambar 1. Tawaran bisnis *database supplier*

Bagaimana CARA KERJANYA ?????

Caranya nanti setelah kalian join akan kami **BIMBING SECARA KHUSUS** dan **PERSONAL** juga yg paling penting adalah *dibimbing juga di group pusat bisnis* bersama senior yang sudah memiliki **PENGALAMAN** dan sudah **SUKSES** pastinya.

BISNIS DATABASE SUPPLIER ini **BUKANLAH** dengan sistem **MLM** dan **MONEY GAME**. Juga **TIDAK ADA TARGET** dan **TIDAK ADA REKRUT** karena disini *tidak ada atasan dan bawahan juga uang yang di terima akan langsung masuk ke Rekening kamu*. Jadi jika **ANDA SUKSES MAKA ANDA UNTUNG** dan kita akan *sukses bersama* dalam menjalankan bisnis ini.

gabung bersama kami,

hubungi kontak kami di sini :

LINE: <http://line.me/R/ti/p/%40mbm5718g>

BBM: 29E8F590

PHONE: 08771 6060 797

IG: http://www.instagram.com/jutawan_calista (Promo & Testimonial)

Di foto ini salah satu dari ratusan testimoni pelanggan kami .

Gambar 2. Tawaran bisnis *database supplier*



Gambar 3. Tawaran bisnis *database supplier*

Berikut ini merupakan tawaran bisnis pin konveksi dari (<http://www.jayaberkata.com/agen-pin-konveksi-termurah-dan-terpercaya/>).



Gambar 4. Tawaran Bisnis Pin Konveksi

Pin Konveksi adalah kumpulan pin BBM pabrik konveksi atau tangan pertama yang dikumpulkan jadi satu dengan barang yang dijual seperti: Baju, Tas, Sepatu, Boneka, Matras, Gamis, Jilbab, Celana, Wedges, Jeans, dan lain-lain. Nah pin konveksi ini yang nanti kita akan jual belikan, atau jika kamu mau memanfaatkan untuk bisnis olshop juga boleh, karena jika kamu memiliki pin konveksi ini kamu bisa jadi tangan pertama (Supplier) pada suatu produk dan mendapatkan harga termurah.

APA KEUNTUNGANNYA?

 BISA LANGSUNG JADI SUPPLIER	 BISA KAMU JUAL KEMBALI	 FREE EDUCATION
Jika kamu punya olshop atau ingin memulai bisnis olshop kamu bisa langsung jadi supplier karena barang langsung dari pabrik/tangan pertama dengan menghubungi kontak pin yang sudah dibeli	Kumpulan pin ini bisa dijadikan bisnis, karena bisa kita jual lagi berulang-ulang tanpa batas. Dan 100% uang yang membeli pin konveksi kamu, masuk ke kantong kamu.	Ya, Tentu saja. Jika kamu membeli pin konveksi dari saya, saya akan mengajari kamu bagaimana cara menjual pin konveksi kamu ini dengan mudah sampai bisa.

Gambar 5. Keuntungan Bisnis Pin Konveksi

SAYA MAU IKUTAN, BERAPA MODALNYA?

Modalnya sebenarnya 500rb tapi **JIKA KAMU BERUNTUNG** dan masuk dalam daftar 30 orang tercepat yang join bisnis pin konveksi ini, cukup bayar setengah harganya saja yaitu **250rb** dan modal ini **HANYA BAYAR SEKALI SEUMUR HIDUP** dan ketika kamu sudah join kamu akan mendapatkan lebih dari 400 pin konveksi dan ribuan pin lainnya yang akan terus update jika kamu bergabung dengan grup saya. Dan pin konveksi yang kamu dapatkan itu bisa kamu jual kembali dengan harga **BERAPAPUN** yang kamu mau dan **UANGNYA 100%** masuk kantong kamu.

KIRA-KIRA BERAPA KEUNTUNGAN YANG DIDAPAT?

Oke baiklah, anggaplah kamu menjual pin konveksi ini dengan harga 250rb. Jika kamu dalam seminggu ada 4 orang yang mau ikut jualan pin konveksi kamu sudah dapat untung **Rp. 1.000.000,-/Minggu** loh. Kalo tiap minggu ada 4 orang yang join pin konveksi dari kamu sebulan udah **Rp. 4.000.000,-/Bulan**

Modal 250 ribu dapet 4 Juta/bulan, lumayan apa lumayan? Hehehehe

Gambar 6. Keuntungan Bisnis Pin Konveksi

JADI KESIMPULANNYA ..

Apa itu BISNIS PIN KONVEKSI?

Pin konveksi itu kumpulan pin-pin pabrik konveksi/first hand yang kami kumpulkan jadi 1 dengan barang yang dijual seperti : baju, tas, sepatu, boneka, matras, gamis, jilbab, celana, wedges, jeans & DLL. Jadi jika kamu memiliki pin konveksi ini, kamu dapat terhubung langsung dengan para agen tangan pertama yang bisa memberikan harga lebih murah di banding harga pasaran.

Ini bisnis baru di tahun 2016

Banyak peminatnya, karena sangat dibutuhkan! Buruan join mumpung masih baru dan banyak di butuhkan, sebelum di sebar dengan orang-orang yang tidak bertanggung jawab dan hanya memberikan sedikit pin!

Keuntungan gabung bisnis pin konveksi:

1. Kalian cuma modal sekali!! Tapi untung berkali-kali!! Modal Cuma 250ribu Jika bergabung dengan saya 🚩 Join di tempat lain & harga asli nya 500ribu - 1 juta 🚩
2. Kalian bisa membeli barang dengan harga pabrik yang tentunya sangat jauh lebih murah (misal: 50rb di pabrik - 150rb di mall)
3. Kalian bisa menjual kembali barang tersebut dengan harga sesuai yang kalian mau, karena kalian sudah membeli di pabrik dengan murah maka kalian bisa menjual nya dengan harga lebih mahal.
4. Kalian bisa mengajak orang untuk join bisnis ini dengan cara memberikan pin-pin yang kalian miliki saat sudah join Pastinya inilah keuntungan yang sangat besar!!

Gambar 7. Keuntungan yang akan di dapatkan

BAGAIMANA CARA KERJANYA?

Cukup kalian Promo-promo & BC yang Menarik Di semua socmed yang kalian miliki (BBM,LINE,FB,TWITTER,OFFICIAL ACCOUNT DLL) Dan jika kamu bergabung dengan saya, saya akan memberikan tips jitu yang dapat menjamin kamu berpenghasilan bisnis pin konveksi ini sampai bisa.

INI PASTI LAKU? KOK MAHAL JOINNYA?

Pasti!! Karena banyak yang nyari pin pabrik supaya bisa beli barang dengan harga murah utk di jualan kembali juga bisa. Dan penjualan ratusan PIN nya bisa dijadikan keuntungan yang besar! Mau cari yang murah? Boleh saja! Tapi kalo kamu cari yang TRUSTED & yang LENGKAP? Ayo gabung ke sini!!

BISNIS INI BISA DIJALANKAN OLEH KALANGAN APA?

Semua kalangan ! Anak muda juga bisa! Justru ini cara anak muda utk meraih kesuksesan!!

BAGAIMANA CARA GABUNGNYA?

Cukup dengan transfer modalnya aja kak ke atm saya, trus kirim bukti trf nya yaa, setelah itu saya akan kirim smua FILE ke kalian via BBM dan via LINE (karena nanti kalian akan saya masukin group yang ada pin tambahan dan bisa sharing disitu.

APA YANG KITA JUAL?

FILE ya kak BUKAN BARANG...(File yang isinya ratusan PIN dan tips sukses)

TERUS GIMANA KALO ORANG LAIN MAU JOIN?

Sama dong kayak yang saya lakuin ke kalian,suruh mereka Transfer ke kamu buat modal, trs kirim File nya yang udh aku kasih.

Gambar 8. Cara untuk bergabung



Gambar 9. Kontak yang dapat di Hubungi



Gambar 10. Pembuktian penipuan/ pembodohan publik

2. Tinjauan Etika Bisnis Pada Kasus Pin Konveksi atau Database Supplier di Media Sosial

Berdasarkan paparan dan gambar-gambar pada bagian sebelumnya, dapat diketahui bahwa cara perekrut atau penjual database/ pin konveksi ini sangat pandai dalam merayu calon berikutnya dengan menggunakan kata-kata yang menyentuh dan seolah memang kita, membutuhkan bisnis tersebut untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sangat disayangkan bahwa pada dasarnya, yang dijual tersebut tidaklah 100% baik. Di media sosial seperti Line dan BBM sering sekali penggunaannya mendapatkan *broadcast* tentang jual pin konveksi yang dikatakan dapat membuat penjualnya menjadi kaya secara mendadak. Dengan

menawarkan per hari nya bisa mendapatkan jutaan rupiah. Terdapat beberapa kegagalan yang penulis temukan dalam bisnis ini, yaitu:

- a. Tidak terdapat jaminan bahwa pin yang diberikan kepada anggota dan pembeli semuanya merupakan pin yang valid dan dijamin kebenaran datanya. Secara logika, tidak susah untuk membuat pin BBM secara asal dan acak sehingga dapat menjadi data dengan terlihat seperti asli. Jika memang terdapat pin atau data yang asli, kemungkinan hal itu bukanlah tangan pertama yang resmi yang seperti dijelaskan pihak penjual *database* atau pin konveksi. Terkhusus pin konveksi, alasan mengapa hanya

- menjual data pin BBM juga belum dapat masuk logika.
- b. Kemungkinan mencantumkan atau membuat pin secara asal dan acak lebih mudah daripada membuat alamat-alamat dan nomor telepon para *supplier*.
 - c. Tidak ada jaminan database yang dijual benar-benar tangan pertama. Tentu saja pihak *reseller* akan lebih menggunakan data ini untuk dirinya sendiri bukan untuk dijual lagi kepada orang lain.
 - d. Dalam bisnis ini sebenarnya anggota diuntut untuk menjual pin konveksi bukan menjadi reseller olshop itu sendiri. Karena yang akan mempercepat kembalinya modal mengikuti bisnis ini adalah dengan menjual lagi database-database tersebut.
 - e. Kemudahan bisnis yang diberikan ketua anggota (perekrut) tidak masuk akal. Menjalankan bisnis tidak dengan mudah seperti yang dikatakan. Bisnis perlu usaha yang keras dan masuk logika. Jika dengan menawarkan-menawarkan database semacam itu, jelas kita telah menipu dan membodohi pembeli kita. Lalu, pembeli dan anggota kita akan melakukan hal yang sama dan akan semakin banyak orang-orang yang tertipu dengan menjual data yang belum tentu kebenarannya.
 - f. Transparansi yang tidak ada. Bisnis menjual database dan pin konveksi ini tidak transparan. Ibaratkan membeli kucing dalam karung, dengan harga yang fantastis belum tentu data yang ada adalah valid.
 - g. Kebijakan *refund* yang tidak ada. Pada praktiknya, tidak ada tata cara *refund* yang jelas dan bahkan tidak ada *refund* jika pembeli atau member tidak puas dengan hasilnya.
 - h. Arahan mentor (pembimbing) untuk membuat testimoni palsu. Testimoni yang ada di media sosial dapat dikatakan hampir semuanya palsu, karena dari mentor yang sama diubah oleh para member dengan menambahkan *watermark* pada gambar testimoni tersebut. Testimoni yang tersedia juga belum tentu asli dari konsumen, atau memang konsumen yang telah berhasil membodohi orang lain sehingga kembali modal dengan cepat.
 - i. Sadar dalam membodohi orang lain. Beberapa orang yang percaya dengan bisnis tersebut dengan sengaja membodohi orang lain untuk ikut serta membodohi orang lain lagi sebanyak mungkin karena ingin uang yang diberikan pada mentor kembali lagi dari orang lain. Hal ini sangat tidak beretika karena termasuk dalam sengaja memberikan informasi palsu untuk keuntungan diri sendiri.

3. Fenomena Pembodohan Publik Terkait Bisnis di Media Sosial

Semakin maraknya gadget murah dan internet bukan lagi barang mewah, kemudian muncul bisnis-bisnis *online*.

Awalnya bisnis *online* ini adalah jual beli barang namun ditawarkan secara *online*, dan ini benar, yang menjadi masalah adalah penipuan berkedok bisnis *online*. Bisnis *online* adalah bisnis yang dilakukan via internet sebagai media pemasaran dengan menggunakan website sebagai katalog. Saat ini bisnis *online* sedang menjamur di Indonesia baik untuk barang-barang tertentu seperti tas, sepatu hingga jasa seperti konsultan pajak.

Bisnis ini dianggap sangat potensial karena kemudahan dalam pemesanan dan harga yang cukup bersaing dengan bisnis biasa. Selain itu bisnis ini tidak memerlukan toko melainkan dengan media jejaring sosial, blog, maupun media lainnya yang dihubungkan dengan internet. Teknologi informasi dan komunikasi semakin hari semakin berkembang dengan pesat yang memberikan banyak kemudahan bagi umat manusia. Banyak hal dapat dilakukan melalui internet mulai dari berhubungan sosial, bekerja, hingga melakukan bisnis jual beli secara *online*. Semua itu dilakukan tanpa melakukan kontak langsung dengan orang lain. Bisnis secara *online* dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa fasilitas seperti situs internet, jejaring sosial, maupun layanan *e-banking*. Layanan bisnis *online* ini tentunya berpeluang untuk dijadikan lahan kejahatan. Transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, atau media elektronik lainnya.

Internet di Indonesia dimulai pertama kali pada tahun 1990-an.

Masyarakat menggunakan internet pada saat itu masih sangat terbatas, biasanya masyarakat yang berada di kota-kota besar yang menggunakannya. Berbeda dengan sekarang, masyarakat dari segala kalangan dapat menggunakan internet untuk berbagai macam hal. Kalangan tua, muda, sampai anak-anak sekarang mampu menggunakannya untuk kebutuhannya. Bisnis *online* sekarang sering dilakukan orang untuk memperjual belikan barang dagangannya.

Banyak hal yang menjadi alasan mereka menggunakan internet untuk memperluas usahanya seiring dengan perkembangan internet yang semakin pesat. Di samping banyak kemudahan yang diberikan dalam jual-beli ini, tapi banyak juga kesulitan yang dialami oleh penjual dalam memasarkan dagangannya. Tetapi banyak juga kasus-kasus penipuan jual-beli lewat *online*, dikarenakan jual beli tidak seperti jual beli pada umumnya, mereka bertemu kemudian ada transaksi. Sedangkan jual beli *online* misalnya lewat facebook, maupun pelayanan *onlineshop* lainnya seperti tokobagus.com dan berniaga.com, mereka hanya berkomunikasi lewat facebook, chatting atau lewat SMS.

Banyak terjadi tindak pidana penipuan yang merugikan para pihak yang bertransaksi yang dalam hal ini adalah penjual dan pembeli karena tidak saling bertemu secara fisik untuk melakukan jual beli. Adanya faktor transaksi secara tidak langsung yang dilakukan antara penjual dengan pembeli, hal ini sering

mengakibatkan terjadinya tindak pidana penipuan dalam jual beli secara *online*.

Padahal, bisnis *online* hampir sama dengan bisnis *offline*. Untuk bisa sukses, Anda harus bekerja keras dan bijak serta konsisten, perbedaannya terletak pada medianya. Basis pengetahuan dan modal fisik yang memadai juga menjadi faktor penting dalam menjalankan bisnis *online*. Semakin banyak pengguna Internet memberikan lebih banyak kesempatan kepada penipu *online* untuk menghasilkan uang dari Internet. Pengguna internet yang tak terhitung jumlahnya mencari peluang bisnis *online*, yang memberi para penjahat ide-ide untuk mendapatkan keuntungan.

Ada banyak sekali pola penipuan di dunia maya, mulai dari toko *online* hingga transaksi bisnis *online*. Namun menurut penulis yang paling mengkhawatirkan adalah penipuan berkedok bisnis *online*. Banyak orang telah terperangkap di dalamnya, tetapi mereka tidak menyadari apa yang terjadi. Bahkan jika diingatkan, korban tetap percaya bahwa bisnis "cepat kaya" yang dijalankannya bukanlah scam. Itu adalah cara yang baik untuk menutupi penipuan bisnis *online*, bahkan orang yang sering bermain internet mungkin tidak menyadari bahwa mereka telah ditipu.

Berikut ini adalah ciri-ciri SCAM:

a. Money Game – Produk Ditawarkan Tidak Jelas

Permainan uang adalah model bisnis tanpa produk untuk dijual. Model bisnis ini biasanya menyamar sebagai MLM atau sistem pemasaran berjenjang, sayangnya

sama sekali tidak ada produk yang bisa dijual. Untuk menjalankan bisnis money game, kita harus mau menginvestasikan modal dalam jumlah tertentu, dan hanya ketika kita merekrut anggota baru kita akan mendapatkan komisi tanpa harus menjual apa pun. Oleh karena itu, sistemnya adalah anggota mendapatkan anggota untuk mendapatkan komisi. Yang bergabung lebih dulu akan mendapat banyak manfaat, tetapi yang bergabung nanti hanya bisa gigit jari.

Ini sangat berbeda dengan bisnis MLM yang sebenarnya. Perusahaan MLM yang baik harus memiliki produk yang ingin Anda pasarkan, sistem jaringan yang baik, sistem pembagian komisi yang jelas dan menguntungkan, dll. Tentunya Anda juga harus memiliki izin usaha yang jelas.

b. Pengelolanya Tidak Jelas

Jika Anda tidak tahu siapa yang mengelola produk bisnis *online*, mungkin itu penipu atau publik yang bodoh. Identitas pemilik bisnis *online* harus diperlihatkan kepada orang lain atau anggota asosiasi, karena ini melibatkan kejujuran pemilik bisnis. Identitas ini mencakup nama administrator situs, nama organisasi, alamat, nomor telepon, dan informasi pendukung lainnya.

c. Bahasa Marketing yang Terlalu Berlebihan/ Bombastis

Seperti yang telah disebutkan di atas, banyak transaksi bisnis *online* yang mengklaim bahwa metode bisnis mereka hanya dengan menjalankan *software*, tanpa basis pengetahuan yang baik dan tanpa

tenaga, yang dapat memberikan penghasilan yang besar dalam waktu singkat.

Mereka juga sering menambahkan surat rekomendasi dari anggotanya, yang menyatakan bahwa mereka semua berhasil. Penulis meyakini testimonial ini palsu. Intinya, jika kita sudah mulai menemukan kata-kata yang berlebihan dalam sebuah penawaran bisnis, maka sudah sepatutnya kita berhati-hati dan lebih teliti dalam menelaah informasi yang akan kita baca selanjutnya.

d. Sangat Sedikit Atau Tidak Ada yang Merekomendasikan

Jika bisnis *online* jarang direkomendasikan atau bahkan tidak direkomendasikan oleh siapa pun, maka bisnis tersebut cenderung buruk. Nasihat dari orang lain, terutama yang memiliki pengalaman bisnis *online*, dapat menunjukkan apakah bisnis tersebut bagus.

KESIMPULAN

Terdapat beberapa kejanggalan yang penulis temukan dalam bisnis database *supplier* dan atau pin konveksi, yaitu tidak terdapat jaminan bahwa pin yang diberikan kepada anggota dan pembeli semuanya merupakan pin yang valid dan dijamin kebenaran datanya, tidak ada jaminan database yang dijual benar-benar tangan pertama, dalam bisnis ini sebenarnya anggota di tuntutan untuk menjual pin konveksi bukan menjadi *reseller* olshop (online shop) itu sendiri, kemudahan bisnis yang diberikan ketua anggota (perekrut) tidak masuk akal, transparansi yang tidak ada, kebijakan *refund* yang tidak ada, arahan mentor (pembimbing) untuk membuat testimoni palsu dan sadar dalam membodohi orang lain. Sedangkan ciri-ciri SCAM adalah *money games* pada produk yang ditawarkan tidak jelas, pengelolanya tidak jelas, bahasa *marketing* yang terlalu berlebihanserta sangat sedikit atau bahkan tidak ada yang merekomendasikan.

REFERENSI

1. Ibrahim IS. Kritik budaya komunikasi : budaya, media dan gaya hidup dalam proses demokratisasi di Indonesia. Yogyakarta: Jalasutra; 2014.
2. Schicktanz S, Schweda M, Wynne B. The ethics of "public understanding of ethics'-why and how bioethics expertise should include public and patients" voices. *Med Heal Care Philos.* 2012;15(2):129-39.
3. Griffin RW, Pustay MW. International Business. 6th ed.: G. london: New Jersey Pearson Educatio; 2009.
4. Rahman S, Qamar N. Etika Profesi Hukum. Makasar: Repleksi; 2014.
5. Antony M. What is Social Media. london: iCrossing; 2008.
6. Ali H, Limakrisna N. Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi). Yogyakarta: Deepublish; 2013.
7. Moleong LJ. Metodologi Penelitian Kualitatif (Revisi ed.). Bandung: Remaja Rosdakarya; 2014.