

BAB I

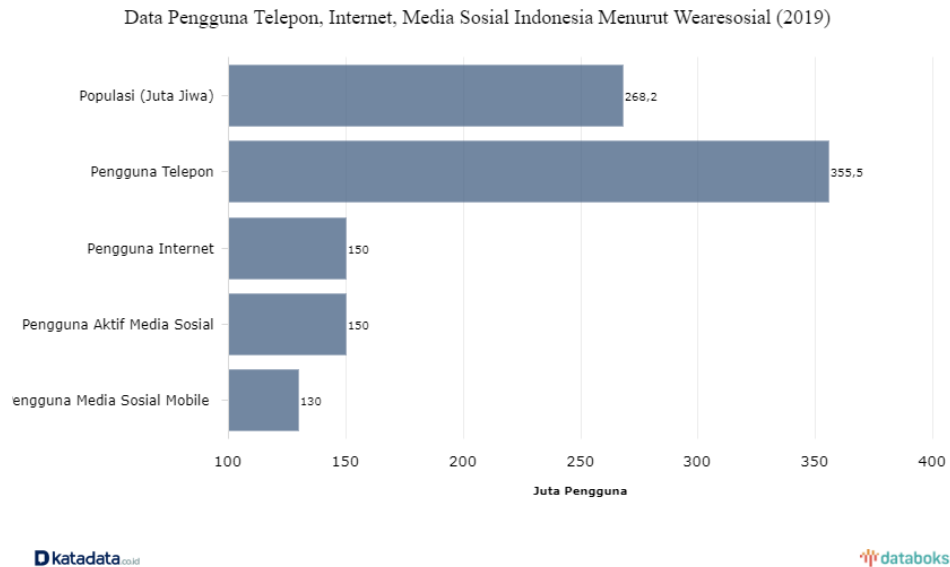
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi pada zaman sekarang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang sangat pesat. Berawal dari revolusi industri 1.0 hingga kini sudah mencapai revolusi industri 4.0. Mengutip dari laman Forbes, revolusi industri generasi keempat bisa diartikan sebagai adanya ikut campur sebuah sistem cerdas dan otomasi dalam industri. Hal ini digerakkan oleh data melalui teknologi machine learning dan AI.

Revolusi 4.0 merupakan fase keempat dari perjalanan revolusi industri. Melansir laman History, revolusi industri sendiri dimulai pada abad ke-18, ketika masyarakat pertanian sudah menjadi lebih maju dan berurbanisasi. Setidaknya terdapat lima teknologi yang menopang pembangunan Sistem Industri 4.0, diantaranya adalah *Internet of Things (IoT)*, *Artificial Intelligence (AI)*, *Human-Machine Interface*, Teknologi Robotik/Otomasi dan Sensor (*Robotic/Automation and Sensors*), serta teknologi 3D Printing.

Di Indonesia sendiri penerapan industri 4.0 banyak ditemui di berbagai industri, seperti tekstil, otomotif, elektronik, kimia, hingga makanan dan minuman. Handphone menjadi salah satu produk hasil revolusi industri 4.0. Handphone sudah menjadi kebutuhan banyak orang, terlebih saat sebuah handphone bukan hanya digunakan untuk melakukan panggilan, mengirim ataupun menerima pesan, namun juga untuk mendukung akses internet dalam memanfaatkan social media. Diagram dibawah ini memperlihatkan hubungan antara pengguna ponsel dan penetrasi media sosial.



Gambar 1.1 Pengguna Ponsel dan Penetrasi Media Sosial di Indonesia

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/02/08/berapa-pengguna-media-sosial-indonesia>

Berdasarkan hasil riset Wearesocial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi. Besarnya populasi, pesatnya pertumbuhan pengguna internet dan telepon merupakan potensi bagi ekonomi digital nasional sehingga munculnya e-commerce, transportasi online, toko online, dan bisnis lainnya berbasis internet.

Media baru internet yang menghasilkan banyak platform media sosial kini telah melahirkan banyak pola komunikasi baru. Salah satunya dalam kegiatan pemasaran dan telah menghasilkan model bisnis baru. Di Indonesia, istilah jastip banyak dikenal oleh masyarakat luas khususnya yang menggunakan media sosial Instagram. Jastip yang merupakan kependekan dari ‘jasa titip’, baru-baru ini menjadi fenomena yang tersebar luas di Indonesia. Layanan informal yang menawarkan bantuan kepada orang-orang yang membutuhkan atau ingin membeli

sesuatu tetapi tidak dapat pergi ke tempat yang diinginkan untuk membeli sendiri karena berbagai alasan, semakin populer. (Muslichha & Irwansyah, 2020)

Seperti dikutip dari Jakpat Survey Report, kesadaran responden terhadap jastip cukup tinggi. Lebih dari separuh panel mengetahui tentang keberadaan layanan jastip. Selain itu, kesadaran layanan jastip tidak dibatasi oleh jenis kelamin, usia, atau lokasi. Responden dalam segmen usia, jenis kelamin, dan lokasi perumahan apa pun yang umumnya mengetahui tentang layanan jastip namun pengalaman menggunakan layanan ini di antara responden yang sadar tentang keberadaan jastip mungkin berbeda. (Muslichha & Irwansyah, 2020). Pengiriman barang jasa titip merupakan solusi bagi mereka yang ingin membeli barang dari tempat yang jauh atau sulit diakses secara langsung.

Pengiriman barang di Indonesia telah mengalami perkembangan signifikan seiring dengan perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi. Pertumbuhan ekonomi yang pesat di Indonesia telah mengakibatkan peningkatan aktivitas perdagangan. Permintaan akan pengiriman barang, baik dalam negeri maupun lintas negara, meningkat sejalan dengan pertumbuhan sektor industri dan perdagangan.

Indonesia adalah negara kepulauan dengan ribuan pulau, sehingga pengiriman barang antarpulau menjadi tantangan tersendiri. Infrastruktur transportasi yang belum merata, termasuk jalan dan pelabuhan, dapat mempengaruhi kelancaran pengiriman barang. Proses urbanisasi telah meningkatkan mobilitas penduduk dari daerah ke kota. Ini mengakibatkan peningkatan permintaan akan pengiriman barang ke berbagai wilayah, baik untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari maupun e-commerce.

Pertumbuhan e-commerce telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi. Masyarakat semakin sering berbelanja melalui platform online, yang memerlukan layanan pengiriman yang andal dan efisien. Kemajuan teknologi telah mengubah cara pengiriman barang dilakukan. dari penggunaan sistem pelacakan paket hingga penggunaan drone dan otomatisasi di gudang logistik, teknologi memainkan peran penting dalam peningkatan efisiensi pengiriman.

Globalisasi telah meningkatkan konektivitas Indonesia dengan pasar internasional. Ekspor dan impor barang semakin meningkat, mendorong perkembangan industri logistik dan pengiriman barang lintas negara. Kebijakan pemerintah dalam bidang perizinan, pajak, dan regulasi perdagangan memengaruhi pengiriman barang di Indonesia. Upaya untuk mempermudah proses logistik dan pengiriman terus dilakukan.

Pentingnya kesadaran akan dampak lingkungan telah mendorong perusahaan logistik dan pengiriman untuk mencari solusi yang lebih ramah lingkungan, seperti penggunaan kendaraan listrik atau perencanaan rute yang lebih efisien. Pengiriman barang yang sering dilakukan adalah dalam bidang jasa titip hal ini dikarenakan fenomena yang telah menjadi bagian penting dari kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat Indonesia. Fenomena ini mencerminkan dinamika perubahan dalam pola konsumsi, gaya hidup, teknologi, serta tuntutan kehidupan modern.

Penipuan jasa titip (jastip) masih terus terjadi. Meskipun platform ini tidak ada jaminan keamanan dan kepercayaan, pasar bisnis jastip masih terus diminati, khususnya di Indonesia. Sayangnya, tak jarang bisnis ini dimanfaatkan oleh sekelompok orang tak bertanggung jawab untuk melancarkan kejahatan berkedok

jastip. Teranyar, penipuan berkedok jastip kembali mencuat setelah sejumlah korbannya angkat bicara di media sosial.

Direktur Center of Economic and Law Studies (Celios) Bhima Yudhistira Adhinegara mengatakan, penipuan jastip ini bukan pertama kali terjadi. Kendati demikian, kata Bhima, masih ada beberapa alasan konsumen tergiur jastip. “Permintaan jastip itu cukup tinggi di Indonesia. Karena orang-orang ini tergiur mencari jalan tikus,” ujar Bhima kepada *Kompas.com*, Jumat (15/7/2022).

Fenomena jasa titip, atau yang sering disebut juga sebagai jasa beli-beli, mewakili sebuah tren ekonomi dan perilaku konsumen yang semakin populer di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Jasa titip mengacu pada praktik dimana seseorang, yang dikenal sebagai “titipan” atau “jastipper”, melakukan pembelian atas nama orang lain, biasanya dalam situasi di mana barang atau layanan tersebut sulit diakses atau tidak tersedia secara langsung oleh konsumen akhir.

Di Indonesia terdapat berbagai jenis jasa titip (jastip) yang ditawarkan oleh individu atau grup untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Beberapa diantaranya pakaian, aksesoris, kosmetik, barang-barang elektronik, dan barang-barang yang berkaitan dengan KPop. Fenomena jasa titip KPop di Indonesia merupakan bagian dari perubahan perilaku konsumen yang dipicu oleh kemajuan teknologi, globalisasi, dan popularitas budaya pop Korea (KPop) yang merajalela di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia.

Popularitas grup musik KPop, seperti BTS, BlackPink, EXO, Twice, dan banyak lainnya, telah mencapai tingkat global yang luar biasa. Musik, mode, tarian, dan gaya hidup dari dunia KPop menarik perhatian banyak orang, termasuk di Indonesia. Penggemar KPop di Indonesia tidak hanya menikmati musiknya, tetapi

juga tertarik pada barang-barang terkait seperti merchandise, album, poster, dan lain sebagainya.

Meskipun popularitas KPop merajalela, tidak semua produk dan barang KPop secara mudah tersedia di Indonesia. Keterbatasan akses ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk distribusi produk yang terbatas di luar Korea Selatan dan kebijakan distribusi internasional yang tidak merata. Media sosial memainkan peran besar dalam menyebarkan tren KPop di Indonesia. Melalui platform seperti *Instagram*, *Twitter*, *Facebook*, dan *Youtube* penggemar KPop dapat berbagi informasi video, foto, dan ulasan tentang produk dan barang-barang terkait KPop. Hal ini mendorong rasa ingin tahu dan minat lebih lanjut terhadap produk-produk tersebut.

Pola konsumsi telah berubah secara drastis, terutama di kalangan generasi muda. Belanja online dan keinginan untuk memiliki barang-barang eksklusif atau langka telah memicu permintaan terhadap produk-produk KPop yang sulit ditemukan di pasaran konvensional. Fenomena KPop di Indonesia menciptakan peluang bisnis yang signifikan. Pengusaha dan pelaku bisnis melihat peluang untuk mendirikan usaha jasa titip atau pengadaan barang-barang KPop dari luar negeri, mengingat tingginya permintaan dan minat terhadap produk-produk tersebut.

Dalam merespon keterbatasan akses dan permintaan yang tinggi terhadap produk KPop, munculnya jasa titip KPop menjadi solusi bagi penggemar yang ingin mendapatkan barang-barang tersebut dengan lebih mudah. Jasa titip ini memungkinkan orang untuk memesan dan membeli produk KPop dari luar negeri melalui penyedia jasa, yang kemudian akan mengirimkan produk tersebut ke Indonesia.

Online Shop districtkshop merupakan salah satu dari sekian banyak bisnis jasa titip *Merchandise* K-Pop yang ada di Indonesia. Districtkshop itu sendiri sudah berdiri sejak 2018. Mereka kerap aktif di berbagai macam sosial media, diantaranya *Instagram, Twitter, Line, WhatsApp* dan aplikasi *e-commerce* Shopee. Districtkshop menyediakan jasa titip yang dimana barang-barang yang ditawarkan berasal dari *fansite*. Selain itu ada *official goods*, dan boneka yang diproduksi oleh sesama penggemar dari suatu *fandom* (sekelompok penggemar). Menurut idntimes, *fansite* adalah sebutan bagi fans yang selalu setia mengikuti idolanya ke mana pun idolanya pergi sambil memotret idolanya tersebut. Berkat kerja keras *fansite*, para penggemar dapat dengan mudah mengetahui aktivitas dari idolanya dan mendapat koleksi foto yang keren untuk sekadar dijadikan koleksi pribadi ataupun untuk dijadikan *lock screen*. Tidak jarang pula *fansite* ini menjual hasil fotonya dalam bentuk berbagai macam barang seperti kipas dan banner. *Official Goods* itu sendiri artinya barang-barang yang dikeluarkan oleh pihak perusahaan *entertainment* di setiap artis yang dinaungi.

Dalam menjalankan suatu kegiatan/usaha, tentunya kompetitor akan selalu ada. Districtkshop sendiri memiliki kompetitor diantaranya *online shop* thejastipshop, springstore.ina, newcloudy, dan wh.korea yang dimana *online shop* tersebut tentu memiliki kendalanya masing-masing. Jasa titip atau jastip adalah layanan yang semakin populer, tetapi bisnis ini juga menghadapi sejumlah kendala yang perlu diatasi agar tetap berjalan lancar dan berhasil. Beberapa kendala yang sering dihadapi oleh bisnis jasa titip adalah:

1. Kepercayaan dan Keamanan

Ketika orang menggunakan jasa titip, mereka memberikan uang dan kepercayaan kepada orang lain untuk melakukan pembelian atau pengiriman atas nama mereka. Oleh karena itu, masalah kepercayaan dan keamanan sangat krusial. Pelanggan perlu yakin bahwa jasa titip tersebut dapat diandalkan dan aman.

2. Penipuan dan Kecurangan

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, fenomena penipuan dalam jasa titip dapat menjadi kendala serius. Penipuan bisa terjadi baik dari pihak yang memberikan jasa titip atau dari pihak yang menggunakan jasa titip untuk melakukan penipuan kepada penyedia jasa atau pelanggan.

3. Keterlambatan Pengiriman dan Pemrosesan

Keterlambatan pengiriman barang atau pemrosesan pesanan bisa menjadi sumber frustrasi bagi pelanggan. Hal ini dapat terjadi karena sejumlah alasan, termasuk masalah di sisi penyedia jasa, masalah logistik, atau masalah yang terjadi di pihak pemasok asli.

4. Biaya Tambahan dan Transparansi Harga

Beberapa pelanggan mungkin mengalami kebingungan mengenai biaya tambahan yang muncul dalam jasa titip, seperti biaya layanan atau biaya pengiriman. Kekurangan transparansi dalam harga dapat mengakibatkan kekecewaan dan ketidakpuasan pelanggan.

5. Ketersediaan Produk dan Barang

Tidak semua barang atau produk mungkin tersedia atau dapat ditemukan oleh penyedia jasa titip. Ini bisa menjadi masalah jika pelanggan menginginkan barang tertentu yang sulit didapatkan.

6. Hambatan Bahasa dan Komunikasi

Jika penyedia jasa dan pelanggan berada di wilayah yang berbicara bahasa yang berbeda, atau jika ada kesalahpahaman dalam komunikasi, ini dapat menyebabkan masalah dalam memesan barang atau mengatur pengiriman.

7. Harga dan Persaingan

Ketika ada banyak penyedia jasa titip, harga bisa menjadi faktor penentu dalam memilih penyedia jasa. Persaingan harga dapat mengurangi profitabilitas bisnis dan mendorong penyedia jasa untuk mengorbankan kualitas layanan.

8. Perubahan Kebijakan Bea Cukai atau Impor

Jika ada perubahan dalam kebijakan bea cukai atau regulasi impor di negara tertentu, hal ini bisa mempengaruhi kemampuan penyedia jasa untuk mengirimkan barang dengan cepat dan efisien.

Districtshop sendiri dalam kurun 5 tahun terakhir memiliki kendala yang cukup beragam seperti kendala pada pengiriman, modal, banyak yang menginginkan DP (*Down Payment*) via Shopee, kurs yang naik, serta *customer* yang *hit n run*. Salah satu yang menjadi sorotan pada kendala yang ada adalah pada pengiriman dikarenakan biasanya pengiriman dari luar negeri ke Indonesia selalu ada yang ke *delay* atau barangnya ketahan di Bea Cukai.

Keterlambatan pengiriman barang dari luar negeri adalah fenomena yang sering terjadi dalam perdagangan internasional. Berbagai faktor dapat menyebabkan keterlambatan ini, dan hal ini dapat berdampak pada berbagai aspek, mulai dari bisnis hingga konsumen akhir. Keluhan keterlambatan pengiriman barang KPop di Indonesia dapat menjadi hal yang umum di kalangan penggemar KPop yang memesan barang dari luar negeri. Beberapa keluhan yang muncul adalah durasi pengiriman yang panjang, ketidakpastian jadwal, gangguan cuaca atau bencana alam, masalah di bea cukai atau pemeriksaan, keterbatasan jumlah pengiriman, perubahan kebijakan pengiriman atau impor, penyelenggaraan acara atau konser, dan kurangnya informasi pelacakan yang akurat.

Berdasarkan uraian di atas, yang semula berpikir bahwa memiliki bisnis jastip terlihat mudah karena bisa liburan sambil bekerja nyatanya tidak semudah yang dipikirkan, perlu adanya proses yang panjang untuk dilalui hingga barang bisa ada di tangan *customer* maka penulis tertarik melakukan penelitian usaha jastip *merchandise* K-Pop dan menyusunnya dalam bentuk penelitian yang berjudul **“Analisis Usaha Jasa Titip Dalam Pengiriman Barang Merchandise KPop (Studi Kasus pada *Online Shop* Districtkshop).”**

1.2. Perumusan Masalah

Setelah menjabarkan latar belakang masalah dalam penelitian, adapun fokus yang dapat diuraikan dalam penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana gambaran umum usaha Jasa Titip districtkshop?
2. Bagaimana pelaksanaan pengiriman barang *merchandise* pada usaha Jasa Titip districtkshop?

3. Bagaimana hambatan dan usaha dalam pengiriman barang *merchandise* pada usaha Jasa Titip districtkshop?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum usaha Jasa Titip districtkshop;
2. Untuk mengetahui pelaksanaan pengiriman barang *merchandise* pada usaha Jasa Titip districtkshop;
3. Untuk mengetahui dan mengatasi hambatan yang terjadi pada usaha Jasa Titip districtkshop.

1.4. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan atau manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Teoritis

1. Bagi Peneliti

Untuk menerapkan metode atau ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan melatih untuk menganalisa permasalahan yang ada serta mencari penyelesaiannya.

2. Bagi Pembaca

Dapat digunakan sebagai bahan pengetahuan serta sebagai perbandingan dan sumber acuan untuk bidang kajian yang sama.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Districtkshop

Penelitian ini dapat memberikan masukan berupa saran-saran serta sebagai pertimbangan dalam pelaksanaan Usaha Jastip Pengiriman Barang *Merchandise* KPop menjadi lebih baik.

1.5. Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jakarta, objek yang menjadi pilihan peneliti yang berlokasi di Matraman, Jakarta Timur

1.5.2. Lamanya Penelitian

Rencana pelaksanaan penelitian diperkirakan selama 2 (dua) bulan mulai dari Mei hingga Juni, untuk lebih jelasnya terlihat pada tabel dibawah ini:

