

ETIKA EKONOMI DI ERA EKONOMI DIGITAL DALAM STUDI KASUS PENIPUAN LAYANAN JASA TITIP (JASTIP) DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERLINDUNGAN KONSUMEN

¹Rut Afentina Sinambela, ²Salsabila Fayza, ³Bunga Ananda, ⁴Zaki Edi Saputra, ⁵Khairani Alawiyah Matondang

^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

¹rutsinambelatahun2018@gmail.com, ²salsabilafayza21@gmail.com,
³bungaandananda523@gmail.com, ⁴zaskia0612@gmail.com, ⁵alawiyah@unimed.ac.id,

Abstract

In the digital era, various forms of new services have emerged, one of which is the Titip Service (Jastip) which is increasingly popular among the public. This service allows consumers to obtain goods from within and outside the country without having to shop directly. However, the Jastip business also carries various risks for consumers, such as fraud and lack of information transparency. This article analyzes cases of Jastip fraud and its impact on consumer protection in Indonesia. The main focus of the research is on economic ethics in Jastip services, particularly aspects of honesty, fairness, as well as compliance with applicable legal rules, such as the Consumer Protection Law. This research also discusses the role of the government in improving consumer protection through special regulations for the informal e-commerce sector. It is hoped that this research can be a reference for consumers in choosing safe Jastip services and for the government in formulating appropriate policies for consumer protection in the digital era.

Keywords: *Jastip Services, Economic Ethics, Consumer Protection, Fraud, Regulation*

ABSTRAK

Dalam era digital, berbagai bentuk layanan baru muncul, salah satunya adalah Jasa Titip (Jastip) yang kian populer di kalangan masyarakat. Layanan ini memungkinkan konsumen mendapatkan barang dari dalam maupun luar negeri tanpa harus berbelanja langsung. Namun, bisnis Jastip juga membawa berbagai risiko bagi konsumen, seperti penipuan dan kurangnya transparansi informasi. Artikel ini menganalisis kasus penipuan layanan Jastip dan dampaknya terhadap perlindungan konsumen di Indonesia. Fokus utama penelitian adalah pada etika ekonomi dalam layanan Jastip, khususnya aspek kejujuran, keadilan, serta kepatuhan terhadap aturan hukum yang berlaku, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian ini juga membahas peran pemerintah dalam meningkatkan perlindungan konsumen melalui regulasi khusus untuk sektor e-commerce informal. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan bagi konsumen dalam memilih layanan Jastip yang aman dan bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang tepat untuk perlindungan konsumen di era digital.

Kata Kunci: Jasa Titip, Etika Ekonomi, Perlindungan Konsumen, Penipuan, Regulasi

PENDAHULUAN

Era digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat. Salah satu fenomena yang muncul adalah layanan Jasa Titip (Jastip), sebuah layanan di mana individu atau pihak ketiga menawarkan bantuan pembelian barang, baik dari dalam maupun luar negeri, sesuai permintaan konsumen. Layanan ini semakin diminati karena menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan barang yang sulit diakses atau hanya tersedia di lokasi tertentu. Selain itu, dengan berkembangnya e-commerce dan media sosial, layanan Jastip kini lebih mudah diakses dan diminati, bahkan menjadi peluang bisnis tersendiri di Indonesia.

Namun, pertumbuhan layanan Jastip juga menghadirkan berbagai permasalahan etika dan risiko bagi konsumen. Kasus penipuan dalam transaksi Jastip kerap terjadi, khususnya pada platform media sosial. Modus yang umum terjadi termasuk pembayaran di muka tanpa pengiriman barang, serta informasi yang tidak transparan terkait harga dan kualitas produk. Kondisi ini mencerminkan pentingnya perlindungan konsumen dan penerapan etika bisnis yang baik dalam layanan Jastip agar konsumen tidak dirugikan.

Etika ekonomi, sebagai prinsip yang mengatur perilaku ekonomi dalam bisnis, mencakup aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab. Pelaku usaha Jastip dituntut untuk menjunjung nilai-nilai tersebut demi melindungi hak-hak konsumen. Dalam konteks regulasi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 telah memberikan dasar hukum untuk melindungi konsumen. Namun, penerapan regulasi ini pada sektor e-commerce informal, termasuk Jastip, masih terbatas, sehingga pemerintah perlu menyusun kebijakan yang lebih spesifik dan ketat dalam mengawasi aktivitas ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak etika ekonomi dalam layanan Jastip serta menganalisis peran pemerintah dalam meningkatkan perlindungan konsumen di sektor ini. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih baik bagi konsumen, pelaku usaha, dan regulator terkait pentingnya transparansi dan kepatuhan terhadap etika bisnis dalam layanan Jastip.

KAJIAN TEORI

Teori Etika Bisnis

Etika, berasal dari kata Yunani Kuno *ethikos* yang berarti "timbul dari kebiasaan," menurut Wahyu dan Ostaria (2006) adalah cabang utama filsafat yang mengkaji nilai atau kualitas. Etika mencakup analisis dan penerapan konsep-konsep seperti benar, salah, baik, buruk, serta tanggung jawab, yang terkait dengan hak dan kewajiban moral. Bekum (2004) mengartikan etika sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan antara yang baik dan yang buruk. Etika juga bersifat normatif, berperan dalam menentukan apa yang seharusnya dilakukan atau dihindari oleh individu.

Bertens (2004) merangkum etika dalam tiga posisi utama: pertama, sebagai sistem nilai yang terdiri dari nilai-nilai dan norma-norma yang digunakan seseorang atau kelompok sebagai pedoman dalam mengatur perilakunya; kedua, sebagai kode etik, yaitu kumpulan asas atau nilai moral; dan ketiga, sebagai filsafat moral, yaitu ilmu tentang baik atau buruknya suatu tindakan.

Sementara itu, bisnis adalah aktivitas yang bertujuan meningkatkan nilai tambah melalui pemberian jasa, perdagangan, atau pengolahan barang. Dalam konteks ini,

pembiayaan merujuk pada pendanaan yang dilakukan oleh lembaga keuangan kepada nasabah, baik secara aktif maupun pasif. Bisnis sendiri dapat didefinisikan sebagai aktivitas jasa, perdagangan, dan industri yang bertujuan memaksimalkan keuntungan. Anoraga dan Soegiastuti (1996) mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa, sedangkan Straub dan Attner (1994) mendefinisikannya sebagai organisasi yang melakukan produksi dan penjualan barang serta jasa yang diinginkan konsumen, dengan tujuan memperoleh profit (Muhammad, 2005).

Teori Ekonomi Digital

Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh tokoh yang bernama Don Tapscott melalui bukunya *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Dalam buku tersebut, Tapscott menyebut ekonomi digital sebagai bentuk ekonomi baru yang ditandai dengan penggunaan informasi digital secara eksklusif. Meskipun demikian, ekonomi digital tidak hanya terbatas pada pasar teknologi informasi dan komunikasi (TIK) saja (Budiarta dkk, 2020).

Secara umum, ekonomi digital dapat dipahami sebagai cara manusia dalam memilih dan memenuhi kebutuhannya dengan memanfaatkan teknologi digital. Ekonomi ini mencakup aktivitas manusia yang terkait dengan produksi, konsumsi, dan distribusi barang dan jasa melalui perangkat digital. Dalam pengertian ini, ekonomi digital memungkinkan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa tanpa harus pergi ke pasar fisik, melainkan cukup dengan menggunakan smartphone, sehingga barang dapat langsung dikirimkan ke rumah untuk memenuhi kebutuhan mereka (Permana dan Puspitaningsih, 2019).

Teori Perlindungan Konsumen

Upaya untuk menjaga harkat dan martabat konsumen harus didukung dengan peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, serta kemampuan dan kemandirian konsumen dalam melindungi diri mereka sendiri. Selain itu, penting untuk menumbuhkan sikap pelaku usaha yang bertanggung jawab terhadap hak-hak konsumen. Di Indonesia, dasar hukum yang memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan perlindungan diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Undang-Undang ini menyebutkan bahwa konsumen memiliki beberapa hak, antara lain hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, hak untuk memilih dan menerima barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan jaminan yang dijanjikan, serta hak untuk diperlakukan dengan cara yang benar dan jujur tanpa diskriminasi.

Sesuai dengan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), hak-hak konsumen yang diatur meliputi:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa yang sesuai dengan nilai tukar dan jaminan yang dijanjikan.
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa.
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya terkait barang dan/atau jasa yang digunakan.
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa secara layak.

6. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan sebagai konsumen.
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar, jujur, dan tidak diskriminatif.
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi, atau penggantian jika barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya.
9. Hak-hak lainnya yang diatur dalam peraturan perundang-undangan lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis fenomena layanan Jasa Titip (Jastip) di era digital dan dampaknya terhadap perlindungan konsumen. Data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari studi literatur terkait dengan etika ekonomi, regulasi perlindungan konsumen, dan fenomena Jastip, khususnya yang diambil dari jurnal, buku, peraturan perundang-undangan, serta artikel ilmiah nasional. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pengumpulan dokumen dan literatur yang relevan dengan topik penelitian untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai praktik Jastip dan masalah etika serta perlindungan konsumen yang muncul. Selanjutnya, data dianalisis secara kualitatif dengan cara mengidentifikasi pola dan tema utama yang terkait dengan etika ekonomi dalam praktik Jastip, peran pemerintah dalam regulasi sektor e-commerce informal, dan hak-hak konsumen yang perlu dilindungi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengkaji secara mendalam isu-isu etis, tantangan perlindungan konsumen, dan peran regulasi pemerintah dalam menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman dan etis.

PEMBAHASAN

Fenomena Jasa Titip (Jastip)

Jasa titip, atau yang juga dikenal dengan istilah *personal shopper*, adalah layanan yang membantu pelanggan membeli barang tertentu dari toko, pusat perbelanjaan, atau pedagang besar, baik di dalam maupun luar negeri, sesuai permintaan mereka. Meskipun bisnis belanja online semakin mendominasi, layanan jasa titip tetap diminati karena mampu memberikan keuntungan bagi penyedia jasa sekaligus menarik minat konsumen. Perkembangan teknologi, meningkatnya penggunaan media sosial, serta sifat konsumtif masyarakat Indonesia turut mendorong popularitas jasa titip ini.

Bisnis jasa titip biasanya dilakukan oleh individu yang tengah bepergian, baik di dalam negeri maupun luar negeri, di mana mereka membeli barang-barang sesuai permintaan pelanggan. Awalnya, kegiatan ini hanya bersifat informal; seseorang yang sedang bepergian menerima titipan barang dari kerabat atau teman. Namun, seiring waktu, kegiatan ini berkembang menjadi peluang usaha bernilai ekonomi.

Meski menguntungkan, bisnis jasa titip juga menimbulkan sejumlah polemik, terutama terkait bea cukai barang impor. Menurut Peraturan Menteri Keuangan No. 203 tahun 2017, barang impor dengan nilai total di bawah USD 500 yang dibawa oleh individu untuk keperluan pribadi akan dibebaskan dari bea masuk di Indonesia. Di samping itu, jasa titip barang impor berpotensi menimbulkan tantangan bagi produk lokal, khususnya produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Fokus bisnis jasa titip pada produk-produk impor atau barang dari pusat perbelanjaan besar dapat mengurangi minat masyarakat terhadap produk-produk UMKM yang sering kali belum cukup dikenal atau kurang terekspos.

Kasus-Kasus Penipuan dalam Jastip

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang pesat telah mendorong masyarakat untuk menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efisien sekaligus sebagai tempat berjualan. Melalui berbagai platform sosial media, masyarakat kini dapat dengan mudah memilih dan membeli beragam produk sesuai kebutuhan, termasuk melalui bisnis jasa titip. Salah satu platform yang sering digunakan untuk bisnis ini adalah Twitter, di mana layanan jasa titip juga mencakup pembelian tiket konser yang sedang diminati, seperti tiket konser Coldplay yang diadakan di Indonesia pada November 2023.

Sayangnya, beberapa pelaku jasa titip menggunakan metode penipuan untuk meraih keuntungan. Salah satu modus yang digunakan adalah membeli akun Twitter dengan banyak pengikut seharga Rp750.000 untuk membangun kredibilitas semu. Selain itu, pelaku kerap membeli rekening atas nama orang lain seharga Rp400.000 untuk menerima transferan korban, membuat seakan-akan layanan tersebut sah dan terpercaya. Para pelaku ini bahkan menampilkan ulasan positif dan riwayat transaksi yang seolah-olah nyata demi meyakinkan konsumen agar memesan tiket melalui mereka. Konsumen biasanya diminta untuk membayar uang muka sebesar Rp50.000 per tiket untuk "mengamankan" slot pemesanan, dan kemudian dimasukkan ke dalam grup WhatsApp. Di sana, korban diminta segera mentransfer sisa pembayaran tiket yang telah disepakati.

Kasus penipuan ini tidak hanya terjadi pada konser Coldplay, tetapi juga konser NCT Dream yang digelar di Indonesia pada Maret 2023, yang mengakibatkan banyak korban mengalami kerugian. Penipuan ini bermula dari minat masyarakat yang tinggi terhadap tiket konser, yang sering kali sulit didapatkan melalui platform resmi. Karena keterbatasan ini, para penggemar beralih ke layanan jasa titip yang ternyata sebagian di antaranya adalah modus penipuan. Dalam kasus penipuan tiket NCT Dream, pelaku menawarkan layanan jasa titip dengan biaya tambahan Rp500.000 di luar harga tiket resmi sebesar Rp3,4 juta, yang bisa dicicil hingga mendekati hari acara. Janji yang meyakinkan dan tawaran pembayaran fleksibel menarik banyak konsumen, namun akhirnya mereka menjadi korban penipuan dengan kerugian total hingga Rp94 juta dari 19 orang korban. Pelaku pun mengakui bahwa uang hasil penipuan digunakan untuk kebutuhan pribadinya.

Kasus ini mencerminkan pentingnya perlindungan hak konsumen. Konsumen berhak atas keamanan dan transparansi dalam transaksi, sesuai dengan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dirancang untuk melindungi hak-hak ini. Dalam setiap transaksi jual beli, terdapat perjanjian yang terikat oleh hukum, berdasarkan kesepakatan antara penjual dan pembeli. Ketika perjanjian tercapai, konsumen memiliki hak untuk mendapatkan barang atau jasa sesuai kesepakatan, dan penjual berhak menerima keuntungan dari transaksi tersebut. Dalam kasus penipuan ini, pelaku diancam dengan Pasal 378 KUHP subsidi Pasal 372, dengan hukuman penjara hingga empat tahun karena tidak memenuhi hak konsumen yang telah dijanjikan.

Aspek Etika Ekonomi dalam Jastip

Aspek etika ekonomi dalam fenomena Jasa Titip (jastip) di Indonesia mencakup berbagai dimensi yang berkaitan dengan transparansi, keadilan, tanggung jawab, dan kepatuhan terhadap aturan. Jastip adalah bentuk layanan yang memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang yang tidak tersedia di Indonesia atau yang memiliki harga lebih murah di luar negeri. Namun, dalam praktiknya, jastip menghadapi berbagai tantangan etis karena berada di wilayah abu-abu antara bisnis informal dan formal.

Dari segi transparansi, pelaku jastip dituntut untuk berkomunikasi secara jujur dan terbuka kepada konsumen. Konsumen berhak mendapatkan informasi yang jelas mengenai harga asli barang, biaya tambahan yang dikenakan sebagai komisi atau biaya pengiriman, dan kondisi barang yang akan diterima. Tidak jarang, ketidakjelasan informasi ini menimbulkan masalah antara konsumen dan pelaku jastip, terutama jika barang yang diterima berbeda dari yang dijanjikan. Etika ekonomi menuntut agar setiap pelaku jastip menjaga kejujuran dalam bertransaksi untuk menghindari potensi kekecewaan konsumen atau bahkan penipuan.

Aspek keadilan juga sangat penting. Etika ekonomi mengharuskan pelaku usaha, termasuk dalam jastip, untuk bersaing secara sehat dan bertanggung jawab. Pelaku jastip sering kali menjual barang dengan harga lebih tinggi karena mengandalkan akses mereka ke barang-barang tertentu. Dalam konteks ini, penting untuk mempertimbangkan keadilan bagi konsumen dan memastikan bahwa harga yang diberikan masih wajar dan tidak mengeksploitasi ketidakmampuan konsumen untuk mengakses barang tersebut secara langsung. Ketika harga yang dipasang jauh di atas harga pasar tanpa dasar yang adil, praktik ini bisa dianggap melanggar prinsip keadilan dalam ekonomi. Dalam Islam, keadilan ini bertujuan memastikan bahwa hak dan kewajiban dalam transaksi ekonomi terbagi secara adil. Seorang penyedia jastip harus menghindari memanfaatkan posisinya dengan merugikan pelanggan.

Aspek kepatuhan terhadap aturan pajak dan bea cukai adalah salah satu isu etika yang paling krusial dalam jastip. Ketika barang dibawa masuk dari luar negeri, secara hukum, barang tersebut seharusnya dikenakan bea masuk dan pajak impor yang sesuai. Namun, banyak pelaku jastip yang berusaha menghindari pajak ini dengan membawa barang dalam jumlah kecil atau menghindari deklarasi. Meski tampak sepele, hal ini merugikan negara karena hilangnya potensi pendapatan pajak. Kepatuhan terhadap aturan pajak merupakan tanggung jawab ekonomi yang seharusnya dijunjung oleh setiap pelaku usaha untuk menjaga keseimbangan dan keadilan bagi pelaku bisnis yang mengikuti aturan. Penghindaran pajak juga berpotensi menciptakan ketidakadilan bagi pelaku usaha resmi yang membayar pajak sesuai dengan ketentuan.

Selain itu, dari perspektif tanggung jawab sosial, pelaku jastip juga memiliki peran dalam mendukung perkembangan ekonomi domestik. Ketika banyak konsumen memilih produk dari luar negeri melalui jastip, permintaan untuk produk lokal dapat berkurang. Oleh karena itu, pelaku jastip sebaiknya mempertimbangkan dampak dari layanan mereka terhadap pelaku usaha lokal. Secara etis, mereka dapat membantu menyeimbangkan layanan jastip dengan mempromosikan produk-produk lokal, yang pada akhirnya bisa mendukung pertumbuhan ekonomi dalam negeri. Dalam Islam, pelaku jastip juga diharapkan menjalankan pekerjaannya dengan jujur dan mengutamakan kepentingan konsumen atau pemilik barang yang dititipkan, daripada hanya mengejar keuntungan pribadi.

Perlindungan Konsumen dan Peran Pemerintah

Perkembangan teknologi dan peningkatan penggunaan Internet telah memfasilitasi pertumbuhan pesat e-commerce, termasuk di sektor informal. Perdagangan melalui platform informal dapat menawarkan produk yang lebih beragam dan harga yang lebih kompetitif, namun risiko bagi konsumen lebih besar karena kurangnya peraturan dan pengawasan pemerintah. Meningkatnya penggunaan teknologi dan akses internet

mendorong laju pertumbuhan sektor e-commerce informal, di mana produk lebih bervariasi dan harga bersaing, tetapi risiko bagi konsumen pun meningkat.

Sijabat (2016) meyakini bahwa e-commerce dapat dilihat dari empat perspektif komunikasi, bisnis, layanan, informasi, atau online. Dari perspektif komunikasi, perdagangan elektronik adalah pengiriman barang, layanan informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer dan perangkat elektronik lainnya. Dari perspektif proses bisnis, e-commerce adalah penerapan teknologi yang mengarah pada otomatisasi transaksi bisnis dan alur kerja. Dari perspektif layanan, e-commerce dapat memenuhi permintaan bisnis, konsumen, dan manajer dengan meningkatkan kualitas barang dan mengurangi biaya layanan (biaya layanan) sekaligus meningkatkan kecepatan layanan pengiriman ada alat yang harus dipenuhi. Dari perspektif online, e-commerce memberikan kesempatan untuk membeli dan menjual barang dan informasi melalui Internet dan sarana online lainnya.

Kualitas produk yang tidak pasti, pelayanan yang tidak konsisten, dan ketidakjelasan mengenai retur dan refund menjadi tantangan bagi konsumen di sektor ini. Oleh karena itu, perhatian khusus harus diberikan pada perlindungan konsumen di e-commerce informal untuk meminimalkan potensi kerugian bagi konsumen.

Peran pemerintah dalam perlindungan konsumen. Pemerintah memainkan peran penting dalam memastikan bahwa konsumen di sektor e-commerce informal mendapat perlindungan yang memadai. Melalui regulasi yang efektif dan pengawasan yang kuat, pemerintah dapat melindungi konsumen dengan lebih baik. Pemerintah perlu memahami sifat dari apa yang ditawarkan oleh Internet dan lingkungan e-commerce. Jelas bahwa pemerintah perlu memiliki strategi dan serangkaian peraturan untuk memaksimalkan potensi e-commerce guna menumbuhkan perekonomian nasional. E-commerce muncul sebagai inovasi teknologi baru yang berpotensi mengubah tidak hanya proses bisnis tetapi juga perilaku konsumen sehari-hari. Pemerintah adalah entitas kuat yang dapat mempercepat penerapan e-commerce. Pemerintah memerlukan kerja sama dengan pelaku pasar elektronik untuk menghilangkan hambatan dalam penerapan e-commerce.

Saat ini telah ada beberapa undang-undang mengenai perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Transaksi Komersial Melalui Sistem Elektronik. Namun, penerapan peraturan tersebut di sektor informal seringkali kurang optimal, sehingga berdampak pada lemahnya perlindungan terhadap konsumen di platform e-commerce yang tidak terdaftar secara resmi. Untuk memperkuat perlindungan konsumen, pemerintah harus memperkenalkan peraturan khusus mengenai e-commerce informal, standar minimum untuk transparansi informasi produk, Mekanisme yang dapat mempertimbangkan pembuatan ketentuan mengenai pengembalian barang dan konsumen menyediakan pengaduan.

Lebih lanjut, edukasi konsumen perlu diperkuat agar konsumen lebih kritis dan berhati-hati dalam memilih layanan e-commerce informal. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan platform sosial yang biasa digunakan untuk transaksi informal guna memberikan informasi tentang hak-hak konsumen dan mekanisme pelaporan jika terjadi penipuan atau pelanggaran lainnya. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menciptakan ekosistem e-commerce yang lebih aman.

IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

Implikasi dan Rekomendasi Bagi Konsumen dan Pelaku Jastip

Popularitas layanan jastip telah memberi konsumen akses yang lebih mudah ke produk dari wilayah lain atau negara lain, tetapi layanan ini menyimpan risiko, termasuk potensi penipuan dan ketidaksesuaian produk dengan yang dijanjikan. Semakin populernya layanan jastip ini memberikan konsumen pilihan mudah untuk mendapatkan produk dari luar daerah atau luar negeri. Namun, layanan ini memiliki risiko tersendiri, produk tidak sesuai deskripsi, dan biaya tambahan yang tidak jelas. Untuk mengurangi risiko tersebut, penting bagi konsumen untuk memahami hak-haknya dan cara memilih penyedia jastip yang terpercaya.

Transaksi online memiliki kerentanan yang dapat merugikan konsumen. Ketika penyedia jasa melakukan transaksi dengan pelanggan yang tidak ditemui secara langsung, para pihak tidak saling mengenal, dan dilakukan semata-mata atas dasar kepercayaan semua pihak, maka dapat terjadi penipuan dan pelanggan dapat mengalami kerugian. Dalam praktiknya, masih banyak penyedia jasa yang mengabaikan kewajibannya dan melanggar hak-hak pelanggannya yang tertuang dalam UUPK. Tanpa pendidikan yang baik, konsumen dapat menjadi korban perilaku tidak bertanggung jawab yang pada akhirnya dapat menimbulkan kerugian finansial dan emosional bagi konsumen.

UUPK mengatur bahwa badan usaha dalam menjalankan usaha wajib memberikan informasi yang akurat, faktual, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa. Pelaku ekonomi jastip tidak memberikan informasi lengkap mengenai produk dan tidak sepenuhnya melindungi konsumen. Konsumen pengguna jastip online rentan terhadap kerugian dari oknum penyedia jasa dan perlu dilindungi. Di sisi lain, konsumen harus memiliki integritas dan memahami hak dan kewajibannya sejak awal proses transaksi hingga selesainya transaksi agar terjadinya kerugian dapat diminimalisir.

Rekomendasi konsumen dalam memilih jastip terpercaya. Meningkatkan kesadaran konsumen merupakan hal penting dalam memilih layanan jasa amanah. Mengedukasi konsumen tentang cara mengidentifikasi layanan jastip yang dapat dipercaya, misalnya melalui review pengguna lain, memeriksa reputasi layanan, dan memverifikasi identitas penyedia layanan, bisa menjadi langkah awal yang efektif. Pemerintah atau otoritas setempat dapat memberikan informasi yang lebih mudah diakses kepada masyarakat mengenai standar jastip yang aman, misalnya dengan memberikan panduan atau aplikasi yang memungkinkan anda menilai kualitas layanan jastip. Dengan demikian, konsumen dibekali untuk melakukan transaksi yang aman dan meminimalkan potensi kerugian.

Pelaku Jastip juga hendaknya mengedepankan transparansi pelayanan. Meningkatkan kepercayaan konsumen dengan memberikan informasi produk yang akurat, rincian biaya yang jelas, dan kebijakan pengembalian. Selain itu, penggunaan platform terverifikasi atau sistem keamanan yang baik memberikan jaminan tambahan kepada konsumen. Edukasi konsumen menjadi tanggung jawab pemangku kepentingan jastip maupun pemangku kepentingan eksternal agar hubungan pemangku kepentingan jastip dengan konsumen semakin harmonis dan berkesinambungan.

Saran Untuk Pihak Regulator

Dengan perkembangan digital saat ini, sektor e-commerce informal di Indonesia meningkat pesat karena banyak penjual yang menggunakan platform online tanpa registrasi resmi. Regulasi yang tepat diperlukan untuk melindungi konsumen, melindungi hak-hak mereka, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap e-commerce. Pemerintah harus mengembangkan kebijakan yang fokus pada perlindungan konsumen di sektor informal untuk menghindari risiko seperti produk yang tidak sesuai dan penipuan. Regulasi yang tepat sangat diperlukan untuk menjamin keselamatan konsumen, melindungi hak, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sektor e-commerce.

Perlindungan konsumen merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kegiatan jual beli. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, penyedia jasa seringkali melakukan kesalahan yang dapat mengakibatkan kerugian bagi pelanggannya. Perlindungan konsumen bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mengenai produk atau jasa yang tersedia untuk umum. Dalam perdagangan online khususnya jasa belanja online, penyedia jasa yang mempublikasikan produk melalui media sosial wajib memberikan perlindungan kepada konsumen pengguna Jastip online. Sebab, layanan yang diberikan penyedia tidak diberikan dengan itikad baik. Di sisi lain, konsumen harus memiliki integritas dan memahami hak dan kewajibannya sejak awal proses transaksi hingga selesainya transaksi agar terjadinya kerugian dapat diminimalisir.

Pemerintah memiliki kebijakan khusus yang mengatur perdagangan elektronik informal dengan penekanan pada aspek perlindungan konsumen untuk melindungi konsumen dari potensi risiko seperti produk yang tidak sesuai, layanan yang tidak sesuai, dan penipuan. Langkah-langkah yang diusulkan dapat mencakup pengembangan standar minimum perlindungan konsumen bagi operator e-commerce informal.

Hal ini dimulai dengan mendidik pelaku ekonomi informal tentang pentingnya praktik perdagangan yang adil dan transparan, misalnya dengan menekankan pentingnya deskripsi produk yang akurat dan adanya kebijakan pengembalian yang jelas. Selain itu, pemerintah dapat bekerja sama dengan platform digital untuk menerapkan sistem verifikasi yang sederhana namun efektif bagi pedagang informal dan meningkatkan akuntabilitas.

Selain edukasi, penggunaan sanksi dan insentif juga dapat menjadi alat yang efektif untuk mengendalikan perilaku pelaku e-commerce informal. Misalnya, memberikan sanksi kepada pedagang yang terbukti melakukan pelanggaran serius terhadap hak-hak konsumen, sekaligus memberikan insentif seperti dukungan finansial dan akses pelatihan bisnis bagi pedagang yang bersedia mematuhi standar perlindungan konsumen.

Dengan cara ini, melalui kombinasi regulasi, pendidikan, dan insentif yang jelas, pemerintah dapat membangun ekosistem e-commerce yang lebih aman, andal, dan mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif.

KESIMPULAN

Layanan Jasa Titip (Jastip) telah menjadi fenomena yang berkembang di era digital, memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang dari luar daerah atau luar negeri. Namun, kemudahan ini juga membawa berbagai tantangan, terutama terkait etika ekonomi dan perlindungan konsumen. Dalam praktik Jastip, beberapa isu etika yang muncul meliputi kurangnya transparansi harga, risiko penipuan, dan ketidakadilan bagi pelaku usaha lokal. Selain itu, kasus penipuan dalam Jastip semakin sering terjadi, terutama melalui platform media sosial, yang berdampak pada kerugian finansial dan kepercayaan konsumen.

Untuk melindungi konsumen, Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 memberikan dasar hukum bagi hak-hak konsumen. Namun, penerapan regulasi ini dalam sektor e-commerce informal masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah regulasi yang lebih spesifik dan efektif dari pemerintah untuk mengawasi praktik Jastip dan sektor e-commerce informal secara keseluruhan. Pemerintah juga perlu memperkuat edukasi konsumen agar lebih berhati-hati dan kritis dalam memilih layanan Jastip yang terpercaya.

Etika ekonomi yang melibatkan aspek kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab perlu diutamakan oleh pelaku Jastip dalam menjalankan usahanya. Selain itu, peran aktif pemerintah dalam mengawasi dan memberikan regulasi yang jelas sangat penting untuk melindungi hak konsumen. Dengan demikian, kolaborasi antara pelaku usaha, pemerintah, dan konsumen diperlukan untuk menciptakan ekosistem perdagangan digital yang aman, etis, dan adil bagi semua pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, dkk. (2020). Potensi Peran Pemerintah dan Tantangan Dalam Pengembangan *E-Commerce* (*Potency Government Role and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia*). *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 11 (1), 13-25.
- Cholqi Choirunnisa, N. S. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Yang Tidak Menerima Produk Pembelian Jasa Titip (Jastip) Berupa Tiket Konser Melalui Media Twitter Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam. *Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 254-278 .
- Hasoloan, A. (2018). Peran Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis. *Jurnal Warta*, 1-10.
- Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (Jatip) dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 33-39.
- Putri, A., dkk. (2022). Analisis Hukum terhadap Penggunaan Jasa Titip dalam Transaksi E-commerce. *Jurnal Ilmu Hukum dan Ekonomi*, 5 (1), 43-60.
- Pratama, S., & Kurniawan, R. (2023). Analisis Regulasi Perlindungan Konsumen pada Platform E-Commerce. *Jurnal Ilmu Hukum dan Ekonomi*, 9 (3), 113-129.
- Santika, dkk. (2023). Perlindungan Konsumen Pengguna Jasa Titip Online Terhadap Hak Atas Informasi Yang Benar, Jelas Dan Jujur Mengenai Kondisi Dan Jaminan Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Bidang Hukum Keperdataan*, 7 (1), 12-24.
- Setiadi, A. R., dkk. (2021). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum & Ekonomi Digital*, 8 (2), 45-62.
- Shakira Idelia, Z. D. (2023). Perlindungan Hukum Terhadap Penipuan Tiket Konser Di Tinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Hukum Pelita*, 158-167.
- Sherli Sadila, S. S. (2024). Analisis Risiko Dan Peluang Bisnis Praktik Jasa Titip Online Di Media Sosial (Instagram) Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 283-304.
- Tampubolon, W. S. (2016). Upaya Perlindungan Hukum Bagi Konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 53-61.
- Teguh Permana, A. P. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 161-170.
- Wahyuni, D. (2022). Peluang dan Tantangan Pengaturan E-Commerce Informal. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5 (1), 88-104.