

Perbandingan Hukum Usaha Jasa Titip: Perspektif Hukum Bisnis Indonesia dan Thailand

Azra Sri Devi Panggabean¹

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia
azrasridevi16@gmail.com

Lista Ade Sumiati Bondar

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia
listapasaribu6@gmail.com

Putri Melani Tampubolon

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia
putritampubolon2401@gmail.com

Jonathan Agung Silalahi

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia
jonathanagung.silalahi@student.uhn.ac.id

Martono Anggusti

Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia
martono.pang@gmail.com

Submission	Accepted	Published
23 November 2024	5 Desember 2024	26 Desember 2024

Abstract

This study aims to analyze and compare the legal regulations governing consignment services between Indonesia and Thailand, particularly regarding licensing, consumer protection, and taxation. This research employs a normative juridical approach with a descriptive analytical method, utilizing primary data from the legal regulations of both countries, such as Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection in Indonesia and the Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) in Thailand, as well as secondary data from legal literature. The findings reveal that consignment service regulations in Indonesia are still minimal and fragmented, leading to legal uncertainty for business actors and consumers. In contrast, Thailand has more structured regulations that support consignment services in terms of business licensing and consumer protection. This study highlights the need

¹ Corresponding Author

for regulatory improvements in Indonesia to create a more conducive and harmonious business climate.

Keywords: *Business Law, Consignment Services, Indonesia, Thailand*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan regulasi hukum yang mengatur usaha jasa titip antara Indonesia dan Thailand, khususnya terkait perizinan, perlindungan konsumen, dan perpajakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan metode deskriptif analitis, memanfaatkan data primer berupa peraturan perundang-undangan kedua negara, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) di Thailand, serta data sekunder berupa literatur hukum. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi jasa titip di Indonesia masih minim dan bersifat fragmentaris, sehingga menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha dan konsumen. Sebaliknya, Thailand memiliki regulasi yang lebih terstruktur dan mendukung usaha jasa titip, baik dari sisi izin usaha maupun perlindungan konsumen. Penelitian ini menyoroti perlunya penyempurnaan regulasi di Indonesia untuk menciptakan iklim bisnis yang lebih kondusif dan harmonis.

Kata Kunci: Hukum Bisnis, Jasa Titip, Indonesia, Thailand

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi yang pesat serta kemudahan akses terhadap media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga wadah untuk melahirkan inovasi dan ide-ide kreatif yang mengubah pola interaksi masyarakat. Salah satu inovasi yang berkembang pesat adalah bisnis jasa titip (jastip), sebuah layanan informal yang membantu konsumen memperoleh barang dari lokasi tertentu tanpa harus hadir secara fisik (Najati & Mashdurohatun, 2024). Bisnis ini banyak diminati karena memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin mendapatkan produk tertentu, baik dari dalam maupun luar negeri, dengan harga yang sering kali lebih kompetitif.

Fenomena jastip di Indonesia tumbuh pesat seiring tingginya permintaan terhadap barang-barang luar negeri yang sulit ditemukan secara lokal. Hal ini diperkuat dengan tren wisata luar negeri, di mana banyak pelaku usaha jastip memanfaatkan perjalanan mereka untuk membawa barang pesanan konsumen. Meskipun bisnis ini menunjukkan potensi besar, pengaturannya masih minim, terutama terkait regulasi formal yang memastikan keamanan transaksi dan perlindungan konsumen (Andini et al., 2024). Sebaliknya, Thailand sebagai salah satu negara tujuan bisnis jasa titip juga mengalami tren serupa. Namun, negara tersebut memiliki pendekatan regulasi yang lebih tegas, terutama terkait perizinan

usaha, pajak, dan perlindungan konsumen, yang secara signifikan berbeda dari kondisi di Indonesia.

Idealnya, bisnis jasa titip membutuhkan regulasi yang jelas untuk menciptakan ekosistem usaha yang kondusif, persaingan sehat, dan perlindungan hukum yang memadai bagi konsumen dan pelaku usaha. Namun, realitasnya, Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti kurangnya pengawasan terhadap praktik jastip, lemahnya pengaturan izin usaha, serta terbatasnya perlindungan konsumen dari risiko transaksi daring. Pada sisi lain, Thailand, meskipun lebih maju dalam pengaturan tersebut, menghadapi tantangan lain seperti kompleksitas birokrasi dan beban pajak yang cukup tinggi bagi pelaku usaha kecil. Perbedaan ini menunjukkan adanya kesenjangan regulasi yang memengaruhi keberlangsungan bisnis jasa titip di kedua negara.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara komprehensif perbandingan pengaturan hukum bisnis jasa titip antara Indonesia dan Thailand. Masalah utama yang dikaji adalah bagaimana perbedaan regulasi di kedua negara memengaruhi pelaku usaha dan konsumen, serta dampak implementasi hukum yang dihasilkan dari perbedaan tersebut. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan mendalam tentang regulasi jasa titip di Indonesia dan Thailand, sekaligus menawarkan solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam praktik bisnis ini.

Kajian terkait regulasi jasa titip di Indonesia dan Thailand bukanlah diskursus terbaru. Sudah banyak para peneliti yang membahas bahkan mempublikasikannya dengan berbagai metode dan pendekatan. Azzahra dan Purnawan, dalam publikasi mereka terkait jasa titip, telah membahas dengan sangat baik, bagaimana pentingnya perlindungan hukum bagi konsumen. Adapun solusi yang ditawarkan, yakni perlunya edukasi konsumen dan pemanfaatan mekanisme hukum perdata, memberikan wawasan strategis untuk menciptakan ekosistem bisnis daring yang lebih adil dan aman (Azzahra & Purnawan, 2023). Publikasi di atas memiliki kesamaan dengan kajian penulis dalam konteks 'jasa titip' yang menyorot urgensi perlindungan konsumen. Perbedaannya, jika publikasi di atas hanya fokus di ranah perlindungan konsumen, penulis lebih luas pada aspek lainnya seperti keamanan digital dan ancaman kejahatan.

Terkait tentang perbandingan regulasi hukum bisnis, Aminuddin dalam karyanya telah mendeskripsikan dengan sangat terstruktur, bagaimana Perbandingan regulasi bisnis sertifikasi halal di Indonesia dan Thailand mencerminkan perbedaan pendekatan hukum dan ekonomi. Regulasi Indonesia cenderung fokus dalam memperkuat peran negara, sedangkan Thailand lebih intens dalam menarik minat wisatawan dan ekspor negara Muslim (Aminuddin, 2016). Karya Aminuddin di atas memiliki kesamaan dengan kajian penulis dalam konteks perbandingan regulasi hukum antara Indonesia dan Thailand. Perbedaannya, jika karya di atas fokus dalam membandingkan regulasi sertifikasi halal, penulis lebih fokus dalam membandingkan regulasi jasa titip.

Oliveira dan Probowulan dalam tulisan mereka tentang *e-commerce* telah membandingkan dengan sangat terstruktur bagaimana tindakan unilateral yang diambil oleh lima negara ASEAN—Indonesia, Singapura, Filipina, Thailand, dan Malaysia—dalam mengatur pajak *e-commerce* lintas negara. Keunikan penelitian ini terletak pada analisis komparatif selama pandemi Covid-19, yang menyoroti

potensi risiko seperti disharmoni sistem perpajakan dan pajak berganda, sekaligus menekankan pentingnya kebijakan yang terkoordinasi (Oliveira & Probowulan, 2023). Tulisan di atas memiliki kesamaan dengan pembahasan penulis dalam konteks beacukai dan beamasuk terkait *e-commerce*. Perbedaannya, jika Oliviera dan Probowulan hanya fokus pada dimensi regulasi pajak, penulis lebih luas kepada regulasi lainnya yang berkaitan dengan jasa titip. Selain itu, tulisan di atas membandingkan 5 negara, sedangkan penulis hanya fokus membandingkan dua negara.

Berdasarkan beberapa *literature review* yang dilakukan, sejauh analisa penulis, belum ditemukan satu karya pun yang fokus dan koherensif mengkaji tentang komparasi hukum bisnis jasa titip antara Indonesia dan Thailand. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini masih memiliki originalitas dan otentik. Adapun posisi penelitian ini dibandingkan publikasi sejenis yang pernah ada (*state of the art*) adalah tawaran kontribusi baru dengan membandingkan regulasi hukum bisnis jasa titip antara Indonesia dan Thailand, yang hingga kini belum banyak dibahas secara mendalam dalam literatur akademik. Sementara sebagian besar penelitian sebelumnya lebih fokus pada aspek ekonomi atau praktik bisnis jasa titip di masing-masing negara, kajian ini menyoroti kekosongan dalam pemahaman mengenai perbedaan regulasi, khususnya terkait perizinan, perlindungan konsumen, dan perpajakan yang memengaruhi pelaku usaha di kedua negara. Kehadiran penelitian ini penting untuk mengisi kekosongan tersebut, dengan memberikan analisis komparatif yang tidak hanya bermanfaat bagi pengambil kebijakan tetapi juga bagi pelaku usaha jasa titip lintas negara untuk memahami implikasi hukum dalam menjalankan bisnis mereka.

Artikel ini tergolong dalam penelitian hukum yuridis normatif dengan pendekatan kualitatif. Metodologi yang digunakan adalah analisis deskriptif. Sumber data primer meliputi regulasi yang berlaku, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) di Thailand, serta peraturan lainnya yang berkaitan dengan usaha jastip di kedua negara. Adapun sumber data sekunder diperoleh dari literatur tambahan, termasuk artikel jurnal, buku hukum, dan publikasi lain yang relevan dengan topik penelitian ini. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan analisis dokumen, kemudian dianalisis secara kualitatif. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi kesenjangan hukum dalam regulasi jastip, menginterpretasikan data, dan memberikan rekomendasi untuk memperbaiki kerangka regulasi di Indonesia dan Thailand.

Usaha Jasa Titip; Sejarah dan Urgensinya

Usaha Jasa Titip adalah salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang berkembang pesat dalam masyarakat modern. Fenomena ini telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari banyak orang, terutama di negara-negara dengan tingkat mobilitas yang tinggi dan kebutuhan barang-barang luar negeri yang khas. Meskipun sering kali dianggap sepele atau bahkan hanya sebagai kegiatan sampingan, Usaha Jasa Titip memiliki urgensi yang tidak bisa dipandang sebelah mata. Tidak hanya terkait dengan kepentingan bisnis, tetapi juga mencerminkan kecenderungan masyarakat dalam mencari cara-cara praktis untuk memenuhi

kebutuhan mereka dengan efisiensi waktu dan biaya (Jannah, 2021). Dalam artikel ini, kita akan membahas secara mendalam tentang Usaha Jasa Titip, mulai dari definisi etimologis dan terminologisnya, hingga sejarah dan urgensinya dalam berbagai aspek kehidupan.

Secara etimologi, istilah 'usaha' merujuk pada kegiatan atau tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, sementara 'jasa' berasal dari kata kerja 'menjasa' yang berarti memberikan atau menawarkan pelayanan. Adapun 'titip' dalam bahasa Indonesia, merujuk pada tindakan menitipkan sesuatu kepada orang lain untuk diserahkan kepada pihak yang dituju. Dengan demikian, Usaha Jasa Titip dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan pelayanan berupa titipan barang atau jasa yang diterima oleh seorang pihak dan diserahkan kepada pihak lain yang membutuhkan (Ramadhan et al., 2023). Secara sederhana, kegiatan ini berkaitan dengan mengirim atau membawa barang untuk orang lain dalam bentuk pelayanan, yang sering kali dilakukan oleh individu atau badan usaha kecil yang menawarkan keuntungan praktis bagi konsumen.

Secara terminologis, Usaha Jasa Titip merujuk pada kegiatan atau usaha yang melibatkan peran perantara dalam proses pengiriman barang atau jasa. Dalam konteks ini, seseorang yang menjalankan usaha jasa titip berfungsi sebagai agen yang menyampaikan atau mengantarkan barang titipan kepada penerima yang dituju. Kegiatan ini biasanya dilakukan oleh orang yang memiliki akses atau berada di lokasi yang lebih mudah diakses oleh konsumen, seperti agen perjalanan, pedagang, atau bahkan individu yang melakukan perjalanan (Fahlevi, 2022). Usaha ini sangat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan barang-barang tertentu yang sulit dijangkau oleh konsumen di tempat asal mereka.

Pada banyak negara, termasuk di Asia, Eropa, dan Afrika, konsep Usaha Jasa Titip memiliki berbagai istilah yang menggambarkan kegiatan serupa, meskipun dengan nuansa budaya dan operasional yang berbeda. Khusus negara-negara Asia, seperti di Jepang dan Korea Selatan, istilah '*daigou*' sering digunakan untuk menggambarkan praktek membeli barang di luar negeri untuk dijual kepada konsumen domestik (Casson & S. Lee, 2024). Bila melihat negara Eropa, lebih sering dijumpai sistem '*personal shopper*' yang menawarkan jasa titip barang dari luar negeri, sementara di Afrika, konsep serupa dikenal dengan istilah '*parcel service*' dimana berfokus pada pengiriman barang dari luar negeri kepada keluarga atau teman yang tinggal di daerah terpencil (Brashear et al., 2009). Meskipun istilahnya berbeda, konsep dasar dari Usaha Jasa Titip tetap sama, yaitu sebagai perantara yang mempermudah akses barang atau layanan bagi konsumen di tempat asal mereka.

Sejarah Usaha Jasa Titip dapat ditelusuri kembali ke zaman perdagangan tradisional, di mana sistem barter dan jual beli antar wilayah mengharuskan adanya perantara untuk menghubungkan pasar-pasar yang terpisah. Pada masa itu, pedagang sering kali mengandalkan orang lain untuk membawa barang dagangan mereka ke pasar yang lebih luas. Dalam perkembangan selanjutnya, dengan munculnya sistem pengiriman barang dan jasa melalui sistem logistik, Usaha Jasa Titip berkembang menjadi bentuk yang lebih terstruktur dan modern. Seiring berjalannya waktu, usaha ini tidak hanya terbatas pada pengiriman barang antar wilayah, tetapi juga mencakup pengiriman barang dari luar negeri yang tidak tersedia di pasar lokal.

Pada awal abad ke-20, dengan semakin berkembangnya jaringan transportasi dan komunikasi, Usaha Jasa Titip semakin meluas. Pada berbagai negara, terutama yang memiliki akses terbatas terhadap barang-barang impor, jasa titip menjadi alternatif yang penting untuk memperoleh barang-barang yang tidak tersedia di pasar lokal (Kahn, 2021). Sebagai contoh, di Indonesia pada era 1980-an dan 1990-an, banyak orang yang melakukan perjalanan ke luar negeri untuk membeli barang-barang elektronik atau produk konsumsi lainnya yang sulit ditemukan di dalam negeri. Aktivitas ini seringkali dilakukan dengan menggunakan jasa perantara yang menawarkan jasa titip barang bagi mereka yang tidak memiliki akses langsung ke luar negeri.

Pada konteks modern, dengan semakin berkembangnya teknologi informasi dan transportasi, Usaha Jasa Titip berkembang lebih pesat. Munculnya *e-commerce* dan platform daring yang menyediakan layanan jasa titip barang telah mengubah cara orang bertransaksi. Kini, masyarakat tidak hanya mengandalkan jasa titip untuk memperoleh barang-barang luar negeri, tetapi juga untuk membeli barang-barang dari daerah lain dalam negeri yang sulit dijangkau. Aktivitas ini semakin diminati karena efisiensi dan kemudahan yang ditawarkan, baik dari segi waktu, biaya, dan aksesibilitas (Nurseha et al., 2024). Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga turut mempengaruhi perkembangan Usaha Jasa Titip. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak platform daring yang memperkenalkan konsep '*dropshipping*' atau penjualan barang tanpa harus menyimpan stok barang terlebih dahulu, yang serupa dengan sistem jasa titip. Pelaku usaha jasa titip juga semakin memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan layanan mereka, dengan membangun jaringan pelanggan yang lebih luas dan menawarkan berbagai pilihan barang yang dapat dititipkan.

Urgensi dari Usaha Jasa Titip ini sangat besar, terutama dalam konteks globalisasi dan peningkatan mobilitas manusia. Dengan semakin banyaknya individu yang melakukan perjalanan antar negara, kebutuhan untuk memperoleh barang yang tidak tersedia di pasar lokal atau di negara asal semakin meningkat. Usaha Jasa Titip bukan hanya menawarkan kemudahan bagi konsumen, tetapi juga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka. Terlebih lagi, bagi banyak negara dengan peraturan yang ketat terhadap impor barang, jasa titip sering kali menjadi saluran alternatif yang lebih fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pasar (Kedah, 2023). Tidak hanya itu, Usaha Jasa Titip juga berkontribusi dalam menciptakan koneksi antar budaya dan pasar internasional. Melalui jasa titip, individu dapat mengakses barang-barang yang mencerminkan budaya dan tren dari negara lain, yang pada gilirannya memperkaya pilihan konsumen di negara asal. Hal ini turut menggerakkan perekonomian lokal dengan menciptakan peluang kerja bagi banyak orang yang terlibat dalam jaringan distribusi barang.

Perkembangan Jasa Titip di Indonesia

Akibat pesatnya perkembangan ekonomi digital dan globalisasi, berbagai jenis layanan dan usaha baru bermunculan di Indonesia, salah satunya adalah jasa titip. Jasa titip, yang menawarkan kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang-barang yang sulit dijangkau atau tidak tersedia di pasar lokal, semakin

banyak diminati (Anwar et al., 2022). Layanan ini bukan hanya praktis, tetapi juga menciptakan peluang bagi banyak individu untuk mengembangkan usaha mereka. Perkembangan jasa titip di Indonesia tidak dapat dipisahkan dari fenomena sosial, ekonomi, dan teknologi yang terjadi, yang mempermudah akses barang dari luar negeri dan daerah lain yang sulit diakses. Permasalahan regulasi pemungutan pajak yang dipaparkan dalam penelitian terkini memiliki relevansi signifikan dengan diskursus regulasi bisnis jasa titip di Indonesia dan Thailand. Minimnya regulasi yang jelas serta lemahnya penegakan hukum di Indonesia telah menciptakan peluang luas bagi praktik penghindaran dan penggelapan pajak (Wala & Rasji, 2023). Kondisi ini memiliki paralelisme dengan kelemahan regulasi jasa titip, di mana Indonesia masih menunjukkan defisit pengawasan komprehensif bila dibandingkan dengan Thailand yang telah mengadopsi pendekatan lebih terstruktur dalam mengatur ritel lintas batas dan perlindungan konsumen (Oliveira & Probowulan, 2023). Secara substansial, urgensi reformulasi kerangka regulasi dan penguatan mekanisme penegakan hukum menjadi keniscayaan dalam kedua konteks tersebut.

Jasa titip pertama kali muncul di Indonesia pada awal dekade 2000-an, seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat Indonesia ke luar negeri, terutama untuk tujuan wisata dan bisnis. Pada waktu itu, banyak warga Indonesia yang bepergian ke negara-negara seperti Singapura, Malaysia, Jepang, dan Korea Selatan, dan mereka membawa barang-barang yang tidak tersedia di Indonesia. Kemudian, orang-orang mulai menawarkan layanan untuk membawa barang tersebut bagi keluarga, teman, atau orang lain yang membutuhkan (Fitrianatsany, 2022). Jasa titip ini pada awalnya lebih bersifat informal, dilakukan oleh individu yang memiliki akses langsung ke luar negeri. Namun, seiring berjalannya waktu, sistem ini semakin terorganisir dan berkembang menjadi usaha yang lebih profesional dan dapat diandalkan.

Pada periode 2000-an, fenomena jasa titip mulai berkembang pesat, terutama dengan munculnya banyak agen perjalanan yang menawarkan layanan titipan barang. Mereka yang bepergian ke luar negeri kemudian mendapatkan uang atau komisi dari orang yang memesan barang yang sulit ditemukan di pasar lokal. Jasa titip ini pada waktu itu lebih terbatas pada barang-barang elektronik, pakaian, dan kosmetik yang terkenal dari negara-negara tertentu. Pada tahun 2010-an, dengan semakin berkembangnya akses informasi melalui internet, muncul berbagai platform online yang menawarkan jasa titip barang dari luar negeri. Pada saat itu, kemudahan bertransaksi melalui media sosial dan aplikasi daring membawa perkembangan yang lebih pesat bagi usaha ini, terutama dengan meningkatnya pengguna media sosial di Indonesia.

Rentetan perkembangan jasa titip di Indonesia semakin signifikan setelah munculnya *e-commerce* dan aplikasi belanja online yang mulai memperkenalkan sistem pembelian barang dari luar negeri dengan menggunakan jasa titip. Jasa titip yang dulunya lebih sederhana, seperti membawa barang untuk teman atau keluarga, kini berkembang menjadi layanan formal yang lebih terstruktur. Pengusaha jasa titip kini mulai memperkenalkan website atau platform daring yang menyediakan sistem pemesanan dan pembayaran yang lebih mudah, lengkap dengan jaminan keamanan transaksi (Gadjong, 2022). Selain itu, kemunculan platform seperti Instagram, Facebook, dan Tokopedia juga memberikan ruang bagi

para pengusaha jasa titip untuk menawarkan layanan mereka dengan lebih luas kepada konsumen di seluruh Indonesia.

Ada beberapa alasan utama yang menyebabkan maraknya jasa titip di Indonesia. *Pertama*, salah satu faktor terbesar adalah adanya kebutuhan konsumen yang tinggi terhadap barang-barang yang sulit didapat di pasar lokal. Banyak produk luar negeri yang memiliki reputasi dan kualitas yang lebih baik, serta merek-merek tertentu yang tidak dijual di Indonesia. Misalnya, barang-barang kosmetik, pakaian, atau elektronik dari negara-negara tertentu yang tidak hanya dianggap lebih berkualitas, tetapi juga menjadi simbol status di kalangan masyarakat (Ramadhan et al., 2023). Kebutuhan ini menciptakan peluang bagi jasa titip untuk mengisi celah pasar tersebut, dengan menawarkan akses yang lebih mudah untuk memperoleh barang-barang tersebut tanpa harus pergi ke luar negeri.

Kedua, maraknya jasa titip di Indonesia juga dipengaruhi oleh faktor gaya hidup masyarakat yang semakin konsumtif dan terbuka terhadap tren global. Dengan semakin banyaknya akses informasi melalui internet dan media sosial, masyarakat Indonesia semakin terpapar dengan produk-produk luar negeri yang dianggap lebih eksklusif atau trendi. Hal ini memicu keinginan untuk memiliki barang-barang tersebut meskipun tidak tersedia di pasar lokal (Daulay & Handayani, 2021). Jasa titip kemudian menjadi solusi praktis untuk memperoleh barang-barang tersebut tanpa harus menunggu lama atau mengeluarkan biaya yang tinggi untuk bepergian ke luar negeri.

Ketiga, alasan maraknya jasa titip di Indonesia juga dipengaruhi oleh semakin tingginya tingkat mobilitas masyarakat, baik untuk keperluan pekerjaan, studi, atau rekreasi. Semakin banyak orang Indonesia yang bepergian ke luar negeri, baik itu untuk liburan atau bekerja, sehingga menciptakan peluang besar bagi jasa titip untuk berkembang (Purwati et al., 2023). Orang-orang yang bepergian sering kali membawa barang-barang yang diminta oleh keluarga atau teman mereka, dan semakin banyaknya jasa titip yang berkembang di platform online memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mengakses layanan ini tanpa harus memiliki kenalan yang bepergian ke luar negeri.

Dampak positif dari maraknya jasa titip di Indonesia cukup signifikan. Salah satunya adalah menciptakan peluang usaha baru, terutama bagi mereka yang memiliki kemampuan untuk menjual layanan jasa titip. Pengusaha jasa titip dapat memperoleh keuntungan dari komisi atau biaya layanan yang dikenakan kepada konsumen, sehingga membuka lapangan pekerjaan baru. Selain itu, jasa titip juga memberikan keuntungan bagi konsumen yang bisa memperoleh barang-barang yang tidak tersedia di pasar lokal dengan harga yang lebih terjangkau. Hal ini juga membantu memperkenalkan produk-produk luar negeri ke pasar Indonesia, yang pada gilirannya meningkatkan keragaman barang dan pilihan konsumen.

Namun, maraknya jasa titip juga membawa dampak negatif, terutama terkait dengan potensi penyalahgunaan layanan. Salah satu isu yang muncul adalah kurangnya regulasi yang mengatur bisnis jasa titip, yang dapat menyebabkan terjadinya penipuan atau ketidakjelasan dalam transaksi. Beberapa konsumen yang menggunakan jasa titip kadang-kadang merasa dirugikan jika barang yang mereka terima tidak sesuai dengan pesanan atau tidak sampai pada waktu yang dijanjikan (Sadila & Sundari, 2024). Selain itu, ada juga kekhawatiran

tentang dampak lingkungan dari meningkatnya pengiriman barang dari luar negeri, yang dapat meningkatkan jejak karbon akibat transportasi internasional.

Tantangan utama dalam perkembangan jasa titip di Indonesia adalah perlunya regulasi yang lebih jelas dan sistem yang lebih terstruktur. Meskipun jasa titip sudah berkembang pesat, namun masih banyak pelaku usaha yang menjalankan bisnis ini secara informal tanpa izin resmi atau peraturan yang jelas. Hal ini membuat para konsumen berisiko mengalami masalah dengan transaksi mereka. Selain itu, para pelaku jasa titip juga harus menghadapi tantangan terkait dengan masalah logistik dan pengiriman barang yang bisa mempengaruhi kualitas layanan yang diberikan. Tantangan lain adalah persaingan yang semakin ketat di antara penyedia jasa titip (Anwar et al., 2022). Dengan banyaknya pemain baru yang menawarkan layanan serupa, konsumen sering kali bingung untuk memilih jasa titip yang paling terpercaya. Oleh karena itu, para pelaku usaha jasa titip harus memiliki sistem yang baik dalam hal manajemen pelanggan, pengelolaan barang, dan komunikasi dengan konsumen agar dapat tetap bersaing di pasar yang semakin kompetitif ini.

Perkembangan Jasa Titip di Thailand

Thailand, yang dikenal dengan julukan '*Negeri Seribu Pagoda*', merupakan salah satu negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara. Negara ini memiliki budaya yang kaya, serta menjadi salah satu tujuan wisata paling populer di dunia. Keberagaman budaya, pemandangan alam yang memukau, serta kemajuan sektor ekonomi dan teknologi membuat Thailand menjadi tempat yang menarik bagi wisatawan dan juga para pebisnis (ITS, 2016). Dengan masyarakat yang dinamis dan terbuka terhadap tren global, Thailand menjadi pusat pertukaran budaya dan ekonomi, yang juga tercermin dalam berbagai fenomena sosial, salah satunya adalah berkembangnya industri jasa titip. Layanan ini tidak hanya memudahkan masyarakat dalam memperoleh barang-barang internasional, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru yang seiring waktu semakin berkembang pesat.

Perkembangan jasa titip di Thailand telah mengalami perjalanan panjang yang menarik, mencerminkan tren sosial dan ekonomi yang ada di negara ini. Jasa titip di Thailand telah berkembang seiring dengan meningkatnya mobilitas masyarakat, globalisasi, dan adopsi teknologi digital yang memudahkan masyarakat untuk mengakses barang-barang dari luar negeri atau daerah lain. Layanan ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan produk-produk yang sulit ditemukan di pasar lokal tanpa harus pergi langsung ke luar negeri atau tempat yang jauh. Perkembangan ini bukan hanya memberikan peluang ekonomi bagi individu dan pelaku usaha, tetapi juga menciptakan dampak signifikan dalam aspek sosial dan budaya.

Jasa titip pertama kali hadir di Thailand pada akhir dekade 1990-an, seiring dengan perkembangan ekonomi yang pesat di negara ini dan meningkatnya interaksi dengan negara-negara asing. Ketika Thailand membuka diri terhadap perdagangan internasional dan lebih banyak warga Thailand yang bepergian ke luar negeri, terutama ke negara-negara seperti Jepang, Korea, dan Eropa, permintaan akan barang-barang luar negeri yang tidak tersedia di pasar domestik

pun meningkat. Pada masa ini, banyak warga Thailand yang membawa barang-barang seperti kosmetik, pakaian, elektronik, dan barang-barang lain yang eksklusif, yang kemudian ditawarkan kepada keluarga atau teman dengan imbalan tertentu (Driediger & Bhatiasevi, 2019). Layanan ini dimulai secara informal dan terbatas hanya pada kalangan tertentu yang memiliki akses untuk bepergian ke luar negeri. Namun, seiring dengan perkembangan ekonomi dan aksesibilitas teknologi, jasa titip mulai berkembang menjadi sektor usaha yang lebih terorganisir.

Memasuki awal abad ke-21, perkembangan teknologi digital mulai merubah cara orang Thailand berinteraksi dengan barang-barang luar negeri. Situs web dan aplikasi online mulai bermunculan, memungkinkan individu dan perusahaan untuk menawarkan layanan jasa titip barang secara lebih luas. Platform online ini memberikan kenyamanan bagi konsumen yang ingin membeli barang-barang dari luar negeri tanpa harus mengeluarkan biaya untuk perjalanan internasional. Hal ini semakin mempermudah para pelaku usaha jasa titip untuk menjangkau pasar yang lebih luas di seluruh Thailand, terutama dengan penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter yang memungkinkan pengusaha untuk memasarkan layanan mereka dengan lebih efisien.

Rentetan perkembangan jasa titip di Thailand terus menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama setelah munculnya e-commerce besar yang mulai memanfaatkan model bisnis ini. Layanan jasa titip kini bukan hanya untuk barang-barang yang dibawa oleh individu yang bepergian, tetapi juga berkembang menjadi sistem pemesanan online yang memungkinkan konsumen untuk memilih barang dari luar negeri, yang kemudian akan dibeli dan dikirim oleh penyedia jasa titip. Popularitas barang-barang dari luar negeri yang menjadi simbol status sosial di Thailand, terutama produk-produk dari Jepang, Korea, dan Eropa, turut mendorong meningkatnya permintaan terhadap jasa titip ini (Oliveira & Probowulan, 2023). Selain itu, dengan semakin berkembangnya ekonomi Thailand dan meningkatnya jumlah wisatawan asing, jasa titip semakin diminati oleh konsumen lokal yang mencari barang-barang dengan kualitas premium yang tidak tersedia di pasar domestik.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan maraknya jasa titip di Thailand. *Pertama*, Thailand memiliki pasar yang sangat terbuka terhadap produk-produk global. Dengan berkembangnya gaya hidup konsumtif, masyarakat Thailand semakin terpapar dengan tren global, baik melalui media sosial maupun internet. Produk-produk asing yang dianggap berkualitas lebih tinggi atau lebih unik dibandingkan produk lokal sering kali menjadi pilihan utama. Misalnya, kosmetik Korea, barang elektronik dari Jepang, serta fashion dari Eropa dan Amerika, menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Thailand (Changchit et al., 2019). Jasa titip, yang memungkinkan mereka mendapatkan produk-produk ini dengan mudah, menjadi solusi bagi konsumen yang ingin memperoleh barang-barang tersebut tanpa harus pergi jauh.

Kedua, alasan maraknya jasa titip di Thailand juga berkaitan dengan perkembangan pariwisata. Thailand adalah salah satu destinasi wisata terpopuler di dunia, dan banyak wisatawan asing yang datang ke negara ini. Banyak dari wisatawan ini membawa barang-barang dari negara asal mereka yang tidak tersedia di Thailand, yang kemudian menjadi peluang untuk para pelaku usaha

jasa titip. Pada sisi lain, warga Thailand yang bepergian ke luar negeri juga membawa barang-barang untuk dijual kepada teman, keluarga, atau pelanggan mereka di dalam negeri (Dharawanij et al., 2024). Peningkatan jumlah wisatawan dan perjalanan internasional juga turut meningkatkan permintaan terhadap barang-barang asing, yang membuka peluang bagi perkembangan lebih lanjut dari jasa titip.

Ketiga, perkembangan teknologi dan media sosial juga berperan besar dalam maraknya jasa titip di Thailand. Platform media sosial seperti Instagram dan Facebook menjadi saluran utama untuk memasarkan jasa titip barang, memungkinkan pengusaha jasa titip untuk mengiklankan layanan mereka dengan cepat dan efisien. Keberadaan berbagai aplikasi belanja online seperti Shopee, Lazada, dan Tokopedia yang memudahkan transaksi barang antar negara turut mempercepat perkembangan jasa titip (Daulay & Handayani, 2021). Konsumen dapat dengan mudah memesan barang dan membayar secara online, sementara pengusaha jasa titip bertanggung jawab untuk membeli dan mengirimkan barang yang diminta.

Dampak positif dari maraknya jasa titip di Thailand sangat besar, baik untuk perekonomian negara maupun masyarakat secara umum. Jasa titip membuka peluang usaha baru, menciptakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang memiliki kemampuan berbisnis. Usaha ini memberikan kesempatan bagi banyak orang untuk menghasilkan uang dengan memanfaatkan peluang yang ada di pasar global. Selain itu, jasa titip juga memberi kemudahan bagi konsumen untuk memperoleh barang-barang dari luar negeri yang tidak tersedia di Thailand dengan harga yang lebih terjangkau. Dalam beberapa kasus, jasa titip bahkan memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk-produk yang sangat eksklusif, yang sulit ditemukan di pasar lokal, sehingga meningkatkan kualitas hidup dan kepuasan konsumen.

Namun, perkembangan jasa titip di Thailand juga membawa dampak negatif. Salah satunya adalah potensi penipuan atau ketidakjelasan dalam transaksi, terutama jika penyedia jasa titip tidak memiliki sistem yang transparan dan terorganisir. Beberapa konsumen mungkin merasa dirugikan jika barang yang mereka pesan tidak sesuai dengan harapan atau bahkan tidak sampai ke tangan mereka sama sekali (Cai & Shannon, 2012). Selain itu, maraknya pengiriman barang internasional juga membawa dampak terhadap lingkungan, terutama terkait dengan jejak karbon yang ditinggalkan oleh pengiriman barang dari luar negeri. Hal ini menjadi perhatian besar mengingat Thailand sedang berupaya mengurangi dampak perubahan iklim.

Tantangan utama dalam perkembangan jasa titip di Thailand adalah pengaturan regulasi yang kurang jelas. Meskipun jasa titip telah berkembang pesat, sebagian besar penyedia jasa titip masih menjalankan bisnis mereka secara informal, tanpa adanya lisensi atau regulasi yang mengatur kegiatan tersebut. Hal ini dapat menyebabkan kerugian bagi konsumen dan menciptakan ketidakpastian dalam hal kualitas dan keamanan barang. Oleh karena itu, diperlukan adanya regulasi yang lebih jelas untuk melindungi konsumen dan memastikan bahwa jasa titip berjalan dengan cara yang lebih profesional dan terstruktur (Driediger & Bhatiasavi, 2019). Tantangan lainnya adalah masalah persaingan yang semakin ketat di pasar jasa titip. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha yang

menawarkan layanan serupa, konsumen sering kali merasa bingung memilih jasa titip yang terpercaya. Oleh karena itu, penyedia jasa titip harus memperhatikan kualitas layanan, sistem transaksi yang aman, dan kemampuan untuk memenuhi permintaan konsumen dengan baik agar tetap dapat bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif ini.

Perbandingan Pengaturan Usaha Jasa Titip di Indonesia dan Thailand

Regulasi usaha jasa titip, yang berkembang seiring dengan pesatnya transaksi daring dan *e-commerce*, menjadi semakin penting untuk memastikan keberlangsungan pasar yang adil, transparan, dan aman bagi semua pihak yang terlibat. Jasa titip (*jastip*), yang berfungsi sebagai perantara dalam pengiriman barang dari luar negeri, kini menjadi bagian integral dari aktivitas belanja online. Dalam konteks ini, regulasi yang jelas dan komprehensif sangat diperlukan untuk melindungi konsumen, pelaku usaha, serta negara. Tanpa adanya regulasi yang tepat, berbagai masalah seperti penipuan, perdagangan barang palsu, dan kerugian pajak dapat terjadi, yang dapat merugikan semua pihak. Oleh karena itu, negara harus menyusun peraturan yang tidak hanya mengatur perdagangan, tetapi juga memberikan perlindungan yang efektif bagi konsumen dan menjaga integritas pasar.

Pentingnya regulasi usaha jasa titip tidak hanya dilihat dari perspektif negara, tetapi juga dari konsumen dan pelaku usaha. Negara membutuhkan regulasi untuk memastikan kegiatan ekonomi berjalan sesuai dengan aturan, menghindari perdagangan ilegal, dan memungut pajak yang adil. Bagi konsumen, regulasi memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi dan mendapatkan produk yang sesuai dengan deskripsi (Fahlevi, 2022). Pada sisi lain, pelaku usaha membutuhkan aturan yang jelas untuk memastikan bisnis mereka berjalan dengan lancar, tanpa hambatan hukum yang ambigu. Dengan adanya regulasi yang tepat, semua pihak dapat beroperasi dengan lebih aman, terjamin, dan terlindungi dari potensi kerugian.

Perbandingan antara Indonesia dan Thailand dalam regulasi usaha jasa titip menunjukkan perbedaan yang signifikan, terutama dalam hal pengaturan spesifik terhadap jasa titip itu sendiri. Usaha jasa titip di Indonesia tidak diatur secara spesifik, meskipun beberapa regulasi seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU No. 8/1999) dapat diterapkan pada transaksi jasa titip. UU tersebut melindungi hak konsumen terhadap produk yang tidak sesuai dengan deskripsi dan potensi penipuan dalam transaksi (Siregar, 2024). Namun, regulasi di Indonesia lebih menekankan pada aspek perpajakan dan izin usaha, tanpa mengatur secara rinci mengenai pengawasan terhadap produk, terutama barang bermerek atau barang palsu yang dibawa oleh jasa titip. Sementara itu, Thailand memiliki regulasi yang lebih terperinci mengenai usaha jasa titip. Misalnya, Thailand telah menerapkan Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979) yang secara spesifik melindungi konsumen dari praktik dagang yang tidak adil dan produk yang tidak sesuai dalam transaksi daring, termasuk *jastip* (Putri, 2024). Ini menunjukkan bahwa Thailand lebih fokus pada perlindungan konsumen dan pengawasan transaksi yang melibatkan platform digital.

Dalam hal regulasi platform digital, Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Peraturan ini mewajibkan pelaku usaha jasa titip daring untuk memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan mengikuti aturan perdagangan elektronik, meskipun tidak mengatur secara khusus mengenai jasa titip. Sementara itu, Thailand memiliki Digital Platform Services Law (2023), yang mewajibkan platform digital dengan pendapatan tertentu untuk mematuhi aturan perlindungan pengguna dan memberikan informasi produk yang akurat. Regulasi ini diterapkan khusus untuk platform yang menyediakan jasa titip, yang lebih spesifik daripada peraturan di Indonesia.

Kepatuhan pajak dan bea masuk juga menjadi aspek yang diatur berbeda di kedua negara. Regulasi di Indonesia, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 menurunkan batas bebas bea masuk barang kiriman dari luar negeri menjadi USD 3. Hal ini membuat pelaku usaha jasa titip wajib membayar bea masuk untuk barang yang melebihi batas tersebut. Regulasi ini lebih menekankan pada aspek perpajakan dan pengawasan barang impor (Ramadhan et al., 2023). Pada sisi lain, Thailand memiliki sistem yang lebih stabil terkait pajak dan bea masuk, dengan ketentuan yang lebih ketat, terutama pada barang bermerek, untuk menghindari pemalsuan dan melindungi pasar domestik. Pemerintah Thailand menekankan pengawasan terhadap barang impor yang dibawa melalui jasa titip untuk memastikan bahwa produk yang beredar tidak merugikan pasar lokal.

Keamanan transaksi daring juga menjadi perhatian penting di Indonesia, meskipun ada beberapa aturan umum mengenai sistem elektronik dan perlindungan data pribadi, belum ada undang-undang yang secara khusus mengatur tentang keamanan transaksi jasa titip. Perlindungan keamanan data dan transaksi lebih banyak diatur melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Sebaliknya, Thailand lebih maju dalam hal ini dengan mengadopsi Cybersecurity Act B.E. 2562 (2019). Regulasi ini mengatur tentang keamanan siber dan mencegah ancaman dalam transaksi daring, termasuk transaksi yang melibatkan jasa titip (Limsuwan, 2024). Dengan undang-undang ini, Thailand memberikan perlindungan yang lebih jelas terhadap transaksi daring, memastikan bahwa platform digital yang digunakan oleh pelaku jasa titip memiliki sistem keamanan yang memadai untuk melindungi data konsumen dan mencegah penipuan.

Mengenai kejahatan dunia maya, Indonesia mengatur hal ini melalui Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), yang mengatur transaksi elektronik dan perlindungan data. Namun, pengawasan terhadap aktivitas jasa titip daring di Indonesia masih terbatas, dan penegakan hukum terhadap pelanggaran yang terjadi di dunia maya belum optimal. Adapun di Thailand, perlindungan terhadap kejahatan dunia maya lebih ketat dengan adanya Computer Crime Act B.E. 2550 (2007), yang mengatur kejahatan siber termasuk akses ilegal dan pelanggaran data (Chairil et al., 2022). Regulasi ini digunakan untuk melindungi konsumen dalam transaksi daring dan memastikan bahwa platform digital yang menyediakan jasa titip mematuhi ketentuan yang berlaku.

Secara keseluruhan, meskipun Indonesia memiliki beberapa regulasi yang relevan terkait usaha jasa titip, seperti perlindungan konsumen dan pajak, regulasi

di Thailand lebih spesifik dan terperinci. Thailand memberikan perhatian yang lebih besar terhadap perlindungan konsumen, pengawasan terhadap platform digital, serta keamanan transaksi dan data, yang memberikan perlindungan lebih baik bagi konsumen dan memastikan produk yang dijual melalui jasa titip memenuhi standar yang sah. Indonesia, di sisi lain, masih perlu memperkuat regulasi terkait dengan usaha jasa titip, terutama dalam hal pengawasan terhadap barang bermerek dan barang palsu, serta memperbaiki pengawasan terhadap transaksi daring untuk mencegah potensi penipuan.

No	Aspek	Indonesia	Thailand
1	Perlindungan Konsumen	Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Mengatur hak-hak konsumen dalam transaksi umum.	Consumer Protection Act B.E. 2522 (1979). Melindungi konsumen dalam transaksi daring, termasuk jasa titip.
2	Regulasi Platform Digital	Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Mewajibkan Nomor Induk Berusaha (NIB).	Digital Platform Services Law (2023). Mewajibkan platform digital dengan pendapatan tertentu untuk melindungi konsumen dan produk.
3	Kebutuhan Pajak & Bea Masuk	Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019. Menurunkan batas bebas bea masuk barang kiriman menjadi USD 3.	Peraturan Bea Cukai Thailand. Mengawasi barang impor dengan ketentuan ketat, terutama produk bermerek.
4	Keamanan Transaksi Daring	Tidak ada undang-undang khusus yang mengatur keamanan transaksi jasa titip. Perlindungan melalui aturan umum sistem elektronik.	Cybersecurity Act B.E. 2562 (2019). Mengatur keamanan siber, termasuk transaksi daring, untuk mencegah penipuan.
5	Kejahatan Dunia Maya	Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE). Mengatur transaksi elektronik dan data pribadi.	Computer Crime Act B.E. 2550 (2007). Mengatur kejahatan siber, akses ilegal, dan pelanggaran data dalam transaksi daring.

Tabel 01, Perbandingan Regulasi Jasa Titip Indonesia & Thailand

Regulasi usaha jasa titip di Indonesia dan Thailand menunjukkan keunggulan yang berbeda sesuai dengan prioritas kebijakan masing-masing. Regulasi Indonesia, berfokus pada aspek perpajakan dan formalitas usaha, seperti kewajiban memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan penurunan batas bebas bea masuk menjadi USD 3. Pendekatan ini mendukung pendapatan negara dan persaingan ekonomi yang sehat. Namun, regulasi Indonesia masih bersifat umum

tanpa pengawasan spesifik terhadap barang bermerek dan produk palsu, yang dapat mengurangi perlindungan konsumen secara mendalam.

Sebaliknya, Thailand memiliki regulasi yang lebih spesifik dalam melindungi konsumen dan mengawasi platform digital melalui Digital Platform Services Law (2023) dan Cybersecurity Act B.E. 2562 (2019). Aturan ini mencakup keamanan transaksi daring, pengawasan barang impor, serta pencegahan produk palsu, menciptakan ekosistem digital yang aman dan terpercaya. Thailand juga menonjol dalam penanganan kejahatan dunia maya melalui Computer Crime Act B.E. 2550 (2007), yang memastikan perlindungan konsumen secara menyeluruh. Dengan pendekatan ini, Thailand memberikan keamanan yang lebih kuat dalam transaksi jasa titip daring dibandingkan Indonesia, meskipun keduanya tetap memiliki keunggulan unik yang dapat saling melengkapi.

Dampak Regulasi Bagi Pelaku Usaha dan Warga di Indonesia

Regulasi yang mengatur kegiatan usaha jasa titip di Indonesia hingga kini masih berada dalam zona abu-abu, tanpa adanya aturan yang secara spesifik mengatur mekanisme dan ketentuan bisnis tersebut. Kondisi ini menciptakan tantangan besar, baik bagi pelaku usaha yang terlibat langsung dalam kegiatan ini maupun masyarakat yang menggunakan layanan jasa titip. Bagi pelaku usaha, regulasi yang belum ketat memberikan dampak yang kompleks. Pada satu sisi, mereka memiliki ruang fleksibilitas untuk menjalankan usaha tanpa banyak pembatasan, tetapi di sisi lain, situasi ini memunculkan berbagai risiko yang dapat merugikan (Siregar, 2024). Ketidakpastian hukum dan pengawasan yang tidak merata menempatkan pelaku usaha dalam posisi yang rentan terhadap sanksi maupun kendala operasional.

Beban pajak dan bea masuk menjadi salah satu pertimbangan utama bagi pelaku usaha jasa titip. Dengan batas bebas bea masuk yang hanya USD 3 berdasarkan regulasi yang berlaku, pelaku usaha harus menghadapi tantangan dalam menyeimbangkan harga yang kompetitif dengan beban biaya tambahan tersebut. Kondisi ini memaksa mereka untuk menyusun strategi bisnis yang lebih matang, seperti memilih barang dengan nilai lebih rendah atau meningkatkan tarif jasa untuk mengimbangi biaya tersebut. Namun, upaya ini sering kali berujung pada peningkatan harga barang bagi konsumen, yang dapat mengurangi daya saing usaha jasa titip (Indriyanti, 2020).

Selain itu, sulitnya mendapatkan izin usaha resmi menjadi kendala signifikan. Banyak pelaku usaha jasa titip yang masih beroperasi di sektor informal, sehingga tidak terdaftar secara resmi di bawah otoritas yang berwenang. Ketidakadaan izin resmi ini tidak hanya menghambat akses mereka terhadap perlindungan hukum, tetapi juga menimbulkan risiko kehilangan barang apabila terjadi penyitaan oleh Bea Cukai. Tanpa landasan hukum yang jelas, pelaku usaha juga kesulitan menangani perselisihan dengan konsumen, seperti ketika barang yang dikirim tidak sesuai dengan pesanan atau mengalami kerusakan selama proses pengiriman. Risiko sanksi hukum menjadi ancaman lain yang harus dihadapi oleh pelaku usaha jasa titip (Sadila & Sundari, 2024). Meskipun pengawasan terhadap aktivitas ini belum sepenuhnya merata, pelaku usaha tetap berpotensi menghadapi denda atau penyitaan barang apabila ditemukan

pelanggaran terhadap ketentuan perpajakan atau bea masuk. Namun, karena pengawasan yang tidak konsisten, banyak pelaku usaha yang masih beroperasi tanpa mematuhi aturan, sehingga menciptakan lingkungan bisnis yang tidak teratur dan penuh ketidakpastian.

Bagi masyarakat sebagai konsumen, situasi ini juga memberikan dampak yang tidak kalah signifikan. Kepastian hukum yang rendah membuat masyarakat sering kali tidak mendapatkan jaminan terhadap barang yang dibeli melalui jasa titip. Konsumen tidak memiliki perlindungan hukum yang memadai apabila barang yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, palsu, atau bahkan tidak sampai ke tangan mereka. Masalah ini diperburuk oleh banyaknya pelaku usaha jasa titip yang beroperasi tanpa izin resmi, sehingga sulit untuk menuntut pertanggungjawaban apabila terjadi sengketa. Selain itu, kebijakan mengenai pajak dan bea masuk turut mempengaruhi harga akhir barang yang dibeli melalui jasa titip (Azzahra & Purnawan, 2023). Dengan adanya beban pajak dan bea masuk, harga barang impor yang dijual melalui jasa titip cenderung lebih tinggi dibandingkan jika barang tersebut dibeli langsung di negara asal.

Kondisi ini tentu memberatkan masyarakat yang mengandalkan jasa titip untuk mendapatkan barang-barang tertentu yang sulit ditemukan di pasar lokal. Meskipun demikian, banyak konsumen yang tetap menggunakan jasa ini karena keterbatasan akses terhadap barang-barang impor di Indonesia. Ketidakpastian regulasi dan dampak yang ditimbulkannya menunjukkan perlunya kebijakan yang lebih komprehensif dan spesifik untuk mengatur usaha jasa titip di Indonesia. Regulasi yang jelas tidak hanya akan memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan dan adil bagi semua pihak yang terlibat.

Dampak Regulasi Bagi Pelaku Usaha dan Warga di Thailand

Regulasi yang diterapkan di Thailand terhadap kegiatan usaha jasa titip menunjukkan pendekatan yang tegas dan ketat, terutama dalam pengawasan barang dan perlindungan konsumen. Bagi pelaku usaha, pengawasan ketat terhadap barang menjadi tantangan utama yang memengaruhi strategi operasional mereka. Pemerintah Thailand memberlakukan pengawasan intensif terhadap produk-produk yang masuk, terutama untuk memastikan bahwa barang bermerek yang diimpor bebas dari unsur pemalsuan (Driediger & Bhatiasavi, 2019). Kebijakan ini memaksa pelaku usaha jasa titip untuk berhati-hati dalam memilih sumber barang mereka, memastikan bahwa barang yang dijual asli dan sesuai standar yang ditetapkan. Pelaku usaha yang tidak dapat mematuhi standar ini menghadapi risiko besar, termasuk penyitaan barang oleh otoritas bea cukai.

Selain itu, Thailand mengharuskan pelaku usaha jasa titip untuk mendaftarkan bisnis mereka secara resmi. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas di sektor usaha kecil dan menengah, termasuk jasa titip. Proses registrasi ini, meskipun memberikan perlindungan hukum bagi pelaku usaha yang terdaftar, juga menambah beban biaya dan waktu operasional. Pelaku usaha harus menyesuaikan diri dengan berbagai prosedur administrasi untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan. Dalam jangka panjang, kebijakan ini dapat membantu membangun kepercayaan di antara

konsumen, tetapi pada tahap awal implementasi, banyak pelaku usaha merasa terbebani oleh biaya tambahan yang ditimbulkan.

Risiko sanksi yang lebih tinggi juga menjadi faktor penting yang harus dihadapi oleh pelaku usaha jasa titip di Thailand. Pemerintah Thailand memberlakukan denda yang signifikan, penyitaan barang, hingga ancaman hukuman pidana bagi mereka yang melanggar undang-undang terkait kepabeanaan atau penggunaan produk palsu. Kebijakan ini memperlihatkan komitmen kuat Thailand dalam menjaga integritas pasar domestik dan mencegah masuknya barang-barang ilegal. Namun, di sisi lain, hal ini menciptakan tekanan besar bagi pelaku usaha jasa titip yang harus mengalokasikan sumber daya tambahan untuk memastikan kepatuhan terhadap peraturan.

Bagi masyarakat Thailand, regulasi ini membawa dampak positif dalam banyak hal, salah satunya adalah perlindungan terhadap produk palsu. Pengawasan ketat terhadap barang impor membuat konsumen merasa lebih aman ketika menggunakan jasa titip. Kepercayaan konsumen terhadap barang yang mereka beli meningkat karena adanya jaminan bahwa produk tersebut asli dan memenuhi standar kualitas. Regulasi ini menciptakan ekosistem perdagangan yang lebih sehat, di mana konsumen tidak perlu khawatir terhadap risiko pembelian barang palsu yang sering kali berkualitas rendah dan merugikan (Changchit et al., 2019).

Kepastian hukum yang lebih baik juga menjadi salah satu manfaat utama dari regulasi ini. Pemerintah Thailand memberikan perhatian serius pada penegakan hukum terkait barang impor dan merek dagang, sehingga konsumen merasa lebih dilindungi dalam transaksi mereka. Hal ini tidak hanya meningkatkan rasa percaya konsumen, tetapi juga mendorong pertumbuhan jasa titip resmi yang beroperasi sesuai dengan peraturan. Konsumen dapat melakukan transaksi dengan lebih tenang, karena ada jaminan bahwa hak-hak mereka akan dilindungi oleh hukum jika terjadi masalah dalam pembelian barang.

Harga barang yang lebih stabil menjadi keuntungan lain yang dirasakan oleh masyarakat. Dengan adanya aturan yang jelas dan ketat, pelaku usaha jasa titip dapat menetapkan harga yang lebih konsisten dan transparan. Meskipun pajak impor tetap menjadi bagian dari struktur biaya, masyarakat Thailand dapat memperkirakan harga barang dengan lebih pasti. Hal ini memberikan kejelasan dan keadilan dalam perdagangan, menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara pelaku usaha dan konsumen. Kebijakan ini mencerminkan upaya pemerintah Thailand untuk menciptakan pasar yang tertib dan terorganisasi dengan baik, yang pada akhirnya memberikan manfaat besar bagi seluruh lapisan masyarakat (Putri, 2024). Adapun perbandingan antara Indonesia dan Thailand, Lebih mudahnya dapat dilihat pada tabel berikut;

No	Aspek	Indonesia	Thailand
1	Beban Pajak dan Bea Masuk	Lebih tinggi dengan batas pajak USD 3	Stabil dan relatif lebih tegas dalam penerapan aturan pajak
2	Kepastian Hukum	Rendah, masih banyak pelaku usaha informal tanpa izin	Lebih tinggi, jasa titip didorong untuk mendaftar secara resmi

3	Resiko Produk Palsu	Masih tinggi, pengawasan barang bermerek kurang ketat	Lebih rendah, pengawasan ketat dilakukan pada barang bermerek dan palsu
4	Resiko Sanksi	Belum merata, pengawasan belum ketat di sektor informal	Sanksi ketat terutama untuk barang palsu dan pelanggaran merek

Tabel 02, Perbedaan Implementasi Jasa Titip Indonesia & Thailand

Kesimpulan

Berdasarkan analisis perbandingan hukum usaha jasa titip (jastip) antara Indonesia dan Thailand, terlihat adanya perbedaan signifikan dalam pendekatan regulasi kedua negara. Thailand memiliki kerangka hukum yang lebih maju dan spesifik, terutama dalam melindungi konsumen dan memastikan keamanan transaksi daring. Dengan keberadaan undang-undang seperti *Cybersecurity Act B.E. 2562* (2019) dan *Computer Crime Act B.E. 2550* (2007), Thailand memberikan jaminan yang lebih kuat dalam meminimalisasi potensi ancaman siber dan penipuan pada layanan jastip. Mekanisme pemantauan dan penegakan hukum yang ketat terhadap keamanan siber dan data pribadi semakin memperkuat posisi hukum di sektor ini, menciptakan ekosistem yang lebih aman bagi konsumen dan pelaku usaha.

Sebaliknya, di Indonesia, regulasi terkait jastip belum diatur secara khusus. Pengaturan hukum yang ada, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan beberapa peraturan kepabeanaan, hanya dapat diaplikasikan secara terbatas tanpa mencakup aspek keamanan siber atau kontrol perdagangan daring secara intensif. Kekurangan ini menciptakan ketidakpastian hukum dan meningkatkan risiko bagi pelaku usaha maupun konsumen. Dalam mengatasi hal ini, Indonesia perlu mengembangkan regulasi yang lebih terintegrasi dan komprehensif guna mendukung pertumbuhan e-commerce, memberikan perlindungan lebih baik bagi konsumen, dan menciptakan persaingan yang sehat dalam ekonomi digital. Hal ini diharapkan dapat memperkuat daya saing Indonesia di tingkat regional dan global.

Referensi

- Aminuddin, M. Z. (2016). Sertifikasi Produk Halal: Studi Perbandingan Indonesia dan Thailand. *Shahih: Journal of Islamicate Multidisciplinary*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.22515/shahih.v1i1.52>
- Andini, A., Watanata, G. R., Marcella, I., Zega, I. F., Tan, J. M., Cicilia, V., & Ginting, Y. P. (2024). Sistem Pembuktian terhadap Importir Jasa Titip yang Beroperasi Secara Ilegal. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(5), Article 5. <https://doi.org/10.61722/jmia.v1i5.2660>
- Anwar, M., Rialita, A. J., & Risdiansyah, R. (2022). Pengkajian Fiqih dan Perkembangan Pasar: Analisis Jasa Titip yang Populer di Kalangan Generasi

- Milenial. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(2), Article 2.
<https://doi.org/10.47902/jshi.v1i2.302>
- Azzahra, C. P., & Purnawan, A. (2023). Perlindungan Hukum terhadap Konsumen Pengguna Jasa Titip Barang Secara Online. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*, 2(1), Article 1. <https://jurnal.unissula.ac.id/index.php/JIMU/article/view/31362>
- Brashear, T. G., Kashyap, V., Musante, M. D., & Donthu, N. (2009). A Profile of the Internet Shopper: Evidence from Six Countries. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(3), 267–281. <https://www.jstor.org/stable/40470413>
- Cai, Y., & Shannon, R. (2012). Personal Values and Mall Shopping Behavior: The Mediating Role of Attitude and Intention among Chinese and Thai Consumers. *Australasian Marketing Journal*, 20(1), 37–47.
<https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2011.10.013>
- Casson, M., & S. Lee, J. (2024). *Living Across Connectivity: Intimacy, Entrepreneurship, and Activism of East Asian Migrants Online and Offline*. Anthem Press. <https://doi.org/10.2307/jj.15729467>
- Chairil, T., Putri, R. A. A. K., & Pertiwi, S. B. (2022). Road to ASEAN Political Security Community Vision 2025: Understanding Convergence and Divergence in ASEAN Voting Behaviors in the UNGA. *JAS; Journal of ASEAN Studies*, 10(2), Article 2. <https://doi.org/10.21512/jas.v10i2.8175>
- Changchit, C., Cutshall, R., Lonkani, R., Pholwan, K., & Pongwiritthon, R. (2019). Determinants of Online Shopping Influencing Thai Consumer's Buying Choices. *Journal of Internet Commerce*, 18(1).
<https://doi.org/10.1080/15332861.2018.1496391>
- Daulay, R., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Minat Belanja Online melalui Aplikasi Lazada. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi Sosial Dan Humaniora*, 1(1), Article 1.
<https://doi.org/10.53695/sintesa.v1i1.347>
- Dharawanij, N., Pattananupong, I., Pantaratorn, P., & Konwai, S. (2024). Factors Influencing Thai Tourists Satisfaction with SDG Adventure Destinations: Nakhon Nayok Province, Thailand. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 4(2), e01902–e01902. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v4.n02.pe01902>
- Driediger, F., & Bhatiasavi, V. (2019). Online Grocery Shopping in Thailand: Consumer Acceptance and Usage Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 48, 224–237.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.02.005>
- Fahlevi, M. R. (2022). Jasa Titip Online (Jual Beli dengan Pemberian Kuasa) dalam Perspektif Kepastian Hukum. *Badamai Law Journal*, 7(1), Article 1.
<https://doi.org/10.32801/damai.v7i1.14077>
- Fitrianatsany, F. (2022). The Phenomenon of Jastip (Personal Shopper Service) as a Form of Consumptive Culture in Society During the COVID-19 Pandemic. *Journal of Urban Sociology*, 5(1), Article 1.
<https://doi.org/10.30742/jus.v5i1.1971>
- Gadjong, A. A. (2022). The Agreement of Personal Shopping Service through E-Commerce Platforms: A Case Study of Consumer Protection. *SIGn Jurnal Hukum*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.37276/sjh.v4i2.230>

- Indriyanti, N. W. (2020). Pengaturan Pemungutan Pajak Penghasilan Bagi Kegiatan Jasa Titip Barang Impor. *Jurist-Diction*, 3(6), Article 6. <https://doi.org/10.20473/jd.v3i6.22973>
- ITS, D. (2016, June 29). Berkaca dari Negeri Seribu Pagoda. *ITS News*. <https://www.its.ac.id/news/2016/06/29/berkaca-dari-negeri-seribu-pagoda/>
- Jannah, M. T. (2021). Berbelanja Melalui Jasa Titip Perabot di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus @jastipbyarumi. *Emik*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.867>
- Kahn, B. E. (2021). *The Shopping Revolution, Updated and Expanded Edition: How Retailers Succeed in an Era of Endless Disruption Accelerated by COVID-19*. Wharton School Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2hdfcd>
- Kedah, Z. (2023). Use of E-Commerce in The World of Business. *Sabda Journal; Startupreneur Business Digital*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.33050/sabda.v2i1.273>
- Limsuwan, C. (2024). Legal Problems in Enforcing the Cybersecurity Act with the Protection of Rights and Freedoms According to the Constitution. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, 8(2), Article 2.
- Najati, F. A., & Mashdurohatun, A. (2024). The Comparative Analysis of Consumer Protection Regulations in E-Commerce Transactions in Indonesia, Singapore and Malaysia. *Law Development Journal*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.30659/ldj.6.2.200-213>
- Nurseha, M. I., Fanesha, S., Harahap, D. M., & Heikal, J. (2024). Analysis of the Intention to Buy Factor of the Grounded Theory of the Millennial & Z Generation in Jastip Trade. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5), Article 5. <https://doi.org/10.62281/v2i5.308>
- Oliveira, P., & Probowulan, D. (2023). Cross-Border E-Commerce Tax: Comparison of 5 ASEAN Countries. *International Social Sciences and Humanities*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.32528/issn.v2i3.328>
- Purwati, R., Pristiyono, P., & Halim, A. (2023). Analysis of Consumer Behavior Toward Online Shopping: Necessity or Lifestyle. *Jesya; Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1175>
- Putri, J. T. (2024). Advertising Regulations in Consumer Protection Law (Comparison of Consumer Protection Law in Indonesia and Thailand). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.58258/jisip.v8i1.6407>
- Ramadhan, K. G., Pinggala, W., & Padang, M. J. (2023). Perjanjian Jasa Titip dan Implikasinya Terhadap Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Hukum Dagang Internasional. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(2), Article 2.
- Sadila, S., & Sundari, S. (2024). Analisis Risiko dan Peluang Bisnis Praktik Jasa Titip Online di Media Sosial (Instagram) dalam Perspektif Hukum Islam. *La Zhulma; Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.70143/lazhulma.v5i1.360>
- Siregar, S. P. (2024). Kepastian Hukum Perlindungan Konsumen Sesuai Dengan Ketentuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Journal of Law*,

Administration, and Social Science, 4(2), Article 2.

<https://doi.org/10.54957/jolas.v4i2.619>

Wala, G. N., & Rasji, R. (2023). Problems of Tax Collection by the Tax Mafia in the Perspective of Tax Law. *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 1138–1142.

<https://doi.org/10.57235/aurelia.v2i2.595>