

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital dan meluasnya akses internet telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam memperoleh produk luar negeri yang belum tersedia di pasar domestik. Keinginan memiliki barang eksklusif, mengikuti tren global, serta keterbatasan distribusi lokal mendorong konsumen memanfaatkan layanan jasa titip (jastip) sebagai alternatif pembelian melalui perantara di luar negeri. Fenomena ini didukung oleh meningkatnya minat masyarakat urban terhadap produk bermerek, unik, dan edisi terbatas (Rohmah & Sukardani, 2023).

Dalam praktiknya, jasa titip memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai sarana promosi dan transaksi dengan menampilkan visual produk secara langsung. Hal ini membuat proses pembelian lebih praktis dan efisien serta mencerminkan gaya hidup konsumtif masyarakat di era digital dan globalisasi pasar (Fitrianatsany, 2022). Perkembangan jastip online juga sejalan dengan pertumbuhan e-commerce yang memungkinkan konsumen berbelanja lintas negara tanpa harus bepergian, dengan daya tarik berupa kemudahan akses, fleksibilitas layanan, dan harga yang relatif kompetitif (Belido, 2024).

Salah satu contoh layanan tersebut adalah akun Instagram @dlesend_ yang menyediakan jasa titip belanja dari Bangkok, Thailand, sekaligus menjual produk secara langsung dengan sistem potongan harga dan transparansi bukti pengiriman. Meskipun berperan sebagai bagian dari sistem distribusi informal lintas negara, jasa titip juga menghadapi tantangan regulasi kepabeanan dan hukum perdagangan internasional (Ramadhan & Pinggala, 2023). Akun @dlesend_ yang telah beroperasi lebih dari dua tahun dengan lebih dari 51 ribu pengikut menunjukkan tingginya minat dan kepercayaan konsumen, terutama karena adanya jaminan keaslian produk yang dipasarkan.

Selain menjamin keaslian produk, @dlesend_ juga menerapkan prinsip transparansi dan profesionalisme dalam setiap proses transaksi. Hal ini diwujudkan melalui sistem pemesanan yang terstruktur, penyediaan bukti pengiriman yang secara rutin dibagikan kepada konsumen, serta pemberian bonus tertentu bagi pembelian dalam jumlah tertentu. Keunikan lain dari layanan ini terletak pada pemanfaatan fitur Instagram Live Shopping, yang memungkinkan konsumen menyaksikan secara langsung proses pembelian barang di luar negeri. Fitur tersebut memberikan pengalaman belanja yang lebih interaktif dan meningkatkan rasa aman konsumen terhadap layanan jasa titip yang digunakan.

Kepercayaan merupakan aspek yang sangat penting dalam bisnis jasa titip, mengingat seluruh transaksi dilakukan secara daring tanpa adanya interaksi tatap muka. Dalam kondisi tersebut, konsumen harus menyerahkan dana dan proses pembelian kepada pihak lain, sehingga reputasi

penyedia jasa, jaminan keaslian produk, serta keterbukaan informasi harga menjadi faktor penentu dalam pengambilan keputusan (Imama, 2020). Dalam hal ini, @dlesend_ dinilai mampu membangun citra positif melalui konsistensi dalam menyediakan produk asli, berkualitas, dan bebas dari barang KW, sehingga menciptakan rasa aman dan kepuasan bagi para pelanggannya.

Dalam pelaksanaannya, @dlesend_ tidak hanya menyediakan layanan titip beli, tetapi juga melakukan penjualan langsung terhadap produk tertentu, salah satunya tas yang menjadi komoditas populer dalam pasar jasa titip karena nilai jual dan daya tarik visualnya. Akun ini secara konsisten memanfaatkan fitur Instagram Live Shopping sebagai sarana utama pemasaran, sehingga konsumen dapat menyaksikan secara real time proses pemilihan barang di luar negeri. Praktik tersebut tidak hanya meningkatkan transparansi layanan, tetapi juga memperkuat rasa aman serta membangun kedekatan emosional antara konsumen dan penyedia jasa.

Selama sesi siaran langsung, konsumen diminta mengirimkan tangkapan layar produk yang diinginkan dan mencantumkan username akun Instagram sebagai bagian dari prosedur pemesanan, sebagaimana dijelaskan dalam panduan komunikasi yang dibagikan melalui Instagram Story. Produk yang ditawarkan umumnya berupa item fashion, seperti tas, sepatu, pakaian, serta berbagai aksesoris yang relatif sulit diperoleh di pasar lokal. Dalam strategi promosinya, @dlesend_ menerapkan skema potongan harga berdasarkan jumlah pembelian, mulai dari diskon Rp30.000 untuk pembelian tiga produk hingga Rp625.000 untuk pembelian dua puluh lima produk. Pola diskon ini dirancang untuk mendorong pembelian dalam jumlah besar, baik oleh konsumen akhir maupun oleh pihak reseller.

Proses pemesanan dilakukan melalui komunikasi langsung dengan admin menggunakan tautan yang tercantum pada bio akun Instagram. Konsumen diwajibkan melakukan pembayaran uang muka sebesar Rp300.000, dengan seluruh transaksi pembayaran diarahkan ke satu rekening resmi atas nama "Fera". Penyampaian informasi yang jelas terkait mekanisme pemesanan, rincian harga, kebijakan diskon, serta unggahan bukti resi pengiriman secara berkala menjadi faktor penting dalam membangun dan menjaga kepercayaan konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan minat beli dan loyalitas pelanggan, @dlesend_ juga memberikan bonus berupa hadiah acak gratis bagi pembelian dalam jumlah tertentu. Strategi ini menunjukkan bahwa akun tersebut tidak hanya berfungsi sebagai perantara jasa titip, tetapi juga sebagai pelaku usaha yang menekankan nilai tambah dan pengalaman konsumen, khususnya dalam aspek kepercayaan dan harga.

Kepercayaan konsumen memegang peranan penting dalam layanan jasa titip, mengingat seluruh transaksi dilakukan secara daring tanpa adanya interaksi tatap muka. Dalam kondisi tersebut, konsumen harus mempercayakan proses pembelian hingga pengiriman barang kepada penyedia jasa, yang berpotensi menimbulkan risiko seperti penipuan atau keterlambatan apabila tidak didukung oleh reputasi dan transparansi yang baik (Imama, 2020). Faktor-faktor yang membentuk kepercayaan

konsumen meliputi reputasi penyedia jasa, kualitas komunikasi, kejelasan informasi, serta testimoni dari pelanggan sebelumnya (Arrosadi & Vewawati, 2022). Temuan mereka menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, Syahputra (2023) menyatakan bahwa kepercayaan berkontribusi langsung terhadap persepsi kualitas layanan dan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Di samping kepercayaan, aspek harga juga menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan jasa titip. Harga yang ditetapkan mencakup biaya layanan dan harga produk, sehingga konsumen akan mengevaluasi kesesuaian antara total biaya yang dikeluarkan dengan manfaat yang diperoleh. Apabila harga dinilai tidak seimbang dengan manfaat yang diterima, konsumen cenderung membatalkan keputusan pembelian.

Di samping faktor harga dan reputasi penyedia jasa, kualitas produk serta testimoni pelanggan berperan sebagai unsur pendukung yang memperkuat pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Konsumen jasa titip seperti pengguna layanan @dlesend_ tidak hanya menilai aspek biaya, tetapi juga memberikan respons positif terhadap kualitas barang yang diterima, jaminan keaslian produk, serta ketepatan waktu pengiriman. Hal ini tercermin dari berbagai tanggapan pelanggan yang menyampaikan kepuasan melalui komentar-komentar seperti “suka banget”, “produk lengkap dan tepat waktu”, hingga “akhirnya semua orderanku sampai”, yang menggambarkan pengalaman positif atas layanan yang diberikan.

Ulasan dan penilaian informal yang disampaikan melalui pesan pribadi, seperti WhatsApp, berfungsi sebagai bentuk validasi sosial yang cukup kuat. Meskipun tidak menggunakan sistem penilaian berbasis bintang sebagaimana marketplace resmi, respons konsumen tersebut secara tidak langsung membentuk citra positif dan meningkatkan kredibilitas @dlesend_. Selain itu, pemberian insentif berupa bonus, seperti masker mata atau produk tambahan gratis, turut diapresiasi oleh konsumen dan berkontribusi dalam membangun loyalitas pelanggan.

Penelitian Rohmah dan Sukardani (2023) menunjukkan bahwa konsumen perempuan pengguna jasa titip cenderung mempertimbangkan harga yang wajar dan transparan dalam keputusan menggunakan kembali layanan, terutama di tengah meningkatnya persaingan dan sensitivitas harga. Strategi promosi seperti diskon dan pembebasan biaya dinilai efektif untuk menarik minat konsumen. Ummah dan Sopingi (2024) juga menegaskan bahwa harga dalam bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa berbasis e-commerce, termasuk jasa titip, dengan pertimbangan tidak hanya pada nominal harga tetapi juga kualitas layanan, kecepatan pengiriman, dan kredibilitas penyedia jasa.

Keputusan menggunakan jasa titip tidak hanya didasarkan pada produk, tetapi juga pada tingkat kepercayaan terhadap penyedia jasa dan kesesuaian harga secara menyeluruh. Imama (2020)

menemukan bahwa kepercayaan dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, ditunjukkan melalui transparansi informasi, bukti pengiriman, ulasan pelanggan, dan kejelasan sistem pembayaran. Rifa'i, Yati, dan Susanti (2020) menekankan bahwa pemenuhan harapan dan kepuasan konsumen berperan penting dalam membangun kepercayaan yang mendorong loyalitas dan pembelian ulang. Dengan demikian, keputusan konsumen merupakan kombinasi pertimbangan rasional berupa harga dan pertimbangan afektif berupa kepercayaan, terutama dalam menilai kesesuaian biaya dengan kemudahan dan akses produk luar negeri (Sembiring & Waruwu, 2025).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai pengaruh kepercayaan konsumen dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa titip online @dlesend_ menjadi relevan di tengah meningkatnya tren belanja lintas negara secara digital dan ketatnya persaingan pelaku usaha jasa titip di Indonesia.

Urgensi penelitian ini juga didukung oleh karakteristik transaksi jasa titip yang dilakukan tanpa pertemuan langsung, sehingga unsur kepercayaan menjadi faktor kunci. Ketika konsumen menyerahkan proses pembelian kepada pihak ketiga, terdapat risiko yang harus diterima karena keterbatasan jaminan atas hasil transaksi. Oleh sebab itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh persepsi kepercayaan terhadap keputusan pembelian, serta menilai sejauh mana harga berperan sebagai pertimbangan dalam menilai nilai suatu layanan jasa titip.

Lebih lanjut, penelitian ini mengambil studi kasus pada akun Instagram @dlesend_, yang merupakan salah satu penyedia jasa titip aktif dan populer dengan jumlah pengikut lebih dari 50.000 akun. Akun ini dipilih karena telah memiliki sistem layanan yang terstruktur, penerapan strategi diskon yang konsisten, serta tingkat transparansi yang relatif baik, sehingga menarik untuk dikaji dalam konteks pembentukan kepercayaan dan penetapan harga.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa titip online @dlesend_?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa titip online @dlesend_?
3. Apakah kepercayaan konsumen dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan menggunakan jasa titip online @dlesend_?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan menggunakan jasa titip online @dlesend_.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan menggunakan jasa titip online @dlesend_.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan menggunakan jasa titip online @dlesend_.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis: Menambah referensi ilmiah terkait perilaku konsumen dalam penggunaan jasa titip online.
2. Secara Praktis: Memberikan masukan bagi pelaku jasa titip dalam merancang strategi berbasis kepercayaan dan harga untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Sebagai dasar atau rujukan dalam mengembangkan penelitian di bidang pemasaran digital dan e-commerce informal.