Review Jurnal ‘Social Capital of Entrusted Service Agents for Imported Fashion and Cosmetics Prproducts’ Oleh Radita Gora

Disusun Oleh : purwati soleha

Osf.io :

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Mahakuasa karena telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan *Review* Jurnal ini. *Review* Jurnal '**Social Capital of Entrusted Service Agents for Imported Fashion and Cosmetics Prroducts**' disusun guna memenuhi tugas Radita Gora Tayibnapis ,S.Sos,M.M pada mata kuliah Teori Komunikasi di Universitas Satya Negara Indonesia. Selain itu, penulis juga berharap agar makalah ini dapat menambah wawasan bagi pembaca.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada Radita Gora Tayibnapis ,S.Sos,M.M selaku dosen mata kuliah Teori Komunikasi. Tugas yang telah diberikan ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan terkait bidang yang ditekuni penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih pada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan makalah ini.

Penulis menyadari makalah ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima demi kesempurnaan makalah ini.

Jakarta, 4 Januari 2021

Penulis

Review

Saat ini di Indonesia sedang ramai dengan perdagangan yang terjadi secara online maupun langsung, dengan maraknya aktivitas perdagangan ini semakin banyak juga kehadiran agen jasa yang dipercaya untuk menjalankan suatu pekerjaan. Profesi ini banyak didominasi oleh para muda-mudi maupun dewasa, para agen jasa yang dipercaya dapat melakukan pekerjaan nya secara individu atau kelompok. Para agen jasa ini menunjukkan adanya aktivitas yang memperluas usaha dengan menciptakan pasar baru, sehingga bisa membangun berbagai sumber daya manusia baru yang berpotensi meningkatkan pendapatan di antara para pebisnis amatir.

Seiring berjalannya waktu pekerjaan sebagai agen jasa yang dipercaya sudah tidak lagi dianggap sebagai pekerjaan sampingan, karena jumlah agen jasa yang dipercaya pada saat ini semakin marak populer. Sudah banyak yang mencoba mendapatkan keuntungan dari bisnis ini dengan menjadi bagian dari agen penjualan. Para agen jasa ini dapat menjalankan usahanya melalui akses ke penyediaan barang yang dimiliki tanpa harus memiliki izin usaha tetap untuk usaha tertentu.

Pekerjaan sebagai agen jasa ini tidak melihat seseorang dari gender, tetapi agen jasa yang berkerja biasanya didominasi oleh perempuan. Dari segala kalangan remaja sampai ibu rumah tangga yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan dari membeli dan menjual produk juga mencoba bisnis ini.

Hingga saat ini belum ada data pasti mengenai jumlah pribadi atau anggota kelompok yang menjalankan bisnis ini. Pekerjaan semacam ini bukanlah pekerjaan resmi atau formal, tetapi di sisi lain pekerjaan ini tidak bisa dikatakan ilegal. Agen jasa titipan adalah pekerjaan yang tidak memberikan penghasilan bulanan seperti pekerja kantoran biasa yang bisa mendapatkan gaji bulanan. Agen jasa yang dipercaya mencari pelanggan melalui media pertemanan dan memasarkan produknya melalui media sosial.

Kegiatan ini berawal dari sistem penjualan produk atau barang yang tidak dipasarkan di Pasar retail pada umumnya seperti di pusat perbelanjaan, tetapi barangnya dijual secara pribadi, dari orang ke orang, dari mulut ke mulut, dan melalui media sosial. Produk yang ditawarkan oleh agen layanan juga beragam, mulai dari produk yang dijual resmi di Indonesia secara luas sampai produk yang tidak dijual resmi di pasar Indonesia. Produk luar negeri yang

tidak dijual di Indonesia antara lain produk dengan merk yang belum terkenal di negaranya, seperti fashion, kosmetik, buku, dan obat-obatan.

Agen jasa yang dipercaya bisa dikatakan cukup berani mensuplai produk dari luar negeri bukan hanya dari kawasan Asia, tetapi juga dari Australia dan Eropa. Ini adalah sebagai bentuk cara yang dilakukan oleh yang agen jasa untuk bisa mendapatkan penghasilan tambahan. Jumlah agen jasa yang ada terus meningkat karena orang beranggapan bahwa pekerjaan ini tidak menguras banyak tenaga, tidak memerlukan keahlian khusus, dan tidak mengganggu orang lain.

Pekerjaan sebagai agen jasa ini bagi sebagian orang menganggapnya sebagai sarana untuk berwisata, karena saat menjadi agen jasa yang dipercaya untuk produk impor dilakukan perjalanan ke luar negeri untuk mensuplai barang. Produk yang diperjual belikan oleh agen jasa yang dipercaya sebagian besar adalah produk untuk penggunaan pribadi.

Cukai Kementerian Keuangan Deni Surjantoro mengatakan, dalam praktik kepabeanan tidak ada istilah "layanan yang dipercayakan", tetapi barang untuk penggunaan pribadi dan barang bukan untuk penggunaan pribadi (diperdagangkan). "Layanan yang dipercayakan" adalah istilah populer yang dibuat oleh kalangan tertentu yang kemudian disepakati menjadi istilah baru yang mudah diingat.

Berdasarkan data Kantor Bea & Cukai tahun 2019, dari 422 kasus titipan agen jasa, barang yang diperdagangkan berasal dari Bangkok, Singapura, Hongkong, Guangzhou, Abu Dhabi, dan Australia. Sedangkan berdasarkan jenis barangnya, sekitar 75% didominasi oleh pakaian, kosmetik, tas, sepatu, dan barang bernilai tinggi lainnya. Barang-barang tersebut terutama berasal dari sentra mode dan elektronik di luar negeri. Jenis barang seperti baju, kosmetik, tas, sepatu dan handphone merupakan jenis barang baru yang belum ada atau belum dijual di pasar dalam negeri. Jadi, dalam hal ini pemerintah mengenakan pajak atas barang yang dibawa dari luar negeri, bahkan sekecil apapun. Ini adalah dasar untuk pengawasan bisnis jasa yang dipercayakan.

Diakui oleh banyak pihak termasuk Direktur Eksekutif Pusat Perpajakan Indonesia Analisis (CITA), Yustinus Prastowo, bahwa saat ini belum ada aturan tegas yang mengatur perincian bisnis jasa yang dipercayakan. Jadi, ada celah bagi para pebisnis ini untuk memanfaatkannya. Salah satunya adalah dengan membelah atau membagi barang belanjaan menjadi beberapa orang. Di satu sisi, pemerintah sedang agresif untuk mengontrol agen layanan yang dipercayakan. Namun di sisi lain, pemerintah perlu berhati-hati dalam masuk

mendisiplinkan usaha jasa yang dipercayakan, karena dikhawatirkan usaha pemerintah justru akan benar-benar menjadi kontra-produktif.

Jumlah agen jasa yang ada di kalangan remaja maupun dewasa semakin lama semakin meningkat dan marak populer, dan memberikan keuntungan tambahan bagi para agen. Akan tetapi dari sebagian agen jasa ini mereka dianggap ilegal karena mereka menyimpang dari pajak. Menurut data, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) menemukan 422 kasus pelanggaran yang dilakukan oleh agen jasa yang dipercaya.

Dari banyak nya Pelanggaran yang dilakukan oleh agen jasa biasanya adalah termasuk pelanggaran administrasi, seperti tidak membayar bea masuk, pajak pertambahan nilai, pajak penghasilan, ketentuan impor, dan pajak penjualan atas barang mewah. Jumlah total pendapatan negara yang disimpan dari ketentuan tidak diketahui. Namun, beberapa sudah melakukannya dengan membayar dan menghemat pendapatan hingga Rp 4 miliar.

Para penyelenggara jasa yang dipercayakan yang ingin bisnisnya berjalan secara legal pemerintah telah berupaya dengan meminta para penyelenggara untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan menyatakan barang yang dibawanya sebagai barang dagangan, bukan sebagai barang dagangan barang pribadi. Namun, hal ini tampaknya tidak dilakukan oleh agen jasa yang dipercaya dan mereka lebih memilih untuk melakukannya terus beroperasi melalui media sosial atau pertemuan tatap muka dengan pelanggan.

Pemantauan terhadap agen jasa yang dipercayakan tidak hanya melalui aktivitas bisnis tatap muka mereka, tetapi juga melalui aktivitas jual beli di media sosial. Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) Kementerian Keuangan telah melakukan sejumlah langkah penertiban titipan agen jasa. Kantor Bea dan Cukai juga meminta agen pelayanan yang dipercaya untuk melakukan kegiatan usaha secara sah dengan menaati tata tertib kepabeanan untuk melakukan kegiatan perdagangan secara adil. Selain itu, agen jasa yang dititipkan juga diminta untuk melakukan aktivitas jual beli melalui platform resmi seperti di e-commerce, bukan melalui media sosial.

Aturan untuk agen jasa harus jelas karena ini adalah fenomena baru yang memanfaatkan teknologi. Walaupun banding telah dikeluarkan oleh Pemerintah, tetapi agen jasa yang dipercaya masih melanggar peraturan dengan menjual produk melalui media sosial dan hubungan lain yang terhubung melalui akun media sosial mereka.

Banyak yang tidak setuju dengan adanya larangan dari pemerintah tentang agen jasa untuk berjualan di media sosial, banyak yang mengatakan bahwa pemerintah tidak berhak

melarang para agen jasa berbisnis karena masih belum diatur dalam regulasi. Kemunculan para agen jasa ini adalah termasuk dari perkembangan teknologi.

Pemerintah sangat berhati-hati dalam mengambil langkah dengan menempatkan prioritasnya. Namun, Hal ini juga menjadi pertimbangan karena jumlah agen jasa yang dipercayakan semakin banyak dan menjamur bahkan dinilai semakin meresahkan bagi pasar ritail formal yang telah resmi berstatus bisnis dan status perdagangan resmi. Agen jasa yang dipercaya tersebut diyakini telah merusak pasar retail dan pasar perdagangan secara luas karena harga yang ditawarkan terkadang dapat merusak pasar, seperti pemberian harga yang terlalu murah atau terlalu mahal. Bahkan terkadang mereka menjual produk tidak resmi di Indonesia atau produk yang hanya ada di pasar luar negeri.

TEORI DAN STUDI KASUS

Kajian Budaya

Saat munculnya media sosial agen jasa dipercaya dapat membangun relasi sosial. Sistem perdagangan yang muncul dari mulut ke mulut melalui konten yang di-posting pada sosial. Fenomena itu yang menarik untuk mengkaji bagaimana agen layanan dapat menarik pasar konsumen. Adanya relasi sosial tersebut menjadi hal yang penting bagi agen jasa agar dapat menjual produk make mereka, terus eksis memiliki konsumen. Hal penting bagi agen jasa memiliki modal sosial sebagai strategi untuk mempertahankan posisinya dalam struktur penjualan impor itu dilakukan secara informal. Selain itu agen jasa yang dipercaya menjadi agen utama dalam mendominasi pelanggan dan akses para pedagang. Dalam menentukan target pasar tentunya harus memahami pengelompokan segmentasi. Maka dari itu harus mempelajari kajian budaya.

Pada dasarnya budaya itu mempelajari bagaimana kelompok seperti media menggunakan kekuasaan mereka terhadap kelompok bawah. Teori ini berakar pada beberapa klien penting mengenai budaya dan kekuasaan. Pertama, budaya tersebar dalam dan menginvasi semua sisi perilaku manusia. Hal tersebut berkaitan dengan pemikiran mengenai sebuah konsep yang mendefinisikan budaya sebagai sebuah komunitas makna.

Dalam kajian budaya kita membutuhkan interpretasi yang berbeda dari kata budaya, sebuah definisi yang harus diberi garis bawah sifat dasar dari teori ini. Bagaimana norma dan

nilai dan bentuk-bentuk pemahaman dalam sebuah masyarakat yang membantu orang untuk menginterpretasikan realita mereka adalah bagian dari ideologi sebuah budaya. Makna dalam budaya dibentuk oleh media. media dapat dianggap sebagai pembawa berbasis teknologi dari budaya.

Asumsi kedua dari teori budaya berkaitan dengan manusia sebagai bagian penting dari suatu hirarki sosial yang kuat. Kekuasaan bekerja di dalam semua level kemanusiaan. Kaos tersebut secara berkesinambungan membatasi keunikan identitas. Walaupun begitu kekuasaan di dalam hal ini tidak didasarkan pada perang.

Studi Kasus

Semakin berkembangnya teknologi komunikasi semakin mempermudah seseorang dalam melakukan aktivitas. Salah satunya dengan menonton film atau series dengan mobile. Salah satunya yaitu drama Korea. Banyak dari drama ini telah menjadi populer di seluruh Asia dan telah memberi kontribusi pada fenomena umum dari gelombang Korea.

Dalam drama tersebut terdapat adegan yang memang biasa dilakukan oleh masyarakat Korea. Seperti cara berpakaian, cara makan dan kuliner, cara bicara, dan bahasa Korea. Hal-hal tersebut mencerminkan nilai dan budaya Korea. Secara tidak sadar penonton terpapar oleh nilai dan budaya yang terdapat pada drama Korea tersebut. Bahkan menjadikan nilai dan budaya tersebut diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Di Indonesia terlebih lagi Jakarta banyak sekali bermunculan restoran Korea. Bahkan banyak UMKM yang mulai merintis usaha dengan jajanan ala food street seperti yang ada di Korea.

Selain kuliner budaya Korea yang mendunia yaitu fashion. Dengan adanya tontonan drama Korea muncul trend baru dalam dunia fashion. Cara berpakaian Korea yang khas yaitu pakaiannya yang kasual dengan warna-warna pastel menjadi tren juga di Indonesia. Ketertarikan dengan idola yang ada pada drama Korea menjadikan penonton tertarik dalam mempelajari bahasa Korea.

Hegemoni

Agen jasa yang mengajak pasar agar tertarik. Dalam komunikasi ada sebuah teori yang disebut dengan hegemoni. Hegemoni dapat didefinisikan sebagai pengaruh dari

kelompok sosial terhadap yang lain. Gramsci, salah satu pendiri partai komunis Italia memiliki pemikiran mengenai hegemoni yang didasarkan pada ide Marx mengenai kesadaran palsu. Dominasi yang terjadi dalam kehidupan mereka.

Gramsci berpendapat bahwa hal yang dapat dieksploitasi oleh sistem sosial yang juga mereka dukung. Mulai dari budaya populer hingga agama. Mengalahkan orang untuk menjadi tidak waspada. Persetujuan merupakan komponen utama dari hegemoni. persetujuan akan diberikan oleh populasi jika mereka diberikan hal-hal secara berkecukupan misalnya kebebasan. persetujuan pada ideologi dari budaya yang dominan.

Penerapan pemikiran hegemoni juga cukup sesuai untuk diaplikasikan pada masyarakat masa kini. Di bawah sebuah budaya hegemonis, beberapa orang mendapat keuntungan sementara yang lainnya merugi. adanya persetujuan dan bukan karena pemaksaan. Publik rentan terhadap pengaruh dari ketidakseimbangan kosan yang seringkali tidak kentara.

Orang cenderung untuk mendukung dengan patung ideologi dominan dari sebuah budaya. Hall (1989) menyatakan bahwa dapat bersifat multi sisi, dalam hal kelas yang dominan atau berkuasa seringkali terbagi-bagi dalam ideologinya. Selama mereka sa dipengaruhi secara tidak kentara, ke beberapa arah yang berbeda. Menguraikan kerumitan tersebut merupakan satu tujuan dari penelitian dalam kajian budaya.

Studi Kasus

Berkembangnya teknologi berdampak juga pada kemudahan seseorang dalam mengakses internet. Internet telah mempengaruhi manusia dalam kesehariannya. Saat ini sebuah perusahaan tidak hanya dapat mengenalkan produknya melalui teknologi komunikasi konvensional seperti televisi, radio dan media cetak. Namun dapat melakukan iklan melalui New Media, yaitu media berbasis internet dan digital.

Dalam media sosial seperti Instagram misalnya, terdapat sebuah fenomena yaitu sebuah perusahaan iklan melalui akun pribadi seseorang yang memiliki banyak pengikut dan terdapat feedback. Pengiklan dalam Instragram biasanya memiliki pengikut yang banyak atau biasa disebut dengan 'Selebgram' (selebriti Instagram). Selebgram yang dipilih biasanya disesuaikan dengan produk yang ingin diiklankan. Dengan hal tersebut sesuai dengan segmentasi pasar yang ingin dituju.

Daftar Pustaka

Gora, Radita. 2020. Social Capital of Entrusted Service Agents for Imported Fashion and Cosmetics Prroducts. 7 : 217 – 227

West , Richard, Lynn H. Turner. Introduction to Analysis and Communication Theory . Application Edition 3. Jakarta: Salemba Humanika. 2008.