

BAB II

LATAR BELAKANG MUNCULNYA FENOMENA *RENTARU KANOJO* DI JEPANG DAN SEWA PACAR DI INDONESIA

Dalam bab ini peneliti akan membahas mengenai pengertian *rentaru kanojo* atau sewa pacar, latar belakang munculnya *rentaru kanojo* atau sewa pacar, aturan yang harus diikuti baik oleh penyedia jasa dan pengguna jasa dalam *rentaru kanojo* atau sewa pacar, permasalahan dalam bisnis *rentaru kanojo* di Jepang dan bisnis sewa pacar di Indonesia. serta beberapa agensi yang menjadi penyedia bisnis *rentaru kanojo* atau sewa pacar.

2.1 Pengertian *Rentaru Kanojo* dan sewa pacar

Rentaru kanojo adalah sebutan untuk sebuah fenomena ketika seseorang menyewa orang lain untuk menjadi pacarnya dalam kurun waktu yang ditentukan yang digunakan di negara Jepang. *Rentaru kanojo* merupakan gabungan dua kata dari *rentaru* yang merupakan serapan dari Bahasa Inggris yaitu *rent* yang berarti sewa dan *Kanojo* berasal dari Bahasa Jepang dengan kanji 彼女 yang berarti pacar. Jika kita terjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, *rentaru kanojo* berarti sewa pacar. *Rentaru kanojo* dan sewa pacar memiliki makna yang sama yaitu sama-sama menyewa seseorang agar dia mau menjadi pacar dengan jangka waktu serta peraturan yang ditentukan.

Bisnis *rentaru kanojo* di Jepang tidak dimasukkan ke dalam bisnis prostitusi. Saat menyewa seseorang untuk menjadi pacar juga tidak boleh terjerumus ke arah sex yang mengakibatkan terjadinya prostitusi. Di Jepang terdapat dua jenis kengan yaitu layanan khusus kengan yang tidak memerlukan Undang-Undang Bisnis Hiburan dan layanan kengan yang menyertakan layanan seksual yang diatur dalam Undang-Undang Bisnis Hiburan (Iino, 2015).

Dalam praktiknya, layanan khusus kengan yang tidak melibatkan seksualitas tidak bisa dilakukan di ruang pribadi dan kontak fisik pun terbatas hanya pada berpegangan tangan atau berpelukan ringan. Sedangkan layanan yang diatur

dalam Undang-Undang Bisnis Hiburan bisa dilakukan di ruang pribadi dan melakukan tindakan seksual (Iino, 2015).

Sedangkan bisnis sewa pacar di Indonesia tidak mendapat hukum yang jelas. Berbeda dengan Jepang yang memiliki bisnis prostitusi legal, di Indonesia kegiatan prostitusi merupakan kegiatan yang ilegal. Karena itu, bisnis sewa pacar di Indonesia akhirnya masih menjadi pertanyaan apakah menjadi legal atau tidak. Selain itu, bisnis sewa pacar pun akhirnya tidak memiliki kepastian dalam hukum.

Tidak adanya hukum yang jelas dalam bisnis sewa pacar di Indonesia juga menjadikan banyaknya kebingungan bagi para pelanggan seperti apakah menggunakan bisnis tersebut akan menjadi aman atau tidak. Selain dari sisi pelanggan, bagi yang ingin membuka bisnis ini juga memiliki kebingungan karena tidak adanya kepastian hukum yang menjaga bisnis ini.

Salah satu kasus yang bisa dijadikan pertimbangan ketika ingin membuka bisnis ini adalah kasus penyedia jasa sewa pacar di Surabaya, Jawa Timur yang akhirnya terjemurus ke dalam tindakan prostitusi sehingga bisnis sewa pacar menjadi bisnis yang mengarah kepada bisnis seksual. Di kasus yang sama, praktik jasa sewa pacar tersebut akhirnya membuat wanita tersebut hamil (Marwan, 2022).

2.2 Latar belakang Munculnya *Rentaru Kanojo* dan Sewa Pacar

Jepang merupakan salah satu negara yang memiliki masyarakat yang unik dalam sosialnya. Masyarakat di Jepang digambarkan sebagai masyarakat yang memiliki empati yang tinggi dan sangat menghargai perasaan lawan bicaranya khususnya terhadap atasan. Beberapa ciri khas yang menjadi keunikan pada masyarakat Jepang adalah masyarakat Jepang merupakan masyarakat yang tidak memiliki ego yang berkembang sepenuhnya. Selain itu, masyarakat Jepang dikenal sebagai masyarakat yang sangat mementingkan keharmonisan dalam sebuah kelompok (Sugimoto, 2010).

Masyarakat Jepang yang cenderung mementingkan kelompoknya dibanding dengan diri sendiri inilah yang akhirnya mengakibatkan kecenderungan untuk lebih mementingkan lingkungan pekerjaannya dibanding dengan dirinya sendiri. Hal ini

berdampak kepada kebiasaan mereka untuk mengerjakan semua pekerjaan walaupun sudah melewati batasnya. Keinginan masyarakat Jepang untuk tidak merepotkan orang lain menjadi kebiasaan yang menimbulkan dampak buruk yaitu mereka lebih banyak menghabiskan waktu di dunia kerjanya.

Masyarakat Jepang yang lebih mementingkan pekerjaan menyebabkan waktu yang mereka miliki semakin berkurang. Interaksi yang terjadi dalam lingkungan keluarga ataupun kerabat semakin berkurang karena sedikitnya kesempatan yang dimiliki untuk berbicara empat mata ataupun merasakan cinta layaknya kekasih (Iino,2015).

Keunikan yang dimiliki oleh masyarakat Jepang sebagai masyarakat yang sangat mementingkan pekerjaannya sudah menjadi citra mereka yang terkenal sejak dulu. Data tabel yang dihasilkan dari sebuah penelitian di Institute of Statistical Mathematics menunjukkan bahwa masyarakat Jepang memiliki ciri khas dan citra yang tidak berubah selama kurang lebih setengah abad (Sugimoto, 2010).

Tabel 1
Karakteristik masyarakat Jepang

Table 1.6 The Japanese self-images (1958–2008)

Which words represent the characteristics of the Japanese?

	1958	1963	1968	1973	1983	1988	1998	2003	2008
Diligent	55	60	61	66	69	72	71	66	67
Courteous	47	43	47	37	47	50	50	48	60
Kind	50	42	45	31	42	38	42	41	52
Persevering	48	55	58	52	60	50	51	46	49
Idealistic	32	23	23	21	30	27	23	20	20
Rational	11	8	10	13	22	22	18	17	17
Liberal	15	10	12	9	17	14	13	14	15
Easy-going	19	15	13	14	12	13	14	14	11
Cheerful	23	14	13	9	12	9	8	8	10
Creative	8	7	8	7	11	10	7	9	9

Sumber : *An Introduce to Japanese Society*. Sugimoto (2010)

Kekurangan waktu yang mereka miliki serta kebiasaan baru untuk berkomunikasi melalui layanan media sosial juga menjadi pemicu menurunnya kemampuan mereka dalam melakukan percakapan tatap muka. Selain kemampuan berbicara secara tatap muka yang menurun, *bullying* atau *ijime* yang ada di Jepang

menjadi faktor yang menyebabkan mereka tidak percaya atas dirinya sendiri sehingga kemampuan bersosialisasi mereka pun ikut menurun.

Ijime yang berasal dari kanji 苛め merupakan tindakan yang dilakukan oleh sekelompok siswa untuk mempermalukan atau menyiksa siswa lainnya secara psikologis, fisik, ataupun verbal. Menurut Olwais dalam (岡安 dan 高山, 2000 p.22) mengatakan bahwa 「いじめとはある児童生徒が、繰り返し、長期にわたって、一人または複数の児童生徒による拒否的行動にさらされていること」 yang berarti pemaparan berulang-ulang serta berkepanjangan dari seorang siswa terhadap perilaku negatif oleh satu siswa atau lebih. Perilaku negatif disini memiliki pengertian sebagai siswa dengan sengaja menyerang atau mencoba untuk menyerang, melukai, atau menimbulkan kecemasan. Tidak terbatas hanya pada fisik saja tetapi juga bisa menyerang mental maupun pikiran.

Okayasu dan Takayama (2000) juga melanjutkan bahwa secara spesifik tindakan negatif tersebut dapat dikategorikan menjadi dua kategori yaitu tindakan verbal dan tindakan fisik. Beberapa contoh dari tindakan verbal adalah menghina, memaksa, dan mengumpat sedangkan tindakan fisik berupa memukul, menendang, mendorong, mencubit, mengurung, dan lain-lain. Ada juga tindakan lainnya yang tidak menggunakan kata-kata ataupun tindakan kekerasan secara fisik seperti sengaja mengucilkan seseorang dari kelompok atau memutuskan pertemanan.

Menurut (深谷, 1986 p.624) 「いじめはケンカやいたずら、ふざけと区別がつきにくい部分があるから、まずきちんとした定義をしたうえで調査にあたる必要のあること」 yang berarti bahwa perundungan sulit dibedakan dengan perkelahian, kenakalan, atau candaan sehingga perlu didefinisikan terlebih dahulu sebelum diteliti. Dengan kata lain, dapat diartikan bahwa tindakan *ijime* atau perundungan memang sulit dibedakan dan sulit diidentifikasi dengan candaan ataupun perkelahian.

Para korban yang mengalami tindakan *ijime* serta para pelaku yang melakukan tindakan *ijime* dapat dibedakan berdasarkan perilakunya. Terdapat beberapa perilaku khas yang dimiliki korban ketika dia mendapatkan tindakan *ijime* seperti mudah cemas, gelisah, kurang percaya diri, kemampuan bersosialisasi yang rendah, serta fisik yang lemah. Sementara itu, perilaku khas yang dimiliki oleh para pelaku *ijime* adalah merasa paling kuat, cenderung *hyperactive*, *impulsive*, dan *overactive* (Rauskina et al dalam Nasution, 2020).

Kasus *ijime* mulai mendapat perhatian ketika memasuki tahun 1980-an. Pada tahun ini, banyak bermunculan korban bunuh diri akibat tindakan *ijime* khususnya yang dilakukan oleh siswa (Nasution, 2020). Pada tahun 2006, kasus mengenai *ijime* mencapai 125.000 kasus. Selain dalam lingkup siswa, kasus *ijime* juga terjadi dikalangan orang dewasa. Tekanan dan pengucilan juga ditemukan di lingkungan kerja dan masyarakat pada umumnya (Sugimoto, 2010).

Menurut Priyatna (2010) kasus *ijime* juga memiliki berbagai dampak negatif seperti penggunaan alkohol dan obat-obatan terlarang, depresi, penurunan performa dalam bidang akademik, bunuh diri, serta meninggalkan rumah atau sama sekali tidak mau keluar rumah. Sehingga dari kasus *ijime* ini muncul juga fenomena lainnya berupa *hikikomori*.

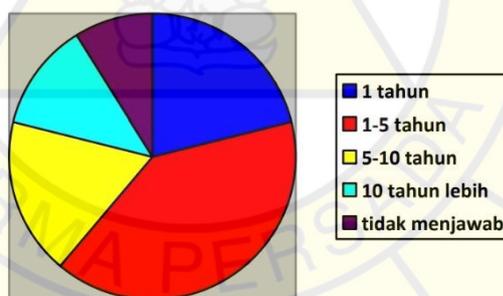
Menurut Dziesinski (2003) kata *hikikomori* diciptakan oleh Dr. Tamaki Saito yang menjelaskan mengenai perilaku seseorang dalam menarik diri dari lingkungan. Menurut Dr. Tamaki Saito (dalam Dziesinski, 2003) *hikikomori* memiliki pengertian yaitu kondisi pengasingan diri tanpa mengikuti kegiatan-kegiatan sosial di lingkungannya seperti pergi ke sekolah, bekerja, atau menjalin hubungan dengan orang lain di luar anggota keluarga selama lebih dari enam bulan.

Sekitar tahun 2000-2001 Kementerian Kesejahteraan, Kesehatan, dan Tenaga Kerja di Jepang melakukan survei untuk mengidentifikasi seberapa besarnya kasus *hikikomori* tersebut. Survei yang dilakukan selama 12 bulan tersebut mencatat bahwa terdapat sekitar 6151 kasus yang diambil dari 697 pusat pelayanan Kesehatan di Seluruh Jepang (Dziesinski, 2003).

Kasus *hikikomori* tersebut semakin lama semakin bertambah dan menjadi hal yang serius mengingat penduduk Jepang yang semakin lama semakin sedikit. Dalam sebuah artikel yang ditulis di *New York Times : Shutting Them Self in*, tertulis bahwa terdapat sekitar satu juta pelaku *hikikomori* di Jepang di tahun 2006. Diluar satu juta tersebut, masih terdapat sekitar 100.000 – 320.000 jiwa yang dicurigai akan menjadi pelaku *hikikomori* (Irvansyah, 2014).

Perilaku *hikikomori* atau menarik diri dari lingkungan tidak terjadi secara mendadak ataupun instan. Terdapat jangka waktu yang membuat seseorang menjadi pelaku *hikikomori*. Sekitar 40% seseorang dapat menjadi pelaku *hikikomori* dengan jangka waktu satu sampai lima tahun. Sekitar 21% seseorang dapat menjadi pelaku *hikikomori* dengan jangka waktu satu tahun. Sekitar 18% seseorang dapat menjadi pelaku *hikikomori* dengan jangka waktu lima sampai sepuluh tahun. Sekitar 12% seseorang dapat menjadi pelaku *hikikomori* dengan jangka waktu diatas 10 tahun. Sekitar 9% lainnya tidak menjawab mengenai seberapa lama seseorang dapat menjadi pelaku *hikikomori* (Ellis, 2008).

Diagram 1
Jangka Waktu *Hikikomori*

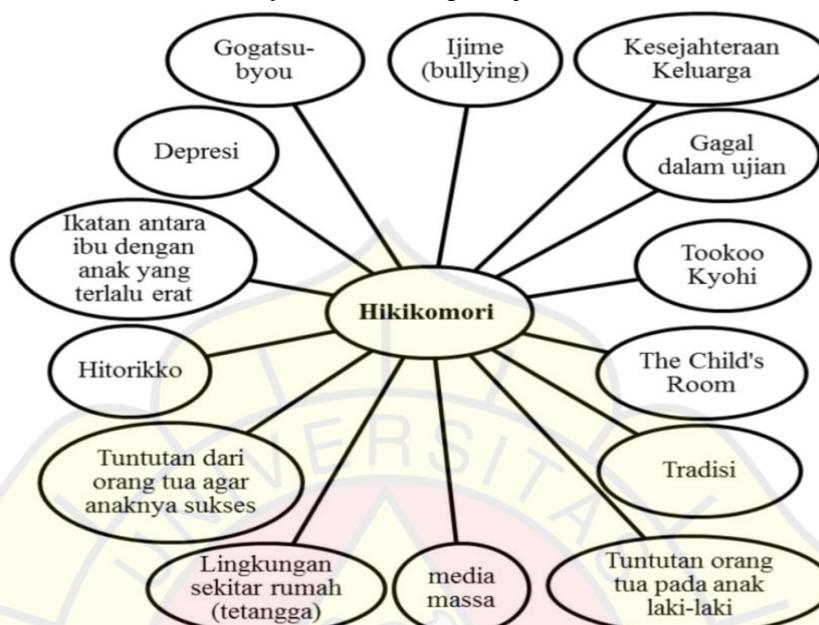


Sumber : Analisis Penyebab *Hikikomori* Melalui Pendekatan Fenomonologi. Irvansyah (2014)

Seseorang yang menarik diri dari lingkungan atau disebut dengan *hikikomori* memiliki beberapa permasalahan yang menjadi penyebab akhirnya dia menjadi pelaku *hikikomori*. Permasalahan-permasalahan tersebut tidak hanya berasal dari individu pelaku *hikikomori*, tetapi juga terdapat beberapa faktor dari luar. Sekolah, lingkungan, kantor, hingga keluarga atau kerabat pelaku *hikikomori*

juga dapat menjadi faktor penyebab seseorang dapat menjadi *hikikomori*. Terdapat 14 faktor yang menyebabkan seseorang menjadi *hikikomori* yaitu :

Bagan 1
Faktor Penyebab Seseorang menjadi *Hikikomori*



Sumber : *Hikikomori Investigation into the phenomenon of acute social withdrawal in contemporary Japan*. Dziesinski. (2003), hal.16.

Dengan kata lain, menurut (Irvansyah 2004) penyebab seseorang dapat menjadi pelaku *hikikomori* dikategorikan menjadi empat kategori. Kategori pertama adalah faktor yang berasal dari lingkungan sekolah. Kategori kedua adalah faktor yang berasal dari keluarga. Kategori ketiga adalah faktor yang berasal dari lingkungan sosial. Kategori yang keempat adalah faktor yang berasal dari individu.

Kategori pertama yang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan sekolah yaitu adanya tindakan *ijime* (苛め) yang menyebabkan beberapa anak di Jepang yang merasa menjadi korban *ijime* cenderung untuk meninggalkan lingkungan sekolah dan menutup diri mereka dari lingkungan sekolah daripada mengadukan ke keluarga ataupun pihak sekolah. Selain itu, ada juga *tookoo kyohi* (登校拒否) yang merupakan sistem pendidikan di Jepang yang sangat kompetitif sehingga menimbulkan banyak tekanan yang biasanya dirasakan sejak awal tahun masuk SMA karena pada masa tersebut anak sekolah sangat diharapkan untuk

masuk universitas yang menyebabkan tingginya tekanan yang dirasakan oleh anak sekolah, dan *gogatsu byo* (五月病) yang dapat didefinisikan sebagai penyakit yang dialami oleh warga Jepang ketika memasuki musim semi karena sebagian dari warga Jepang memulai aktifitas baru seperti awal masuk sekolah, perkuliahan, pertama kali kerja, atau kenaikan jabatan yang menyebabkan kesulitan bergaul sehingga menimbulkan efek lainnya seperti tidak bisa tidur, kelelahan, depresi dan gejala lain yang serupa (Irvansyah 2004).

Kategori kedua yang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan keluarga adalah hubungan anak yang terlalu kuat dengan orang tua atau biasa disebut dengan *amae* (甘え) yaitu kondisi dimana rasa kasih sayang orang tua kepada anak yang terlalu besar sampai memberikan fasilitas berupa *child's room* yang diisi dengan barang-barang yang membuat nyaman seperti memberi computer, koneksi internet yang baik, hingga televisi sendiri yang membuat seorang anak merasa nyaman di rumah sehingga sang anak lebih memilih tinggal di rumah bersama keluarga daripada mengikuti kegiatan di luar, *hitorikko* (一人子) yang berkaitan dengan tuntutan orang tua karena dengan anak sewata wayang sang ayah bekerja lembur sementara sang ibu mengerjakan pekerjaan rumah dan mengasuh anaknya sehingga tuntutan mulai muncul dan anak menjadi tidak memiliki kesempatan untuk bergaul dengan teman-temannya, dan peran anak laki-laki dalam kesejahteraan keluarga pada sebuah keluarga karena budaya di Jepang mengajarkan bahwa anak laki-laki harus melanjutkan karir ayahnya sehingga mendapatkan dampak buruk dari tingginya tekanan dan harapan yang diberikan oleh orang tua terhadap sang anak (Irvansyah 2004).

Kategori ketiga yang merupakan faktor yang berasal dari lingkungan sosial atau lingkungan luar rumah seperti tetangga yang berkaitan dengan faktor keluarga karena ketika dalam satu keluarga tersebut terdapat satu orang yang menjadi *hikikomori*, anggota keluarga lainnya cenderung menutupinya dibanding dengan konsultasi kepada lembaga yang berwenang, informasi yang beredar di media massa seperti audio visual dapat mengakibatkan seseorang menjadi pelaku

hikikomori karena pelaku merasa bahwa mereka nyaman hanya dengan melakukan beberapa aktifitas seperti menonton televisi, membaca manga, bermain game, atau aktif dalam media sosial, serta tradisi yang ada di Jepang juga mengakibatkan seseorang menjadi pelaku *hikikomori* seperti yang terdapat pada salah satu artikel yang dimuat oleh BBC news yang ditulis oleh William Kremmer dan Claudia Hammond dengan judul *Hikikomori : why are so many Japanese men refusing to leave their mother?*, yang menuliskan Matsu menjadi seseorang pelaku *hikikomori* karena dia merasa iri dengan adik laki-lakinya yang dapat melakukan apapun yang dia mau sementara Matsu harus mendapat tekanan dari orang tua karena Matsu adalah anak pertama sehingga akhirnya Matsu marah dan memutuskan untuk pergi dari rumahnya (Irvansyah 2004).

Kategori keempat yang merupakan faktor yang berasal dari individu adalah faktor yang sangat menentukan seseorang menjadi *hikikomori* atau tidak. Pada dasarnya, faktor individu ini bisa jadi penentuan yang diakibatkan oleh faktor-faktor lainnya. Tekanan yang terus didapatkan dari lingkungan sekitar mengakibatkan mental seseorang menjadi terus melemah sehingga jalan yang dapat ditempuh adalah dengan menjadi *hikikomori* (Irvansyah 2004).

Keempat kategori yang merupakan pengelompokkan dari beberapa faktor yang dapat merubah seseorang menjadi pelaku *hikikomori* hampir sebagian besar terjadi karena adanya perasaan depresi yang muncul diakibatkan dari banyaknya tekanan. Banyaknya tekanan juga akhirnya mengakibatkan timbulnya fenomena lainnya yang ada di Jepang yaitu *karoushi* (過労死) dan *karou-jisatsu* (過労自殺). Pada dasarnya kedua kata tersebut berasal dari kata yang sama yaitu *karou* yang berasal dari kanji 過労 yang berarti bekerja secara berlebihan. Yang membedakan adalah kanji kedua yaitu *shi* yang berasal dari kanji (死) yang berarti mati dan *jisatsu* yang berasal dari kanji (自殺) yang berarti bunuh diri.

Menurut (寶珠山務, 2003) 「^{かろうし}過労死は^{いがくてき}医学的な^{がいねん}概念ではなく、^{かじゅうろうどう}過重労働により^{きよけつせいしんしつかん}虚血性心疾患や^{のうけつかんしつかん}脳血管疾患など^{あしてきしよくぎょうせいしつべい}致死的職業性疾病が^{はっしょう}発症したと^{ほんだん}判断されて

「^{ろうきほしょうにんてい}労災補償認定がなされたものをさす」 yang berarti kematian yang diakibatkan oleh terlalu banyak bekerja bukanlah konsep medis melainkan mengacu kepada mereka yang ditentukan bahwa terdapat penyakit yang timbul akibat bekerja dengan berlebihan seperti penyakit jantung iskemik dan penyakit serebrovaskular yang telah berkembang serta kompensasi pekerja telah disetujui.

Pada dasarnya penyakit iskemia atau yang biasa disebut juga iskemik tidak hanya terjadi di jantung tetapi bisa juga terjadi di usus, otak, dan tungkai. Penyebab dari penyakit iskemia adalah ketika darah tidak mengalir dan terhambat pada beberapa bagian seperti jantung, usus, otak, dan tungkai. Akibat yang ditimbulkan dari penyakit ini adalah gangguan irama jantung hingga serangan jantung (Makarim, 2022).

Penyakit lainnya yang juga mengakibatkan adanya fenomena *karoushi* yang ditimbulkan dari munculnya gangguan peredaran darah adalah penyakit serebrovaskular atau *cerebrovascular accident* (CVA). Penyakit serebrovaskular biasa juga dikenal dengan sebutan *stroke* yang merupakan gangguan fungsional yang terjadi pada otak secara mendadak (Zahra, 2022).

Berbeda dengan *karoushi* yang memiliki penyebab yang akhirnya menyebabkan seseorang menjadi meninggal karena kebanyakan bekerja, *karou-jisatsu* tidak memiliki penyebab fisik yang menyebabkan seseorang meninggal. *Karou-jisatsu* tidak menyerang fisik tetapi menyerang mental yang diakibatkan oleh terlalu lama bekerja serta mengalami banyak tekanan.

Menurut (肇, 2010) 「^{かろうじきつ}過労自殺に至る^{いた}疾病として、^{ひと}人の生命にかかわる^{じこ}事故への^{そうぐう}遭遇^{ほかしんりてき}その他心理的に^{かど}過度の^{ふたん}負担を^{あた}与える^{せいしんおよ}精神及び^{こうどう}行動に^{しょうがい}障害又はこれに^{ずい}付随する^{しつべい}疾病」 yang berarti sebagai penyakit, *karou-jisatsu* adalah kondisi adanya gangguan mental dan perilaku yang diakibatkan oleh pekerjaan yang melibatkan kecelakaan yang mengancam jiwa atau kejadian lainnya yang memberikan beban berlebih pada psikologis ataupun penyakit-penyakit lainnya.

Dengan kata lain, perbedaan yang mencolok yang menyebabkan *karoushi* dan *karou-jisatsu* adalah perbedaan pada serangan fisik atau psikologis. Jika terkait dengan fisik seperti penyakit yang mengakibatkan tersumbatnya darah pada beberapa bagian khususnya bagian jantung dan otak maka bisa dikategorikan orang tersebut termasuk kepada *karoushi*. Sementara jika terkait dengan psikologis dan mengakhiri hidupnya sendiri maka bisa dikategorikan orang tersebut termasuk kepada *karou-jisatsu*.

Karoushi pada awalnya banyak terjadi pada para pekerja yang bekerja di sektor non-managerial seperti supir truk dan para buruh. Namun, pekerjaan lainnya yang juga sama-sama dapat tuntutan serta tekanan yang tinggi dari masyarakat dan juga atasannya sendiri menyebabkan kasus *karoushi* mulai bermunculan di sektor managerial (Widiandari, 2015).

Tabel 2
Jumlah Kasus *Karoushi* di sektor managerial

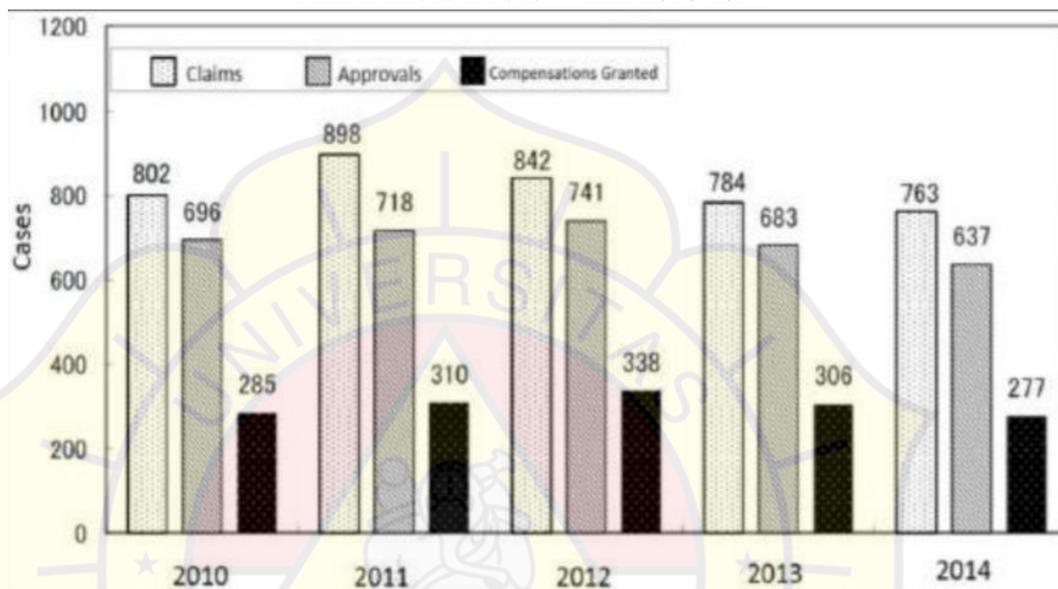
	1997	1998	1999	2000	2001
Specialist	10	10	12	15	25
Managerial	27	26	20	20	26
Clerical	14	21	15	16	18
Sales	1	3	5	3	5
Service	0	3	2	3	6
Driver	9	7	12	12	30
Engineer	10	18	8	6	20
Other	2	2	7	10	13
Total	73	98	81	85	143

Sumber : *Ministry of Health, Labor, and Welfare* dalam (Widiandari, 2015)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah *karoushi* tiap tahunnya meningkat. Selain itu, jika kita melihat dari tipe pekerjaannya juga dapat diketahui bahwa hampir di setiap sektor dan di setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan.

Fenomena-fenomena meninggal karena terlalu banyak bekerja tersebut tidak bisa dikategorikan sebagai kasus yang biasa. Jumlah kasus meninggal yang banyak tentu membuat khawatir dan menjadi masalah serius di Jepang. Pada tahun 2015 jumlah kasus *karoushi* mencapai 1.456 kasus yang merupakan salah satu tahun dengan kasus *karoushi* terbanyak (Widiandari, 2015).

Grafik 1
Jumlah Kasus *Karoushi* tahun 2010-2014



Sumber : Minisrty of Health, Labor, and Welfare dalam (Saringsih, Rukhyana, dan Susanti, 2019)

Selain adanya fenomena *karoushi* dan *karou-jisatsu*, tekanan dan pengucilan yang didapat dari lingkungan sekitar akan menyebabkan rasa kesepian pada setiap individu yang menjadi korban. Salah satu sifat orang Jepang yang sangat menjaga privasi dan perasaan orang lain juga menyebabkan berkurangnya interaksi karena takut menghancurkan privasi orang lain. Ketakutan-ketakutan ini akhirnya menyebabkan kesepian di kalangan masyarakat Jepang.

Fenomena sosial lainnya yang selanjutnya muncul yang diakibatkan dari depresi, mendapatkan tekanan, kesepian, dan menjadi salah satu faktor munculnya fenomena sewa pacar adalah *kodokushi* (孤独死) yang memiliki arti yaitu mati karena kesepian. Fenomena *kodokushi* terjadi ketika tubuh telah hilang atau belum ditemukan dalam kurun waktu yang lama. Dalam pengertian lainnya, *kodokushi* ini

terjadi ketika seseorang meninggal dalam keadaan sepi dan tidak diketahui siapapun. *Kodokushi* juga dapat merujuk kepada orang-orang yang telah lama sendiri (Jannah, 2020).

Menurut ^{あさひしんぶんちようかん}朝日新聞朝刊 yang dimuat pada tanggal 7 Mei 2006 dalam (小辻 dan 小林, 2011) 「^{こどくし}孤独死は^{ひとりぐ}一人暮らしをしていて、^{だれ}誰にも^{みと}看取られず^{じたく}自宅で^な亡くなっ
た^{ばあい}場合」 yang berarti *kodokushi* adalah orang yang hidup sendiri dan meninggal di rumahnya sendiri tanpa ada yang merawatnya.

Fenomena-fenomena di atas berupa ^{かろうし}過労死、^{かろうじきつ}過労自殺、^{こどくし}孤独死、 dan いじめ secara tidak langsung mendorong adanya fenomena *rentaru kanojo*. Hal ini dikarenakan adanya efek dan dampak kesepian yang dialami oleh orang Jepang yang mana dampak kesepian ini merupakan faktor utama munculnya *rentaru kanojo* yang ada di Jepang.

Fenomena-fenomena meninggalnya warga Jepang yang diakibatkan oleh tekanan, depresi, serta jam kerja yang tinggi membawa dampak buruk bagi negara Jepang. Selain fenomena-fenomena tersebut, faktor yang mendorong adanya fenomena *rentaru kanojo* adalah karena mereka juga mengalami *shoushika* (少子化) yang menandakan lebih banyaknya warga Jepang dengan usia lanjut dibanding dengan usia muda. *Shoushika* juga memiliki pengertian sebagai penurunan angka kelahiran.

Menurut data yang ada dalam Departemen Kesehatan dan Kesejahteraan Jepang tahun 2009, jumlah kelahiran di Jepang pada tahun 2002 adalah 1.190.547 bayi dan pada tahun 2007 jumlah kelahiran adalah 1.089.818 bayi. Akibat yang akan ditimbulkan dari fenomena ini adalah berkurangnya generasi penerus dalam sebuah keluarga (Handayani dan Salim, 2011).

Menurut (白波瀬, 2005) 「少子化の主原因の一つは、若年層の未婚化、晩婚化である。未婚率の上昇は確認に出生率の低下となる」 yang berarti salah satu penyebab utama menurunnya angka kelahiran adalah kaum muda yang tidak menikah atau menikah belakangan sehingga dengan meningkatnya angka lajang akan mengakibatkan penurunan angka kelahiran. Hal ini berkaitan dengan fenomena lainnya di Jepang yang disebut dengan *bankonka* (晩婚化)

Fenomena *bankonka* atau menikah belakangan erat kaitannya dengan peran wanita yang kian meningkat dalam dunia pekerjaan sehingga orang tua yang memiliki putri akan menyekolahkan putrinya setinggi mungkin. Dengan pendidikan yang semakin tinggi diharapkan bahwa putrinya akan memiliki kehidupan yang lebih baik daripada kehidupan yang dialami oleh orang tuanya sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan derajat kehidupan orang tuanya juga (Handayani dan Salim, 2011).

Terdapat beberapa alasan yang memotivasi seseorang untuk mendapatkan pendidikan yang tinggi. Alasan pertama adalah dengan pendidikan yang tinggi diharapkan akan mendapatkan pekerjaan yang bagus juga. Alasan kedua adalah dengan belajar di sekolah diharapkan akan menambah jaringan pertemanan. Alasan ketiga adalah dengan pendidikan diharapkan akan menambahnya ilmu serta wawasan yang dimiliki. Alasan keempat adalah dengan bersekolah setinggi-tingginya membuka peluang seseorang untuk bersaing dengan orang lainnya yang juga melanjutkan pendidikannya. Alasan kelima adalah memberikan kesempatan untuk mendapatkan pasangan serta memilih pasangan (Tachibanaki, 2010).

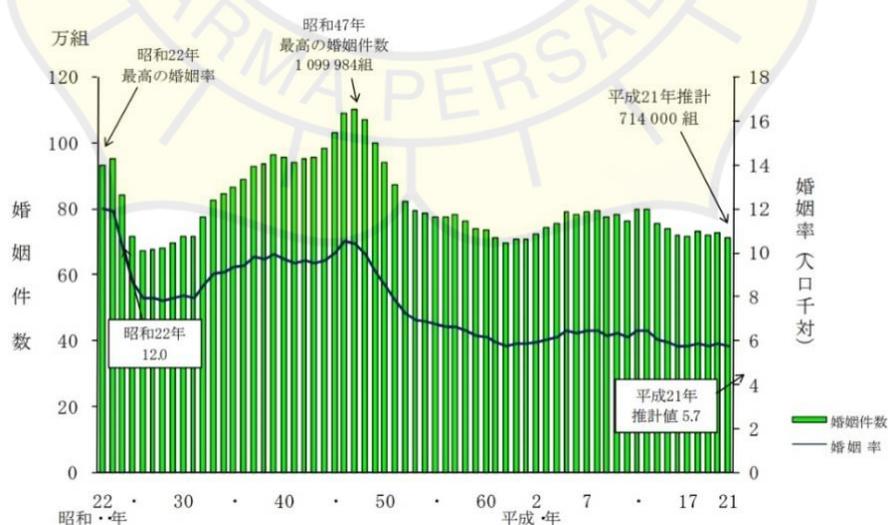
Kriteria atau tipe pasangan yang ideal kadang sulit untuk didapatkan. Namun, dengan bertambahnya pendidikan diharapkan pasangan yang ideal sesuai dengan yang diharapkan akan datang. Dengan pendidikan, para wanita di Jepang juga berharap bahwa mereka akan mendapatkan pasangan yang memang ideal di kalangan wanita Jepang yaitu *sankou* (三高) atau dikenal juga dengan istilah *three highs* (Handayani dan Salim, 2011).

Sankou (三高) atau *three highs* adalah kategori yang digunakan oleh wanita Jepang ketika akan mencari lelaki yang ideal. *Sankou* (三高) berasal dari dua huruf yaitu *san* (三) yang berarti tiga dan *kou* (高) yang berarti tinggi sehingga apabila digabungkan maknanya akan sama dengan *three highs*. Kategori yang masuk kedalam *sankou* adalah tingginya kualitas penampilan secara fisik, tingginya tingkat pemasukan, dan tingginya tingkat pendidikan (Handayani dan Salim, 2011).

Wanita yang sangat berharap kepada ketiga kategori itu tentu akan kesulitan mendapat pasangan. Hal ini dikarenakan tidak semua lelaki akan masuk ke dalam kategori tersebut. Namun, dikarenakan para wanita yang berpendidikan juga ingin mencari lelaki yang sama sepertinya atau lebih tinggi maka sangat normal untuk wanita tersebut merasa bangga ketika mendapat pasangan hidup yang sesuai dengan tiga kriteria tersebut.

Sulitnya wanita mendapatkan lelaki yang mereka inginkan mengakibatkan mereka memperlambat menikah atau bahkan tidak menikah sama sekali. Fenomena seperti ini tentu akan menjadi masalah karena dengan menikah diharapkan akan muncul penerus dari generasi tersebut. Departemen Kesehatan dan Kesejahteraan merilis data yang berisi tentang perkembangan jumlah pasangan yang menikah.

Grafik 2
Perkembangan Jumlah Pasangan yang Menikah.



Sumber : Departemen Kesehatan dan Kesejahteraan dalam (Handayani dan Salim, 2011).

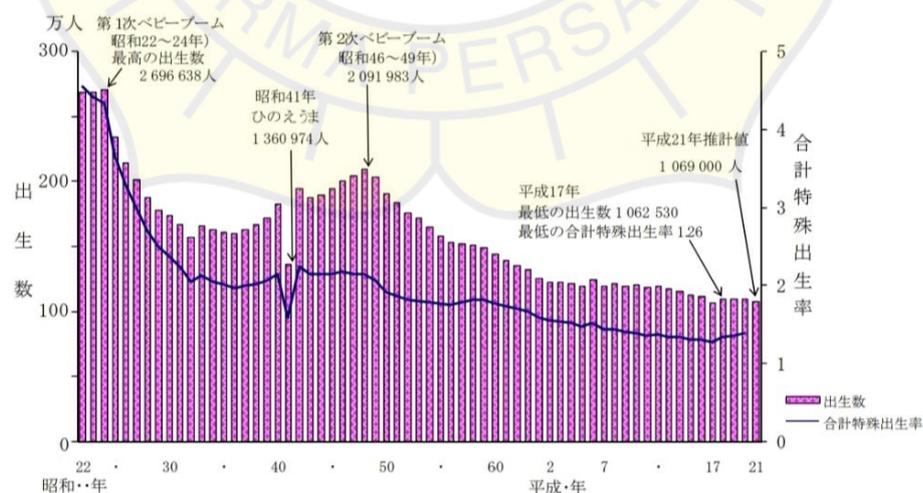
Keterangan :

人口千対 (Jinkousentai)	= Jumlah penduduk per 1000 populasi
婚姻件数 (Koninkensuu)	= Kasus pernikahan
昭和 (Shouwa)	= Tahun Showa (1926-1986)
平成 (Heisei)	= Tahun Heisei (1986-sekarang)
婚姻率 (Koninritsu)	= Tingkat pernikahan
万組 (Mankumi)	= Jumlah per-1.000 pasangan

Menurut (Surbakti, 2008) pernikahan selalu memiliki tujuan dan salah satu tujuan dalam pernikahan adalah untuk melanjutkan keturunan. Sebagai pasangan yang hidup bersama dalam sebuah ikatan pasti memiliki keinginan untuk memiliki keturunan. Hal yang mendasari seseorang atau sepasang suami-istri ingin memiliki keturunan tentu berbeda sesuai dengan alasannya masing-masing.

Namun di Jepang, banyaknya lajang dan adanya fenomena *shoushika* dan *bankonka* tentu menyebabkan angka kelahiran juga menurun. Selain memuat grafik tentang perkembangan pasangan yang menikah, Departemen Kesehatan dan Kesejahteraan juga memuat data mengenai grafik perkembangan angka kelahiran yang ada di Jepang.

Grafik 3
Perkembangan Jumlah Kelahiran Bayi di Jepang.



Sumber : Departemen Kesehatan dan Kesejahteraan dalam (Handayani dan Salim, 2011).

Keterangan :

人口千対 (Jinkousentai)	= Jumlah penduduk per 1000 populasi
出生数(Shuushousuu)	= Banyaknya kelahiran
昭和 (Shouwa)	= Tahun Showa (1926-1986)
平成 (Heisei)	= Tahun Heisei (1986-sekarang)
会計特殊生率 (Kaikeitokushuseiritsu)	= Tingkat Kelangsungan Hidup

Jika membandingkan grafik perkembangan jumlah kelahiran bayi di Jepang dengan grafik perkembangan jumlah pasangan yang menikah, dapat disimpulkan bahwa kedua grafik tersebut berbanding lurus. Dengan kata lain, kedua grafik tersebut memiliki keterkaitan antara yang satu dengan yang lain. Dalam kedua grafik tersebut juga dapat disimpulkan bahwa ketika jumlah pasangan menurun maka jumlah kelahiran bayi juga akan ikut menurun (Handayani dan Salim, 2011).

Selain dari *bakonka*, hal yang mendasari adanya fenomena *shoushika* adalah urbanisasi yang besar-besaran di Jepang khususnya di Tokyo. Tentu saja urbanisasi ini memiliki efek positif seperti meningkatnya perekonomian Jepang Namun, urbanisasi juga memiliki efek negative berupa munculnya depopulasi yang menyebabkan *shoushika*. Setiap tahunnya populasi warga Jepang berkurang sekitar 250.000 sejak 2010 (Kato, 2014).

Depopulasi di Jepang terjadi sejak tahun 1960 diakibatkan dari pemusatan ekonomi di Tokyo sehingga berdampak kepada menurunnya minat para pengusaha yang ingin membuka bisnis diluar Tokyo. Lebih dari 60.000 kota di Jepang diperkirakan akan mengalami depopulasi sebagai akibat dari urbanisasi yang menyebabkan adanya fenomena *shoushika* di Jepang (McCurry dalam Nursari dan Fitri, 2017).

Selain itu, urbanisasi juga menyerang sisi psikologis para warga yang pergi untuk mencari pekerjaan. Kehidupan di perkotaan berbeda dengan kehidupan di pedesaan dimana keakraban masih erat terjalin. Selain itu, masa-masa dimana para pencari kerja mudah mendapatkan kerja sudah habis. Sistem gaji di perkotaan juga

tidak semuanya menguntungkan karena masih banyaknya warga yang mendapat gaji kecil sementara mereka harus menghidupi keluarga mereka. (Iizuka, 2017).

Beberapa tahun terakhir, kejenuhan dan keletihan benar-benar melanda warga Jepang khususnya warga perkotaan. Hal ini dikarenakan jauhnya rumah mereka dengan tempat bekerja, kualitas hidup yang tidak terlalu bagus, pendapatan yang tidak terlalu mumpuni membuat warga perkotaan menjadi rentan untuk mengalami kejenuhan dan kesepian (Nursari dan Fitri, 2017).

Selain merasa jenuh dan kesepian, warga Jepang yang berpindah dari desa ke kota juga merasa depresi karena sulitnya mencari pekerjaan. Hal ini dikarenakan Jepang yang sudah menjadi negara yang terbuka dan kekurangan SDM sehingga banyak orang luar Jepang yang datang ke Jepang untuk mengisi kekurangan SDM tersebut. Hal ini akan berefek kepada warga Jepang itu sendiri karena mereka harus bersaing dengan orang-orang yang datang dari luar Jepang. Dengan kata lain, Jepang yang sudah tidak memiliki sistem *nenkoujoutetsu* membuat warganya harus bersaing dengan warga Jepangnya sendiri dan dengan orang pendatang dari luar Jepang (Prasetyo, 2014).

Warga yang melakukan perpindahan dari desa ke kota juga tentu akan menghadapi masalah lainnya diluar keakraban dengan warga sekitar dan pencarian kerja. Perbedaan biaya hidup yang cukup signifikan akan membuat warga yang tidak terbiasa dengan biaya hidup setinggi itu akan mudah mendapatkan rasa depresi dibanding warga perkotaan yang sudah terbiasa dengan biaya hidup tersebut.

Salah satu indikator yang bisa digunakan untuk mengetahui seberapa tinggi biaya hidup di Jepang adalah dengan melihat harga tanah khususnya yang ada di perkotaan. Pada tahun 1969 harga tanah di kawasan komersial Tokyo sepuluh kali lipat lebih tinggi dibanding New York. Berikutnya, pada tahun 1986 harga tanah di Tokyo semakin meroket menjadi tiga puluh kali lipat lebih mahal dibanding London (Hanayama dalam Ellisa, 2009).

Tingginya biaya hidup tersebut mengakibatkan warga Jepang berpikir dua kali ketika ingin memiliki anak (Widiandari, 2016). Biaya hidup tentu akan semakin

meningkat ketika sepasang suami-istri sepakat untuk memiliki anak. Hal inilah yang kemudian menjadi faktor *shoushika* yang menyebabkan berkurangnya SDM di Jepang khususnya dibagian perdesaan karena urbanisasi. Urbanisasi tersebut akhirnya berkaitan dengan fenomena-fenomena lainnya karena kerasnya dunia kerja yang ada di Jepang.

Fenomena-fenomena yang begitu banyak terjadi di Jepang pasti memiliki dampak buruk khususnya dampak yang ditimbulkan akibat fenomena-fenomena yang berkaitan dengan meninggalnya seseorang seperti *karoushi*, *karou-jisatsu*, dan *kodokushi*. Walaupun ketiganya juga memiliki faktor yang sama yaitu adanya tekanan dari luar, dampak buruk dari ketiga hal tersebut juga menjadi hal yang serius.

Beberapa dampak yang muncul akibat dari fenomena-fenomena tersebut adalah berkurangnya jumlah SDM yang ada di Jepang sehingga mengharuskan mendatangkan beberapa pekerja dari luar Jepang untuk menambah SDM di Jepang. Selain itu, perusahaan juga mendapat kerugian karena harus menggantikan kerugian yang dialami oleh keluarga yang ditinggal akibat fenomena *karoushi* serta harus kehilangan seseorang yang bekerja di perusahaan mereka dengan dedikasi yang tinggi (Sariningsih dkk, 2019).

Selain perusahaan yang mengalami kerugian, masyarakat Jepang juga mengalami kerugian yang diakibatkan oleh fenomena-fenomena tersebut seperti merasa kesepian dan merasa tidak memiliki siapa-siapa yang menyebabkan kehilangan hal-hal penting yang menjadi kebutuhannya. Kebutuhan tersebut pada dasarnya akan membuat kita merasa lebih hidup ketika kebutuhan-kebutuhan tersebut terpenuhi. Menurut Abraham Maslow, kebutuhan-kebutuhan ini dikelompokkan menjadi lima kebutuhan dasar yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan, cinta, harga diri, dan aktualisasi diri (Alwisol dalam Jannah, 2020).

Menurut Maslow, kebutuhan fisiologis adalah kebutuhan tertinggi dan mutlak harus terpenuhi oleh manusia. Kebutuhan fisiologis ini tentu saja berkaitan dengan fisik kita sebagai manusia seperti makan, minum, dan sex. Selain itu ada

juga hal lainnya seperti istirahat atau tidur, aktifitas, dan keseimbangan suhu tubuh (Alwisol dalam Jannah, 2020).

Kebutuhan kedua yang wajib terpenuhi setelah kebutuhan pertama adalah kebutuhan akan rasa aman baik perlindungan fisik ataupun perlindungan psikologis. Perlindungan fisik ini berkaitan dengan hal-hal buruk yang memiliki kemungkinan dalam memperburuk kondisi fisik seperti perlindungan dari penyakit, kecelakaan, dan bahaya dari lingkungan. Sedangkan perlindungan psikologis berkaitan dengan perlindungan atas ancaman dari sesuatu yang baru dan asing seperti kekhawatiran saat memasuki lingkungan baru (Alwisol dalam Jannah, 2020).

Kebutuhan ketiga yang wajib terpenuhi adalah rasa cinta dan kasih sayang yang berarti kebutuhan untuk memiliki dan dimiliki. Kebutuhan ini sangat memerlukan bantuan orang lain karena memerlukan penerimaan rasa kasih sayang baik dari sahabat, keluarga, ataupun kelompok sosial lainnya (Alwisol dalam Jannah, 2020).

Kebutuhan keempat adalah kebutuhan mengenai harga diri serta perasaan dihargai oleh orang lain. Kebutuhan ini erat kaitannya dengan keinginan untuk mendapatkan kekuatan, prestasi, serta percaya diri sehingga mendapatkan pengakuan dari orang lain (Alwisol dalam Jannah, 2020).

Kebutuhan kelima adalah kebutuhan mengenai aktualisasi diri yang merupakan kebutuhan untuk berkontribusi kepada lingkungan sekitar serta menggapai potensi maksimum dalam diri sendiri. Kebutuhan ini tentu erat kaitannya dengan masyarakat Jepang yang selalu mementingkan kelompok dan ingin berkontribusi sedalam-dalamnya dalam kelompok tersebut (Alwisol dalam Jannah, 2020).

Faktor-faktor tersebut merupakan pemicu utama munculnya fenomena *rentaru kanojo* di Jepang. Dalam menanggapi fenomena tersebut, salah satu perusahaan yang bernama Rent Group Co. Ltd akhirnya menghadirkan sebuah layanan jasa yang disebut *rentaru kanojo*. *Rentaru kanojo* menjadi pusat layanan untuk menjadi latihan dalam praktik komunikasi tatap muka. Disisi lain, pusat

layanan *rentaru kanojo* dari perusahaan Rent Group Co. Ltd, juga diharapkan menjadi alternatif untuk merasakan kencan dengan kekasih yang sesungguhnya (Iino, 2015).

Selain dari agensi atau perusahaan penyedia jasa, terdapat beberapa alasan yang unik yang diungkapkan oleh *talent* pada agensi tersebut. Ada yang memang memiliki ketertarikan dengan bisnis tersebut karena dia belajar ekonomi dan manajemen. Ada juga yang karena ingin menghibur orang lain. Serta ada yang menjadi *talent* karena dia ingin merubah dirinya untuk menjadi lebih baik (Iino 2015)

Sementara dalam bisnis sewa pacar di Indonesia, bisnis ini masih belum dapat diketahui secara pasti mengenai apa penyebab adanya bisnis sewa pacar ini. Baik dalam agensi maupun penyedia jasa sewa pacar yang berdiri sendiri, masih tidak dapat diketahui secara pasti mengenai alasan mereka membuka bisnis jasa sewa pacar.

Hal yang paling mendasari munculnya bisnis ini adalah untuk membantu keuangan sang penyedia jasa. Salah satu penyedia jasa memberi alasan yang sangat sederhana mengenai mengapa dia membuka bisnis jasa sewa pacar tersebut, yaitu karena dia ingin mengisi waktu luang dan menjadikan bisnis jasa sewa pacar sebagai usaha sampingan (Tim DetikJabar, 2022).

Salah satu *talent* yang bernama Ichiro (bukan nama asli) dari agensi yang membuka jasa sewa pacar yaitu Kanore.id juga memberikan alasan serupa ketika ditanya oleh Tim Kumparan mengenai alasan dia menjadi *talent* dalam jasa sewa pacar. Ichiro mengatakan bahwa alasannya adalah dia belum bekerja dan punya banyak waktu luang sehingga ingin mencoba untuk menambah penghasilan (Tim Kumparan, 2022)

Dalam wawancara yang dilakukan di kanal *youtube* Talkpod yang mengundang bintang tamu seorang *talent* sekaligus pendiri agensi *Rental Girlfriend Uwu* mengatakan bahwa awalnya bisnis tersebut terinspirasi dari para *cosplayer* yang menyediakan jasa untuk menjadi pacar. Hal ini membuat Candy (bukan nama

asli), sebagai salah satu pendiri agensi *Rental Girlfriend Uwu* akhirnya membuka agensi untuk bisnis sewa pacar (Talkpod, 2022).

Selain itu, Candy juga mengatakan bahwa alasannya membuka agensi adalah karena memang terdapat konsumen yang membutuhkannya. Hal yang menurutnya unik juga adalah ternyata para konsumennya tersebut lebih banyak memilih untuk *online date* daripada *offline date*. Kebanyakan para konsumen membutuhkan kehadiran seseorang untuk dapat mendengar cerita dan keluh kesahnya (Talkpod, 2022).

Dalam wawancara yang dilakukan di kanal *youtube* GA yang merupakan *channel youtube* yang digunakan oleh Gritte Agatha yang mengundang bintang tamu seorang *talent* yang bekerja di bawah naungan agensi *Rental Girlfriend Uwu* bernama Hazel (bukan nama asli) mengatakan bahwa awalnya dia tidak ingin menjadi penyedia jasa dan justru mencari penyedia jasa sewa pacar lelaki. Namun, karena agensi *Rental Girlfriend Uwu* saat itu tidak memiliki *talent* laki-laki akhirnya dia menjadi salah satu *talent* di agensi tersebut (GA, 2022).

Hazel juga membeberkan tentang mengapa bisnis ini memiliki konsumen. Salah satu alasan mengapa ada konsumen untuk bisnis sewa pacar adalah karena para konsumen ini tidak memiliki teman untuk diajak main atau untuk ditunjukkan bahwa ini adalah pacar saya sehingga sewa pacar menjadi jalan alternatif untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut (GA, 2022).

Salah satu yang mencoba bisnis jasa sewa pacar ini adalah Erwin yang merupakan salah satu pekerja di kanal *youtube* Froyonion. Dalam vidionya berupa vlog untuk sosial eksperimen bersama pacar sewaan, Erwin mengatakan dengan adanya bisnis ini sedikit membantu orang-orang seperti dia yang tidak pernah merasakan pacaran dan merasa bingung untuk mendekati perempuan. Ini juga bisa menjadi latihan untuk Erwin dan menambah rasa percaya diri dengan cara berlatih berbicara serta mendekati perempuan. Selain itu, kita juga dapat menilai diri kita melalui sudut pandang perempuan sehingga kita dapat mengetahui sejauh apa daya tarik kita di mata perempuan (Froyonion, 2022).

2.3 Permasalahan dalam Bisnis *Rentaru Kanojo* dan Sewa Pacar

Hukum yang jelas terhadap bisnis ini tentu saja tidak terlalu menimbulkan banyaknya masalah terhadap bisnis *rentaru kanojo* di Jepang. Hukum yang ada sudah membedakan jasa sewa orang yang hanya khusus kencan dan tidak dibawah hukum mengenai hiburan dewasa serta jasa sewa orang yang memang diperuntukkan ke ranah seksual.

Tidak ada kasus apapun dalam bisnis *rentaru kanojo* di Jepang karena semuanya terlindungi oleh hukum. Privasi yang dimiliki oleh *talent* ataupun pelanggan jasa tersebut tentu akan dijaga dengan bijak oleh perusahaan agensi yang mengadakan bisnis *rentaru kanojo* di Jepang.

Masalah-masalah yang ada hanyalah masalah kecil yang menyangkut soal perasaan para *talent*. Terdapat beberapa *talent* yang mengeluhkan mengenai beberapa kejadian yang mereka alami. Seperti mendapat pelanggan yang mengatakan dia tidak akan mabuk walaupun minum alkohol namun pada akhirnya tetap mabuk juga dan melontarkan kata-kata yang tidak baik tetapi dia harus tetap bersikap baik kepada pelanggan. Adapun *talent* lainnya mengatakan bahwa permasalahan yang dihadapi yaitu mengenai dia menyukai pelanggan yang memesannya namun harus segera dihentikan agar tidak mengganggu profesinya (Iino, 2015).

Berbeda dengan *rentaru kanojo* di Jepang, sewa pacar di Indonesia sama sekali tidak memiliki dasar hukum untuk melarang ataupun mengizinkan praktik bisnis sewa pacar. Masalah pun muncul dari sini karena ketidakjelasan hukum tersebut. Baik pelanggan ataupun penyedia jasa ini akan menjadi sedikit kekhawatiran untuk menggunakan ataupun menyediakan jasa tersebut.

Walaupun tidak adanya kepastian hukum, beberapa agensi tetap berdiri dan tetap menjalankan bisnis ini. Dalam sebuah agensi terdapat permasalahan yang didapatkan oleh *talent*, ketika mereka melakukan kencan mereka dengan para klien. Salah satunya Candy, pendiri *Rental Girlfriend Uwu* mengatakan bahwa ada *talent* yang mendapatkan klien yang sedikit memaksa padahal dia tidak membeli paket

service lainnya. Agensi yang mendapat laporan tersebut tentu langsung menindaklanjuti pelanggan tersebut dan akhirnya mendapatkan hukuman berupa *blacklist* dari agensi tersebut (Talkpod, 2022).

Salah satu *talent* bernama Hazel yang bekerja di bawah naungan agensi *Rental Girlfriend Uwu* juga membeberkan mengenai permasalahannya. Walaupun konsumen-konsumen tersebut sudah membayar untuk beberapa *service* tambahan namun kadang konsumen tersebut ingin mendapat *service* tersebut dalam jumlah yang banyak seperti misalnya minta foto Hazel dalam jumlah yang banyak. Akhirnya karena konsumen tersebut sudah bayar, Hazel harus mengirim foto lama dirinya karena konsumen tersebut mintanya dalam jumlah yang banyak (GA, 2022).

Hazel juga menambahkan bahwa masih banyak konsumen yang tidak mengerti tentang konsep bisnis sewa pacar sehingga para konsumen tersebut menganggap bahwa ini bisa untuk alternatif dalam memenuhi kebutuhan seksual. Ketidaktahuan para konsumen tersebut dapat diketahui dari halaman facebook milik agensi *Rental Girlfriend Uwu*. Bahkan banyak dari para konsumen yang merayu dan mengajak para *talent* untuk melakukan aktifitas seksual dengan alasan pembayarannya akan ditambah (GA, 2022).

Permasalahan juga terjadi tidak hanya melibatkan satu sisi melainkan keduanya. Dalam wawancara yang sama, Candy juga mengatakan bahwa terdapat kasus yang melibatkan perasaan diantara keduanya baik pelanggan ataupun *talent*. Hal ini mengakibatkan *talent* tersebut harus keluar dari agensi itu karena dianggap melanggar aturan yang disediakan dan harus ditaati oleh para *talent* di agensi tersebut (Talkpod, 2022).

Selain itu, terdapat sebuah kasus yang akhirnya membuat jasa sewa pacar di Indonesia menjadi masalah yang serius. Di Surabaya, Jawa Timur terdapat sebuah kasus yang menjadi masalah serius karena bisnis sewa pacar tersebut melenceng ke ranah seksual. Di kasus yang sama, praktik jasa sewa pacar tersebut akhirnya membuat wanita itu hamil (Marwan, 2022).

2.4 Agensi Penyedia Bisnis *Rentaru kanojo* dan Bisnis Sewa Pacar

Terdapat banyak sekali agensi penyedia bisnis *rentaru kanojo* di Jepang. Salah satu diantaranya adalah RENT Group Co. Ltd yang menjadi bisnis sewa orang yang cukup lengkap. Dalam agensi tersebut, terdapat bisnis jasa sewa pacar wanita (レンタル彼女), jasa sewa pacar laki-laki (レンタル彼氏), dan *hostclub*. Selain itu, ada juga Family Romance Co. Ltd yang menyediakan berbagai jasa sewa orang seperti sewa keluarga (家族レンタル), jasa sewa pacar wanita (*rentaru kanojo* レンタル彼女) dan jasa sewa pacar laki-laki (レンタル彼氏). Adapun Warmrelation Co., Ltd khusus untuk sewa pacar laki-laki (レンタル彼氏).

Berbeda dengan di Jepang, bisnis sewa pacar di Indonesia memiliki sedikit perbedaan yang unik. Tidak hanya jasa sewa pacar beragensi, bisnis sewa pacar juga ada yang dilaksanakan tanpa agensi dan bersifat individual. Beberapa agensi yang itu adalah Kanore.id, *Girlfriend Kawaii*, dan *Rental Girlfriend Uwu*. Agensi-agensi ini cukup aktif dalam media sosial dan menggunakan media sosial sebagai perantara untuk melakukan transaksi ketika ingin menggunakan jasa sewa pacar yang mereka sediakan.

Berbeda dengan jasa sewa pacar beragensi, penyedia jasa sewa pacar yang melakukan bisnisnya secara individual hanya melakukan transaksi menggunakan akun media sosial yang sedang mereka gunakan. Dalam akun media sosial tersebut juga mempromosikan dirinya sebagai penyedia jasa layanan sewa pacar. Penyebaran iklan atau promosi yang dilakukan juga menjadi perbedaan lainnya karena bisnis jasa sewa pacar beragensi akan melakukan promosi di media sosial milik agensi tersebut bukan di akun media sosial *talent*.