

jurnal 4

by Novera Arfianna

Submission date: 13-Aug-2020 03:19PM (UTC+0700)

Submission ID: 1369094137

File name: PEMBERIAN_EDUKASI_HUKUM_UNTUK_KAUM_MILENIAL_ATAU_ANAK_MUDA.pdf (267.69K)

Word count: 5847

Character count: 35657

PEMBERIAN EDUKASI HUKUM UNTUK KAUM MILENIAL ATAU ANAK MUDA SAAT MENGGUNAKAN APLIKASI BERBASIS ONLINE DALAM DUNIA PERDAGANGAN

Arfianna Novera^{1*}, Rizki Samaputra Sormin¹

¹ Ilmu Hukum, Universitas Sriwijaya, Palembang

Corresponding author: arfiannanovera@fh.unsri.ac.id dan rizkisamaputra@gmail.com

ABSTRAK: Perkembangan Teknologi dalam suatu negara yang pesat harus juga diikuti dengan perkembangan hukum yang pesat pula. Hubungan Hukum dan Teknologi merupakan suatu hubungan yang bersifat *Check and Balances* (saling mengawasi dan saling menyeimbangkan). Pada zaman sekarang banyak orang terutama kaum milenial yang memanfaatkan teknologi (internet) untuk melakukan perdagangan (e-commerce) karena dianggap perdagangan yang memanfaatkan teknologi internet (e-commerce) lebih efisien dan menguntungkan dalam menjalani bisnis di masa depan. Latar Belakang dibuatnya makalah ini adalah agar masyarakat umum terkhusus Kaum Millennial dapat mengetahui serta peduli tentang peraturan-peraturan maupun hukum-hukum yang mengatur dan menjamin hak hak setiap Warga Negara nya saat melakukan aktivitas Transaksi Jual beli secara online (e-commerce) baik sebagai pelaku usaha maupun sebagai konsumen. Oleh karena itu contoh konkret dari hukum yang mengikuti perkembangan zaman adalah dengan dibuatnya Undang-Undang Negara Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Diharapkan dengan adanya Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tersebut dapat membuat masyarakat Indonesia dapat lebih merasa nyaman dan aman dalam menggunakan dan memanfaatkan fasilitas teknologi berupa internet terutama di bidang perdagangan baik dalam bidang jasa maupun barang yang selalu berkembang pesat karena telah ada payung hukum yang melindungi dan menjamin hak setiap masyarakat Indonesia.

Kata Kunci: Teknologi, Edukasi Hukum, kaum milenial, e-commerce, UU ITE

ABSTRACT: The rapid development of technology in a country must also be followed by rapid legal developments. Relationship between Law and Technology is a relationship that is characterized by Check and Balances. Today many people, especially millennials, use technology (internet) to conduct commerce (e-commerce) because it is considered a trade that uses e-commerce technology more efficiently and profitably in conducting business in the future. Background made of this paper is that the general public especially those of The Millennial able to know and care about the rules and laws that regulate and guarantee the rights of every citizen of his or her current activity Transactions Buying and selling online (e-commerce) as actors business as well as consumers. Therefore a concrete example of the law that follows the development of the era is the making of the Republic of Indonesia State Law Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions (UU ITE). It is expected that the existence of Law Number 19 Year 2016 can make Indonesian people feel more comfortable and safe in using and utilizing technological facilities in the form of the internet, especially in the field of trade both in services and goods which are always growing rapidly because there is a legal umbrella protecting and guarantee the rights of all Indonesian people.

Keywords: Technology, Legal Education, millennials, e-commerce, ITE Law.

PENDAHULUAN

Edukasi ialah proses pengajaran yang dilakukan baik secara formal maupun non formal kepada seseorang atau

lebih dari satu orang baik secara bersama-sama ataupun secara individu.

Ilmu ialah sesuatu yang didapat dari pengetahuan dan pengetahuan diperoleh dengan aneka cara. Tidak semua

pengetahuan itu merupakan ilmu sebab setiap pengetahuan itu baru dinamakan ilmu jika dipenuhi persyaratannya (Sjachran Basah 1980:53). Menurut Ralph Ross dan Ernest Van Den Haag syarat-syarat ilmu dari suatu pengetahuan adalah:

- a. Rasional
- b. Empiris
- c. Umum
- d. Akumulatif atau tersusun

Pengetahuan itu aneka ragamnya meliputi berbagai hal yang sejauh mungkin orang dapat menengetahuinya dari pengalaman-pengalaman dan keterangan-keterangan mengemukakan bahwa media massa yang terdiri atas media cetak (surat kabar dan majalah) maupun media elektronik (radio, televisi, film, internet) merupakan bentuk komunikasi yang menjangkau sejumlah besar orang. Media massa diidentifikasi sebagai agen sosialisasi yang berpengaruh pula terhadap perilaku khayalaknya. Peningkatan teknologi yang memungkinkan peningkatan kualitas pesan serta peningkatan frekuensi penerapan masyarakat pun memberi peluang bagi media massa untuk berperan sebagai agen sosialisasi yang semakin penting.

Generasi Millennial

Berdasarkan hasil penelitian yang dikutip dari buku Pengantar Sosiologi Penulis Kamanto Sunarto, Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, SMS, instant messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter, IG dan lain-lain, sehingga dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet booming.

Berdasarkan definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir diantara tahun 1980-2000 saat terjadi kemajuan teknologi yang pesat. Jika dilihat dari kelompok umur, generasi milenial merupakan generasi yang saat ini berusia dikisaran 15-34 tahun.

Dari kelahiran sampai meninggal, manusia itu hidup ditengah manusia lain yakni setiap manusia hidup dalam pergaulan dengan manusia lain. Manusia adalah anggota masyarakat. Telah pada zaman kuno seorang filsuf bangsa Yunani, yaitu Aristoteles, berkata manusia itu "Zoom Politicon" makhluk yang bergaul.

Hukum Perdata

Sebagai gejala sosial, hukum itu berfungsi, yaitu melakukan tugas tertentu, dalam masyarakat. Terutama hukum itu berusaha memberi jaminan bagi seseorang

bahwa kepentingannya diperhatikan oleh setiap orang lain. Misalnya pasal-pasal 1474 dan 1513 KUHPERDATA. Ketentuan pertama memberi jaminan bagi pembeli bahwa barang yang telah dibeli akan diserahkan kepadanya. Ketentuan kedua membawa jaminan bagi penjual bahwa ia akan menerima pembayaran. Sebab kedua ketentuan tersebut maka kedua kepentingan itu disetarakan.

Dikutip dari buku Ridwan HR yang berjudul Hukum Administrasi Negara, Berdasarkan Ketentuan Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia (UUD 1945), "Negara Indonesia adalah Negara Hukum". Menurut Stahl, unsur-unsur Negara Hukum (rechtstaat) adalah sebagai berikut:

- a. Perlindungan hak-hak asasi manusia (HAM)
- b. Pemisahan atau pembagian kekuasaan untuk menjamin hak-hak itu.
- c. Pemerintahan berdasarkan peraturan perundang-undangan.
- d. Peradilan Administrasi dalam perselisihan.

Menurut K.N. Sofyan Hasan dalam bukunya yang berjudul Hukum Keluarga Dalam Islam, Manusia (pasti) dilahirkan di tengah tengah masyarakat, dan tidak mungkin hidup kecuali ditengah tengah mereka pula bagai makhluk bermasyarakat, manusia tidak akan bisa hidup tanpa ada hukum apa pun nama atau sebutannya yang mengatur pergaulan hidup mereka.

Masyarakat dan hukum laksana hubungan erat antara ikan dan air yang berbeda tetapi selalu menyatu. Seorang filsuf romawi, Celcius, kurang lebih 20 Abad yang silam menegaskan:-Ubi Societas Ibi Ius. "Maksudnya, dimana ada masyarakat di situlah ada hukum". Senafas dengan itu, ada pula ungkapan yang menyatakan, There is not state without law,"Tidak ada Negara bila tidak ada hukum".

Manusia dikodratkan untuk selalu hidup bersama demi hidupnya, menimbulkan satu jenis hukum yang ketentuannya mengatur tentang kehidupannya itu dan dinamakan "Hukum Perdata" (Privat Recht).

Hukum Perdata ialah ketentuan ketentuan yang mengatur dan membatasi tingkah laku manusia dalam memenuhi kepentingan kebutuhannya.

Perkataan Hukum Perdata (Privat Recht) dalam arti luas meliputi ketentuan ketentuan hukum material yang mengatur kepentingan kepentingan perseorangan. Perkataan hukum perdata ada juga yang memberikan dalam arti sempit yaitu sebagai lawan dari hukum dagang.

Hukum Perdata material yang ketentuan ketentuannya mengatur tentang kepentingan perseorangan terdiri dari:

- a. Hukum Pribadi (Personenrecht) yaitu ketentuan ketentuan hukum yang mengatur tentang hak dan kewajiban dan kedudukan dalam hukum
 - b. Hukum Keluarga (Familierecht) yaitu ketentuan-ketentuan hukum yang mengatur tentang hubungan lahir batin antara dua orang yang berlainan kelamin (dalam perkawinan) dan akibat hukumnya
 - c. Hukum kekayaan (Vermogensrecht) yaitu ketentuan ketentuan hukum yang mengatur tentang hak hak perolehan seseorang dalam hubungannya dengan orang lain yang mempunyai nilai uang
 - d. Hukum Waris (Erfrecht) yaitu ketentuan ketentuan hukum yang mengatur tentang cara pemindahan hak milik seseorang yang meninggal dunia kepada yang berhak memiliki selanjutnya.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPERDATA). Sistematika nya terdiri dari empat buku yaitu:
- a. Buku 1 mengatur “Perihal Orang” (Van Personen).
 - b. Buku 2 mengatur “Perihal Benda” (Van Zaken).
 - c. Buku 3 mengatur “Perihal Perikatan” (Van Verbintenissen).
 - d. Buku 4 mengatur “Perihal Bukti dan Kadaluarsa” (Van Bewijsen Verjaring).
- Hukum benda ialah ketentuan ketentuan yang mengatur mengenai hal yang diartikan dengan benda dan hak-hak yang melekat diatasnya. Hukum Perdata Eropa mengenal pembedaan tentang benda dalam beberapa macam:
- a. Benda yang dapat diganti dan benda yang tidak dapat diganti.
 - b. Benda yang dapat diperdagangkan dan benda yang tidak dapat diperdagangkan.
 - c. Benda yang dapat dibagi dan benda yang tidak dapat dibagi.
 - d. Benda bergerak dan benda tidak bergerak (tetap).
- Hukum Perikatan ialah ketentuan-ketentuan yang mengatur hak dan kewajiban subjek hukum dalam tindakan hukum kekayaan.
- Secara Sistematis maka hukum perikatan mencakup hukum perjanjian, hukum penyelewengan perdata serta hukum perikatan lainnya. Menurut hukum perdata barat, maka suatu perjanjian menyangkuthubungan perutusan. Artinya pihak yang berhak menuntut prestasi disebut pihak berpiutang atau kreditur, sedangkan pihak yang wajib berprestasi adalah pihak yang berhutang atau debitur. Prestasi tersebut adalah:
- a. Menyerahkan benda.
 - b. Melakukan suatu perbuatan.
 - c. Tidak melakukan suatu perbuatan.

Menurut Hukum perdata barat, maka beberapa perjanjian khusus dalam BW (KUHPERDATA) yang penting adalah:

- a. Perjanjian jual beli.
- b. Perjanjian sewa menyewa.
- c. Pemberian atau hibah (schengking)
- d. Persekutuan (maatschap)
- e. Penyuruhan (Lastgeving)
- f. Perjanjian Pinjam (bruiklening dan verbruiklening)
- g. Penanggungan Hutang (borgtocht)
- h. Perjanjian perdamaian (dading)
- i. Perjanjian kerja.

Hukum Perdata eropa mengenal adanya perikatan yang ditimbulkan karena undang-undang dan perikatan yang ditimbulkan karena perjanjian.

Perikatan yang ditimbulkan karena Undang-Undang lazim disebut perikatan dari Undang-Undang. Adanya Hak dan Kewajiban timbul diluar kehendak subjek hukumnya. Perikatan ini dapat disebabkan oleh tindakan tidak melawan hukum dan tindakan melawan hukum.

Perikatan yang ditimbulkan karena perjanjian lazim disebut “perjanjian”, maka hak dan kewajiban yang timbul dikehendaki oleh subjek-subjek hukum. Bahkan, kadang-kadang kewajiban dan hak itu sering merupakan tujuan dalam menjalankan tindakannya. Pasal 1338 KUHPERDATA menyatakan bahwa “Semua perjanjian yang dibuat dengan memenuhi syarat syarat yang ditentukan oleh Undang-Undang mempunyai kekuatan sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya”.

Maksudnya, semua perjanjian mengikat mereka yang tersangkut bagi yang membuatnya , mempunyai hak yang oleh perjanjian itu diberikan kepadanya dan berkewajiban melakukan hal-hal yang ditentukan dalam perjanjian.

Setiap orang dapat mengadakan perjanjian, asalkan memenuhi syarat yang ditetapkan dalam pasal 1320 KUHPERDATA. Syarat-syarat itu antara lain:

- a. Kata sepakat antara mereka yang mengikatkan dirinya.
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
- c. Suatu hal tertentu.
- d. Suatu sebab yang halal.

Berdasarkan Pasal 1338 dan 1320 KUHPERDATA, berarti bahwa setiap orang bebas mengadakan perjanjian asal memenuhi syarat-syarat, maka perjanjian itu mempunyai “sistem terbuka”. Perjanjian yang dapat dilakukan oleh setiap orang antara lain ialah perjanjian jual-beli, sewa-menyewa, pinjam-meminjam, tukar-menukar, perjanjian kerja, hibah, penitipan barang, pinjam-pakai, pinjam pengganti, penanggung utang, untung-untungan, pemberian kuasa, dan perdamaian.

Pelaku Usaha dan Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi.

Hak konsumen adalah:

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban konsumen adalah :

- a. membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
- b. beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
- c. membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;

d. mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Hak pelaku usaha adalah :

- a. hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- b. hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik;
- c. hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen;
- d. hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- e. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Kewajiban pelaku usaha adalah :

- a. beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
- b. memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
- c. memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- d. menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
- e. memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
- f. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan;
- g. memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.

UU ITE

Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE adalah suatu produk hukum yang dibuat oleh Pemerintah bersama DPR (Dewan Perwakilan Rakyat) untuk menjaga dan melindungi

Masyarakat Indonesia dalam bertransaksi maupun mendapatkan dan memberikan informasi di dunia maya.

Diharapkan dengan adanya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE ini menjadi payung hukum dan pedoman dalam menjalani aktivitas maupun bisnis melalui media internet. Walaupun di dalam Praktek dan Kenyataannya UU ITE ini masih memiliki banyak masalah dan kelemahan sehingga sempat di Amandemen (revisi).

Oleh karena itu diharapkan kaum milenial (kaum anak muda) dalam menggunakan aplikasi berbasis online dalam dunia perdagangan (e-commerce) baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha harus mempunyai edukasi di bidang hukum agar perjanjian jual beli tersebut dianggap sah dan apabila terjadi suatu masalah atau sengketa kedepannya baik sebagai konsumen maupun sebagai pelaku usaha dapat diatasi sedini mungkin.

TUJUAN

Adapun Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui respon kaum millennial baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha terhadap persaingan usaha secara online.
- b. Mengetahui respon kaum millennial baik sebagai konsumen maupun pelaku usaha terhadap faktor faktor hukum yang harus diperhatikan dalam dunia usaha
- c. Mengetahui dampak dampak yang terjadi apabila perdagangan online yang dilakukan kaum millennial tersebut tidak sesuai dengan ketentuan hukum
- d. Mengetahui hak dan kewajiban sebagai konsumen dan pelaku usaha yang telah diatur oleh hukum.

MANFAAT PENELITIAN

Adapun Manfaat Penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Secara Akademis, Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang pemberian edukasi hukum kepada kaum millennial dalam menghadapi perdagangan secara online. Oleh karena itu diharapkan dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu menyediakan informasi informasi keterkaitan antara hukum dan perdagangan online yang biasa dilakukan kaum millennial.
- b. Secara Praktis, Penelitian ini diharapkan memberi manfaat pada kaum millennial maupun masyarakat

pada umumnya yang terjun dalam perdagangan secara online agar tetap memperhatikan faktor hukum agar proses transaksi online tersebut dianggap sah secara hukum dan tidak terjadi perselisihan di kemudian harinya.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian makalah ini menggunakan cara atau Metode Penelitian Hukum Normatif dan Penelitian Hukum Empiris dengan cara mencari teori, peraturan perundang-undangan dan asas hukum yang mempunyai relevansi dengan makalah ini dan mewawancarai Dua orang contoh kaum millennial yang melakukan usaha perdagangan (sebagai pelaku usaha) secara online yang memiliki usaha di bidang Jual Beli Jilbab secara online (fatimah_collection26) yang bernama Ilsa Wati dan memiliki usaha di bidang Jual Beli Makanan Ringan Bakso Goreng (Basreng) dan Makaroni secara online (PITTYMOU) yang bernama Fitri dan Albert.

Metode Penelitian Normatif juga biasa disebut sebagai penelitian hukum doktriner atau penelitian perpustakaan. Dinamakan penelitian hukum doktriner dikarenakan penelitian ini hanya ditujukan pada peraturan-peraturan tertulis sehingga penelitian ini sangat erat hubungannya pada pada perpustakaan karena akan membutuhkan data-data yang bersifat sekunder pada perpustakaan.

Dalam penelitian hukum normatif hukum yang tertulis dikaji dari berbagai aspek seperti aspek teori, filosofi, perbandingan, struktur/ komposisi, konsistensi, penjelasan umum dan penjelasan pada tiap pasal, formalitas dan kekuatan mengikat suatu undang-undang serta bahasa yang digunakan adalah bahasa hukum. Sehingga dapat kita simpulkan pada penelitian hukum normatif mempunyai cakupan yang luas.

Metode penelitian hukum empiris adalah suatu metode penelitian hukum yang berfungsi untuk melihat hukum dalam artian nyata dan meneliti bagaimana bekerjanya hukum di lingkungan masyarakat. Dikarenakan dalam penelitian ini meneliti orang dalam hubungan hidup di masyarakat maka metode penelitian hukum empiris dapat dikatakan sebagai penelitian hukum sosiologis. Dapat dikatakan bahwa penelitian hukum yang diambil dari fakta-fakta yang ada di dalam suatu masyarakat, badan hukum atau badan pemerintah.

TAHAPAN DAN PROSES

Tahapan Dan Proses Dalam Metode Penelitian Hukum makalah ini adalah dengan Tahap dan Proses

Menganalisis dan Menggunakan data skunder (data yang diperoleh dari studi kepustakaan) serta Menganalisis dan Menggunakan data primer (data yang diperoleh langsung dari kehidupan masyarakat dengan cara wawancara, observasi, kuesioner, sample dan lain-lain) yaitu melalui wawancara secara langsung ke Rumah Ilsa Wati yang dijadikan juga sebagai Tempat Usaha Jual Beli Jilbab (fatimah_collection26) secara online yang berada di Jalan Urip Sumoharjo Nomor 97 RT 33 RW 13 Kelurahan 2 Ilir kecamatan Ilir Timur 2, Kota Palembang, Sumatera Selatan dan mewawancarai secara langsung ke Rumah Fitri yang juga dijadikan sebagai tempat usaha jual beli Makanan Ringan Bakso goreng (Basreng) dan Makaroni (PITTYMOU) secara online yang berada di Jalan Sukabangun 2, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

HASIL DAN PENELITIAN

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan terhadap seseorang yang bernama Ilsa Wati yang merupakan seorang kaum milenial yang memiliki Ijazah Terakhir Diploma 3 (D3) Lulusan Politeknik Negeri Sriwijaya Jurusan Teknik Elektro (Teknik Listrik) Tahun 2014 yang melakukan usaha jual beli jilbab secara online di media sosial adalah Ia memulai usaha jual beli jilbab secara online ini sejak tanggal 4 Agustus 2018 dan dibantu seorang admin (pengantar barang pesanan ke pelanggan).

Ilsa melakukan jual beli jilbab secara online melalui media sosial instagram (@fatimah_collection26) dan melalui aplikasi jual beli secara online Shoppe (fatimah_collection26) dan menjual jilbab tersebut mulai dari harga Rp25.000-Rp60.000.

Alasan Ilsa lebih memilih sebagai pelaku usaha jual beli secara online adalah Karena untuk segi waktu berjualan online sangat efektif dan efisien dalam membantu keuangan Ilsa dan tidak memakan waktu yang banyak untuk menjajahkan jualannya.

Ia mengelola Usaha Jual Beli secara online Dengan cara mengikuti Paid promote dengan Selebgram ataupun melakukan update foto stock jilbab terbaru di snapstory/snapgram di Instagram.

Paid Promote adalah Layanan Jasa Promosi berbayar dan Selebgram adalah sebuah sebutan yang diberikan kepada seseorang yang memiliki followers atau pengikut yang banyak di Instagram.

Sedangkan Snapgram atau SnapStory adalah salah satu fitur dari Instagram untuk mengabadikan momen dalam suatu cerita dengan foto maupun video yang berdurasi maksimal 10 detik .

Alasan Ilsa lebih memilih menjual produk jilbab secara online bukan secara langsung di pasar atau di mall yang banyak pengunjungnya adalah karena menurutnya dari segi modal berjualan online tidak butuh banyak modal dibanding sewa tempat di pasar ataupun di mall untuk seorang pebisnis yang pemula.

Dalam hal pembayaran, Bisnis yang dijalankan Ilsa yaitu Jual beli Jilbab secara online menerima pembayaran dengan cara COD (Cash On Delivery) atau biasa disebut sebagai pembayaran di tempat dan dapat melalui transfer rekening bank melalui rekening bank BNI Syariah.

Ilsa sendiri dalam melakukan usaha jual beli jilbab secara online ini berumur 22 tahun yang mengartikan bahwa pada saat Ilsa melakukan jual beli secara online sebagai pelaku usaha telah memenuhi syarat sahnya perjanjian yang terdapat di pasal 1320 KUHPERDATA yaitu “cakap” dimana cakap pada pasal 1320 KUHPERDATA diatur lebih spesifik di pasal 330 KUHPERDATA yang menyebutkan bahwa “Belum dewasa adalah mereka yang belum mencapai umur genap dua puluh satu tahun, dan lebih dahulu telah kawin.”

Alasan Ilsa melakukan sosialisasi jilbab yang ia jual belikan secara online melalui media internet yaitu Instagram adalah karena dianggap Lebih mudah untuk menggunakan nya dan kebanyakan anak muda rata-rata menggunakan Instagram maupun media sosial lain dalam aktivitasnya sehari-hari.

Dan ketika kami mewawancarai narasumber tentang apa yang Ia ketahui tentang e-commerce (Jual beli secara online) adalah yang ia ketahui hanya e-commerce adalah proses jual beli produk secara online dan menghemat waktu baik bagi pengusaha maupun pelanggan.

Dari wawancara yang kami lakukan terhadap Ilsa Wati selaku pelaku usaha jual beli jilbab secara online adalah ia tidak mengetahui adanya Undang –Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE dan tidak mengetahui adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

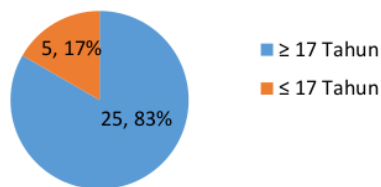
Alasan ia tidak mengetahui adanya Undang –Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE dan tidak mengetahui adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah karena menurutnya penjualan ia lakukan baru mempunyai usaha dalam skala yang kecil (rendah) dan ia tidak berfokus harus mengetahui Undang-Undang yang mengaturnya dan hanya fokus

untuk membangun kepercayaan bersama konsumen terhadap Produk yang Ia Jual.

Lalu Ketika kami juga menanyakan tentang apakah ia ketika melakukan jual beli secara online apakah setiap proses jual beli secara online telah memenuhi Syarat-Syarat Sahnya perjanjian yang tertulis di dalam Pasal 1320 KUHPERDATA yaitu cakap, sepakat, objek tertentu dan kausa yang halal dan ia menjawab bahwa ia tidak mengetahui tentang hal hal itu.

Dan ketika kami bertanya lebih detail tentang apakah selama ia berjualan jilbab secara online apakah ada yang memberikan komplain yang buruk atas barang maupun pelayanan yang ia berikan ia menjawab bahwa Ia hanya pernah mendapatkan satu kali saja komplain yang buruk tentang Jual Beli Jilbab secara online yang Ia kelola yaitu komplain tentang adanya perbedaan bahan jilbab yang berada di foto di Instagram dan aslinya ketika konsumen itu datang dan sisa nya tidak ada masalah terkait jual beli Jilbab secara online yang Ia lakukan.

Dan dari wawancara yang kami lakukan kepada narasumber (Ilsah Wati) tentang pengertian hukum yang ia ketahui dan apa pentingnya hukum pada saat ia melakukan jual beli Jilbab secara online baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli ia menjawab bahwa Hukum adalah sebuah aturan yang tidak boleh dilanggar dan pentingnya hukum dalam jual beli secara online adalah hukum sebagai pedoman atau dasar yang mengatur jual beli dan tidak boleh untuk dilanggar. Dari wawancara kami tersebut kepada Ilsah Wati kami juga mendapati data konsumen dapat dilihat pada Gambar 1.



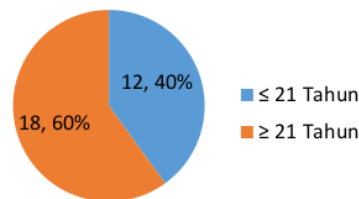
Gambar 1 Sample Data 1 Penjualan Jilbab Online.

Pada Sample Data 1 merupakan Data Pembelian Produk Jilbab secara online yang dilakukan oleh (Fatimah_collection26) dalam satu bulan terakhir. Hasil wawancara kami terhadap Ilsah Wati sebagai pengelola (fatimah_collection26) adalah dalam satu bulan terakhir jilbab yang dapat terjual sebanyak 30 buah jilbab.

Dari 30 buah jilbab yang berhasil (fatimah_collection26) jual terdapat 5 orang pembeli yang memiliki Usia kurang dari 17 tahun dan 25 orang pembeli yang memiliki Usia lebih dari 17 Tahun. Jika dibuat dalam skala presentase maka ada 17% pembeli

yang memiliki usia dibawah 17 tahun dan 83% pembeli yang memiliki usaha diatas 17 tahun.

Alasan kami memilih mewawancarai atau menanyakan terhadap pembeli jilbab secara online apakah mereka sudah berusia 17 tahun atau belum adalah kami ingin mengambil sample atau contoh data masih banyak nya pembeli yang membeli produk secara online yang berada pada usia dibawah 17 tahun sebab di negara Indonesia seseorang dianggap telah cakap apabila Ia telah memasuki umur 17 Tahun atau sudah menikah yang ditandai dengan ia telah memiliki E-KTP (KTP Elektronik). Data sample 2 penjualan jilbab online dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Data Sample 2 Penjualan Jilbab Online.

Pada Sample Data 2 merupakan Data Pembelian Produk Jilbab secara online yang dilakukan oleh (Fatimah_collection26) dalam satu bulan terakhir. Hasil wawancara kami terhadap Ilsah Wati sebagai pengelola (fatimah_collection26) adalah dalam satu bulan terakhir jilbab yang dapat terjual sebanyak 30 buah jilbab.

Dari 30 buah jilbab yang berhasil (fatimah_collection26) jual terdapat 18 orang pembeli yang memiliki Usia kurang dari 21 tahun dan 12 orang pembeli yang memiliki Usia lebih dari 21 Tahun. Jika dibuat dalam skala presentase maka ada 60% pembeli yang memiliki usia dibawah 21 tahun dan 40% pembeli yang memiliki usaha diatas 21 tahun.

Alasan kami memilih mewawancarai atau menanyakan terhadap pembeli jilbab secara online apakah mereka sudah berusia 21 tahun atau belum adalah kami ingin mengambil sample atau contoh data masih banyak nya pembeli yang membeli produk secara online yang berada pada usia dibawah 21 tahun sebab di negara Indonesia yang masih menggunakan KUHPERDATA yang merupakan hukum peninggalan Bangsa Belanda seseorang dianggap telah cakap atau dewasa apabila Ia telah memasuki umur 21 Tahun atau sudah menikah yang tertulis di dalam Pasal 330 KUHPERDATA. Tingkat pendidikan pembeli jilbab online dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1 Tingkat Pendidikan Pembeli Jilbab Online.

NO.	TINGKATAN	JUMLAH PEMBELI
1.	SMP	5
2.	SMA	7
3.	KULIAH	8
4.	PEKERJA	10
TOTAL		30

Pada Tabel Tingkat Pendidikan Pembeli kita dapat melihat Data Pembelian Produk Jilbab secara online yang dilakukan oleh (Fatimah_collection26) dalam satu bulan terakhir. Hasil wawancara kami terhadap Ihsah Wati sebagai pengelola (fatimah_collection26) adalah dalam satu bulan terakhir jilbab yang dapat terjual sebanyak 30 buah jilbab.

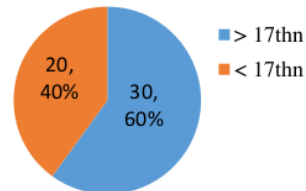
Dari 30 buah jilbab yang berhasil (fatimah_collection26) jual terdapat 5 orang pembeli yang berada di bangku SMP (Sekolah Menengah Pertama), 7 orang Pembeli yang berada di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas), 8 orang pembeli yang berada di bangku Kuliah, dan 10 orang pekerja.

Alasan kami memilih mewawancarai atau menanyakan terhadap pembeli jilbab secara online tentang Tingkat Pendidikan yang sedang Ia jalani adalah kami ingin mengetahui Latar Belakang Tingkat Pendidikan pembeli secara online produk Jilbab (*Instagram* : fatimah_collection26) dan diharapkan dengan semakin tingginya usia maupun Latar Belakang Tingkat Pendidikan pembeli dapat meningkatkan pula pemahaman dan pengetahuan pembeli tentang hukum yang mengatur proses Jual Beli secara online terkhusus pembeli Jilbab secara online (fatimah_collection26).

Sebagai Perbandingan kami juga mewawancarai Kaum Millennial yang melakukan Jual Beli secara Online yang merupakan Pelaku Usaha Jual Beli Makanan Ringan secara Online (PITTYMOU) yang dijalankan oleh Albert dan Fitri.

Berdasarkan hasil wawancara yang kami lakukan terhadap Pemilik Usaha Jual Beli Makanan Ringan secara Online (PITTYMOU) yang bernama Fitri dan Albert yang merupakan contoh kaum millennial yang juga sebagai Pelaku Usaha Jual Beli Makanan Ringan secara Online adalah Mereka berdua sedang berkuliah di Salah Satu Perguruan Tinggi Swasta Di kota Palembang dengan Jurusan Manajemen. Usaha Jual Beli Makanan Ringan secara Online (PITTYMOU) yang mereka jalani saat ini sudah meningkat secara cepat karena dibantu dengan kecanggihan teknologi dengan memanfaatkan media online Instagram. Usaha Jual Beli Makanan Ringan secara Online (PITTYMOU) juga telah memiliki 2 Cabang usaha yaitu di Universitas Islam Negeri (UIN)

Raden Fatah kota Palembang dan di Universitas Sriwijaya Kota Palembang. Dalam satu hari Usaha Jual Beli Makanan Ringan secara Online (PITTYMOU) mendapatkan kurang lebih 50 pelanggan setiap harinya. Dan Dari wawancara kami tersebut kepada Albert dan Fitri kami juga mendapati data konsumen dapat dilihat pada Gambar 3.

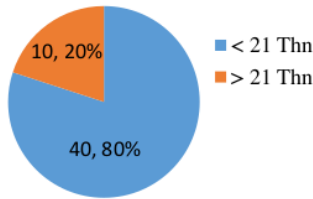


Gambar 3 Sample Data 1 Penjualan Basreng dan Makaroni.

Pada Sample Data 1 merupakan Data Pembelian Produk Basreng dan Makaroni secara online yang dilakukan oleh (PITTYMOU) dalam satu hari. Hasil wawancara kami terhadap Fitri dan Albert sebagai pengelola (PITTYMOU) adalah dalam satu hari terakhir Basreng dan Makaroni yang dapat terjual sebanyak 50 buah Basreng dan Makaroni.

Dari 50 buah Basreng dan Makaroni yang berhasil (PITTYMOU) terjual terdapat 20 orang pembeli yang memiliki Usia kurang dari 17 tahun dan 30 orang pembeli yang memiliki Usia lebih dari 17 Tahun. Jika dibuat dalam skala presentase maka ada 40% pembeli yang memiliki usia dibawah 17 tahun dan 60% pembeli yang memiliki usia diatas 17 tahun.

Alasan kami memilih mewawancarai atau menanyakan terhadap pembeli Basreng dan Makaroni secara online apakah mereka sudah berusia 17 tahun atau belum adalah kami ingin mengambil sample atau contoh data masih banyak nya pembeli yang membeli produk secara online yang berada pada usia dibawah 17 tahun sebab di negara Indonesia seseorang dianggap telah cakap apabila Ia telah memasuki umur 17 Tahun atau sudah menikah yang ditandai dengan ia telah memiliki E-KTP (KTP Elektronik). Data sample 2 penjualan basreng dan makaroni dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4 Data Sample 2 Penjualan Basreng dan Makaroni.

Pada Sample Data 2 merupakan Data Pembelian Produk Basreng dan Makaroni secara online yang dilakukan oleh (PITTYMOU) dalam satu hari. Hasil wawancara kami terhadap Fitri dan Albert sebagai pengelola (PITTYMOU) adalah dalam satu hari Basreng dan Makaroni yang dapat terjual sebanyak 50 buah Basreng dan Makaroni.

Dari 50 buah Basreng dan Makaroni yang berhasil (PITTYMOU) terjual terdapat 40 orang pembeli yang memiliki Usia kurang dari 21 tahun dan 10 orang pembeli yang memiliki Usia lebih dari 21 Tahun. Jika dibuat dalam skala presentase maka ada 80 % pembeli yang memiliki usia dibawah 21 tahun dan 20% pembeli yang memiliki usaha diatas 21 tahun.

Alasan kami memilih mewawancarai atau menanyakan terhadap pembeli Basreng dan Makaroni secara online apakah mereka sudah berusia 21 tahun atau belum adalah kami ingin mengambil sample atau contoh data masih banyak nya pembeli yang membeli produk secara online yang berada pada usia dibawah 21 tahun sebab di negara Indonesia yang masih menggunakan KUHPERDATA yang merupakan hukum peninggalan Bangsa Belanda seseorang dianggap telah cakap atau dewasa apabila Ia telah memasuki umur 21 Tahun atau sudah menikah yang tertulis di dalam Pasal 330 KUHPERDATA. Tingkat pendidikan pembeli Makaroni dan Basreng Online dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2 Tingkat pendidikan pembeli Makaroni dan Basreng Online.

NO.	TINGKATAN	JUMLAH PEMBELI
1.	SMP	6
2.	SMA	14
3.	KULIAH	20
4.	PEKERJA	10
TOTAL		50

Pada Tabel Tingkat Pendidikan Pembeli kita dapat melihat Data Pembelian Produk Basreng dan Makaroni

secara online yang dilakukan oleh (PITTYMOU) dalam satu hari. Hasil wawancara kami terhadap Albert dan Fitri sebagai pemilik dan pengelola (PITTYMOU) adalah dalam satu hari terakhir Basreng dan Makaroni yang dapat terjual sebanyak 50 buah Basreng dan Makaroni.

Dari 50 buah Basreng dan Makaroni yang berhasil (PITTYMOU) terjual terdapat 6 orang pembeli yang berada di bangku SMP (Sekolah Menengah Pertama), 14 orang Pembeli yang berada di bangku SMA (Sekolah Menengah Atas), 20 orang pembeli yang berada di bangku Kuliah, dan 10 orang pekerja.

Alasan kami memilih mewawancarai atau menanyakan terhadap pembeli Basreng dan Makaroni secara online tentang Tingkat Pendidikan yang sedang mereka jalani adalah kami ingin mengetahui Latar Belakang Tingkat Pendidikan pembeli secara online produk Basreng dan Makaroni (PITTYMOU) dan diharapkan dengan semakin tingginya usia maupun Latar Belakang Tingkat Pendidikan pembeli dapat meningkatkan pula pemahaman dan pengetahuan pembeli tentang hukum yang mengatur proses Jual Beli secara online terkhusus pembeli Basreng dan Makaroni secara online (PITTYMOU).

KESIMPULAN DAN SARAN

Adapun Kesimpulan dan Saran yang penulis tulis dalam makalah ini adalah Kaum Millenial (Kaum Anak Muda) adalah kaum atau generasi emas sebuah bangsa karena mereka dianggap telah memasuki umur yang matang/dewasa disamping itu mereka memiliki stamina dan pengetahuan yang sangat banyak karena berada di usia yang masih muda dan masih dapat berumbuh dan belajar lagi.

Pada Zaman Globalisasi ini yaitu zaman Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 yang selalu mengandalkan dan menggunakan internet dalam menjalani setiap aktivitas, maka harus digunakan dengan baik dan bijak. Hukum sebagai alat pengendali sosial diharapkan dapat mengendalikan masyarakat terutama kaum millennial dalam menggunakan media sosial maupun media internet di zaman Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 ini.

Contoh konkret dari keterkaitan hukum di zaman Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 ini adalah banyak peraturan-peraturan maupun hukum-hukum yang dibuat Pemerintah dan DPR (Undang-Undang) yang melindungi kepentingan Warga Negara Indonesia pada saat melakukan Jual Beli secara online (e-commerce) baik ketika sebagai Penjual maupun ketika berada sebagai pembeli.

Masih kurangnya pengetahuan Kaum millennial tentang Hukum yang mengatur Jual beli secara online baik sebagai penjual maupun sebagai pembeli dan masih kurangnya pengetahuan dan kepedulian Kaum millennial atas Peraturan-Peraturan maupun Undang-Undang yang telah di buat pemerintah untuk melindungi setiap Warga Negara Indonesia baik sebagai penjual dan sebagai pembeli baik melalui jual beli secara Online maupun Jual Beli Non Online.

Masih banyak dalam proses jual beli secara online terutama ketika menjadi pembeli yang dilakukan dibawah umur dan ketentuan Undang-Undang yang mengatur yaitu dibawah 21 Tahun (Pasal 330 KUHPERDATA).

Diharapkan dengan adanya makalah ini masyarakat umum terutama kaum millennial dapat lebih peka dan peduli terhadap peraturan peraturan maupun hukum-hukum yang telah dibuat untuk mengatur dan melindungi Jual beli secara online seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) atau Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang ITE, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPERDATA), dan Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD).

Adapun saran yang dapat penulis sampaikan dalam makalah ini adalah Warga Negara Indonesia terkhususnya kaum millennial yang dimasa depan akan menjadi pemimpin maupun penggerak suatu bangsa untuk maju diharapkan agar lebih peka dan peduli terhadap peraturan-peraturan maupun Hukum-hukum yang akan dibuat Pemerintah bersama DPR karena peraturan-peraturan atau Undang-Undang yang dibuat Pemerintah bersama DPR tersebut akan sangat berguna bagi perkembangan zaman terutama pada zaman sekarang yang memsuki zaman Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 dan diharapkan Warga Negara Indonesia lebih bijak dalam menggunakan atau memanfaatkan kecanggihan teknologi maupun internet karena terdapat hal positif dan negatif didalamnya terutama bijak dalam menggunakan dan memanfaatkan internet pada saat melakukan Jual Beli secara online (e-commerce) baik sebagai pembeli maupun sebagai penjual.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Ucapkan Terima Kasih Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kesehatan yang Ia berikan kami mampu menyelesaikan makalah ini dan Kami ucapkan terimakasih terhadap pihak pihak yang telah membantu untuk terselesaikannya makalah ini

terutama Kepada Saudara Saudari Narasumber yang bernama Ihsah Wati yang merupakan pemilik sekaligus pengelola (fatimah_collection26) dan Fitri beserta Albert yang merupakan pemilik sekaligus pengelola (PITTYMOU) yang telah bersedia diwawancarai dan dimintai data baik umur maupun latar belakang pendidikan konsumennya dan Kami juga mengucapkan terimakasih terhadap Konsumen yang bersedia menjawab wawancara yang kami lakukan mengenai umur dan Tingkat Pendidikan para pembeli atau konsumen jilbab (fatimah_collection26) dan pembeli/konsumen Makanan Ringan Bakso Goreng (Basreng) dan Makaroni (PITTYMOU).

DAFTAR PUSTAKA

- Busroh, A. D. (2010). *Ilmu Negara*. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 1.
- Sunarto, Kamanto. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI. Hal 26
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., Made, P. (2018). *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. Malang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Merdeka Malang.
- Utrecht, E., Djindang, M. S. (2013). *Pengantar Hukum Indonesia*. Jakarta: Balai Buku Ightiar. Hal 26.
- Ridwan HR. (2006). *Hukum Administrasi Negara*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. Hal 3
- Sofyan, K. N., Hassan. (2016). *Hukum Keluarga Dalam Islam*. Malang, Jawa Timur: Setara Press. Hal 1
- Soekanto, Soerjono. Purbacaraka, Purnadi. (1993). *Sendi-sendi Ilmu Hukum dan Tata Hukum*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. Hal 68
- Djamali, R. A. (2014). *Pengantar Hukum Indonesia*. Jakarta: PT. Grafindo Persada. Hal 147

jurnal 4

ORIGINALITY REPORT

7 %

SIMILARITY INDEX

10 %

INTERNET SOURCES

3 %

PUBLICATIONS

7 %

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

15%

★ www.scribd.com

Internet Source

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 3%