

PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DARING PADA SAAT BERTRANSAKSI E-COMMERCE DI INDONESIA

Oleh

I Putu Bayu Mahendra, Fakultas Hukum Universitas Udayana,
e-mail: bayublack0@gmail.com

I Dewa Gede Dana Sugama, Fakultas Hukum Universitas Udayana
e-mail: dewasugama@ymail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah agar masyarakat Indonesia sadar dan mengetahui mengenai pentingnya perlindungan hak atas privasi dan data pribadinya pada saat bertransaksi di media internet seiring dengan makin meningkatnya jumlah pengguna telepon seluler dan internet di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan pendekatan konseptual. Hasil studi menunjukkan bahwa Indonesia secara umum memiliki regulasi hukum yang mengatur mengenai privacy policy dalam E-Commerce, yaitu terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP Nomor 28 Tahun 2012 tentang PSTE). Hal ini bertujuan agar konsumen terhindar dari penipuan yang dilakukan oknum yang tidak bertanggung jawab.

Kata kunci: Data Pribadi, Internet, E-Commerce.

Abstract

The purpose of this study is to make Indonesians aware of and aware of the importance of protecting the right to privacy and data when transacting on the internet, along with the increasing number of cellphone and internet users in Indonesia in recent years. The research method used in this study is a normative legal research method with a statutory approach and conceptual opinion. The results of the study show that Indonesia generally has legal regulations governing privacy policies in E-Commerce, contained in Law Number 11 of 2008 concerning Electronic Information and Transactions (Law Number 18 of 2008 concerning ITE) and Government Regulation Number 28 of 2012 concerning Implementation of Electronic Systems and Transactions (PP Number 28 of 2012 concerning PSTE). This is intended so that consumers avoid fraud by irresponsible persons.

Key Words: Personal Data, Internet, E-commerce.

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Aktifitas belanja secara daring menjadi fenomena tersendiri di Indonesia. Data dan laporan yang dihimpun oleh *The Wall Street Journal* maupun *We are Social* menunjukkan peningkatan kegiatan daring yang sangat signifikan. Hal ini tak lepas dari banyaknya pengguna aktif internet yang memanfaatkan koneksi *mobile internet* untuk menjalankan aktivitas daringnya. Lembaga survei yang bergerak dalam isu tren global infrastruktur internet, *We are Social*, dalam laporannya menyatakan bahwa pada Januari 2019 pengguna internet aktif di seluruh dunia adalah sebesar 3 Milyar pengguna, dengan prosentasi pertumbuhan sebesar 21%¹. Banyaknya angka pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi pasar yang besar yang akan mempengaruhi munculnya berbagai peluang bisnis baru. Disisi lain, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam kegiatan belanja daring adalah isu tentang perlindungan data pribadi dan para konsumen daring. Bahwa dalam aktifitas daring, data pribadi merupakan salah satu hal esensial terutama berkaitan dengan metode pembayaran, pemasaran dan penawaran. Perusahaan *e-commerce* dalam menawarkan dan memasarkan barangnya bergantung kepada teknologi apa yang disebut sebagai *ad-targeting*. *Ad-targeting* adalah kegiatan yang dilakukan oleh kalangan industri dan bisnis untuk memasarkan sebuah produk barang dan jasa dengan cara menarget *potential consumer*.

Latar belakang dari *ad-targeting* sendiri adalah adanya teknologi yang memberikan kemudahan dan keakurasian dalam promosi dan pemasaran dengan biaya rendah². Praktek *Surveillance* dan *Unlawful Interception* sebagai Pelanggaran terhadap Hak atas Privasi dalam Kebebasan Melalui teknologi yang digunakan tersebut, terdapat potensi permasalahan pemanfaatan data pribadi para konsumen diantaranya pelacakan transaksi daring dimana didalamnya terdapat preferensi belanja, lokasi belanja, data komunikasi, hingga alamat seorang konsumen³. Teknologi yang bernama *cookies*, dari perangkat tersebut mampu untuk merekam aktifitas pencarian kita dan hasilnya adalah *ad targeting* yang sesuai dengan hasil pencarian daring konsumen sebelumnya. Praktik intervensi terhadap privasi dan gangguan terhadap data pribadi tentunya menjadi salah satu persoalan besar yang mengemuka terutama dengan semakin meningkatnya pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi seperti *cookies* dalam *ad-targeting*. Situasi tersebut tentunya berakibat pada rentannya perlindungan hak atas privasi tiap-tiap konsumen daring.

¹Simon, Jean Paul. "How Europe missed the mobile wave." *info* (2016), 2.

²Indriani, Masitoh. "Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System." *Justitia Jurnal Hukum* 1, No. 2 (2017): 4.

³ Tridipta, Komang Pande Angga, I. Nyoman Sujana, and Ni Made Puspasutari Ujianti. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggar Privasi Konsumen Dalam Jual Beli Online." *Jurnal Analogi Hukum* 2, no. 3 (2020): 356-360.

Perbedaan antara tulisan ini dengan penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Masitoh Indriani dalam jurnalnya yang berjudul *Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System* adalah dalam tulisannya ini lebih menekankan kepada perlindungan hukum terhadap konsumen daring yang bertransaksi di *E-Commerce* secara umum, sedangkan dalam penulisan jurnal ini menekankan terhadap perlindungan konsumen daring saat bertransaksi *E-Commerce* di wilayah Indonesia saja dan memakai dasar hukum pada ketentuan Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP Nomor 28 Tahun 2012 tentang PSTE).

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaturan perlindungan data pribadi konsumen daring dalam *e-commerce di Indonesia*?
2. Bagaimana bentuk perlindungan data pribadi konsumen daring dalam *e-commerce di Indonesia*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang pengaturan perlindungan data pribadi konsumen daring dalam *e-commerce di Indonesia*, serta untuk mengetahui dan menganalisis tentang bentuk perlindungan data pribadi konsumen daring dalam *e-commerce di Indonesia*.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif, dimana mengkaji buku serta dengan pendekatan perundang-undangan.⁴ Selain pendekatan perundang-undangan, penelitian ini juga menggunakan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan hukum primer yang terdiri dari peraturan-perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan yang dikaji serta menggunakan bahan hukum sekunder yang berupa literatur-literatur serta jurnal-jurnal yang terkait dengan permasalahan yang dikaji⁵. Seluruh bahan hukum dikumpulkan dengan Teknik studi dokumen dan selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis deskriptif.⁶

⁴Nasution Adnan, Buyung, *Bantuan Hukum Di Indonesia*, (Jakarta, LP3ES Press, 1983), 9

⁵Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat, cet. 8*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Perkasa, 2014), 2

⁶Sukranatha, Anak Agung Ketut, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Makanan Yang Tidak Menggunakan Bahasa Indonesia", *Kertha Semaya* 4, No.3.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Konsumen Daring dalam *E-Commerce* di Indonesia

Hukum ekonomi klasik telah memberi tanda terkait bagaimana sistem dan mekanisme perdagangan dijalankan, dimana jika ada permintaan (*Supply*), selalu ada penawaran (*Demand*), pun hal-nya terjadi didalam mekanisme e-commerce hari ini, yang dibutuhkan oleh penjual dan penyedia jasa *e-commerce* melihat peluang bahwa data privasi dari konsumen daring memberikan kemudahan untuk mengetahui dan menjual produk-produk sesuai yang diinginkan dengan tepat dan tanpa susah payah, walau hal tersebut jelas-jelas telah melanggar hak privasi dari konsumen daring itu sendiri.⁷

Indonesia secara umum memiliki regulasi hukum yang mengatur mengenai *privacy policy* dalam *online marketplace system*, yaitu terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang ITE) dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP Nomor 28 Tahun 2012 tentang PSTE).⁸ Salah satu sektor Pemerintah Indonesia yang menangani *e-commerce* adalah Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kemenkominfo), dari dua regulasi hukum tersebut Kemenkominfo memiliki program pendaftaran dan pendataan bagi pelaku usaha *e-commerce* melalui serangkaian proses *profiling* dan *report databased*. Hal ini bertujuan agar konsumen terhindar dari penipuan yang dilakukan oknum yang tidak bertanggung jawab. Kedepan, proyeksi perlindungan data privasi melalui mekanisme *privacy policy* pada *online marketplace system* terus berbenah, karena ada dua regulasi hukum yang secara spesifik mengatur mengenai hak privasi, yaitu Rancangan Peraturan Menteri tentang Perlindungan Data Pribadi yang merupakan amanah dari PP Nomor 82 tahun 2012 serta Rancangan Undang-Undang mengenai Perlindungan Data Pribadi, dua regulasi hukum tersebut didorong oleh pemerintah untuk menjawab kebutuhan masyarakat terkait dengan perlindungan privasi konsumen. Tujuan dari regulasi hukum tersebut mendorong agar klausul baku yang sering disuguhkan kepada calon konsumen pada aplikasi *e-commerce* dapat secara adil dan terbuka untuk disepakati kedua belah pihak.⁹

⁷Ulya, Nurul Ula, and Fazal Akmal Musyarri. "OMNIBUS LAW TENTANG PENGATURAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI GUNA REKONSTRUKSI KONVERGENSI HUKUM TEKNOLOGI." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 9, No. 1 (2020): 53.

⁸Endipradja, Firman Tumantara, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang, Setara Press, 2017), 5.

⁹Djafar, Wahyudi, dan Asep Komarudin. *Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet- Beberapa Penjelasan Kunci* (Jakarta, Elsam, 2014), 4.

3.2. Perlindungan Data Pribadi konsumen Daring dalam E-Commerce di Indonesia

Privacy policy merupakan deskripsi yang lengkap yang menyatakan tentang tanggungjawab dan pelaksanaan dari ketentuan tersebut dalam rangka melindungi hak privasi seorang individu yang telah mengungkapkan data privasinya dalam kegiatan *e-commerce*. *Privacy policy* dalam setiap transaksi kegiatan *e-commerce* dapat diakses dengan mudah, hal ini dikarenakan ketentuan tersebut menjadi sangat penting dalam kegiatan *e-commerce* sebagai *code of conduct* yang dihormati oleh para pihak.¹⁰

Peraturan hukum telah menjelaskan secara komprehensif mengenai kewajiban dan tanggung jawab dari pelaku usaha, khususnya terkait proteksi kepada status perlindungan konsumen yang ditempatkan sangat baik, yang juga mengedepankan prinsip *favourable*. Selain itu, juga berlaku integrasi *standart privacy policy* pada *online marketplace system* yang disesuaikan dengan Pasal 2 *Distance Contract Act*, sehingga memastikan baik penyedia jasa *e-commerce* dan konsumen daring melakukan perikatan dengan baik dan menjamin terpenuhinya perlindungan data privasi. Upaya hukum yang dapat ditempuh oleh konsumen daring terkait pelanggaran data privasi dapat dilihat dari dua proses, yaitu proses adjudikatif (litigasi dan arbitrase) dan proses konsensus (mediasi dan negosiasi), UNCTAD dalam *E-Commerce and Development Report 2003* memberikan gambaran mengenai unsur-unsur dalam penyelesaian secara adjudikatif dan konsensus tersebut, yaitu terkait dengan hukum yang tersedia bagi korban pelanggaran hak privasi sesuai regulasi hukum Negara Indonesia berdasarkan UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang ITE dan PP Nomor 28 Tahun 2012 tentang PSTE dapat melakukan gugatan kerugian secara perdata, artinya bahwa mekanisme hukum menuntut ganti rugi dari pengguna daring kepada penyedia *e-commerce* yang baru, tersedia mekanisme meminta ganti rugi keperdataan.¹¹

Kondisi riil dalam kegiatan *e-commerce* menunjukkan bahwa konsumen adalah pihak yang lemah dalam setiap transaksi tersebut, artinya aturan-aturan teknis terkait *code of conduct* dari aktivitas *e-commerce* tersebut diharapkan mampu melindungi kepentingan konsumen melalui detail per-consent dari *privacy policy* yang berlaku dalam setiap kegiatan *e-commerce* agar disepakati kedua belah pihak, sehingga penyedia platform *online marketplace system* tidak dengan mudah mengcollect data untuk *profit oriented*.¹² konteks ini negara bersifat *justice and fairness* dalam

¹⁰Kurbalija, Jovan. *An introduction to internet governance*. (Diplo Foundation, 2016), 6

¹¹Wiratraman, Herlambang Perdana, and Sébastien Lafrance. "Protecting Freedom of Expression in Multicultural Societies: Comparing Constitutionalism in Indonesia and Canada." *Yuridika* 36, No. 1 (2021): 75-120.

¹²DJOHAN, MUHAMMAD IRWAN. "HARMONISASI UNDANG UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 DENGAN PERATURAN E-COMMERCE DALAM HAL INI UNCITRAL (UNITED NATIONS COMMISSION ON INTERNATIONAL TRADE LAW) MODEL LAW." *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura* 1, No. 3.

menjadi “pihak ditengah-tengah” dan menjadi pihak yang mengontrol *privacy policy* yang dirumuskan disepakati oleh penyedia jasa *e-commerce*/penjual dengan konsumen terkait dengan data privasi yang dilakukan secara daring. sehingga dalam konteks ini, klausul baku *privacy policy* yang sangat banyak kekurangan tersebut dapat segera diperbaiki agar hak-hak konsumen tidak terlanggar.

4. Kesimpulan

Pengaturan tentang perlindungan hukum terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU Nomor 18 Tahun 2008 tentang ITE), dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP Nomor 28 Tahun 2012 tentang PSTE). Dalam rangka melindungi hak privasi agar tidak terlanggar oleh penyedia *e-commerce* maupun penyedia *online marketplace system*, maka dimungkinkan adanya upaya hukum yang diakses oleh daring yang diatur dalam mekanisme hukum internasional. Metode penyelesaian sengketa dapat terpenuhi dengan ketentuan-ketentuan IT atau dalam konteks ini yang menjadi *costumary* dalam penyelesaian sengketa *e-commerce*, hal ini termasuk penunjuk netral, proses penyusunan identitas, mendengarkan masukkan oral dari para pihak, diskusi hingga keputusan yang bersifat mengikat. berusaha mensinergikan antara penyelesaian di luar peradilan maupun pendekatan-pendekatan yang sesuai dengan kaidah IT, bahwa upaya hukum merupakan perkembangan yang marak terjadi dewasa ini. Pelanggaran data privasi ini sifatnya sangat luas dan tidak terbatas pada unsur keperdataan semata, maka perlu ada regulasi hukum yang lebih spesifik dan memperluas upaya hukum yang dilakukan bagi konsumen yang terlanggar hak privasinya.

Daftar Pustaka

Buku

Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, cet. 8, (Jakarta, PT RajaGrafindo Perkasa, 2014).

Nasution Adnan, Buyung, *Bantuan Hukum Di Indonesia*, (Jakarta, LP3ES Press, 1983).

Endipradja, Firman Tumentara, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Malang, Setara Press, 2017).

Jurnal

Simon, Jean Paul. "How Europe missed the mobile wave." *info* (2016).

Nitayanti, Ni Gusti Ayu Putu, and Ni Made Ari Yuliantini Griadhi. "Perlindungan Hukum Terhadap Informasi Pribadi Terkait Privacy Right Berdasarkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik." *Kertha Negara: Journal Ilmu Hukum* (2014).

Wiranjaya, I. Dewa Gede Adi, and I. Gede Putra Ariana. "Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggaran Privasi Konsumen Dalam Bertransaksi Online." *Kerta Semaya* 4, no. 4 (2016).

Solove, Daniel J. *The digital person: Technology and privacy in the information age*. Vol. 1. NyU Press, 2004.

Ulya, Nurul Ula, and Fazal Akmal Musyarri. "OMNIBUS LAW TENTANG PENGATURAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI GUNA REKONSTRUKSI KONVERGENSI HUKUM TEKNOLOGI." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional* 9, no. 1 (2020): 53. Herlambang Perdana Wiratraman et.al., 2015, *Kebebasan Berekspreasi di Indonesia: Hukum, Dinamika, Masalah dan Tantangannya*, ELSAM, Jakarta.

Sukranatha, Anak Agung Ketut, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Produk Makanan Yang Tidak Menggunakan Bahasa Indonesia", *Kertha Semaya* 4, No. 3.

Djafar, Wahyudi, and Asep Komarudin. "Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet- Beberapa Penjelasan Kunci." *Elsam, Jakarta* (2014).

Jovan Kurbalija, 2014, *an Introduction to Internet Governance*, Diplo Foundation, Jenewa.

DJOHAN, MUHAMMAD IRWAN. "HARMONISASI UNDANG UNDANG NOMOR 11 TAHUN 2008 DENGAN PERATURAN E-COMMERCE DALAM HAL INI UNCITRAL (UNITED NATIONS COMMISSION ON INTERNATIONAL TRADE LAW) MODEL LAW." *Jurnal Hukum Prodi Ilmu Hukum Fakultas Hukum Untan (Jurnal Mahasiswa S1 Fakultas Hukum) Universitas Tanjungpura* 1, No. 3.

Wiratraman, Herlambang Perdana, and Sébastien Lafrance. "Protecting Freedom of Expression in Multicultural Societies: Comparing Constitutionalism in Indonesia and Canada." *Yuridika* 36, no. 1 (2021).

Pertauran Perundang-Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgerlijk Wetboek*), Kitab Undang - Undang Hukum Perdata, 2000 Diterjemahkan oleh Subekti dan R.Tjitrosudibio, Pradnya Paramita, Jakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843)

P-ISSN: 2302-528X, E-ISSN: 2303-0593

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 189, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5348).