



PERLINDUNGAN HUKUM DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM PLATFORM E COMMERCE

Tia Deja Pohan ¹, Muhammad Irwan Padli Nasution ²

^{1,2}, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia.

email : ¹pohantiadeza@gmail.com,

²irwannst@uinsu.ac.id

Abstract. *The development of digital companies that heavily rely on personal data has been driven by advances in information technology. E-commerce is one sector that has experienced rapid growth in this regard. Consumers are required to provide their personal data to engage in transactions on e-commerce platforms. However, the increasing interactions and transactions in the Indonesian e-commerce industry have raised serious concerns regarding the protection of consumers' personal information. This article aims to examine how the protection of consumers' personal data is addressed in the current trading mechanisms on e-commerce platforms and to consider future protective measures. Qualitative data analysis method was used, which involved examining all the data obtained as a cohesive whole to gain insights and understanding of the researched issues. In the future, the enactment of the Personal Data Protection Bill can enhance the protection of consumers' personal data in the trading mechanisms on e-commerce platforms by providing comprehensive and stringent legal protection once enacted.*

Keywords: Protection, Data, Consumers, E-commerce

Abstrak. Perkembangan perusahaan digital yang sangat mengandalkan data pribadi telah didorong oleh kemajuan teknologi informasi. E-commerce adalah salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat dalam hal ini. Konsumen harus memberikan data pribadi mereka untuk bertransaksi di platform e-commerce. Namun, meningkatnya interaksi dan transaksi di industri e-commerce Indonesia telah menimbulkan kekhawatiran serius terkait perlindungan informasi pribadi konsumen. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana perlindungan data pribadi konsumen dalam mekanisme perdagangan saat ini di platform e-commerce dan untuk mempertimbangkan langkah-langkah perlindungan di masa depan. Metode analisis data kualitatif digunakan, yang melibatkan pemeriksaan semua data yang diperoleh sebagai kesatuan utuh untuk memperoleh gambaran dan wawasan tentang isu-isu yang diteliti. Di masa depan, pengesahan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dapat meningkatkan perlindungan data pribadi konsumen dalam mekanisme perdagangan di platform e-commerce dengan menyediakan perlindungan hukum yang komprehensif dan ketat setelah disahkan.

Kata Kunci: Perlindungan, Data, Konsumen, E-commerce

PENDAHULUAN

Kegiatan perdagangan, yang memiliki pengaruh besar terhadap perdagangan barang dan jasa, merupakan dasar dari perubahan yang kita lihat dalam kehidupan modern. Kegiatan ini sangat penting dalam menentukan tingkat kekayaan suatu negara dan perekonomiannya secara keseluruhan. Dengan keuntungan yang jelas bagi perusahaan, kemajuan teknologi telah meningkatkan pentingnya informasi dalam mempengaruhi aktivitas ekonomi baik secara lokal maupun global. Kemajuan teknologi informasi di Indonesia telah secara signifikan meningkatkan aktivitas perdagangan, mendorong perekonomian yang lebih mandiri, dan berdampak positif terhadap partisipasi aktif masyarakat dalam perdagangan, terutama dalam bentuk non-konvensional. Pembeli dan penjual terlibat dalam kegiatan perdagangan non-tradisional dengan menggunakan teknologi atau perantara online. Pelanggan mendaftar di platform marketplace, sedangkan penjual hanya perlu menawarkan produk mereka untuk menjadi bagian dari pasar di platform tersebut. E-commerce, sebagai mekanisme perdagangan yang berjalan tanpa kontak tatap muka dan tidak memerlukan tanda tangan fisik, telah muncul di Indonesia berkat adanya platform marketplace.

E-commerce dilihat sebagai kemajuan baru dalam sektor perdagangan di Indonesia, dengan penekanan yang kuat pada efisiensinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai sekitar 171,17 juta orang, dengan tingkat konektivitas sekitar 64,18 persen. Data ini didasarkan pada total populasi Indonesia yang mencapai 265 juta jiwa. Sejak tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 143,26 juta orang. Data dari Temasek dan Google menunjukkan bahwa transaksi e-commerce di Indonesia mencapai nilai IDR 146,7 triliun atau sekitar USD 10,9 miliar pada tahun 2017, menunjukkan pertumbuhan yang signifikan sebesar 41 persen dibandingkan dengan tahun 2015. Pada tahun 2015, konsumen menghabiskan USD 5,5 miliar atau sekitar IDR 74 triliun untuk pembelian produk e-commerce. Dengan sekitar 5 juta atau 12 persen dari 39 juta pengguna internet di Indonesia yang melakukan transaksi online, Indonesia dianggap sebagai pasar yang menjanjikan untuk e-commerce. Pemerintah bertujuan untuk meningkatkan efisiensi bisnis tradisional, merangsang pertumbuhan pendapatan, dan mendorong perkembangan ekonomi di Indonesia melalui pemanfaatan e-commerce.

Pemerintah atau lembaga negara bertanggung jawab untuk merumuskan strategi guna menjaga keamanan konsumen dan perusahaan. Konsumen membutuhkan perlindungan khusus dari pemerintah untuk menjaga hak-hak mereka dalam transaksi komersial karena mereka dianggap lebih rentan daripada kelompok lainnya. Pemerintah memerlukan rancangan undang-undang yang mengatur perlindungan data pribadi yang harus disahkan dan didukung. Koordinator Pengaduan dan Hukum Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) telah menekankan pentingnya masalah ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Perlindungan

Agar seluruh masyarakat dapat menikmati semua hak yang diberikan oleh hukum, perlu dilakukan upaya perlindungan hak asasi manusia yang dilanggar oleh pihak lain. Perlindungan ini dapat dikategorikan menjadi dua jenis: perlindungan hukum represif, yang bertujuan untuk memberikan perlindungan setinggi-tingginya dengan memberikan hukuman ketika terjadi konflik atau pelanggaran, dan perlindungan hukum preventif, yang berfokus pada pencegahan terjadinya pelanggaran sejak awal..

Data

Asal-usul kata "data" dapat ditelusuri kembali ke kata Latin "datum," yang dapat diterjemahkan sebagai "sesuatu yang diberikan" dalam bentuk jamak. Dalam penggunaan sehari-hari, "data" merujuk pada informasi fakta tentang suatu objek yang diamati, termasuk nilai numerik atau teks. Data dan informasi memiliki kesamaan, namun informasi lebih menekankan komponen yang berorientasi pada pelayanan, sedangkan data lebih fokus pada aspek material. Oleh karena itu, kumpulan fakta (informasi) yang diperoleh melalui pengukuran (nilai numerik) dapat dianggap sebagai data.

E-Commerce

E-commerce, atau juga dikenal sebagai perdagangan elektronik, adalah tindakan membeli dan menjual barang secara elektronik melalui internet. Hal ini melibatkan melakukan transaksi online menggunakan berbagai platform dan teknologi, seperti situs web, aplikasi mobile, dan media sosial. E-commerce mencakup berbagai aktivitas, termasuk membeli produk dan layanan, mengirim uang secara online, dan mengikuti lelang online. Dengan berbagai manfaat seperti kemudahan, kecepatan, efisiensi biaya, dan kemampuan untuk menjangkau audiens global, jenis perdagangan ini telah mengubah secara dramatis cara bisnis dijalankan. Ia telah mengubah secara mendasar cara kita berbisnis dan berbelanja. E-commerce adalah salah satu sektor ekonomi yang berkembang dengan cepat berkat perkembangan teknologi digital.

Salah satu keuntungan utama e-commerce adalah kemudahan. Pelanggan dapat berbelanja dari rumah atau kantor mereka, kapan saja, siang atau malam. Mereka dapat melihat produk, membandingkan harga, dan melakukan pembelian hanya dengan beberapa klik. Ini menghemat waktu dan tenaga, serta menghilangkan kebutuhan untuk mengunjungi toko fisik. E-commerce juga memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens yang lebih luas, baik lokal maupun global. Dengan adanya situs web atau toko online, bisnis dapat memasarkan produk mereka kepada pelanggan di berbagai wilayah dan zona waktu. Ini meningkatkan visibilitas dan basis pelanggan potensial, yang berujung pada peningkatan penjualan dan pendapatan. Keuntungan lain dari e-commerce adalah efisiensi biaya. Dibandingkan dengan toko fisik konvensional, bisnis e-commerce memiliki biaya operasional yang lebih rendah seperti sewa, utilitas, dan staf. Hal ini berdampak pada harga yang lebih rendah bagi pelanggan, menjadikan e-commerce sebagai pilihan menarik bagi pembeli yang ingin berhemat.

Namun, e-commerce juga memiliki tantangan. Salah satu masalah utamanya adalah keamanan. Dengan transaksi online, selalu ada risiko penipuan, peretasan, dan pencurian identitas. Bisnis harus menerapkan langkah-langkah keamanan yang kuat untuk melindungi informasi pribadi dan keuangan pelanggan mereka. Secara keseluruhan, e-commerce telah mengubah cara kita melakukan bisnis, memberikan berbagai manfaat seperti kemudahan, efisiensi biaya, dan jangkauan global. Seiring dengan terus berkembangnya teknologi, e-commerce kemungkinan akan semakin mendominasi kehidupan sehari-hari kita.

METODOLOGI

Penulis menggunakan pendekatan tinjauan pustaka untuk mengumpulkan data, yang melibatkan pengumpulan dan menelaah berbagai buku, karya sastra, karya ilmiah, dan sumber lainnya dari media dan bacaan yang relevan yang mendukung dan terkait dengan masalah yang diteliti. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif, yang melibatkan melihat data secara keseluruhan untuk mendapatkan gambaran umum dan pandangan baru mengenai masalah yang sedang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelanggan yang menggunakan platform e-commerce harus mendaftar sebelum dapat mengakses platform dan mulai berbelanja. Konsumen diminta untuk memberikan informasi pribadi sebagai bagian dari prosedur ini. Namun, karena informasi pribadi milik individu dan harus ditangani dengan kerahasiaan, muncul pertanyaan mengenai penggunaan dan perlindungannya. Informasi individu yang dicatat, dipelihara, diperiksa keakuratannya, dan dijaga kerahasiaannya disebut sebagai data pribadi. Ini mencakup informasi pribadi seperti kode, surat, dokumen identitas, dan nomor identifikasi.

Konstitusi Indonesia, terutama Pasal 28G Ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945, menjamin perlindungan data pribadi. Setiap individu memiliki hak, sesuai dengan pasal ini, untuk mempertahankan diri, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda. Selain itu, hak atas keamanan dan perlindungan dari bahaya dan perlakuan kejam juga diberikan. Mahkamah Konstitusi mempertahankan hak atas privasi sebagai bagian dari perlindungan data pribadi dalam Putusan Nomor 20/PUU-XIV/2016. Namun, perlindungan data dan privasi adalah dua konsep yang berbeda. Hak atas perlindungan data pribadi adalah hak asasi manusia, dan termasuk dalam hak privasi, termasuk privasi informasi dan privasi data, menurut Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor 5/PUU-VIII/2011. Hak privasi juga dilindungi oleh perjanjian hukum internasional sebagai hak asasi manusia. Pelanggan harus memberikan informasi pribadi seperti nama lengkap, nomor telepon, dan detail lain yang relevan untuk mendaftar di platform e-commerce. Pelanggan mungkin diminta untuk mengunggah foto kartu identitas (Kartu Tanda Penduduk, KTP), foto selfie dengan KTP, atau tanda tangan digital dalam situasi tertentu. Komponen-komponen data pribadi ini perlu dilindungi. Pemerintah memainkan peran penting dalam menerbitkan kebijakan yang dapat membantu melindungi data pribadi.

RUU Perlindungan Data Pribadi, yang disusun oleh pemerintah Indonesia untuk menjamin perlindungannya sesuai dengan kebutuhan pengguna platform e-commerce, telah disusun untuk menghilangkan kekhawatiran ini. RUU Perlindungan Data Pribadi harus segera disahkan mengingat perkembangan teknologi yang pesat dan situasi pandemi yang sedang berlangsung. RUU ini mengutamakan privasi sambil berusaha melindungi hak-hak individu dan menjaga keseimbangan antara kewajiban dan tanggung jawab pemilik data dan pengendali data. Ada dua jenis data pribadi yang didefinisikan, yaitu data pribadi umum dan data pribadi khusus. RUU ini juga memiliki aturan yang lebih jelas mengenai larangan penggunaan data pribadi. RUU ini mencakup sanksi administratif dan pidana untuk mencegah pencurian data. RUU Perlindungan Data Pribadi akan menjadi langkah preventif dan represif dalam melindungi warga negara dari pelanggaran data jika disahkan.

Perlindungan data pribadi konsumen sangat penting dalam e-commerce untuk mencegah penyalahgunaan informasi dan menghindari risiko keamanan seperti pencurian identitas. Data pribadi konsumen, seperti informasi kartu kredit, alamat rumah, nomor telepon dan email, dapat digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk tujuan yang tidak sah, seperti penipuan, spamming, dan serangan phishing.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan semakin banyaknya transaksi e-commerce, risiko keamanan menjadi semakin besar. Oleh karena itu, penggunaan teknologi keamanan yang canggih dan up-to-date serta kebijakan privasi yang jelas dan transparan sangat penting untuk melindungi data pribadi konsumen. Beberapa teknologi keamanan yang dapat digunakan oleh perusahaan e-commerce, seperti enkripsi data, tokenisasi, dan multi-factor authentication, dapat membantu melindungi data pribadi konsumen dari serangan cyber.

Pemerintah juga telah mengeluarkan undang-undang perlindungan data pribadi untuk melindungi hak-hak konsumen terkait informasi pribadi mereka yang diperoleh oleh perusahaan di dunia maya. Pelanggaran undang-undang tersebut dapat berakibat pada sanksi yang serius bagi perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan e-commerce harus mematuhi aturan-aturan tersebut dan mengambil langkah-langkah untuk mencegah penyalahgunaan atau akses ilegal terhadap informasi pribadi pelanggan.

Selain itu, platform e-commerce juga diharuskan memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan, yang mencakup pemberitahuan privasi yang tersedia dengan jelas, opsi untuk tidak berpartisipasi, pedoman penghapusan data, dan langkah-langkah keamanan yang memadai untuk melindungi data pribadi pelanggan.

Konsumen memiliki hak untuk mengajukan keluhan dan meminta kompensasi sesuai dengan hukum yang berlaku ketika terjadi pelanggaran terhadap perlindungan data pribadi konsumen di dalam platform e-commerce. Selain itu, lembaga pengawas seperti Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) dan Kementerian Komunikasi dan Informatika juga berperan dalam memastikan bahwa platform e-commerce mematuhi perlindungan data pribadi pengguna. Perusahaan e-commerce harus memastikan bahwa data pribadi pelanggan aman dan dilindungi dengan baik untuk menjaga kepercayaan pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dan langgeng dengan mereka. Dengan melindungi data pribadi pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan membangun reputasi yang solid di dalam bisnis e-commerce yang sangat kompetitif.

KESIMPULAN

Pasal 26 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur ketentuan mengenai perlindungan data pribadi. Namun, perlindungan data pribadi tidak sepenuhnya diatur oleh UU ITE secara resmi. Oleh karena itu, sangat penting bagi Pemerintah untuk segera mengesahkan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang akan menetapkan standar yang lebih spesifik dan substansial untuk perlindungan hukum terhadap data pribadi. RUU tersebut juga akan mencakup penjelasan yang komprehensif mengenai berbagai jenis sanksi, termasuk aspek perdata dan pidana. Menjamin hak-hak konsumen dalam e-commerce di Indonesia menjadi sangat penting mengingat seriusnya masalah data pribadi yang perlu segera ditangani. Jumlah pelanggaran data pribadi yang terjadi di berbagai platform e-commerce di negara ini semakin menekankan perlunya tindakan segera. Penting bagi pemerintah untuk dapat menjamin hak-hak konsumen dalam e-commerce dan memberikan perlindungan yang kuat dan menyeluruh terhadap data pribadi. Dalam rangka menegakkan hukum dan melindungi informasi pribadi pelanggan e-commerce, diharapkan Pemerintah akan segera mengesahkan RUU Perlindungan Data Pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra, Reynaldi Farah, dkk. 2020. "Urgensi Perlindungan Data Pribadi dalam Menjamin Hak Privasi: Sebuah Telaah RUU Perlindungan Data Pribadi". Retrieved from: <https://fh.unpad.ac.id/urgensi-perlindungan-data-pribadi-dalam-menjaminhak-privasi-sebuah-telaah-ruu-perlindungan-data-pribadi/>
- Ida Ayu Gede Artinia Cintia Purnami Singarsa, Made Suksma Prijandhini Devi Salain "PERLINDUNGAN HUKUM DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM PLATFORM E COMMERCE" Jurnal Kertha Desa
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. Hukum Perlindungan Konsumen. (Jakarta, Sinar Grafika, 2009), 25
- Novia Heriani, Fitri. 2020. "Urgensi Perlindungan Data Pribadi Konsumen di Sektor E-Commerce". Retrieved from: <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt5e57416828b4b/urgensiperlindungan-data-pribadi-konsumen-di-sektor-e-commerce?page=all>
- Kusumasari, A., & Mustafid, F. (2017). Perlindungan Hukum Terhadap Sistem Basis Data dalam Transaksi Elektronik. *Lex Crimen*, 6(2), 86-99
- Wibowo, H., & Krisnawati, N. (2019). *Mengenal E-commerce: Panduan Praktis Bisnis Online*. Penerbit Salemba Infotek