

**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
DATA PRIBADI DI ERA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

AFIF FADHIL FADHULLAH

NIM. A1011211264

PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

FAKULTAS HUKUM

PONTIANAK

2025

**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
DATA PRIBADI DI ERA *E-COMMERCE***

SKRIPSI

Diajukan Oleh :

AFIF FADHIL FADHULLAH

NIM. A1011211264

PROGRAM SARJANA PROGRAM STUDI HUKUM



*Skripsi Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK
2025**

**HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP
DATA PRIBADI DI ERA *E-COMMERCE***

Tanggung – Jawab Yuridis Pada:

Afif Fadhil Fadhullah
NIM. A1011211264

Mengetahui :

Pembimbing I

Pembimbing II

Hj. Rachmawati, S.H., M.H
NIP. 196411041989032001

Devina Puspita Sari SH., LLM
NIP. 198912152022032008

Disahkan Oleh :
D e k a n,

Dr. Hj. Sri Ismawati, S.H., M.Hum.
NIP. 196610291992022001

Tanggal Lulus : 17 Maret 2025

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
FAKULTAS HUKUM
PONTIANAK

TIM PENGUJI

Jabatan	Nama dan NIP	Golongan	Tanda Tangan
Ketua	Hj. Rachmawati, S.H.,M.H. NIP. 196411041989032001	Pembina Tingkat I/ IV/b	
Sekretaris	Devina Puspitasari, SH., M.Hum NIP. 198912152022032008	Penata Muda Tingkat I/ III/b	
Penguji I	Prof. Dr. H. Garuda Wiko, S.H.,M.Si., FCBArb. NIP. 196501281990021001	Pembina Utama/ IV/e	
Penguji II	Dr. Sri Widiyastuti, S.H.,LL.M.M.Si NIP. 197601282005012002	Penata/ III/c	

**Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Hukum
Universitas Tanjungpura
Pontianak**

Nomor : 1088/UN22.1/DT.00.10/2025
Tanggal : 10 Maret 2025

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia – Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DATA PRIBADI DI ERA *E-COMMERCE*”**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat untuk menempuh kelulusan pada program studi sarjana di Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa doa, bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rendah hati penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si., FCBArb selaku Rektor Universitas Tanjungpura Pontianak; sekaligus selaku penguji I penulis yang telah bersedia untuk menguji dan memberikan saran dan kritik membangun kepada penulis;
2. Ibu Dr. Hj Sri Ismawati, S.H., M.Hum. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak;
3. Ibu Dr. Sri Widiyastuti, S.H., LL.M.M.Si selaku Ketua Bagian Hukum Ekonomi di Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak; sekaligus selaku penguji II penulis yang telah bersedia untuk menguji dan memberikan saran dan kritik membangun kepada penulis;
4. Ibu Rachmawati, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah bersedia untuk membantu, membimbing, serta memberikan banyak saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;

5. Ibu Tiza Yaniza, SH., MH. selaku Dosen Pembimbing Akademik, terimakasih atas bimbingan dan nasihat yang telah diberikan kepada penulis; sekaligus selaku Dosen Pembimbing II penulis yang telah bersedia untuk membantu, membimbing, serta memberikan banyak saran dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat;
7. Bapak dan Ibu Staf Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura atas segala bantuan dan perhatiannya dari awal hingga akhir perkuliahan;
8. Rekan-rekan mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura Pontianak;
9. Seluruh pihak – pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan dukungan kepada penulis sejak memulai perkuliahan hingga akhirnya penulis menyelesaikan perkuliahan ini;
10. Keluarga besar Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura angkatan 2021 PPAPK, sahabat terdekat dan teman – teman penulis di kampus maupun di luar kampus serta semua pihak yang turut membantu, dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, sekali lagi penulis ucapkan terimakasih yang sebesar besarnya atas kebersamaannya, kerjasamanya, motivasinya, dan persaudaraannya.

Semoga segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis, mendapatkan pahala dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis juga mohon maaf kepada semua pihak apabila terdapat kesalahan dalam ucapan maupun tingkah laku selama di Fakultas Hukum Universitas Tanjungpura. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembacanya.

Pontianak, Maret 2025

Penulis

Aff Fadhil Fadhullah
NIM. A1011211264

ABSTRAK

Kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan di *e-commerce* di dalam pelaksanaannya harus sesuai dengan regulasi hukum positif di Indonesia, diatur secara spesifik dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 Poin 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga menyatakan bahwa penggunaan setiap informasi melalui data elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan dengan aas persetujuan orang yang bersangkutan. Maka pelaku usaha dalam hal ini wajib memberikan kenyamanan, keamanan dan keselamatan terhadap konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa melalui sarana *e-commerce*. Adapun bentuk rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimanakah Perlindungan Konsumen Dalam Mempertahankan Keamanan Data Pribadi Di Era *E-Commerce* ?”.

Penelitian ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian dengan hanya mengolah dan menggunakan data-data sekunder yang berkaitan dengan masalah “Hukum Perlindungan Konsumen di Era *E-Commerce*”. Sifat penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang manusia, keadaan, atau gejala-gejala lainnya agar dapat memperkuat teori-teori lama didalam kerangka penyusunan kerangka baru.

Akibat Hukum dari kebocoran data pribadi seseorang pengguna media online bahwa pelaku dapat dijerat dengan menggunakan UU PDP Pasal 67 ayat (1 dan 3) dengan pidana penjara paling lama 5 tahun dan denda paling banyak 5 miliar rupiah, Pasal 67 ayat 2 dengan pidana penjara paling lama 4 tahun dan denda paling banyak 4 miliar rupiah, Pasal 68 dengan pidana penjara paling lama 6 tahun dan denda paling banyak 6 miliar rupiah, dan juga diatur dalam UU ITE dari Pasal 27 hingga Pasal 37 yaitu melarang segala tindakan tanpa hak yang dengan sengaja menyalahgunakan berbagai informasi elektronik dan berpotensi merugikan pemilik data. Dan juga ketentuan pidana dari UU ITE bahwa pelaku dapat dijerat pidana penjara maksimal 12 tahun dan denda maksimal 12 miliar rupiah.

Kata Kunci : Data Pribadi, UUTE, *E-Commerce*

ABSTRACT

Transaction activities carried out in e-commerce in their implementation must be in accordance with positive legal regulations in Indonesia, specifically regulated in Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection, Article 4 Point 1 of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection which explains that consumers have the right to comfort, security, and safety in consuming goods or services. Article 26 paragraph (1) of Law Number 19 of 2016 concerning amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions also states that the use of any information through electronic data concerning a person's personal data must be carried out with the consent of the person concerned. Therefore, business actors in this case are required to provide comfort, security and safety to consumers in consuming goods or services through e-commerce facilities. The form of the formulation of the problem that underlies this research is as follows: "How is Consumer Protection in the E-Commerce Era an Effort to Maintain the Security of Personal Data and Online Privacy?"

This research is a normative legal research. Normative legal research is research that only processes and uses secondary data related to the problem of "Consumer Protection Law in the E-Commerce Era". The nature of the research used is descriptive research, namely research that is intended to provide data that is as accurate as possible about humans, conditions, or other symptoms in order to strengthen old theories within the framework of compiling a new framework.

The legal consequences of the leak of personal data of an online media user are that the perpetrator can be charged using the PDP Law Article 67 paragraph (1 and 3) with a maximum imprisonment of 5 years and a maximum fine of 5 billion rupiah, Article 67 paragraph 2 with a maximum imprisonment of 4 years and a maximum fine of 4 billion rupiah, Article 68 with a maximum imprisonment of 6 years and a maximum fine of 6 billion rupiah, and is also regulated in the ITE Law from Article 27 to Article 37, namely prohibiting all unauthorized actions that intentionally misuse various electronic information and have the potential to harm the data owner. And also the criminal provisions of the ITE Law that the perpetrator can be subject to a maximum imprisonment of 12 years and a maximum fine of 12 billion rupiah.

Keywords: Personal Data, UUTE, E-Commerce

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Keaslian Penelitian	6
F. Kerangka Pemikiran	7
G. Jadwal Penelitian	37
BAB II KETENTUAN HUKUM TENTANG <i>E-COMMERCE</i>	
A. Pengertian Dan Dasar Hukum <i>E-Commerce</i>	38
B. Kegunaan Media Online Di Era <i>E-Commerce</i>	44
C. Perlindungan Data Prnadi Di Era <i>E-Commerce</i>	46
D. Akibat Hukum Dalam Pelanggaran Data Pribadi <i>E-Commerce</i>	48
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	57
B. Sumber Dan Bahan Hukum	58

C. Bentuk Penelitian	58
D. Teknik Pengumpulan Data	59
E. Analisis Data	59
BAB IV ANALISIS PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DI ERA <i>E-COMMERCE</i>	
A. Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Di Era E-Commerce	60
B. Analisis Akibat Hukum Dari Kebocoran Data Pribadi Di Era E-Commerce	68
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR LAMPIRAN

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era teknologi saat ini, perkembangan terjadi pada seluruh aspek kehidupan termasuk di dalam kegiatan perdagangan. Pada awalnya perdagangan di lakukan dengan cara konvensional, yaitu dengan bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring perkembangan teknologi, pasar sebagai tempat bertemunya permintaan dan penawaran mengalami perubahan. Pembeli dan penjual tidak lagi harus bertatap muka untuk melakukan transaksi. Munculnya internet sebagai media baru, mendorong perubahan ini menjadi lebih maju. Kecepatan, kemudahan, serta murahnya biaya internet menjadi pertimbangan banyak orang untuk memakainya, termasuk untuk melakukan transaksi.

Dengan munculnya media internet, bentuk jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan setiap orang untuk melakukan transaksi. Selain untuk berkomunikasi, internet di luar dugaan sebelumnya telah berkembang menjadi media untuk berbisnis. Transaksi jual beli yang di lakukan melalui media internet pada dasarnya sama dengan transaksi jual beli pada umumnya. Dengan perdagangan lewat internet ini berkembang pula sistem bisnis seperti *online shop* yang ada di media sosial, pelaku bisnis menjalankan bisnis dan perdagangannya melalui media internet dan tidak lagi mengandalkan bisnis perusahaan konvensional yang nyata.

Semakin populer dalam bisnis yang berbasis informasi melalui jejaring internet atau secara *online*. Jual beli melalui *online* atau lebih dikenal dengan *online shop* saat ini sedang marak dilakukan oleh masyarakat, banyak *online shop* atau pelaku usaha yang menawarkan produk-produk jualannya di marketplace yang merupakan salah satu model dari *e-commerce* yang bertindak sebagai perantara antara pembeli dan penjual, contohnya seperti Toko Online **Shopee, Lazada, Tik Tok Shop** dan **Tokopedia**, toko online sebagai perantara yang mempertemukan penjual dengan pembeli secara *online*.

Kegiatan jual beli tak pernah lepas dari kehidupan masyarakat, baik untuk memenuhi kebutuhan sandang dan pangan atau kebutuhan lainnya. Seiring perkembangan zaman kegiatan jual beli yang dilakukan oleh masyarakat yang pada umumnya dilakukan secara langsung dengan tatap muka antara pembeli dan penjual, namun pada saat ini kegiatan jual beli dapat dilakukan secara *Online* melalui berbagai situs belanja.

Masyarakat lebih gemar melakukan belanja secara *online* dikarenakan lebih efisien hanya dengan menggunakan smartphone atau sejenisnya dapat memesan barang atau kebutuhan yang diinginkan tanpa perlu untuk bepergian ke tempat yang menjual barang atau kebutuhan yang ingin dibeli. *E-Commerce* adalah area yang menarik untuk terus dikembangkan dan dipelajari karena banyak peluang dan tantangan baru muncul setiap tahun, bulan, dan bahkan setiap hari. Inovasi akan terus berkembang dengan penemuan teknologi baru, model bisnis baru. Banyak perusahaan dan organisasi kini telah menerapkan teknologi berbasis internet, dunia web, dan sistem komunikasi *nirkabel/wireless*

untuk mengubah bisnis mereka selama lebih dari 15 tahun sejak penciptaan situs web pertama. *E-Commerce* adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu, pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui computer pada media jaringan.¹

Kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan di *e-commerce* di dalam pelaksanaannya harus sesuai dengan regulasi hukum positif di Indonesia, diatur secara spesifik dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 4 Poin 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menjelaskan bahwa konsumen memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa. Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik juga menyatakan bahwa penggunaan setiap informasi melalui data elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan dengan aas persetujuan orang yang bersangkutan. Maka pelaku usaha dalam hal ini wajib memberikan kenyamanan, keamanan dan keselamatan terhadap konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa melalui sarana *e-commerce*.

Prinsip hak privasi terhadap data pribadi bertujuan untuk melindungi hak asasi manusia dan martabat individu, serta untuk memastikan bahwa data pribadi digunakan dengan etika dan kejujuran. Hal ini tidak hanya

¹ Candra Ahmadi Dkk, 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta : Cv Andi Offset Halaman 7.

relevan bagi perusahaan yang mengumpulkan data, tetapi juga bagi pemerintah dan entitas lain yang terlibat dalam pengumpulan, pemrosesan, dan penggunaan data pribadi.² Beberapa contoh kasus hak privasi yang dilanggar atau dianggap dilanggar yang pernah ada di Indonesia adalah bocornya data pribadi pada layanan BPJS kesehatan pada tahun 2021, Pada tahun 2020, terjadi pelanggaran data di platform *e-commerce* Tokopedia. Data pribadi dari puluhan juta pengguna, termasuk nama, alamat email, nomor telepon, dan informasi lainnya, dan yang hingga saat ini belum jelas kebenarannya adalah data pribadi pengguna aplikasi transportasi *online* seperti Gojek atau Grab telah bocor akibat pelanggaran keamanan.

Hak atas privasi, terkadang dikenal sebagai hak untuk tidak diganggu, diciptakan oleh Warren dan Brandeis dan diterbitkan dalam sebuah manuskrip berjudul “*The Right to Privacy*” di jurnal ilmiah *Harvard University Law School*. Menurut Warren dan Brandeis dalam jurnal tersebut, tumbuh dan berkembangnya teknologi telah menimbulkan kesadaran masyarakat yang menimbulkan kesadaran bahwa setiap orang berhak untuk menikmati hidup³.

Berdasarkan dari pemaparan yang telah dijelaskan di atas maka, akan dilakukan penelitian dengan judul **“HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DATA PRIBADI DI ERA *E-COMMERCE*”**.

² Latumahina, Re, 2014, *Aspek Hukum Perlindungan Data Pribadi Di Dunia Maya*”, *Jurnal Gema Aktualita*, Vol.3, No. 2, Hal. 14-25

³ Wahyudi Djafar Dan Asep Komarudin, 2014 *Perlindungan Hak Atas Privasi Di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci*, Jakarta: Elsam, Hlm. 7

B. Rumusan Masalah

Adapun bentuk rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimanakah Perlindungan Konsumen Dalam Era *E-Commerce* Upaya Mempertahankan Keamanan Data Pribadi?”.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Di Era *E-Commerce*, dimana Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). UU PDP mengatur berbagai hal terkait pengelolaan data pribadi, seperti: Persetujuan pemilik data, Hak akses dan koreksi, Kewajiban pemberitahuan kebocoran data.
2. Analisis Akibat Hukum Dari Kebocoran Data Pribadi Di Era *E-Commerce*.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan yang ingin dicapai oleh penulis maka penelitian ini dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun manfaat praktis.

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini untuk memberikan sumbangan pemikiran, memperkaya konsep-konsep dan teori-teori ilmu hukum, khususnya tentang e-commerc.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang ada sekaligus meningkatkan kepedulian masyarakat secara khusus tentang Mempertahankan Keamanan Data Pribadi.

E. Keaslian Penelitian

Dari manfaat penelitian yang ingin dicapai oleh penulis maka penelitian ini dapat memberikan keaslian penelitian sebagai berikut :

1. Tiya Andriyana,

NIM : 160710101270

Fakultas Hukum

Universitas Jember

Judul : Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Yang Data Pribadinya Diperjualbelikan Di Aplikasi Fintech” dalam skripsi ini memaparkan perlindungan data pribadi terhadap aplikasi fintech (pinjaman *online*) yang diperjual belikan.

Membahas : Perlindungan data pribadi konsumen atas kebocoran data di *e-commerce* dalam transaksi jual beli *online*, dari istilah yang digunakan pada penelitian ini jelas berbeda dengan penelitian milik Tiya Andriyana yang menggunakan istilah Perlindungan Data Pribadi Terhadap Aplikasi Fintech Yang Diperjual Belikan.

2. Debora Aswinda Solin,

NIM : 8111414203

Fakultas Hukum

Universitas Negeri Semarang

Judul : Perlindungan Hukum Terkait Hak Privasi Data Pribadi Konsumen Dengan Adanya Location Based Advertising (LBA) Di Indonesia”.

Pembahasan : Perlindungan data pribadi yang dibocorkan oleh pihak provider kartu sim card sehingga banyaknya notifikasi yang masuk ke ponsel pengguna tanpa seizin dari pengguna, sedangkan dari penelitian ini akan membahas Perlindungan Data Pribadi Konsumen atas Kebocoran Data Di *E-Commerce* Dalam Transaksi Jual Beli Online.

F. Kerangka Pemikiran

1. Kajian Umum Tentang Data Pribadi

Data pada dasarnya adalah hal yang berkaitan dengan informasi yang dimiliki seseorang dalam arti subjek hukum, informasi ini berupa hal-hal yang berkaitan langsung dengan orang tersebut. Informasi dalam arti data ini, merupakan salah satu bentuk 3 aspek yang dimiliki oleh privasi, yaitu: *Privacy of Data About Person* (Privasi dari Data Seseorang)⁴. Di era digital

⁴ Edmond Makarim, 2003, *Kompilasi Hukum Telematika, Raja Grafindo, Persada*,. Jakarta, Hlm. 4

saat ini, data memiliki makna yang membedakan bentuk informasi itu sendiri, dengan kata lain data adalah informasi tetapi dengan bentuk sebagai data. Memahami data itu sendiri adalah informasi yang diproses melalui peralatan yang berfungsi secara otomatis menanggapi instruksi yang diberikan ke tujuan dan disimpan dengan maksud untuk diproses⁵.

Ada beberapa pembahasan yang di bahas dalam penelitian ini yaitu :

1. pengertian dan dasar hukum E-Commerce, yaitu kegiatan jual beli atau transaksi yang dilakukan secara elektronik, melalui internet atau jaringan komputer.
2. Hak dan dasar hukum E-Commerce, yaitu diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK):
 - Hak konsumen: Aturannya dalam Pasal 4 UU PK.
 - Kewajiban konsumen: Aturannya dalam Pasal 5 UU PK.
 - Hak pelaku usaha: Aturannya dalam Pasal 6 UU PK.
 - Kewajiban pelaku usaha: Aturannya dalam Pasal 7 UU PK
3. Akibat hukum dalam E-Commerce mencakup perlindungan hak kekayaan intelektual yang terkait dengan perdagangan elektronik. Ini termasuk hak cipta, merek dagang dan paten, serta langkah-langkah untuk mencegah pelanggaran hak kekayaan intelektual dalam e-commerce.
4. Upaya hukum dalam E-Commerce, dalam penyelesaian sengketa antara konsumen dan penjual dalam transaksi elektronik memerlukan

⁵ Nugraha, 2020, *Sistem Informasi Peminjaman Barang Berbasis Web Menggunakan Metode Waterfall.*, Bandung, Hlm.2

pendekatan yang fleksibel dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Dengan berbagai mekanisme yang tersedia, baik melalui negosiasi langsung, mediasi, konsiliasi maupun arbitrase

Data ialah bahan bakunya informasi, yakni diinterpretasikan sebagai lambang atau pola-pola yang terorganisir dan merepresentasikan jumlah, aksi, benda, dan lain-lain. Yang membentuk data yaitu karakter yang diwujudkan dalam alfabet, angka, atau pola spesifik. Data yang tersusun nantinya akan diproses dalam wujud struktur data, file, termasuk database⁶. Di samping itu, The Liang Gie memberi penjelasan bahwasanya⁷:

1. Data merujuk pada suatu hal atau realitas yang di dalamnya termuat wawasan yang diterapkan sebagai akar atau landasan dalam menyusun keterangan, membuat konklusi, termasuk mengambil keputusan.
2. Data diibaratkan sebagai sesuatu bersifat mentah yang selanjutnya diolah menjadi keterangan.

Berikutnya, istilah "pribadi" dimaknai sebagai:

- a. manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri);
- b. kondisi manusia sebagai perseorangan; semua karakter yang menjadi wataknya seseorang⁸.

Data dan informasi sejatinya saling berkaitan. Tiap informasi didapat dari data, dan tiap data akan diproses menjadi informasi. Akan tetapi, mereka punya disimilaritas, di antaranya:

⁶ Agus Purwanto Dkk. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik Dan Masalah-Masalah Sosial*, Jogjakarta: Gaya Media, Hlm. 3

⁷ Gie, The Liang., 1991, *Administrasi Perkantoran Modern*. Yogyakarta: Liberty, Hlm.4

⁸ Kbbi, 2019, *Kamus Besar Bahasa Indonesia (Kbbi)*. [Online, Diakses Tanggal 05 Juni 2024

1. Informasi ialah data hasil proses sistem informasi yang berkontribusi memberi kemanfaatan bagi pemakainya.
2. Informasi ialah hasil olahan data yang cakupannya: hasil perpaduan, penganalisisan, konklusi, termasuk olahan sistem informasi komputerisasi.
3. Informasi yaitu semua hal yang komputer sajikan lewat media penyaji yang umumnya sebagai hasilnya olahan komputasi.

Bilamana disimpulkan, data pribadi diinterpretasi sebagai data yang berwujud identitas, kode, simbol, huruf, atau angka penunjuk seseorang yang sifatnya personal. Limitasi bahasan pada penelitian ini yaitu data pribadi yang berhubungan langsung dengan data elektronik. Informasi dan data pribadi diistilahkan secara tak sama di berbagai negara. Namun bila ditinjau dari segi nomina, interpretasi keduanya hampir serupa, oleh karenanya acapkali penggunaannya bergantian. Istilah informasi pribadi diterapkan di Amerika Serikat, Kanada, dan Australia. Sebaliknya, istilah data pribadi digunakan di negara-negara Uni Eropa⁹.

Dalam sebuah perlindungan data pribadi, ada yang namanya prinsip-prinsip yakni pembatasan pengumpulan, kualitas data, spesifikasi tujuan, penggunaan pembatasan, langkah-langkah pengamanan, keterbukaan, partisipasi individu, termasuk pertanggungjawaban. Pemaparannya dijabarkan di bawah ini:

- a. Pembatasan pengumpulan: yakni supaya diadakan limitasi pada saat

⁹ Shinta Dewi, 2009, *Cyberlaw: Perlindungan Privasi Atas Informasi Pribadi Dalam E-Commerce. Menurut Hukum Internasional*, Bandung: Widya. Padjajaran, Hlm.37

mengumpulkan data pribadi. Perolehan datanya supaya dijalankan lewat teknik yang berlaku secara hukum. Bila perlu, supaya mendapatkan konfirmasi yang menyatakan bahwasanya individu yang datanya dikumpulkan tak merasa keberatan.

- b. Kualitas data: yakni data pribadinya supaya tepat sebagaimana tujuannya pemanfaatan data. Keakuratan dan kelengkapan datanya supaya dipenuhi.
- c. Spesifikasi tujuan: yakni tujuan dari dikumpulkannya data sifatnya haruslah khusus. Pemanfaatan datanya di kemudian hari supaya tetap harus dibatasi sebagaimana spesifikasi tujuannya.
- d. Penggunaan pembatasan: yakni datanya tak boleh dipublikasi atau dimanfaatkan untuk hal-hal yang tak ada sangkutpautnya dengan spesifikasi tujuan, kecuali pihak yang punya datanya atau otoritas hukum menyetujuinya.
- e. Langkah-langkah pengamanan: yakni datanya supaya terproteksi dengan pengamanan yang memadai agar tak hilang, rusak, berubah, atau terekspos.
- f. Keterbukaan: yakni supaya terdapat kebijakan umum berkenaan dengan keterbukaan data pribadi.
- g. Partisipasi individu: yakni hak untuk memperoleh data pribadinya termasuk hak penghapusan atau pembenaran data yang keliru supaya dimiliki individu.

h. Pertanggungjawaban: yakni pihak yang mengatur data supaya bertanggung jawab atas kepatuhannya pada prinsip-prinsip yang ditetapkan.

Jenis enkripsi juga sangat diperlukan dalam menjaga keamanan dan kerahasiaan data pribadi individu dalam suatu jaringan internet, supaya data tersebut tidak bisa dibaca dan dimengerti oleh sembarangan orang kecuali untuk penerima yang berhak.

2. Prinsip Hak Privasi terhadap data Pribadi

Prinsip hak privasi terhadap data pribadi merupakan aspek kritis dalam era digital yang semakin maju ini. Setiap harinya, kita berinteraksi dengan teknologi dan memberikan data pribadi secara *online*. Data pribadi merujuk pada informasi apa pun yang dapat mengidentifikasi secara langsung atau tidak langsung seseorang. Ini termasuk, namun tidak terbatas pada, nama, alamat, nomor telepon, alamat email, tanggal lahir, nomor identifikasi, data keuangan, dan informasi medis.¹⁰ Namun, dengan memberikan informasi ini, kita juga membuka peluang bagi potensi penyalahgunaan data dan pelanggaran privasi.

Hak privasi terhadap data pribadi mencakup hak setiap individu untuk mengetahui apa yang terjadi dengan data pribadi mereka, siapa yang mengaksesnya, untuk tujuan apa data tersebut digunakan, dan bagaimana data tersebut diolah dan disimpan. Lebih dari itu, prinsip ini juga melibatkan hak untuk memberikan izin atau persetujuan atas

¹⁰ Mahira, Df, Emilda Y Lisa Na, 2020, *Consumer Protection System (Cps): Siste, Perlindungan Data Pribadi Konsumen Melalui Collaboration Concept*, Legislatif, Vol.3 No.2, Hal.287 -302

penggunaan data pribadi tersebut, serta hak untuk meminta penghapusan data (right to be forgotten) atau koreksi jika data tersebut tidak akurat.

"Privasi adalah hak untuk menikmati hidup dan hak untuk dibiarkan sendiri, dan perkembangan hukum ini tidak dapat dihindari dan menuntut pengakuan hukum," kata Warren dan Brandeis. Setiap orang memiliki hak untuk menikmati privasinya, yang mengharuskannya untuk dijaga.

Menurut Warren dan Brandeis, seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, kesadaran masyarakat pun tumbuh sehingga menimbulkan kesadaran bahwa setiap orang berhak untuk menikmati hidup. "Privasi adalah hak untuk menikmati hidup dan hak untuk dibiarkan sendiri, dan perkembangan hukum ini tidak dapat dihindari dan menuntut pengakuan hukum," kata Warren dan Brandeis. Setiap orang berhak untuk menikmati privasinya, yang mengharuskannya untuk dijaga.¹¹

Pertama dan terpenting, menjaga hubungan dengan orang lain mengharuskan seseorang untuk menyembunyikan beberapa aspek kehidupan pribadinya untuk menjaga posisinya pada tingkat tertentu. Kedua, privasi merupakan hak yang berdiri sendiri dan tidak bergantung pada hak lainnya, namun hak ini akan hilang jika orang tersebut mengungkapkan barang-barang yang bersifat privat kepada publik. Ketiga, seseorang dalam hidupnya membutuhkan waktu untuk menyendiri, sehingga privasi dibutuhkan oleh seseorang. Keempat, hak

¹¹ Rosadi, Sd, 2015, *Cyber Law Aspek Data Privasi Menurut Hukum Internasional, Regional Dan Nasional*, Refika Aditama, Jakarta, Hal. 23

atas privasi mencakup kemampuan seseorang untuk memelihara hubungan rumah tangga, seperti bagaimana mereka mendukung pernikahan dan memelihara keluarga mereka. Warren selanjutnya menggambarkan ini sebagai hak melawan kata. Kelima, ketidakmampuan untuk menghitung kerugian adalah alasan lain mengapa privasi membutuhkan perlindungan hukum. Karena telah mengganggu kehidupan pribadinya, kerugian yang dirasakannya jauh lebih besar dari kerugian yang sebenarnya, dan akibatnya korban harus mendapatkan ganti rugi jika terjadi kerugian.¹²

Konstitusi dan peraturan perundang-undangan yang relevan menjadi landasan hukum Indonesia. Setiap orang berhak melindungi dirinya sendiri, keluarganya, kehormatannya, martabatnya, dan harta benda yang dikuasainya, menurut UUD 1945, serta berhak atas rasa aman dan tenteram dari bahaya dan ketakutan. Pasal 28 Huruf G Ayat (1) UUDNRI Tahun 1945 khususnya mengatur bahwa “Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan dilindungi dari ancaman ketakutan akan kejahatan¹³,” atau gagal menjalankan hak asasi manusia.” Gagasan perlindungan data melindungi kebebasan orang untuk memilih apakah akan mengungkapkan atau menukar data pribadi mereka atau tidak. Selain itu, orang berhak

¹² Dewi, S, 2017, *Prinsip – Prinsip Perlindungan Data Pribadi Nasabah Kartu Kredit Menurut Ketentuan Nasional Dan Implementasinya*”, Sosiohumaniora, Vol.19 No. 3, Hal. 206 - 212

¹³ Anggraeni, Sf, 2018, *Polemik Pengaturan Kepemilikan Data Pribadi: Urgensi Untuk Harmonisasi Dan Reformasi Hukum Di Indonesia*, Jurnal Hukum & Pembangunan, Vol. 48 No. 4, 814 - 825

memilih persyaratan untuk transfer data pribadi tersebut. Untuk membuat hak untuk melindungi data pribadi, hak privasi telah berkembang.

Setiap individu dapat memilih untuk melakukan privacy terhadap data yang dimiliki atau membagikannya, kebebasan tersebut di dilindungi oleh undang- undang yang berlaku di Indonesia¹⁴.

Berdasarkan landasan hukum tersebut, penduduk Indonesia memiliki hak konstitusional atas perlindungan hak privasinya, yang meliputi hak atas privasi atas informasi pribadinya. Negara diwajibkan berdasarkan hak konstitusionalnya untuk memberikan perlindungan hukum bagi berbagai aspek kehidupan warga negara Indonesia. Tujuan hukum untuk hak konstitusional harus mencakup keuntungan hukum, keadilan dan kejelasan.

Berkaitan dengan perlindungan data pribadi, beberapa tindakan atau upaya yang telah dilakkan oleh Pemerintah Indonesia adalah:

- a. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Meskipun lebih fokus pada transaksi elektronik dan keamanan informasi, UU ITE juga memiliki ketentuan terkait perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik. UU ini mewajibkan pengelola data untuk melindungi data pribadi dan memberikan sanksi bagi pelanggaran yang merugikan hak privasi.

¹⁴ Erna, P 2019, *Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Pinjaman Online (The Urgency Of Personal Protection In Peer To Peer Lending)*”, *Majalah Hukum Nasional*, No.2, Hal 1-27

- b. Penyusunan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi
Pemerintah Indonesia telah merancang undang-undang yang secara khusus mengatur perlindungan data pribadi. Meskipun RUU ini belum disahkan menjadi undang-undang saat pengetahuan saya terakhir, langkah ini menunjukkan upaya pemerintah untuk mengatasi perlindungan data pribadi dengan lebih komprehensif.
- c. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik
Peraturan ini mengatur perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik dan memberikan pedoman tentang praktik yang benar dalam pengelolaan data pribadi.
- d. Pengaturan Perlindungan Data Pribadi dalam Sektoral
Beberapa sektor, seperti perbankan, kesehatan, dan telekomunikasi, memiliki regulasi atau pedoman sendiri terkait perlindungan data pribadi. Contohnya, Bank Indonesia memiliki peraturan mengenai perlindungan data pribadi nasabah.
- e. Pengawasan dan Sanksi
Pemerintah juga memiliki peran dalam mengawasi entitas yang mengelola data pribadi. Jika terjadi pelanggaran, mereka dapat memberikan sanksi kepada pelaku yang melanggar ketentuan perlindungan data.
- f. Kampanye Peningkatan Kesadaran Publik
Pemerintah juga telah melakukan kampanye untuk meningkatkan

kesadaran publik mengenai pentingnya melindungi data pribadi dan praktik yang aman dalam berbagi informasi pribadi.

g. Pengembangan Kerangka Kerja Keamanan Data

Pemerintah telah berusaha untuk mengembangkan kerangka kerja keamanan data yang membantu organisasi dan perusahaan dalam melindungi data pribadi yang mereka kelola.

h. Kerja Sama Internasional

Pemerintah Indonesia juga terlibat dalam kerja sama internasional dalam bidang perlindungan data pribadi, termasuk mematuhi standar internasional yang diakui.

Adapun upaya teknis yang dilakukan pemerintah hingga saat ini dalam perlindungan data pribadi warganegaranya diantara adalah:

a. Peningkatan Keamanan Sistem

Pemerintah dapat menerapkan standar keamanan tinggi pada sistem dan infrastruktur yang mengelola data pribadi. Ini termasuk penggunaan enkripsi data, perlindungan terhadap serangan siber, dan penerapan firewall yang kuat.

b. Pemantauan Aktivitas Anomali

Pemerintah dapat menggunakan alat pemantauan untuk mendeteksi aktivitas anomali yang mencurigakan pada sistem atau jaringan. Ini bisa membantu mendeteksi upaya peretasan atau akses yang tidak sah.

c. Sertifikasi Keamanan

Pemerintah dapat mengeluarkan sertifikasi keamanan bagi organisasi atau layanan yang mengelola data pribadi, setelah mereka terbukti memenuhi standar keamanan tertentu.

d. Auditor Keamanan

Pemerintah dapat mempekerjakan atau melibatkan auditor keamanan independen untuk melakukan audit rutin terhadap sistem dan praktik yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi.

e. Pengaturan Kewajiban Melaporkan Pelanggaran

Pemerintah dapat mengharuskan organisasi untuk melaporkan pelanggaran data pribadi secara segera kepada otoritas yang berwenang, sehingga tindakan cepat dapat diambil untuk meminimalkan dampaknya.

f. Pelatihan Karyawan

Pemerintah dapat mendorong organisasi untuk memberikan pelatihan kepada karyawan mengenai praktik keamanan data, seperti cara mengenali phishing atau mengamankan kata sandi.

g. Pemisahan Data Sensitif

Data pribadi yang sensitif dapat diisolasi atau dipisahkan dari data lainnya untuk mengurangi risiko akses yang tidak sah.

h. Pengamanan Akses

Pemerintah dapat mendorong implementasi mekanisme otentikasi ganda atau akses terbatas untuk menghindari akses yang tidak sah ke

data pribadi.

i. Perlindungan Data Selama Transit

Pemerintah dapat mendorong penggunaan enkripsi selama data dalam perjalanan antara pengirim dan penerima, misalnya melalui protokol HTTPS.

j. Penanganan Aman Data Tidak Terpakai

Pemerintah dapat memberikan pedoman bagi organisasi tentang bagaimana data yang tidak lagi diperlukan harus dihapus atau dihancurkan secara aman.

l. Pengujian Keamanan (Security Testing)

Pemerintah dapat mendorong organisasi untuk secara teratur melakukan pengujian keamanan, seperti uji penetrasi, untuk mengidentifikasi kerentanannya.

m. Kerja Sama dengan Industri Keamanan

Pemerintah dapat bekerja sama dengan perusahaan dan peneliti keamanan siber untuk memahami tren ancaman terbaru dan menerapkan langkah-langkah pencegahan yang sesuai.

3. Data Pribadi sebagai Hak Privasi Melalui Peraturan Undang-Undang

Indonesia saat ini telah memiliki beberapa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, sebagai berikut:

a. Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan

Frasa "rahasia bank" diartikan sebagai "segala sesuatu yang berkaitan dengan penabung dan simpanannya" dalam Pasal 1 Ayat (28) UUD. Ini mengklarifikasi bahwa setiap informasi terkait pelanggan di bank adalah masalah yang sensitif dan pribadi. Kecuali dalam keadaan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41, 41A, 42, 44, dan 44A, bank diharapkan menjaga kerahasiaan informasi yang disimpan nasabah penyimpan dan simpanannya, sesuai dengan Pasal 40 Ayat (1). Menurut pasal ini, bank wajib mengamankan semua data nasabah.

b. Undang – Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi

Perlindungan data pribadi secara umum diatur oleh Undang-Undang Telekomunikasi, meskipun tidak secara khusus terkait dengan data pribadi. “Penyelenggara jasa telekomunikasi wajib merahasiakan informasi yang dikirim dan/atau diterima oleh pelanggan jasa telekomunikasi melalui jaringan telekomunikasi dan/atau jasa telekomunikasi yang diselenggarakannya,” bunyi Pasal 42 ayat 1 UU Telekomunikasi. Hal ini menjadi dasar kewajiban penyelenggara jasa untuk menjamin keamanan setiap data yang akan dikirim melalui jaringan telekomunikasi atau diterima melalui jasa telekomunikasi. Untuk keperluan proses peradilan pidana, penyelenggara jasa telekomunikasi dapat merekam informasi yang

dikirim dan atau diterima oleh penyelenggara jasa telekomunikasi dan dapat memberikan informasi yang diperlukan atas:

- a. permintaan tertulis dari Kejaksaan Agung dan/atau Kepala Kepolisian Negara Republik Indonesia. Republik Indonesia untuk tindak pidana tertentu;
- b. Permintaan tertulis dari Jaksa Agung dan/atau Kepala Kepolisian Republik Indonesia;

Menurut Pasal 57 UU Telekomunikasi, "Penyelenggara jasa telekomunikasi yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah)." Undang-Undang Telekomunikasi juga mengatur tentang sanksi mengenai tindak pidana terhadap keamanan informasi tersebut.

c. Undang – Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (UU HAM)

Aturan perundang-undangan yang mengatur hak asasi seseorang adalah Hukum Hak Asasi Manusia. Setiap orang berhak untuk berkomunikasi dan mengakses pengetahuan yang diperlukan untuk mengembangkan kepribadian dan lingkungan sosialnya, sesuai dengan Pasal 14 Ayat 1 UUD. Pasal ini menegaskan bahwa setiap orang berhak untuk mengakses pengetahuan yang mereka butuhkan untuk kehidupan sehari-hari guna memajukan pertumbuhan mereka

sendiri dan kualitas lingkungan tempat mereka tinggal. Dalam Pasal 29 Ayat (1) UU HAM disebutkan bahwa “Setiap orang berhak melindungi diri sendiri, keluarga, kehormatan, martabat, dan hak milik”. Pasal ini mengatur tentang hak atas perlindungan pribadi yang dijamin oleh Pasal 28 Huruf G Ayat (1) UUDNRI 1945. Menurut Pasal 32 UU HAM, yang menyatakan bahwa “Kemerdekaan dan kerahasiaan dalam hubungan korespondensi, termasuk hubungan komunikasi dengan sarana elektronik, tidak boleh diganggu, kecuali atas perintah hakim atau pejabat lain yang sah sesuai dengan ketentuan Undang-undang Hak Asasi Manusia. undang-undang,” ada juga tambahan baru pada undang-undang yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi.

d. Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang – Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)

Satu-satunya pasal yang secara tegas menjamin perlindungan data pribadi setelah diproses adalah Pasal 26 Ayat 1. UU ITE, khususnya Pasal 27 hingga 37, mengatur kegiatan ilegal di bidang informasi elektronik yang tidak secara khusus berkaitan dengan data pribadi. . Pasal-pasal tersebut pada umumnya melarang perbuatan yang melanggar hak dan penyalahgunaan informasi elektronik dengan sengaja yang dapat merugikan orang lain, terutama pemilik informasi.

Menyusul beberapa kasus peretasan, Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) yang diharapkan DPR RI dapat disahkan menjadi undang-undang tampaknya menjadi angin segar bagi warga Indonesia. Penyebaran sektor komersial, organisasi pemerintah, dan masyarakat merupakan masalah terbesar pemerintah dalam mewujudkan UU PDP. Pemerintah harus memastikan bahwa setiap organisasi bisnis dan pemerintahan di Indonesia mampu mematuhi UU PDP. Rumah sakit, aplikasi layanan publik, perbankan industri, dan bisnis yang bergerak di bidang keuangan hanyalah beberapa di antaranya.

Karena sangat mungkin mereka yang tidak memahami UU PDP kemudian melakukan pelanggaran tanpa disadari, melatih masyarakat untuk menaati UU tersebut menjadi tantangan tersendiri. UU PDP secara khusus mengatur proses privasi data bagi anak dan penyandang disabilitas. Namun, ada kecenderungan semua informasi tentang anak dan orang dewasa penyandang disabilitas disalahgunakan. Proses 'khusus' yang disebutkan dalam UU PDP belum diatur secara tegas, dan tidak ada batasan usia anak yang dianggap demikian.

Penghapusan beberapa data tertentu dari RUU sebelumnya, yang menimbulkan bahaya serangan data untuk mendiskriminasi kelompok tertentu, merupakan salah satu isu yang mempengaruhi kelompok rentan saat ini. Dengan mengatasi kekurangan dan kekurangan UU PDP, pemerintah diharapkan dapat memperkuat perlindungan data anak dan

data kelompok lain yang lebih rentan terkena dampaknya. Pemerintah juga diharapkan mampu membentuk lembaga pemantau data yang kuat dan mandiri dalam membela data pribadi serta hak privasi warga negara Indonesia.

Indonesia memiliki Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) yang juga mencakup aspek perlindungan data pribadi. Namun, menurut penulis, undang-undang ini dianggap belum cukup kuat dalam melindungi data pribadi. Pada November 2020, Indonesia mengesahkan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP) untuk meningkatkan perlindungan ini. RUU tersebut mengadopsi prinsip-prinsip umum yang ditemukan dalam Regulasi Umum Perlindungan Data (GDPR) Uni Eropa. Uni Eropa diwakili oleh Regulasi Umum Perlindungan Data (GDPR), yang mulai berlaku pada Mei 2018. GDPR memberikan kerangka kerja yang kuat untuk melindungi data pribadi warga Uni Eropa dan mengatur bagaimana data dapat dikumpulkan, diproses, dan disimpan. GDPR memberikan hak kepada individu untuk mengontrol data pribadi mereka dan memberikan sanksi yang signifikan kepada perusahaan yang melanggar peraturan ini. Perlindungan data pribadi juga dilakukan di Amerika Serikat, memiliki pendekatan yang berbeda dalam perlindungan data pribadi. Di AS, tidak ada undang-undang federal yang komprehensif mengatur perlindungan data pribadi secara umum. Sebaliknya, berbagai undang-undang sektoral dan negara bagian mungkin berlaku. California Consumer Privacy Act

(CCPA) adalah salah satu contoh undang-undang negara bagian yang signifikan, memberikan hak kepada penduduk California untuk mengontrol penggunaan data pribadi mereka oleh perusahaan. Secara umum, Uni Eropa memiliki salah satu kerangka perlindungan data pribadi yang paling kuat melalui GDPR, dengan penekanan pada hak individu dan sanksi yang tegas. Indonesia sedang berupaya untuk meningkatkan perlindungan data pribadinya melalui RUU PDP, sementara AS cenderung memiliki pendekatan yang lebih terfragmentasi.

1. Teori Data Pribadi

Privasi merupakan konsep universal yang dikenal dalam berbagai hukum dan norma yang hidup dalam masyarakat. Konsep hak privasi dikembangkan oleh Samuel D. Warren dan Louis Brandeis dalam jurnal berjudul "The Rights of Privacy". Mengutip Justice Thomas Cooley, Warren dan Brandeis mendefinisikan hak privasi hanya sebagai "hak untuk dibiarkan sendiri." Hak-hak tersebut berkaitan dengan kebutuhan spiritual manusia yang harus dilindungi oleh negara serta kebutuhan untuk menghargai perasaan dan pikiran serta hak untuk menikmati hidup.

Pengertian dari data pribadi tidak secara deskripsi ada dan dicantumkan dalam undang – undang yang berlaku di Indonesia. Hingga saat proposal ini ditulis, pengertian atau definisi dari data pribadi dapat diketahui dari Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pada Pasal 1 angka 29, disebutkan bahwa: "Data pribadi adalah setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat

diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan/atau nonelektronik.”

Ada berbagai macam bentuk data pribadi, yang pertama yaitu data pribadi umum. Data pribadi umum ini berisi tentang nama lengkap, jenis kelamin, kewarganegaraan, agama, atau dapat juga ditambah data yang dapat mengidentifikasi seorang. Untuk yang kedua yaitu data spesifik, yaitu data dari seseorang yang meliputi data kesehatan seseorang, data genetika, data biometrik dan lainnya. Pada umumnya ada tiga aspek dari privasi, yaitu antara lain adalah:

a. Privacy of a Person’s Persona

Pada Umumnya, hak atas privasi manusia didasarkan pada prinsip umum bahwa setiap orang berhak untuk dibiarkan sendiri. Secara umum, ada empat jenis pelanggaran privasi individu:

1) Publikasi yang memasukkan foto seseorang pada tempat yang salah.

Misalnya dengan menggunakan foto seseorang perempuan yang belum menikah sebagai ilustrasi suatu artikel tentang seorang ibu yang mentelantarkan anaknya;

2) Penggunaan yang tidak tepat nama atau kesukaan seseorang untuk tujuan komersial;

3) Publikasi tentang fakta – fakta pribadi seseorang yang memalukan atau yang bersifat rahasia kepada publik;

4) Mengganggu kesunyian atau kesendirian seseorang.

b. Privacy of Data About a Person

Hak privasi juga dapat berhubungan atau dengan informasi tentang seseorang yang dikumpulkan dan digunakan oleh orang lain.. Misalnya, informasi tentang kebiasaan pribadi, riwayat kesehatan, afiliasi agama dan politik, catatan pajak, catatan karyawan, catatan asuransi, catatan kriminal, dan lain-lain. Penyalahgunaan Informasi atau setiap informasi yang dikumpulkan tentang pengguna (organisasi/lembaga) atau pelanggan (pelanggan bisnis) merupakan pelanggaran terhadap hak privasi individu.

c. Privacy of a Person's Communications

Dalam keadaan tertentu, hak privasi juga dapat mencakup komunikasi melalui online. Dalam beberapa kasus, pemantauan dan pengungkapan konten komunikasi elektronik oleh orang lain selain pengirim atau orang yang menerimanya dapat merupakan pelanggaran privasi.

Berdasarkan beberapa definisi dan istilah yang terkait dengan data dan informasi serta perlindungan data, data dan informasi berkaitan dengan kehidupan individu dan terkait erat dengan konsep kerahasiaan atau hak privasi individu secara hukum yang harus dijaga dan dilindungi oleh aturan perundang-undangan.¹⁵

¹⁵ Geistiar Yoga Pratama, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", Jurnal Hukum, Vol.5/No.3/(2016), Hlm. 9.

Dasar Hukum Peraturan Data Pribadi pada *E-Commerce*

- a. Undang – Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang - Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- b. Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- c. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik.

Perlindungan data pribadi konsumen dalam peraturan hukum di Indonesia belum diatur secara tegas. Walaupun demikian setidaknya di Indonesia, ada peraturan hukum yang bisa digunakan untuk menyimpan data pribadi di media elektronik.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik masih belum memadai terkait dengan peraturan mengenai penggunaan data pribadi, karena dalam peraturan tersebut hanya terdapat satu Pasal yang berisi ketentuan umum mengenai data pribadi.

2. Teori Tentang *E-Commerce*

E-Commerce atau *Electronic Commerce* jika ditinjau dari asal bahasanya maka terdiri dari *electronic* dan *commerce* yang mengindikasikan sebuah arti perdagangan melalui elektronik atau lebih lengkapnya bisa disebut sebagai proses pelaksanaan transaksi bisnis seperti: distribusi, pembelian, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan secara elektronik melalui jaringan komputer terutama internet dan juga jaringan eksternal. Dengan kata lain *e-commerce*

adalah pemanfaatan internet untuk berbagai aktivitas usaha. Kegiatan bisnis yang dilakukan secara online itu bisa meliputi pemasaran, promosi, *public relation*, transaksi pembayaran dan jadwal pengiriman barang, serta masih sangat terbuka kemungkinan inovasi kegiatan bisnis online seiring dengan perkembangan teknologi *e-commerce* itu sendiri.¹⁶

E-Commerce adalah penjualan atau pembelian barang dan jasa, antara perusahaan, rumah tangga, individu pemerintah, dan masyarakat atau organisasi swasta lainnya, yang dilakukan melalui komputer pada media jaringan. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman dapat dilakukan di akhir baik secara *online* maupun *offline*.¹⁷

Electronic commerce (EC) merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa dengan menggunakan *world wide web* internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui informasi.¹⁸ *E-commerce* merupakan transaksi yang dilakukan secara elektronik, salah satu media yang digunakan adalah internet.

Laudon mendefinisikan *electronic commerce* sebagai: “*The process of buying and selling goods electronically by consumers and from company to company through computerized business transaction.*” Dari definisi tersebut ada tiga poin utama dalam *e-commerce* yaitu:

¹⁶ Yuswan Tio Arisandi, 2018, *Efektivitas Penerapan E-Commerce Dalam Pengembangan Usaha Kecil Menengah Di Sentra Industri Sandal Dan Sepatu Wedoko Kabupaten Siduarjo*, Jurnal Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, Universitas Airlangga, Vol.8 No.1, Hlm. 8.

¹⁷ Candra Ahmdi Dan Dadang Hermawan, 2017, *E-Business Dan E-Commerce*, Yogyakarta: Cv Andi Offset, Hlm. 35-36.

¹⁸ I Gusti Made Karmawan, 2014, *Dampak Peningkatan Kepuasan Pelanggan Dalam Proses Bisnis Ecommerce Pada Perusahaan Amazon.Com Comtech*, Vol. 5 No.2, Hlm. 49

- a) Adanya proses baik penjualan maupun pembelian secara elektronik.
- b) Adanya konsumen atau perusahaan.
- c) Jaringan pengguna komputer secara online untuk melakukan transaksi bisnis.¹⁹

Menurut David Baum²⁰ definisi *e-commerce* yang sudah distandarkan dan disepakati bersama adalah: *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik perdagangan barang, pelayan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* merupakan proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet (*Commerce-net*) dan sejenis mekanisme bisnis elektronik dengan fokus pada transaksi bisnis berbasis individu dengan menggunakan internet sebagai media pertukaran barang atau jasa, baik antar instansi atau individu (*NetReady*).⁵

a. Jenis-Jenis *E-Commerce*

E-Commerce merupakan aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet di mana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung, melainkan berkomunikasi melalui media internet²¹. *E-Commerce* memiliki berbagai macam jenis transaksi dalam menerapkan sistemnya.²²

Jenis-jenis *e-commerce* yang banyak dilakukan di Indonesia saat ini

¹⁹ Didi Achjari, 2011, "Potensi Manfaat Dan Problem Di E-Commerce", Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, Vol.15 No.3, Hlm. 388

²⁰ Baum, David, 1999, *E-Commerce*, Jakarta:Pt. Gramedia Pustaka Utama, Hlm. 10

²¹ Kasmi Dan Adi Nurdian Candra, 2017, *Penerapan E-Commerce Berbasis Business To Consumers Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Makanan Ringan Khas Pringsewu*, Jurnal: Prodi Manajemen Informatika, Prodi Sistem Informasi, Stmik Pringsewu, Lampung, Vol.15 No.2, Hlm. 110

²² Ibid

diantaranya sebagai berikut:²³

a) *Classifieds* atau Daftar Iklan Baris

Classified atau daftar iklan baris merupakan bentuk yang paling sederhana dari usaha *e-commerce*. Bentuk bisnis ini berupa layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk mempertemukan produsen dan konsumen. Perusahaan memberikan ruangan pada produsen untuk memajang atau memamerkan barang dagangannya. Konsumen yang tertarik dengan produk yang ditawarkan tersebut langsung berhubungan dengan produsen. Produsen dan konsumen bebas melakukan transaksi di manapun sesuai dengan kesepakatan mereka.

Perusahaan *e-commerce* tidak bertanggungjawab terhadap jalannya transaksi tersebut. Perusahaan *e-commerce* memperoleh keuntungan dari iklan premium yang terpasang di website tersebut. Perusahaan *e-commerce* Indonesia yang menggunakan bentuk bisnis ini antara lain: Berniaga, OLX, dll. Barang-barang ini yang dijual dalam perusahaan ini umumnya barang bekas.

b) *Marketplace C2C (Customer to Customers)*

Perusahaan *e-commerce* ini adalah perusahaan yang menyediakan tempat sebagai media promosi barang dagangan para penjual dan perusahaan *e-commerce* juga memberikan layanan metode pembayaran dari transaksi online yang dilakukan. Hal tersebut menjadi ciri utama dari bentuk bisnis *e-commerce marketplace C2C*. pada

²³ Wahyudiyono, 2016, "Transaksi E-Commerce Masyarakat Jawa Timur". Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika, Vol.6 No.3, Hlm. 4.

umumnya pihak *e-commerce* akan memberikan layanan *Escrow* atau rekening pihak ketiga.

Fungsi dari *Escrow* tersebut adalah sebagai jembatan antara penjual dan pembeli dan pihak *e-commerce*. Jika sudah terjadi kesepakatan pembelian, pembeli harus menstransfer dana kepada pihak *Escrow*, penjual bisa mengirimkan barang kepada pembeli. Dan setelah konsumen mengkonfirmasi kedatangan barang, maka pihak *Escrow* akan aman, dengan menggunakan jasa *Escrow* jika terjadi masalah dengan barang, dana akan bisa dikembalikan pada pembeli. Perusahaan *e-commerce* yang mengadopsi bentuk bisnis ini adalah, Tokopedia, shoppee Lamido dan sebagainya.

c) *Shopping Mall*

Bentuk bisnis *e-commerce shopping Mall* adalah perusahaan *e-commerce* yang memberikan layanannya kurang lebih sama dengan bentuk bisnis Marketplace C2C tetapi penjual yang ada pada *e-commerce* tersebut hanya *brand brand* besar yang telah mempunyai nama di pasar lokal atau internasional. Untuk masuk dalam layanan tersebut membutuhkan verifikasi yang tidak mudah atas penjualannya. Dari segi keuntungan, pihak *e-commerce* bisa menarik komisi dari penjual yang notabeneanya brand besar tersebut. Dengan begitu pendapatannya bisa lebih besar.

d) Toko *Online B2C (Business to Customers)*

Pada dasarnya bentuk bisnis ini lebih berfokus pada penjualan barang atau produk milik perusahaan *e-commerce* itu sendiri. Sehingga semua keuntungan dari penjualan produk murni dimiliki oleh perusahaan *e-commerce* dan tidak dibagi dengan pihak lain. Jenis bisnis ini merupakan salah satu bentuk yang paling berkembang di Indonesia, namun dalam perkembangannya bentuk bisnis ini tentunya tidak mudah. Selain diperlukan modal yang sangat besar, ketersediaan pasokan barang serta sistem penjualan semuanya harus di *handle* oleh pihak *e-commerce*.

e) *Sosial Media Shop*

Bentuk bisnis *e-commerce* ini bisa berkembang seiring dengan perkembangan sosial media yang makin menanjak. Potensi dari sosial media tersebut kini di manfaatkan langsung oleh perusahaan *e-commerce* dengan membangun bisnis yang berbasis pada sosial media tersebut. Pada awalnya *facebook* menyediakan *fanpage* yang bisa digunakan untuk menawarkan barang untuk dijual. *Fanpage* adalah halaman khusus layaknya blog yang menyediakan informasi yang beragam sesuai dengan keinginan pemiliknya, mulai dari perusahaan, pendidikan, layanan, produk fisik, artis, komunitas dll. Saat ini sosial media menjadi lahan utama perkembangan bisnis ini masih didominasi oleh *facebook*, namun dengan pergeseran tren sosial media yang terjadi sekarang juga telah membuka persaingan baru seperti *instagram* dan

twitter.

b. Karakteristik *E-Commerce*

Transaksi di *e-commerce* berbeda dengan transaksi konvensional, transaksi di *e-commerce* mempunyai karakteristik yang khusus yaitu:²⁴

a) Memperluas Pasar

Jangkauan pasar dapat menjadi luas dibandingkan sistem bisnis tradisional yang terbatas pada lokasi.

b) Biaya Terkendali

Perusahaan tidak perlu hadir secara fisik namun dapat melakukan transaksi dengan konsumen dari berbagai tempat.

c) Efisien

Melalui sistem *paperless*, dimana distribusi dapat dilakukan secara elektronik maka akan ada penghematan waktu pengiriman, biaya kertas, prangko dll.

d) Efektif

Konsumen dapat memperoleh informasi dan bertransaksi setiap saat dengan cepat.

e) *Cash Flow* Terjamin

Dengan sistem *e-commerce cash flow* perusahaan akan terjamin karena perusahaan akan menerima pembayaran terlebih dahulu sebelum mengirim barang yang dipesan konsumen. Dengan begitu dapat memperkecil modal.

²⁴ Candra Ahmdi Dan Dadang Hermawan, Op Cit, 11

3. Privasi *Online*

Selama beberapa tahun terakhir, internet telah menjadi perbincangan hangat dan suatu *tools* yang sangat penting dan menjadi ciri dari kehidupan sehari-hari di negara maju (misalnya, belanja online, berbagi dokumen, dan berbagai bentuk komunikasi online lainnya). Hal ini dapat meningkatkan jumlah penggunaan internet, serta bagaimana informasi dikumpulkan dan digunakan mulai berubah.

Berbagai data informasi kini dikumpulkan dengan peningkatan frekuensi dan dalam konteks yang berbeda, membuat individu menjadi lebih transparan. Bahkan, terkadang seseorang dengan mudahnya mengungkapkan segala isi hatinya dalam beberapa *comment* di akun jejaring sosial yang akrab dan digandrungi remaja, seperti misalnya: *twitter*, *facebook*, *friendster*, dan sebagainya. Mereka mengungkapkan komentar tersebut secara terbuka bahkan ada pula yang terkesan vulgar, dan tidak menyadari bahaya yang mengancam terkait sasaran komentar tersebut. Bisa jadi pribadi yang dikomentari tersebut tidak bisa menerima, atau ada orang lain yang terkait dengan masalah yang dibicarakan juga tidak bisa menerima komentar yang ditulis dalam akun tersebut.

Tidak salah jika muncul pendapat bahwa “saat ini masalah privasi bukan hal besar, karena perkembangan teknologi telah menyebabkan munculnya informasi dari “masyarakat“ yang mampu mengumpulkan, menyimpan dan menyebarkan serta meningkatkan jumlah data tentang individu. Terkait dengan uraian di atas, biaya sosial dan finansial yang ditanggung untuk

memperoleh dan menganalisis data ini meningkat tajam seiring dengan kemajuan teknologi. Fenomena ini menimbulkan masalah antara lain privasi. Ada kekhawatiran bahwa Internet tampaknya dapat mengikis dan bahwa masalah privasi dalam interaksi sosial secara *offline* atau tatap muka semakin diperbesar masalah tersebut dalam interaksi secara *online*.

Sebagai contoh, Ingham²⁵ juga menyatakan, "Pada individu dalam kehidupan sosial sehari-hari jarang dihadapkan dengan invasi privasi mereka, meskipun jumlah potensi ancaman sangat besar. Namun, karena ini penelitian awal, teknologi baru (dan khususnya Internet) telah memicu perdebatan dan kontroversi tentang invasi potensi dan pelanggaran terhadap privasi.

Ada sejumlah ancaman khusus ketika melakukan transaksi secara online berkaitan dengan privasi. Sebagai contoh, pengaruh saat berselancar melalui media internet berarti bahwa saat beraktifitas secara online, secara tidak langsung kita meninggalkan data berupa jejak digital di banyak bidang kehidupan kita yang sebelumnya dianggap "*offline*." Perkembangan yang sangat cepat dengan daya komputasi, seperti pengolahan kecepatan, meningkatkan kapasitas penyimpanan, konektivitas komunikasi yang lebih luas, dan ukuran kapasitas koneksi dengan biaya rendah semua pada akhirnya mempengaruhi privasi²⁶.

Secara khusus, konsepsi fitur konektivitas Internet, berarti bahwa hal itu memungkinkan untuk melakukan komunikasi dua arah secara interaktif dan

²⁵ Ingham, Jon, 2007, *Strategic Human Capital Management: Creating Value Through People*. Oxford: Butterworth-Heinemann, Hlm 40

²⁶ Chmad Jamaludin, 2015. *Pengaruh Promosi Online Dan Persepsi Harga Terhadap. Keputusan Pembelian*. Jurnal Administrasi Bisnis (Ja) Vol.21 No.1, Hlm 3

dapat dijalin pada kehidupan masyarakat secara intim lebih dari media yang lain seperti menghubungkan orang dengan tempat dan orang dengan orang. Dengan demikian, hal ini akan menimbulkan ancaman privasi informasi. Kemajuan pesat ini memberikan makna bahwa informasi yang didapat dan diolah secara lebih efisien dan murah dapat dikumpulkan, disimpan, dan dipertukarkan, bahkan data yang mungkin dianggap sensitif oleh individu yang bersangkutan. Dengan demikian, peran database yang cukup besar dan informasi seperti catatan internet tentang sejarah keuangan dan kredit perorangan, catatan medis, pembelian, dan sebagainya sangat rentan untuk dilihat dan dibaca oleh individu yang tidak memiliki kewenangan terhadap hal tersebut.

G. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan (Sesuai Kebutuhan)		
		September	Oktober	November
1.	Tahap Persiapan			
a	Studi Pendahuluan			
b	Studi Kepustakaan			
c	Pembuatan Proposal			
d	Seminar Proposal			
e	Perbaikan Proposal			
2	Tahap Pelaksanaan			
a	Pengurusan Izin Penelitian			
b	Pengumpulan Data			
c	Pengolahan Data			
d	Penyusunan Hasil Penelitian			
3	Tahap Akhir			
a	Sidang Skripsi			
b	Perbaikan Hasil Sidang Skripsi			
c	Pengumpulan Skripsi			