

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, kehidupan manusia mengalami dinamika perubahan yang cepat, efektif, dan efisien dalam berbagai bidang seperti telekomunikasi, perdagangan, transportasi, kesehatan, dan pertanian. Kemampuan serta keberhasilan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat signifikan ini tentu memberikan kemudahan serta kecepatan pemenuhan berbagai macam kebutuhan dan tuntutan hidup manusia.

Berbagai kemudahan yang diberikan oleh perkembangan teknologi telah membuat perubahan yang cukup signifikan terhadap masyarakat, termasuk dalam gaya hidup. Masyarakat kini cenderung menginginkan sesuatu yang lebih praktis dan efisien terutama dalam hal-hal yang paling sering dilakukan dalam kehidupan manusia yaitu berjualan dan berbelanja guna memenuhi kebutuhan hidup yang menimbulkan inovasi baru yaitu jual beli secara elektronik (*online*).

Meningkatnya kesibukan rutinitas masyarakat, kemudahan akses internet dan faktor harga yang bersaing menyebabkan banyak konsumen lebih tertarik untuk belanja secara *online*. Transaksi jual beli melalui internet berbeda dengan transaksi toko konvensional. Melalui transaksi elektronik atau disebut dengan "*e-commerce*", pihak pembeli mengakses internet ke *website*, yang kemudian pihak pembeli mencari barang yang diinginkan, pembeli mengirimkan penawaran dalam halaman penjual tersebut, menelpon atau mengirim pesan singkat kepada penjual. Setelah melakukan tawar-menawar dan terjadi kesepakatan maka penjual dan pembeli akan menentukan mekanisme pembayaran.

E-Commerce adalah penggambaran tentang aktivitas perdagangan yang berlangsung akibat interkoneksi data-data secara elektronik. Fenomena ini jelas merupakan suatu faktor penting yang membuka peluang konsumen untuk berpartisipasi secara aktif dalam pasar global.¹ Mulanya, *e-commerce* diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner elektronik atau biasa dikenal dengan media promosi digital yang dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan di suatu halaman *website*. Awalnya pemanfaatan perdagangan elektronik sebagai transaksi komersial untuk mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian secara elektronik. Kemudian berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah perdagangan web, pembelian barang atau jasa melalui *world wide web* (www) melalui server aman, protokol server khusus yang menggunakan enkripsi untuk merahasiakan data pelanggan.²

E-Commerce telah mengubah cara konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Melalui *e-commerce* semua formalitas-formalitas yang biasa digunakan dalam transaksi konvensional dikurangi, di samping tentunya konsumen pun memiliki kemampuan untuk mengumpulkan dan membandingkan informasi seperti barang dan jasa secara lebih leluasa tanpa batas wilayah (*borderless*).³

Kehadiran *e-commerce* memberikan dampak positif untuk menunjang pembangunan dan perkembangan perekonomian Indonesia, karena telah memperluas ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa melintasi batas-

¹ Iman Sjahputra, 2010, **Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik**, Alumni, Bandung, hlm. 14.

² Mudakir Iskandar, 2018, **Hukum Bisnis Online Era Digital**, CV. Campustaka, Jakarta, hlm. 14.

³ Dikdik Arief dan Elisatris Gultom, 2005, **Cyber Law Aspek Hukum Teknologi Informasi**, PT. Refika Aditama, Bandung, hlm. 144.

batas wilayah suatu negara, sehingga barang dan/atau jasa yang ditawarkan bervariasi baik produksi luar negeri maupun produksi dalam negeri.⁴

Saat ini, Indonesia merupakan salah satu pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Pada tahun 2019, nilai kapitalisasi pasar *e-commerce* di Indonesia mencapai USD 21 miliar atau sekitar Rp 294 triliun. Bahkan berdasarkan laporan McKinsey, diprediksi industri *E-Commerce* di Indonesia pada tahun 2022 akan mencapai nilai USD 40 Miliar.⁵ Faktor lain yang juga mendukung perkembangan *e-Commerce* di Indonesia adalah tingkat pengguna perangkat mobile yang terus meningkat, memungkinkan lebih banyak orang untuk mengakses berbagai platform belanja online, mulai dari website toko online, *marketplace*, media sosial, dan banyak lagi. Kemudian semakin banyaknya jumlah perusahaan teknologi finansial sehingga memungkinkan metode pembayaran yang beragam dan mudah. Kemudian dengan munculnya berbagai aplikasi serta fitur pembayaran dompet online yang dapat digunakan melalui smartphone, masyarakat semakin dimudahkan untuk melakukan transaksi online.⁶ Hal ini tentu menjadi kunci penyebab marak dan menjamurnya toko online yang berbentuk pasar *online (marketplace)* di Indonesia.

Marketplace merupakan tempat berkumpulnya penjual dan pembeli dalam sebuah situs *website*. Dapat dikatakan bahwa dalam satu situs *website* terdapat banyak pelaku usaha yang melakukan penjualan barang atau jasa secara online dimana konsumen bisa dengan mudah untuk memilih.

⁴Sukarmi, 2008, **Cyber Law: Kontrak Elektronik Dalam Bayang – Bayang Pelaku Usaha**, Pustaka Sutra, Bandung, hlm. 2.

⁵Tim Sirclo, 2020, **Menilik Tren Perkembangan E-Commerce Indonesia Di 2020**, [https:// www.sirclo.com](https://www.sirclo.com), diakses pada 14 Februari 2022

⁶ *Ibid*

Namun tak dapat dipungkiri pula, dibalik banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh perdagangan secara online, terdapat beberapa kekurangan atau permasalahan yang bisa ditimbulkan. Meningkatnya transaksi masyarakat di *marketplace* nyatanya berbanding lurus dengan ancaman kejahatan yang bisa ditimbulkan. Walaupun setiap market place memiliki jaminan keamanan, namun tetap ada celah yang dapat dimanfaatkan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab. Jenis kejahatan ini disebut dengan kejahatan siber (*cyber crime*) yaitu segala jenis kejahatan yang modus operandinya menggunakan fasilitas internet.⁷ Bentuk – bentuk kejahatan siber yang sering terjadi dalam *e-commerce* yaitu, pembayaran menggunakan kartu kredit milik orang lain (*carding*), akses ilegal ke sistem informasi (*hacking*), perusakan website, dan pencurian data pribadi.

Data pribadi saat ini adalah suatu aset yang berharga untuk bisnis dan organisasi yang terus-menerus mengumpulkan, bertukar, mengolah, menyimpan dan bahkan menjual data pribadi sebagai komoditas, terutama yang berkaitan dengan konsumen. Dalam lingkungan jaringan, sejumlah besar data pribadi sekarang dapat dikumpulkan dari pengguna internet dan dikumpulkan untuk membuat profil dari aktivitas *online* mereka dan preferensi. Dalam beberapa kasus, koleksi dan agregasi dapat berlangsung tanpa sepengetahuan pemilik data. Dalam dunia jaringan, menjamin penggunaan data pribadi konsumen jauh lebih sulit daripada dunia fisik.

⁷Abdul Wahid, 2005, **Kejahatan Mayantara (*cyber crime*)**, Refika Aditama, Bandung, hlm. 39.

Data privasi juga merupakan suatu aset ekonomi atau komoditi bernilai ekonomi tinggi.⁸ Sayangnya perlindungan data pribadi seseorang di Indonesia saat ini tidak diatur dalam suatu peraturan perundang-undangan yang spesifik sehingga terjadi berbagai kasus pelanggaran hak privasi terkait data pribadi.⁹

Isu mengenai pentingnya perlindungan data pribadi mulai menguat seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna telepon seluler dan internet. Contohnya saja, Kasus yang paling santer mengenai bocornya data pribadi yang menarik perhatian adalah kasus kebocoran data 91.000.000 (Sembilan puluh satu juta) akun dari market place tokopedia. Data yang dimaksud berisi nama lengkap, nama akun, email, toko online, nomor telepon, tanggal mendaftar, serta beberapa data yang terenkripsi.¹⁰

Jika data dari akun dimiliki di situs *market place* jatuh ke tangan yang salah, maka pemilik asli data tersebut akan dirugikan karena kasus kebocoran data pribadi bermuara kepada aksi penipuan atau tindak kriminal. Data pribadi berhubungan dengan konsep privasi. Konsep privasi sendiri adalah gagasan untuk menjaga integritas dan martabat pribadi seseorang.¹¹ Hak privasi juga merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang memegang informasi tentang mereka dan bagaimana informasi tersebut digunakan.¹²

⁸Edmon Makarim, 2003, **Kompilasi Hukum Telematika**, PT Raja Grafindo Perkasa, Jakarta, hlm.3.

⁹Sinta Dewi Rosadi, 2015, **Cyber Law Aspek Data Privasi Menurut Hukum Internasional, Regional dan Nasional**, PT Refika Aditama, Bandung, hlm.9.

¹⁰Tim Detik,2020, **91 Juta Data Akun Tokopedia Tersebar Bebas**, www.detik.com, diakses pada 10 Februari 2022.

¹¹ Wahyudi Djafar dan Asep Komarudin, 2014, **Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci**, Elsam, Jakarta, hlm. 2.

¹²*Ibid*, hlm. 6.

Pengaturan terhadap perlindungan penggunaan data privasi dimaksudkan untuk melindungi kepentingan konsumen dan memberikan manfaat ekonomi bagi Indonesia. Pengaturan ini akan melindungi data pribadi individu terhadap penyalahgunaan pada saat data tersebut memiliki nilai untuk kepentingan bisnis, yang pengumpulan serta pengolahannya menjadi kian mudah dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi.¹³

Perlu adanya aturan yang kuat dan tegas untuk melindungi data pribadi di Indonesia. Sampai saat ini, tidak ada undang – undang khusus yang mengatur perlindungan data pribadi di Indonesia. Hanya diatur secara umum dalam Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik jo Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE) serta produk hukum turunannya yaitu Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik. Berbeda dengan negara negara lain yang sudah memiliki hukum perlindungan data pribadi secara khusus, seperti misalnya Amerika Serikat yang telah mengatur perlindungan data pribadi sejak disahkannya Data Privacy Act pada tahun 1997.

Urgensi perlindungan data pribadi di Indonesia ini semakin menguat pula di jaman pandemi COVID-19 ini, karena meningkatnya minat dan kebutuhan masyarakat untuk berbelanja di *market place* secara *online*. Seperti yang ter kutip dari berita di Kantor Berita Negara di laman elektronik Antara.com bahwa

¹³*Ibid*, hlm.14.

Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi sangatlah mendesak untuk segera disahkan untuk mempertegas kepastian hukum dan mengatur dengan jelas mengenai hak dan kewajiban konsumen dan penyedia layanan dan tujuan serta batasan penggunaan data pribadi.¹⁴

Data pribadi konsumen yang dimaksud dalam penelitian ini berkaitan dengan data elektronik yaitu tepatnya pada perdagangan secara elektronik di *market place* sehingga hal ini mengacu kepada UU ITE. UU ITE ini masih mengatur secara terbatas mengenai ketentuan data pribadi. Pasal 1 angka 1 serta pasal 4 dalam UU ITE hanya memberikan pengertian mengenai informasi dan dokumen elektronik. Selanjutnya dalam pasal 26 hanya menyebutkan bahwa data pribadi penggunaannya harus mendapatkan persetujuan pemiliknya, namun tetap tidak menjelaskan secara jelas mengenai batas dan sejauh mana perlindungan data pribadi serta belum menjelaskan secara rinci mengenai pengertian data pribadi itu sendiri.

Mayoritas masyarakat di Indonesia masih merasa abai dan menganggap sepele akan pentingnya data pribadi. Padahal, penyalahgunaan data pribadi sangat berbahaya dan sangat merugikan. Diperlukan hadirnya peran pemerintah untuk mengedukasi masyarakat mengenai arti penting dari data pribadi dan memberikan perlindungan hukum terhadap korban kejahatan data pribadi.

Berdasarkan latar belakang penelitian dan isu hukum belum adanya undang – undang tersendiri yang mengatur mengenai data pribadi secara khusus, maka

¹⁴Antara News, 2020, **Data "e-commerce" bocor, RUU Perlindungan Data Pribadi harus disahkan**, <https://www.antaraneews.com/berita/1054886/ruu-perlindungan-data-pribadi-perlu-disahkan-guna-proteksi-konsumen>, diakses tanggal 12 April 2022, pukul 17.00 WITA.

dapat dilakukan penelitian dengan judul di atas maka dapat dilakukan penelitian dengan judul *Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pada Pembelian Barang Di Market Place*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut.

1. Bagaimanakah pengaturan tentang data pribadi konsumen pada pembelian barang di *market place* ?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen pada pembelian barang di *market place* ?

1.2.1. Ruang Lingkup Masalah

Batas atau ruang lingkup tentang perihal yang berkenaan dengan pembahasan permasalahan adalah merupakan pembatasan-pembatasan terhadap materi yang hendak dibahas dengan maksud untuk lebih terarahnya pembahasan dan untuk mencegah biasanya permasalahan yang kadang-kadang membuat kabur pembahasan itu sendiri. Sesuai dengan konteks judul di atas, maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah terbatas hanya pada bagian yang berkaitan dengan:

1. Pengaturan tentang data pribadi konsumen pada pembelian barang di *market place* ditinjau dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik j.o Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia No. 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik.

2. Perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen pada pembelian barang di *market place*.

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan umum merupakan tujuan penelitian secara keseluruhan yang ingin dicapai melalui penelitian:

1. Untuk melatih Mahasiswa dalam usaha menyatakan pikiran ilmiah secara tertulis.
2. Untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya pada bidang penelitian suatu masalah yang dilakukan oleh mahasiswa.
3. Untuk perkembangan ilmu pengetahuan hukum.
4. Untuk mengembangkan diri pribadi mahasiswa ke dalam kehidupan masyarakat.
5. Untuk pematangan studi mahasiswa di bidang ilmu hukum.

1.3.2. Tujuan Khusus

1. Untuk mengetahui pengaturan tentang data pribadi konsumen pada pembelian barang di *market place*.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen pada pembelian barang di *market place* ?

1.4 Metode Penelitian

1.4.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian hukum normatif. Penelitian hukum normatif adalah penelitian hukum yang

meletakkan hukum sebagai sebuah bangunan sistem norma. Sistem norma yang dimaksud adalah mengenai asas-asas, norma, kaidah dari peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, perjanjian serta doktrin.¹⁵

Metode ini juga digunakan agar dapat melakukan penelusuran lebih lanjut terhadap adanya kekosongan norma hukum terhadap perlindungan data pribadi yang terkait pada pembelian barang di *market place*.

1.4.2. Jenis Pendekatan

Adapun jenis pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan perundang-undangan (*the statute approach*) dan pendekatan analisis konsep hukum (*analytical and conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan (*the statute approach*), yaitu dilakukan dengan meneliti semua norma hukum yang bersangkutan dengan isu hukum yang sedang ditangani, yakni:

1. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
2. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik
3. Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan Peraturan

¹⁵Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, 2013, **Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris**, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, hlm.34.

Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016
Tentang Perlindungan Data Pribadi di Dalam Sistem Elektronik.

Selanjutnya, yakni pendekatan analisis konsep hukum (*analitacal and conceptual approach*), bahwa digunakan berbagai konsep mengenai perlindungan data pribadi yang terdapat dalam berbagai literatur.

1.4.3 Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang digunakan dalam penelitian normatif ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan – bahan hukum yang memiliki kekuatan mengikat dan ditetapkan oleh pihak berwenang berupa perundang-undangan yang terkait untuk analisa dalam penelitian ini yakni Kitab Undang – Undang Hukum Perdata Khususnya Buku Ke- III mengenai Perikatan, Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer. Bahan hukum sekunder terdiri dari semua publikasi tentang hukum yang bukan merupakan dokumen-dokumen resmi. Publikasi

tentang hukum dapat berupa buku-buku teks, jurnal hukum, dan komentar-komentar atas putusan pengadilan. Bahan hukum sekunder juga termasuk internet dengan menyebut nama situsnya. Dalam penelitian ini bahan hukum sekunder yang digunakan ialah berbagai penelitian mengenai perlindungan data pribadi.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang dapat memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer maupun bahan hukum sekunder. Contoh dari bahan hukum tersier adalah bibliografi dan indeks kumulatif. Bahan hukum tersier yang digunakan yakni kamus hukum.

1.4.4 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah diawali dengan inventarisasi berbagai bahan-bahan hukum, kemudian dilakukan klasifikasi untuk lebih memfokuskan pada bahan-bahan hukum yang mendasar dan penting. Selanjutnya dilakukan sistematisasi bahan hukum untuk mempermudah dalam membaca dan memahaminya.

1.4.5 Teknik Analisa Bahan Hukum

Setelah seluruh data berhasil dikumpulkan selanjutnya diinventarisasi secara sistematis, diklasifikasi, dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk menguraikan berbagai permasalahan yang ada, sehingga dapat mendukung pembahasan yang berkaitan dengan persoalan hukum yang menjadi objek kajian.¹⁶ Dalam penyusunan penelitian

¹⁶Mohammad Nazir, 2005, **Metode Penelitian**, Ghalia Indonesia, Jakarta, hlm.35.

ini, digunakan teknik analisis yuridis deskriptif yaitu diuraikan fakta mengenai pengaturan penggunaan data pribadi dalam kaitannya dengan perdagangan elektronik. Kemudian berdasarkan studi kepustakaan yang diperoleh, maka bahan hukum tersebut kemudian diolah dan dianalisis secara kualitatif sehingga menghasilkan bahan hukum yang bersifat deskriptif.

Teknik ini digunakan karena teknik deskriptif merupakan suatu cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif-analitis serta bertujuan untuk mengerti atau memahami gejala yang diteliti. Selain itu juga digunakan teknik evaluasi yakni dilakukan penilaian terhadap berbagai bahan hukum baik bahan hukum primer, sekunder, maupun tersier tentang perlindungan hukum data pribadi, khususnya bagi konsumen yang melakukan pembelian di *market place*. Selanjutnya dilakukan teknik argumentasi karena teknik ini selalu berdampingan dengan teknik evaluasi.

