

REGULASI TERKAIT PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DALAM PENGUNAAN JASA E-COMMERCE

Domi Dwi Kurniasandi¹, Sherly Nanda Aprilia², Nobella Indradjaja³, Chamdani⁴

^{1,2}Fakultas Hukum Universitas Wijaya Putra Surabaya Kampus Prigen
Jalan Raya Prigen No. 24 Desa Gambiran, Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan,
Provinsi Jawa Timur, Kode Pos 67157, Indonesia

^{3,4}Fakultas Hukum Universitas Wijaya Putra Kampus Benowo
Jalan Raya Benowo 1-3, Surabaya, Jawa Timur – Indonesia

e-mail: domidwikurniasandi12@gmail.com¹, sherlynandaapp@gmail.com²,
21041001@student.uwp.ac.id^{3*}, chamdani@uwp.ac.id⁴

Abstrak

Dalam rangka mewujudkan kepastian hukum di bidang usaha, negara melindungi hak-hak konsumen. Hak konsumen menjadi isu yang patut ditelaah karena pesatnya perkembangan teknologi yang berimbas pada penggunaan perangkat elektronik yang juga menjadi wadah transaksi usaha melalui adanya *e-commerce*. Untuk dapat menggunakan layanan *marketplace*, pengguna jasa harus mengisi data pribadi dan melakukan verifikasi. Data tersebut nantinya disimpan dalam *Big Data* atau Mahadata oleh penyedia jasa *e-commerce*, dan terdapat potensi penyalahgunaan dan kebocoran data seperti yang marak terjadi. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah tentang perlindungan data pribadi konsumen di Indonesia dengan menggunakan metode hukum normatif yang mengkaji sejumlah peraturan perundangan. Dari hasil penelitian ini, telah terdapat berbagai regulasi terkait perlindungan data pribadi, salah satunya secara khusus adalah Undang-Undang No. 27 tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Akan tetapi, masih terdapat beberapa masalah terkait peraturan perundangan tersebut yang menjadi dasar bagi saran peneliti.

Kata Kunci: data pribadi, konsumen, *marketplace*, *e-commerce*

A. PENDAHULUAN

Dampak dari perkembangan teknologi yang pesat telah merambah ke seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk dalam kegiatan transaksi usaha atau jual-beli yang memanfaatkan terobosan baru yaitu *marketplace* pada perangkat elektronik yang menjadi wadah terjadinya kegiatan transaksi *e-commerce*. Untuk dapat menggunakan jasa *marketplace*, pengguna jasa pada umumnya harus mengisi data pribadi dalam form elektronik dan melakukan verifikasi untuk memastikan keabsahan data tersebut. Selain untuk membuat akun, data konsumen juga diperoleh melalui berbagai survei maupun rekam jejak data (*cookies/kuki*) untuk mengukur tidak hanya data pribadi pengguna jasa tetapi juga perilaku konsumen. Dengan perolehan data pribadi konsumen, pelaku bisnis memiliki suatu kewajiban atau keharusan untuk melindungi konsumen dari penyalahgunaan data pribadi mereka.¹

Dalam penyimpanan dan analisis data konsumen yang telah diperoleh, pelaku ekonomi menggunakan teknologi *big data* atau Mahadata, yaitu mekanisme untuk memproses data dalam volume yang sangat besar, kecepatan pertumbuhan yang

¹ Putri Mulyawati, Nabila Shafira, dan Diah Pudjiastuti, 2022, "Analisis Perlindungan Data Konsumen pada E-commerce oleh Pelaku Usaha," *Wacana Paramarta Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 21, No. 1 h. 35–42.

sangat besar, dan jenis yang sangat bervariasi. Data yang diatur dalam *big data* dapat berupa data terstruktur, yaitu data dengan format yang telah terdefinisi, maupun tidak terstruktur, yaitu data dengan format yang dapat berubah-ubah seperti data dari e-mail, blog, media sosial, audio, video, dan log URL. Setelah diperoleh, data-data ini dianalisis untuk mengetahui respons publik terhadap berbagai produk, trend di platform-platform maupun media elektronik, serta perilaku pengguna media.² Dibekali pengetahuan tentang perilaku pelanggan dan kondisi *marketplace*, pelaku bisnis dapat membuat keputusan-keputusan yang efektif, efisien, dan diharapkan dapat menguntungkan usahanya.

Di sisi lain, mekanisme Mahadata ini memanfaatkan data pelanggan dalam jumlah yang masif, sehingga diperlukan jaminan terhadap keamanan data konsumen untuk melindungi konsumen. Pada tahun 2023, telah terjadi sejumlah dugaan kebocoran data, termasuk institusi-institusi pemerintahan serta perbankan, seperti BPJS Ketenagakerjaan, bank syariah, data paspor, data dukcapil, dan data pemilih.³ Sementara itu, berbagai aplikasi *marketplace* yang menunjang kegiatan *e-commerce* semakin bermunculan, sehingga arus data dan himpunan data tak kunjung berhenti dan bahkan semakin pesat. Hal ini menunjukkan urgensi terhadap adanya perlindungan hukum yang tegas terkait perlindungan data pribadi konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan permasalahan, yaitu: bagaimana regulasi di Indonesia mengatur perlindungan data pribadi? Rumusan permasalahan ini akan ditelaah dengan terlebih dulu memahami tentang apa itu *e-commerce*, *big data*, dan perlindungan konsumen. Kemudian, pembahasan dilanjutkan dengan menelaah regulasi terkait perlindungan data pribadi konsumen.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode yuridis normatif, yaitu pembahasan doktrin atau asas di bidang ilmu hukum dengan menggunakan bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundangan yang berhubungan dengan subjek telaah, sementara bahan hukum sekunder yang digunakan meliputi jurnal, buku, makalah, maupun artikel yang diperoleh secara daring melalui mesin pencari. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*)

² Budi Maryanto, 2017, "Big Data dan Pemanfaatannya dalam Berbagai Sektor," *Media Informatika*, Vol. 16, No. 2, h. 14–19.

³ CNN Indonesia, 2023, "Daftar Dugaan Kebocoran Data 2023, Termasuk Data Pemilih dan Bank," dikutip dari laman resmi CNN Indonesia <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20231231054937-192-1043657/daftar-dugaan-kebocoran-data-2023-termasuk-data-pemilih-dan-bank> (diakses pada 19 Februari 2024).

digunakan untuk menciptakan suatu pemahaman tentang hirarki dalam peraturan dan perundangan yang relevan. Selanjutnya, analisis dilakukan dengan metode deskriptif yang menggunakan penjelasan untuk meneliti perlindungan konsumen dalam hal pelaku bisnis yang menggunakan *big data* serta bagaimana regulasi tersebut diimplementasikan dalam praktik bisnis yang terjadi.

C. PEMBAHASAN

1. Pengertian konsep *e-Commerce*, *Big Data*, dan Perlindungan Konsumen

Seperti yang telah sedikit dijabarkan di bagian pendahuluan, *e-commerce* merupakan bidang komersial yang terjadi secara elektronik, tepatnya melalui penggunaan perangkat elektronik seperti *handphone* dan *laptop* di mana pengguna jasa dapat mengakses aplikasi atau situs web melalui perangkat-perangkat tersebut. Penjualan produk dan jasa melalui *e-commerce* diinisiasi oleh pelaku usaha untuk membangun kedekatan dengan pelanggan, melakukan promosi produk, membangun komunikasi dengan pelanggan, dan memberikan kepuasan terhadap pelanggan.⁴ Sektor-sektor yang tercakup dalam layanan *e-commerce* tidak hanya sektor perdagangan produk dan jasa secara langsung, tetapi juga sektor kesehatan, pendidikan, keuangan, dan sektor-sektor lainnya yang memanfaatkan teknologi untuk melakukan transaksi elektronik. Setelah tahun 2020, penggunaan *e-commerce* semakin meningkat untuk mendorong perekonomian masyarakat di masa pandemi COVID-19.⁵

Sementara itu, platform yang digunakan untuk melakukan transaksi *e-commerce* disebut dengan *marketplace*. *Marketplace* adalah pasar virtual yang, layaknya pasar tradisional, mempertemukan penjual dan pembeli produk dan jasa untuk melakukan transaksi komersial, hanya saja dalam hal ini dilakukan secara elektronik (*e-commerce*).⁶ *Marketplace* dapat berupa aplikasi maupun situs web yang memberikan kemudahan bagi calon pembeli dan penjual untuk mengakses, menyortir, memilih, serta membandingkan produk dan jasa hingga nantinya sampai pada tahap transaksi dan umpan balik. Dalam menggunakan jasa *marketplace*, pengguna memasukkan data pribadinya melalui proses pendaftaran, pembaruan profil, maupun transaksi. Data-data ini termasuk nama, alamat surel, nomor telepon, foto pengguna, deskripsi

⁴ Alwendi, 2020, "Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha," *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol. 17, No. 3 h. 317-325.

⁵ Asih Handayanti, Dea Sukma Agachi, dan Winda Fadillah, 2022, "Peran E-Commerce di Masa Pandemi COVID-19," *ProListik Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, h. 27-34.

⁶ Rini Yustiani dan Rio Yunanto, 2017, "Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi," *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, Vol. 6, No. 2, h. 43-48.

diri, alamat pengiriman, nomor akun bank dan kartu kredit. Selain itu, data juga diperoleh dalam aktivitas penggunaan platform *marketplace*, yaitu data pencarian, preferensi produk, interaksi dengan penjual atau produk, serta *cookies* yang mengumpulkan data-data pengguna lainnya terkait aktivitas yang dilakukan pada platform tersebut.

Kemudian, data-data yang telah dikumpulkan tersebut diatur dalam mekanisme *big data* atau Mahadata, yang membantu menata data-data yang jumlahnya begitu masif. Karakteristik *big data* meliputi 3V, yaitu *Volume* atau ukuran data yang sangat besar, *Velocity* yang terkait kecepatan mengolah data seiring pertumbuhan jumlah data secara pesat, serta *Variety* yaitu keragaman data yang kompleks dari berbagai format dan bentuk.⁷ *Big data* tidak hanya berbicara tentang penyimpanan tetapi juga analisis, yang hasilnya menjadi bahan pertimbangan yang kuat dalam pengambilan keputusan oleh pelaku bisnis. Didukung bukti data yang datang langsung dari pengguna serta analisisnya, pelaku bisnis dapat memprediksi tren serta perilaku pengguna untuk kemudian memajukan usahanya.⁸

Tentunya hal ini membuat data pribadi konsumen ada di tangan orang lain, sehingga diperlukan perlindungan hukum yang melindungi konsumen dari penyalahgunaan data pribadi mereka. Menurut Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen), konsumen didefinisikan sebagai pengguna barang dan/atau jasa, baik untuk kepentingannya sendiri, kepentingan keluarganya, orang lain, maupun kepentingan makhluk hidup lain dan tidak memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut. UU Perlindungan Konsumen menjabarkan perlindungan konsumen sebagai seluruh upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan bagi konsumen, dengan menjunjung asas keadilan, manfaat, kepastian, dan keseimbangan hukum yang meregulasi dan menjadi pedoman penerapan perlindungan konsumen. Pada pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, juga disebutkan bahwa keamanan dan keselamatan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa merupakan haknya.

2. Regulasi terkait Jaminan Keamanan Data Konsumen sebagai Bentuk Perlindungan Konsumen

⁷ Athanasia Octaviani Puspita Dewi, 2020, "Big Data di Perpustakaan dengan Memanfaatkan Data Mining," *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, Vol. 4, No. 2, h. 223–230.

⁸ Syahdina Damayari Syira et al., 2023, "Pemanfaatan Big Data dalam Peningkatan Efektivitas Strategi Komunikasi Marketing Terpadu pada Perusahaan E-Commerce," *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, Vol. 4, No. 5, h. 891–900.

Secara umum, seperti yang telah dijabarkan di atas, perlindungan konsumen diatur dalam UU Perlindungan Konsumen. Akan tetapi, perlindungan konsumen dalam hal ini merupakan konteks yang luas dan mencakup aspek-aspek lain seperti keselamatan konsumen dalam penggunaan barang dan jasa, kualitas produk dan jasa, dan lain-lain. Secara tidak langsung, perlindungan hak konsumen merupakan perwujudan Hak Asasi Manusia, sejalan dengan Pasal 29 Undang-Undang No. 38 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia (UU HAM), yang menyatakan pengakuan terhadap perlindungan diri, keluarga, martabat, kehormatan, serta hak setiap orang. Pasal 31 UU HAM juga menyatakan penjaminan terhadap kemerdekaan rahasia dalam komunikasi melalui sarana elektronik, kecuali dengan adanya perintah hakim ataupun kekuasaan lain yang sah sesuai ketentuan dalam perundang-undangan.

Terkait jaminan keamanan data konsumen sendiri, terdapat beberapa peraturan perundangan yang relevan, yaitu Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), Undang-Undang No. 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE), dan Peraturan Pemerintah No. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Berdasarkan Buku Kedua KUH Perdata, terdapat 4 kategori benda, yaitu benda berwujud dan tidak berwujud serta benda bergerak dan tidak bergerak, di mana orang atau pihak yang menguasai suatu benda berhak atas benda tersebut. Hak mutlak terhadap kebendaan dilindungi dari pihak ketiga lainnya. Dalam hal ini, data pribadi dapat dikategorikan sebagai benda,⁹ tepatnya benda tak berwujud, dan dapat memiliki nilai ekonomi yang bisa diperjualbelikan di tangan pihak ketiga. Terkait kepemilikan data, menurut PP PMSE Pasal 58 ayat 1, data pribadi diperlakukan sebagai hak milik pribadi atau Pelaku Usaha yang bersangkutan.

Melihat bahwa lingkup isu ini berada dalam ranah sistem dan media elektronik, maka UU ITE, PP PMSE, dan PP PSTE merupakan peraturan yang relevan, dan pada ketiga peraturan perundangan tersebut telah mulai tampak upaya perlindungan data pribadi melalui pasal-pasal ketentuannya. Misalnya, dalam UU ITE Pasal 26, dijelaskan bahwa penggunaan setiap data pribadi harus dilakukan dengan disetujui oleh orang yang bersangkutan. Apabila ketentuan tersebut dilanggar, orang yang haknya tersebut dilanggar bisa melakukan gugatan terkait kerugian yang timbul. Selain itu, pihak yang menyelenggarakan sistem elektronik juga harus menghapus informasi yang tidak

⁹ Muhammad Fikri dan Shelvi Rusdiana, 2023, "Ruang Lingkup Perlindungan Data Pribadi: Kajian Hukum Posistif Indonesia," *Ganesha Law Review*, Vol. 5, No. 1, h. 39–57.

relevan berdasarkan permintaan orang yang bersangkutan dan menyediakan mekanisme untuk menghapus informasi tersebut.

Selanjutnya, pada PP PSTE terkait penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik, Pasal 14 hingga 18 telah mengatur perlindungan terhadap data pribadi, yang secara garis besar meliputi pemrosesan data pribadi, persetujuan pemilik data pribadi, serta penghapusan data pribadi. Lalu, pada PP PMSE yang secara khusus mengatur perdagangan melalui sistem elektronik, terdapat bagian khusus yaitu Bab XI yang mengatur tentang Perlindungan terhadap Data Pribadi, Pasal 58 dan 59. Pasal-pasal ini mengatur kewajiban Pelaku Usaha untuk memenuhi kaidah perlindungan data pribadi serta terkait penghapusan data pribadi.

Dari sejumlah ketentuan ini mulai terlihat adanya perlindungan hukum terhadap data pribadi, tetapi masih terdapat hal-hal yang belum dijabarkan dalam peraturan perundangan tersebut, seperti jenis-jenis data apa saja yang termasuk dalam data pribadi, terlebih lagi jika berbagai jenis data tersebut digabungkan, sehingga terjadi kerancuan dan ketidakpastian hukum untuk melindungi data pribadi konsumen.¹⁰ Selain itu, deskripsi tujuan dan pemrosesan penggunaan data pribadi yang pada umumnya dilakukan oleh pelaku usaha sering diinformasikan kepada pengguna jasa *marketplace* dan *e-Commerce* dengan media dokumen yang panjang dan sulit dimengerti (seperti pada Kebijakan Privasi, Syarat dan Ketentuan).¹¹ Sering terjadi fenomena di mana pengguna hanya memberikan centang terhadap pernyataan “Saya sudah membaca dan menyetujui Kebijakan Privasi/Syarat dan Ketentuan” tanpa terlebih dulu membaca, karena deskripsi penyedia jasa disajikan dalam bahasa teknis yang sulit dan berbelit-belit.

Pada akhirnya, di tahun 2022, ditetapkan dan diundangkanlah Undang-Undang No. 27 tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Selain sebagai undang-undang yang diberlakukan secara nasional, UU PDP juga mengatasi kedua permasalahan di atas. UU PDP mendefinisikan data pribadi adalah setiap data tentang kehidupan seseorang baik yang teridentifikasi dan atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun

¹⁰ Maichle Delpiero et al., 2021, “Analisis Yuridis Kebijakan Privasi dan Pertanggungjawaban Online Marketplace dalam Pelindungan Data Pribadi Pengguna Pada Kasus Kebocoran Data,” *Padjajaran Law Review*, Vol. 9, No. 1, h. 1–22.

¹¹ Leski Rizkinaswara, 2019, “Pahami Kebijakan Privasi di Media Sosial untuk Lindungi Data Pribadi,” dikutip dari laman resmi Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika <https://aptika.kominfo.go.id/2019/05/pahami-kebijakan-privasi-di-media-sosial-untuk-lindungi-data-pribadi/> (diakses pada 19 Februari 2024).

tidak langsung melalui sistem elektronik dan atau non elektronik.¹² Berbagai jenis data telah dikategorikan sebagai data pribadi dalam Pasal 4 UU PDP, yaitu nama lengkap, kewarganegaraan, jenis kelamin, agama, status perkawinan, data kesehatan, biometrik, genetik, anak, keuangan pribadi, catatan kejahatan, bahkan data pribadi yang dikombinasi atau digabungkan dengan tujuan mengidentifikasi seseorang. Terkait masalah persetujuan pemrosesan data pribadi yang dideskripsikan dengan bahasa teknis yang sulit juga sudah “terjawab” pada Pasal 22 UU PDP yang menyatakan bahwa persetujuan pemrosesan data pribadi harus dilakukan dengan format yang mudah dipahami, jelas dan mudah dibedakan, dan dengan bahasa yang jelas dan sederhana.

Jika dilihat dari mata awam, dapat terlihat bahwa UU PDP telah mengatur perlindungan data pribadi konsumen dengan sangat terperinci, termasuk jenis-jenis data pribadi, pemrosesan data pribadi, serta pembedaan istilah Subjek Data Pribadi, Pengendali Data Pribadi, dan Prosesor Data Pribadi sebagai pihak-pihak yang terlibat dalam penanganan data pribadi. UU PDP pada Bab IX Kelembagaan Pasal 58 hingga 61 juga menetapkan bahwa Pemerintah turut serta dalam menyelenggarakan perlindungan data konsumen melalui adanya lembaga. Lembaga tersebut nantinya akan menetapkan kebijakan serta strategi untuk mengimplementasikan perlindungan data pribadi, mengawasi jalannya perlindungan data pribadi, menegakkan hukum administratif pada pelanggaran UU PDP, serta memfasilitasi penyelesaian sengketa terkait di luar pengadilan. Lembaga ini ditargetkan untuk dapat beroperasi pada bulan Oktober 2024.¹³

Akan tetapi, menurut beberapa peneliti dan praktisi hukum, masih terdapat beberapa kelemahan dari UU PDP yang baru dibentuk ini. Pertama-tama, Pasal 56 UU PDP menyebutkan bahwa Pengendali Data Pribadi dapat mentransfer data pribadi ke pengendali/prosesor di luar negeri tanpa diikuti frasa “dengan adanya persetujuan dari subjek data pribadi.” Dengan demikian, hak absolut dari pemilik data menjadi terabaikan dan malah bertentangan dengan dibuatnya UU PDP. Terlebih lagi, jika nantinya terjadi perselisihan dan berujung pada pengadilan arbitrase internasional dengan kedudukan hukum atau *legal standing* yang lebih kuat, kekalahan terjadi di pihak Indonesia. Pengendali Data Pribadi di Indonesia tidak bisa memaksa

¹² Sekaring Ayumeida Kusnadi dalam Budi Endarto, dkk., *Potret Hukum Kontemporer Di Indonesia*, KYTA Jaya Mandiri, Yogyakarta, 2022, h. 117.

¹³ Lenny Septiani, 2024, “Lembaga Perlindungan Data Pribadi Akan Dibentuk Pertengahan 2024,” dikutip dari laman resmi Katadata.co.id <https://katadata.co.id/digital/teknologi/65b357325c434/lembaga-perlindungan-data-pribadi-akan-dibentuk-pertengahan-2024> (diakses pada 19 Februari 2024).

pengendali/prosesor di luar negeri untuk patuh, sehingga wewenangnya sangat terbatas.¹⁴

Kedua, beberapa jenis data spesifik belum menjadi bagian dari data pribadi sebagaimana ditetapkan pada Pasal 4, seperti data transaksi serta data orientasi seksual dan pandangan politik. Tidak termasuknya data transaksi dalam data pribadi dapat menjadi gap yang dapat dimanfaatkan untuk penyalahgunaan data pribadi. Misalnya, pada informasi transaksi suatu benda beserta nominalnya, data pribadi dibuang dan sisanya tetap digunakan sebagai data dasar beriklan, sehingga hal tersebut tidak melanggar UU PDP.¹⁵ Sementara itu, data seperti orientasi seksual serta pandangan politik juga belum disertakan sebagai bagian dari data pribadi, padahal data-data tersebut rawan digunakan untuk melakukan diskriminasi terhadap kelompok tertentu, yang berlawanan dengan prinsip-prinsip Hak Asasi Manusia.

Ketiga, UU PDP belum menjabarkan secara khusus perlindungan terhadap data pribadi anak dan orang dengan disabilitas.¹⁶ Pada Pasal 25, dijabarkan bahwa pemrosesan data pribadi anak wajib mendapat persetujuan orang tua atau wali anak sesuai ketentuan peraturan perundangan. Hal ini tampak umum, mengingat banyak aplikasi dan situs web yang sudah menetapkan batas usia penggunaannya. Namun pada kenyataannya, fenomena *sharenting*¹⁷ ¹⁸ atau *share-parenting* di mana orang tua sering sekali mengunggah informasi tentang anak secara daring semakin marak terjadi. Hal ini memberikan dampak berbahaya, tidak hanya terkait pencurian identitas anak secara siber atau daring, tetapi juga pada pembentukan jati diri anak secara psikologis, karena orang tua malah menarasikan siapa diri anak dan tidak membiarkan proses tersebut terjadi dalam diri anak. Bahkan, hal *sharenting* juga memberi

¹⁴ Romli Atmasasmita, 2022, "Beberapa Kelemahan UU Nomor 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi," dikutip dari laman resmi Sindonews.com <https://nasional.sindonews.com/read/923975/18/beberapa-kelemahan-uu-nomor-272022-tentang-perlindungan-data-pribadi-1666815001/10> (diakses pada 20 Februari 2024).

¹⁵ Ichsan Emerald Alamsyah, 2023, "UU Perlindungan Data Pribadi Dinilai Tak Lindungi Transaksi Digital," dikutip dari laman resmi Republika.co.id <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rqfw4s349/uu-perlindungan-data-pribadi-dinilai-tak-lindungi-transaksi-digital> (diakses pada 20 Februari 2024).

¹⁶ Willa Wahyuni, 2022, "Sejumlah Kritik Penyusunan dan Potensi Problematika UU PDP," dikutip dari laman resmi Hukum Online <https://www.hukumonline.com/berita/a/sejumlah-kritik-penyusunan-dan-potensi-problematika-uu-pdp-lt63a19975d931b/?page=2> (diakses pada 20 Februari 2024).

¹⁷ Merry Fridha dan Rahmat Edi Irawan, 2020, "Eksplorasi Anak Melalui Akun Instagram (Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya)," *Komuniti : Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, Vol. 12, No. 1, h. 68–80.

¹⁸ Galuh Aulia Ramadhanti, Dadang Rahmat Hidayat, dan Pandan Yudhaprarnesti, 2023, "Analisis Wacana Kritis Objektivikasi Anak Perilaku Sharenting di Instagram Risa Saraswati," *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol. 7, No. 2, h. 150–164.

kesempatan pada predator seksual anak untuk mengakses informasi daring tentang anak.¹⁹ Dalam lingkup *e-commerce*, fenomena ini memang tidak terjadi sesering pada media sosial, tetapi tidak menutup kemungkinan dikarenakan tetap terdapat jasa-jasa atau produk yang menyangkut anak dan informasi anak tetap dapat ditampilkan melalui *review* produk dan sebagainya.

Selain terkait anak, pemrosesan data pribadi disabilitas juga ditetapkan dilaksanakan secara khusus, dilakukan dengan cara tertentu, dan dengan persetujuan penyandang dan/atau orang tua atau walinya sesuai ketentuan peraturan perundangan sesuai Pasal 26 UU PDP. Undang-Undang No. 8 tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas Pasal 8 huruf e menyatakan bahwa data pribadi, surat menyurat, dan bentuk komunikasi lain dari penyandang disabilitas dilindungi kerahasiaannya. Akan tetapi, belum ada pengaturan secara khusus terhadap data pribadi penyandang disabilitas, mengingat rawannya kebocoran dan penyalahgunaan data ini dapat mengakibatkan terhadap diskriminasi bahkan penghidupan yang layak (misalnya sulit mendapat pekerjaan dan menjadi pengangguran akibat diskriminasi), dan sebagainya.²⁰

Tiga masalah di atas menunjukkan bahwa UU PDP yang dimiliki Indonesia saat ini masih belum dapat melindungi seluruh rakyat Indonesia secara paripurna, sehingga diperlukan tindak lanjut seperti perubahan terkait transfer data pribadi ke pengendali/prosesor data pribadi di luar negeri, penambahan orientasi seksual dan pandangan politik sebagai bagian dari data pribadi, serta pengaturan data pribadi anak dan penyandang disabilitas secara khusus. Dengan demikian, dalam penggunaan jasa *marketplace* untuk transaksi *e-commerce*, masyarakat belum sepenuhnya terlindungi, terutama dalam melakukan transaksi-transaksi ke luar negeri, dalam platform *marketplace* yang bekerja sama dengan vendor pengendali data dari luar Indonesia, platform-platform yang melibatkan data-data spesifik di luar apa yang dikategorikan sebagai data pribadi, serta bagi anak-anak dan penyandang disabilitas.

Mengingat berbagai platform *marketplace* pada umumnya sangat mudah diakses oleh siapa saja di mana saja dengan frekuensi yang terus meningkat seiring perkembangan zaman, perlu ada sosialisasi dan pendidikan terkait keamanan data pribadi dan mekanisme hukum terkini terkait perlindungan data pribadi. Mekanisme

¹⁹ Novi Hidayati, Fitri Meliani, dan Aan Yuliyanto, 2023, "Sharenting dan Perlindungan Hak Privasi Anak di Media Sosial," *Research in Early Childhood Education and Parenting*, Vol. 4, No. 1, h. 27-34.

²⁰ EDRi, 2019, "Why privacy is particularly crucial for people with disabilities," dikutip dari laman resmi European Digital Rights (EDRi) <https://edri.org/our-work/why-privacy-is-particularly-crucial-for-people-with-disabilities/> (diakses pada 21 Februari 2024).

hukum yang diterbitkan Pemerintah merupakan suatu upaya untuk melindungi masyarakat, tetapi hal ini masih sangat perlu ditunjang dari bidang sosial, pendidikan, dan etika bisnis, karena masih belum meratanya kesadaran masyarakat akan pentingnya keamanan data pribadi mereka, dan banyak pelaku-pelaku bisnis yang memanfaatkan segala bentuk celah yang ada untuk menyalahgunakan data konsumen. Untuk menunjang upaya Pemerintah dari sisi hukum melalui adanya hukum positif untuk melindungi data pribadi masyarakat, diperlukan upaya-upaya pendidikan teknologi bagi masyarakat, pengawasan dari lembaga otoritas perlindungan data pribadi yang akan dibentuk, serta penegakan hukum yang tegas terhadap segala bentuk pelanggaran yang terjadi.

D. PENUTUP

Melalui pembahasan di atas, dapat dipahami bahwa penggunaan jasa *marketplace* yang menunjang transaksi *e-commerce* melibatkan perolehan data pribadi konsumen, baik melalui pendaftaran, pembaruan profil, transaksi, dan interaksi-interaksi lain dalam platform *marketplace*. Data pribadi kemudian dihimpun dalam mekanisme *big data* untuk dianalisis dan dijadikan dasar pertimbangan keputusan-keputusan pelaku usaha. UU Perlindungan Konsumen menyatakan bahwa konsumen memiliki hak atas keselamatan dan keamanan dalam mengkonsumsi produk barang dan/atau jasa tetapi tidak mengatur secara khusus terkait perlindungan data konsumen.

Regulasi yang relevan terkait data pribadi konsumen terdapat pada KUH Perdata yang mendefinisikan kategori benda, UU ITE, UU PSME, dan UU PSTE. Sementara itu, perlindungan data pribadi secara khusus diatur dalam UU PDP yang telah menjawab permasalahan yang ada pada peraturan perundangan yang lain, mengatur batasan dan mekanisme perlindungan data pribadi secara terperinci, serta menetapkan harus adanya lembaga otoritas perlindungan data pribadi.

Beberapa permasalahan yang masih ada terkait UU PDP adalah: (1) keterbatasan hak pemilik dan wewenang pengendali data atas data yang ditransfer pada pengendali/prosesor data pribadi; (2) penambahan jenis data spesifik seperti data transaksi, data orientasi seksual, dan data pandangan politik sebagai data pribadi; dan (3) belum adanya pengaturan khusus terhadap data pribadi anak dan penyandang disabilitas. Hal ini menjadi dasar dari usulan peneliti terhadap perubahan terkait data pribadi yang ditransfer kepada pengendali/prosesor data pribadi di luar Indonesia, penambahan data transaksi, orientasi seksual, dan pandangan politik sebagai data pribadi yang dilindungi, serta pengaturan khusus terkait data pribadi anak dan

penyandang disabilitas. Hal ini bertujuan agar hukum positif terkait perlindungan data pribadi dapat memberikan kepastian hukum yang adil dan merata bagi seluruh rakyat Indonesia, karena hak mereka terhadap data pribadi merupakan perwujudan dari ditegakkannya Hak Asasi Manusia.

DAFTAR BACAAN

Buku :

Endarto, Budi., dkk., *Potret Hukum Kontemporer Di Indonesia*, KYTA Jaya Mandiri, Yogyakarta, 2022

Makalah / Artikel / Prosiding :

- Alwendi. "Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha." *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no. 3 (31 Agustus 2020): 317. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2486>.
- Delpiero, Maichle, Farah Azzahra Reynaldi, Istiawati Utami Ningdiah, dan Nafisah Muthmainnah. "Analisis Yuridis Kebijakan Privasi dan Pertanggungjawaban Online Marketplace dalam Pelindungan Data Pribadi Pengguna Pada Kasus Kebocoran Data." *Padjadjaran Law Review* 9, no. 1 (12 Agustus 2021): 1–22. <https://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/plr/article/view/509/378>.
- Dewi, Athanasia Octaviani Puspita. "Big Data di Perpustakaan dengan Memanfaatkan Data Mining." *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi* 4, no. 2 (9 Juni 2020): 223–30. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.223-230>.
- Fikri, Muhammad, dan Shelvi Rusdiana. "Ruang Lingkup Perlindungan Data Pribadi: Kajian Hukum Positif Indonesia." *Ganesha Law Review* 5, no. 1 (Mei 2023): 39–57. <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/GLR/article/view/2237/1159>.
- Fridha, Merry, dan Rahmat Edi Irawan. "Eksplorasi Anak Melalui Akun Instagram (Analisis Wacana Kritis Praktek Sharenting oleh Selebgram Ashanty & Rachel Venya)." *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* 12, no. 1 (9 Juni 2020): 68–80. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v12i1.10703>.
- Handayanti, Asih, Dea Sukma Agachi, dan Winda Fadillah. "Peran E-Commerce di Masa Pandemi COVID-19." *ProListik Jurnal Ilmu Komunikasi* 7, no. 1 (April 2022): 27–34. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/ProListik/article/view/2342/1319>.
- Hidayati, Novi, Fitri Meliani, dan Aan Yuliyanto. "Sharenting dan Perlindungan Hak Privasi Anak di Media Sosial." *Research in Early Childhood Education and Parenting* 4, no. 1 (23 Juni 2023). <https://doi.org/10.17509/recep.v4i1.58181>.
- Maryanto, Budi. "Big Data dan Pemanfaatannya dalam Berbagai Sektor." *Media Informatika* 16, no. 2 (2017): 14–19. https://jurnal.likmi.ac.id/Jurnal/7_2017/0717_02_BudiMaryanto.pdf.
- Mulyawati, Putri, Nabila Shafira, dan Diah Pudjiastuti. "Analisis Perlindungan Data Konsumen pada E-commerce oleh Pelaku Usaha." *Wacana Paramarta Jurnal Ilmu Hukum* 21, no. 1 (15 Juni 2022): 35–42. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.32816/paramarta.v21i1.146>.
- Ramadhanti, Galuh Aulia, Dadang Rahmat Hidayat, dan Pandan Yudhapramesti. "Analisis Wacana Kritis Objektivikasi Anak Perilaku Sharenting di Instagram Risa Saraswati." *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 7, no. 2 (2023): 150–64.
- Syira, Syahdina Damayari, Achmad Fauzi, Choiroel Woestho, Laurencia Vilani, Prado Dian Firmansyah, Demas Rizky Pratama, Atun Dwi Apriliana, Naufal Shafly Abdul Ghaffar, dan Dhea Amelia Putri. "Pemanfaatan Big Data dalam Peningkatan Efektivitas Strategi Komunikasi Marketing Terpadu pada

Perusahaan E-Commerce.” *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi* 4, no. 5 (30 Mei 2023): 891–900. <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/1511/939>.

Yustiani, Rini, dan Rio Yunanto. “Peran Marketplace sebagai Alternatif Bisnis di Era Teknologi Informasi.” *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika* 6, no. 2 (23 Oktober 2017): 43–48. <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>.

Internet :

Alamsyah, Ihsan Emerald. “UU Perlindungan Data Pribadi Dinilai Tak Lindungi Transaksi Digital.” *Republika.co.id*, 21 Februari 2023. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/rqfw4s349/uu-perlindungan-data-pribadi-dinilai-tak-lindungi-transaksi-digital>.

Atmasasmita, Romli. “Beberapa Kelemahan UU Nomor 27/2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.” *Sindonews.com*, 27 Oktober 2022. <https://nasional.sindonews.com/read/923975/18/beberapa-kelemahan-uu-nomor-272022-tentang-perlindungan-data-pribadi-1666815001/10>.

CNN Indonesia. “Daftar Dugaan Kebocoran Data 2023, Termasuk Data Pemilih dan Bank.” *CNN Indonesia*, 31 Desember 2023. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20231231054937-192-1043657/daftar-dugaan-kebocoran-data-2023-termasuk-data-pemilih-dan-bank>.

EDRi. “Why privacy is particularly crucial for people with disabilities.” *European Digital Rights (EDRi)*, 4 Desember 2019. <https://edri.org/our-work/why-privacy-is-particularly-crucial-for-people-with-disabilities/>.

Rizkinaswara, Leski. “Pahami Kebijakan Privasi di Media Sosial untuk Lindungi Data Pribadi.” *Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika*, 13 Mei 2019. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/05/pahami-kebijakan-privasi-di-media-sosial-untuk-lindungi-data-pribadi/>.

Septiani, Lenny. “Lembaga Perlindungan Data Pribadi Akan Dibentuk Pertengahan 2024.” *Katadata.co.id*, 26 Januari 2024. <https://katadata.co.id/digital/teknologi/65b357325c434/lembaga-perlindungan-data-pribadi-akan-dibentuk-pertengahan-2024>.

Wahyuni, Willa. “Sejumlah Kritik Penyusunan dan Potensi Problematika UU PDP.” *Hukum Online*, 20 Desember 2022. <https://www.hukumonline.com/berita/a/sejumlah-kritik-penyusunan-dan-potensi-problematika-uu-pdp-lt63a19975d931b/?page=2>.

Peraturan Perundang-Undangan :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Undang-Undang No. 38 tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia.

Undang-Undang No. 19 tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang No. 27 tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Peraturan Pemerintah No. 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Peraturan Pemerintah No. 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.