

**PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI *E-COMMERCE* DITINJAU DARI UNDANG-
UNDANGNOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Mendapatkan Gelar Sarjana Hukum**

Oleh :

TEGUH ALAMSYAH

Npm : 1706200368



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

MEDAN

2022



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Site: <http://fahum.umsu.ac.id> Email: fahum@umsu.ac.id Facebook: [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) Instagram: [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) Twitter: [umsumedan](https://twitter.com/umsumedan) YouTube: [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://twitter.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI SARJANA
BAGI MAHASISWA PROGRAM STRATA I

Panitia Ujian Sarjana Strata -1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam Sidangnya yang diselenggarakan pada hari Selasa, Tanggal 30 Agustus 2022, Jam 09.00 WIB sampai dengan selesai, setelah Mendengar, Melihat, Memperhatikan, Menimbang :

MENETAPKAN

NAMA : TEGUH ALAMSYAH
NPM : 1706200368
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRAKSAKSI *E-COMMERCE* DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNG KONSUMEN

Dinyatakan : (A-) Lulus Yudisium Dengan Predikat Sangat Baik
() Lulus Bersyarat, memperbaiki / Ujian Ulang
() Tidak Lulus

Setelah lulus dinyatakan berhak dan berwenang mendapatkan gelar Sarjana Hukum (SH) Dalam Bagian Hukum Bisnis

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Faisal, S.H., M.Hum
NIDN : 0122087502

Sekretaris

Dr. Zainuddin, S.H., M.H
NIDN : 0118047901

Anggota Penguji :

1. M. TEGUH SYUHADA LUBIS, S.H., M.H

1.

2. Assoc.Prof. Dr. SURYA PERDANA, SH., M.H

2.

3. HARISMAN, S.H., M.H

3.



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mengambil surat di atas bertepatan
Ruhul Iqbal Tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [umsuMEDAN](https://www.facebook.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.instagram.com/umsuMEDAN) [umsuMEDAN](https://www.youtube.com/channel/UC...) [umsuMEDAN](https://www.tiktok.com/@umsuMEDAN)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENDAFTARAN UJIAN SKRIPSI

Pendaftaran Skripsi Sarjana Strata 1 Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Bagi :

NAMA : TEGUH ALAMSYAH
NPM : 1706200368
PRODI/BAGIAN : ILMU HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRAKSAKSI E-COMMERCE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

PENDAFTARAN : Tanggal 30 Agustus 2022

Dengan diterimanya skripsi ini, sesudah lulus dari Ujian Skripsi Penulis berhak memakai gelar :

SARJANA HUKUM (S.H)

Diketahui
DEKAN FAKULTAS HUKUM

PEMBIMBING


Dr. Faisal, S.H.,M.Hum
NIDN: 0122087502


HARISMAN, S.H.,M.H
NIDN: 0103047302

Unggul | Cerdas | Terpercaya



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

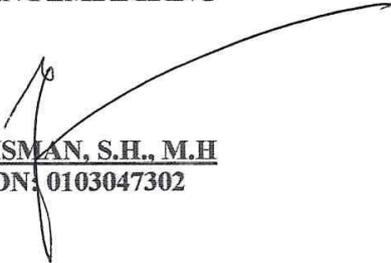
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

NAMA : TEGUH ALAMSYAH
NPM : 1706200368
PRODI/BAGIAN : HUKUM/BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM
TRANSAKSI E-COMMERCE DITINJAU DARI
UNDANG-UNDANG NO. 8 TAHUN 1999 TENTANG
PERLINDUNGAN KONSUMEN

Disetujui Untuk Disampaikan Kepada
Panitia Ujian

Medan, 09 Agustus 2022

DOSEN PEMBIMBING


HARISMAN, S.H., M.H
NIDN: 0103047302



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila mendapat surat ini agar diserahkan
kepada pihak yang bersangkutan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [fahumsumedan](#) [umsuumsu](#) [umsuumsu](#) [umsuumsu](#) [umsuumsu](#)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **TEGUH ALAMSYAH**
NPM : **1706200368**
Program : **Strata – I**
Fakultas : **Hukum**
Program Studi : **Hukum**
Bagian : **Hukum Bisnis**
Judul Skripsi : **PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DITINJAU
DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN
1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN**

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian / karya saya sendiri. Kecuali bagian – bagian yang dirujuk sumbernya.

Dan apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau merupakan karya orang lain, maka dengan ini saya menyatakan bersedia menerima sanksi akademik dari Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Medan, 09 Agustus 2022

Saya yang menyatakan


7C28EAJX955937496

TEGUH ALAMSYAH



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

UIN (Universitas Islam Negeri) adalah salah satu jenis perguruan tinggi Islam yang menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran.

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS HUKUM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fahum.umsu.ac.id> fahum@umsu.ac.id [fahum](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU BIMBINGAN
SKRIPSI MAHASISWA

NAMA : TEGUH ALAMSYAH
NPM : 1706200368
PRODI/BAGIAN : HUKUM/HUKUM BISNIS
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN
DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DITINJAU
DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999
TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

PEMBIMBING : HARISMAN, S.H., M.H

TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
22/12/2021	Perbini proposal.	[Signature]
6/1-2022	Sampul dan proposal.	[Signature]
24/1-2022	Perbini bab I dan II dan pendahuluan.	[Signature]
2/2-2022	Perbini bab III ringkas perbini.	[Signature]
24/2-2022	Perbini bab III perbini.	[Signature]
28/5-2022	Sampul dan Bab III perbini.	[Signature]
31/6-2022	Perbini Bab. IV lengkap dan	[Signature]
2/8-2022	Acc untuk di kirimkan.	[Signature]
9/8-2022	Acc untuk di kirimkan per budi daya	[Signature]

Diketahui Dekan

[Signature]
(Dr. FAISAL, S.H., M.Hum)

Dosen Pembimbing

[Signature]
(HARISMAN, S.H., M.H)



Próg. Stúdi : Hukum
 Tempat : Ruáng Sidang Fakultas Hukum UMSU
 Jl. Kapteñ Mukhtar Basri No.03 Tejp. (061) 6624567

Hári/Tariggal : SELASA, 30 AGUSTUS 2022
 Waktu : 08.30 WIB s.d 12.00 WIB
 Hal : Undaingan/Panggilan Ujian Skripsi

No	Waktu	NAMA/NPM	Dosen Penguji Skripsi		JUDUL SKRIPSI	BAGIAN
			Pembimbing	Penguji Utama		
1	08.30-09.20	TÉGUH ALAMSYAH 1706200368	1 HARISMAN, S.H., M.H	1 MHD. TEGUH SYUHADA LUBIS, S.H., M.H 2 Assoc. Prof. Dr. SURYA PERDANA, H., SH	PÉRLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DÁLAM TRANSAKSI E-COMMERCÉ DITINJAU DARÍ UNDANG-UNDANG NÓMOR 8 TAHUN 1999 TÉNTANG PÉRLINDUNGAN KONSUMEN	HUKUM BISNIS
2	08.30-09.20	FAISAL ILHAM 1706200210	1 Assoc. Prof. Dr. SURYA PERDANA, H.,	1 BENITO ASDHIE KODIYAT MS., S.H., M.H 2 MUKLIS, S.H., M.H	RÉLASI BÁDAN PÉMERIKSAÁN KEUANGAN DÉNGAN DPÉRD DÁLAM PÉMERIKSAÁN KEUANGAN NÉGARA	HUKUM TATA NEGARA
3	08.30-09.20	M. ANJÁS FAHREVI 1706200125	1 Assoc. Prof. Dr. IDA NADIRAH, S.H., M	1 Dr. AHMAD FAUZI, SH., M.Kn 2 NURHILMIYAH, S.H., M.H	ASPEK HUKUM PEMBELIAN REKSA DANA MÉNGGUNAKAN ROBO ADVISOR PADA PLÁTFORM DIGITAL	HUKUM BISNIS
4	08.30-09.20	SETIAWAN LINGE 1606200078	1 MUKLIS, S.H., M.H	1 MIRSA ASTUTI, S.H., M.H 2 NURUL HAKIM, S.Ag., M.A	PENENTUAN HAK PERWALIAN BAGI ANAK DIBAWAH UMUR TERHADAP PASANGAN BERBEDA KÉWARGANEGARAAN	HUKUM PERDATA

Medan, 27 Muharram 1444H
 25 Agustus 2022M



Disetujui Oleh:

Wakil Rektor

Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, H., S.H., M.Hum



a.n. Ketua
 Dr. FAISAL, S.H., M.Hum



Sekretaris
 Dr. ZAINUDDIN, S.H., M.H

Catatan :

1. Peserta sidang diharapkan berpakaian hitam putih, bagi laki-laki berdasi & jas warna hitam, perempuan berjilbab.
2. peserta sidang diharapkan hadir 30 menit sebelum acara dimulai, bila terlambat sidang yang bersangkutan ditunda.
3. Bagi penguji yang tidak hadir pada saat sidang berlangsung, kedudukannya akan diganti

ABSTRAK

PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Teguh Alamsyah

Kegiatan jual beli oleh masyarakat pada saat ini mengalami suatu perkembangan, hal ini diiringi juga dengan perkembangan teknologi yang mendorong perilaku masyarakat dalam kegiatan jual beli, jika dahulu jual beli dilakukan secara tatap muka, maka pada saat ini jual beli dapat dilakukan secara online dengan diwadahi *e-commerce*. Sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi dengan jauh lebih mudah dan efisien, namun perkembangan teknologi tersebut tidak diiringi dengan perkembangan hukum, salah satunya adalah mengenai data pribadi konsumen yang mengalami kebocoran pada saat melakukan transaksi pada *e-commerce*, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan hukum pada transaksi *e-commerce* dan mengetahui bentuk perlindungan terhadap konsumen pada transaksi *e-commerce* dan urgensi dari pengaturan data pribadi konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah normatif, yang merupakan penelitian dengan melakukan studi pustaka dan bersifat deskriptif dengan terdiri dari sumber data sekunder dan Al-Islam, menggunakan alat pengumpul data studi dokumen dan menggunakan analisis kualitatif.

Hasil penelitiann menyatakan bahwa pengaturan hukum data pribadi konsumen pada saat melakukan transaksi *e-commerce* di Indonesia terdapat di beberapa peraturan perundang-undangan seperti undang-undang perlindungan konsumen dan undang-undang Informasi dan Trsansaksi Elektronik . Bentuk perlindungan terhadap konsumen pada transaksi *e-commerce* dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum diatur dengann jelas dan belum memberikan kepastian hukum terhadap konsumen yang mengalami kebocoran data pribadi. Upaya yang dapat dilakukan konsumen atas data pribadi yang disalahgunakan, terdapat beberapa upaya yang dapat dilakukan, yakni konsumen dapat melakukan gugatan ke pengadilan, dan yang kedua dapat melakukan upaya non litigasi dengan melakukan mediasi, konsiliasi, dan negosiasi atau melalui badan peradilan Arbitrase

Kata Kunci : Perlindungan Data Pribadi, Konsumen, *e-commerce*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala Puji dan Syukur bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini sebagaimana mestinya dengan segala kekurangan dan kelebihanNya. Sholawat beserta salam kepada Rasulullah Muhammadiyah SAW dan serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Sesuai dengan kaidah dan metode penelitian dan penyusunan yang telah ditetapkan keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan moral dan material serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang paling utama saya ucapkan beribu kali terima kasih kepada kedua orang tua saya yang telah mendukung moral dan material sehingga semangat kuliah dan selesai pada saat yang diharapkan, selanjutnya pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua saya yang paling saya cintai dan sayangi, Ayahanda Isbanunyah dan Ibunda saya Rapmasyanun yang telah memberikan kekuatan moral dan psikis kepada saya dalam menjalani pendidikan dan kehidupan dari masa kecil hingga sampai sekarang ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Dr. Faisal, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Zainuddin, S.H., M.H selaku Wakil Dekan I dan Ibu Atikah Rahmi, S.H., M.H selaku Wakil Dekan III Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Rachmad Abduh, S.H., M.H selaku Kepala Bagian Hukum Bisnis Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Harisman, S.H., M.H selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang banyak sekali membantu penulis/peneliti dalam menyelesaikan dan menyempurnakan isi skripsi saya ini.
7. Seluruh Dosen Pengajar dan Pegawai Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu kami mendapatkan informasi dan urusan kampus.
8. Dan terima kasih kepada seluruh teman-teman terutama kepada M. Zikri, S.H, Raffif Syauki, S.H, Nisful Khoiry S.H, M. Rio Amsyah, Arief Ramadhan, Rinaldi Ahmad Iskandar Nasution, serta teman-teman lain yang tidak bisa diucapkan namanya satu persatu yang telah mendoakan penulis supaya selalu sehat dalam mengerjakan Skripsi.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu secara langsung yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya semoga mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, serta tidak lupa juga penulis memohon maaf atas semua kekurangan

dan kesalahan yang ada selama penulisan skripsi ini, semoga akan lebih baik lagi kedepannya dan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan siapa saja yang membacanya demi kemajuan Ilmu Pendidikan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Agustus 2022

Penulis

TEGUH ALAMSYAH
NPM 1706200368

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
1. Rumusan Masalah	4
2. Faedah Penelitian	5
B. Tujuan Penelitian	5
C. Definisi Operasional	6
D. Keaslian Penelitian	8
E. Metode Penelitian	9
1. Jenis Penelitian	9
2. Sifat Penelitian	9
3. Sumber Data	10
4. Alat pengumpul data	10
5. Analisis data	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Perlindungan Data Pribadi	12.
B. Konsumen	18
C. Transaksi E-Commerce	20
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
A. Pengaturan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam melakukan transaksi <i>e-commerce</i> berdasarkan hukum positif Indonesia.....	31
B. Perlindungan terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi di <i>e-commerce</i> ditinjau dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.....	43

C. Pertanggungjawaban e-commerce terhadap konsumen atas kebocoran data pribadi pada saat melakukan transaksi	55
BAB IV	66
KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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

Hasil studi mengemukakan 1 dari 2 konsumen di Indonesia menganggap belanja dengan secara *Online* jauh lebih mudah dan murah dibanding dengan belanja di toko secara langsung, dikarenakan *e-commerce* menawarkan beberapa hal yang membuat masyarakat tertarik untuk belanja online adalah pengiriman barang dapat dilakukan secara gratis, adanya voucher diskon yang ditawarkan kepada konsumen, kemudahan transaksi pembayaran, respon cepat dari penjual dan kemampuan untuk melihat ulasan barang dari pelanggan lain.²

Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* kepada para konsumen membuat masyarakat semakin nyaman melakukan kegiatan jual beli dengan menggunakan *e-commerce*. Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya, terlebih di masa pandemi *covid-19* pada saat ini pertumbuhan *e-commerce* meningkat sebesar 26% atau mencapai 3,1 Juta transaksi, banyak konsumen yang sebelumnya belum pernah menggunakan *e-commerce* untuk kegiatan jual beli kini mengandalkan *e-commerce*.³

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

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

² Kompas.Com <https://money.kompas.com/read>. Diakses pada tanggal 3 November 2021

³ Merdeka.com <https://www.merdeka.com/uang/kemenkop>. Diakses pada tanggal 3 November 2021

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 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*.

Maraknya kegiatan jual beli melalui *e-commerce*, menyebabkan suatu permasalahan baru di bidang hukum, salah satunya mengenai perlindungan konsumen, permasalahannya adalah perlindungan data pribadi konsumen pada *e-commerce*. Sebagaimana diketahui jika ingin mengakses *e-commerce* terlebih dahulu konsumen harus melakukan registrasi, dengan mengisi formulir yang disediakan oleh platform *e-commerce* sebelum dapat melakukan pembelian, biasanya data yang diisi adalah data pribadi dari konsumen seperti: nama, alamat, usia, umur, pekerjaan bahkan terdapat platform yang mewajibkan untuk melakukan scanning Kartu Tanda Penduduk (KTP).

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen belum mampu untuk menjamin perlindungan atas data pribadi konsumen, karena tidak ada pasal di dalam undang-undang tersebut yang menjelaskan secara spesifik tentang perlindungan data pribadi dari konsumen. Maka belum ada dasar hukum yang pasti bagi pelaku usaha untuk berkewajiban untuk melindungi data pribadi konsumen. Hal ini menandakan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999

telah tertinggal jauh dari perkembangan masyarakat, dan sebagaimana seharusnya hukum harus mengikuti perkembangan masyarakat, tetapi faktanya sampai dengan saat ini hukum belum mampu untuk memberikan keamanan atas data pribadi konsumen.

Hal ini dapat dilihat terjadinya kebocoran data pribadi pada beberapa *e-commerce* di Indonesia diantaranya adalah lazada mengalami kebocoran data pribadi sebanyak 1,1 Juta data dan tokopedia diduga mengalami kebocoran data pribadi sebanyak 91 Juta data.⁴ Dengan terjadinya kebocoran data tersebut tentunya dapat merugikan konsumen, terlebih data tersebut disalahgunakan untuk tindakan kriminal .

Menurut pandangan Islam, sebagai agama yang paling sempurna yang dibawakan oleh Nabi Muhammad Saw disebutkan di dalam Surah An-nur Ayat 27 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَدْخُلُوْا بُيُوْتًا غَيْرَ بُيُوْتِكُمْ
حَتّٰى تَسْتَأْذِنُوْا وَّتُسَلِّمُوْا عَلٰى اٰهْلِهَا ذٰلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ
تَذَكَّرُوْنَ ﴿٢٧﴾

Artinya :Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu memasuki rumah yang bukan rumahmu sebelum meminta izin dan memberi salam kepada penghuninya. Yang demikian itu lebih baik bagimu, agar kamu ingat.

Kekosongan hukum yang terjadi dalam hal perlindungan atas data pribadi konsumen merupakan suatu permasalahan yang akan berdampak fatal bagi

⁴Nasional Tempo. <https://nasional.tempo.co/read/1501790/>. Diakses pada tanggal 3 November 2021

konsumen, karena secara tidak sadar konsumen tidak mengetahui kerugiannya, tetapi data pribadinya dapat digunakan untuk berbagai hal yang mengatasnamakan dari data pribadi konsumen yang dicuri tersebut.

Berdasarkan dari pemamaparan yang telah dijelaskan di atas maka, akan dilakukan penelitian dengan judul **"Perlindungan Data Pribadi Konsumen Dalam Tranksaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen"**.

1. Rumusan Masalah

- a) Bagaimana pengaturan hukum terhadap data pribadi konsumen berdasarkan hukum positif di Indonesia?
- b) Bagaimana perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi di *e-commerce* ditinjau dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?
- c) Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen atas perlindungan data pribadi konsumen menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen?

2. Faedah Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini bermanfaat dibidang ilmu hukum terutama dibidang ilmu hukum dagang dan bisnis, karena dalam pembahasan pada penelitian ini mengkaji perkembangan transaksi secara online dan bagaimana bentuk perlindungan yang diberikan kepada konsumen atas data pribadi mereka, serta dampak bisnis apabila data pribadi konsumen diberikan perlindungan yang semestinya.

b. Secara Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi konsumen agar mengetahui bagaimana bentuk perlindungan yang seharusnya mereka dapatkan, serta dapat juga bermanfaat bagi praktisi hukum (advokat) dalam beracara di dalam pengadilan untuk membela kliennya yang mengalami sengketa data pribadi bocor. Ataupun dapat juga bermanfaat bagi praktisi hukum lainnya seperti jaksa dalam hal ranah pidana.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendapatkan pengetahuan yang dapat memecahkan suatu permasalahan yang ada di Indonesia. Dengan demikian tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaturan hukum terhadap data pribadi konsumen berdasarkan hukum positif Indonesia.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi di *e-commerce* ditinjau dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
3. Untuk mengetahui upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen atas perlindungan data pribadi konsumen menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

C. Definisi Operasional

1. Perlindungan Data Pribadi

Perlindungan adalah memberikan pengayoman dan rasa aman kepada setiap orang terutama terhadap hak-hak yang dirugikan atas orang lain

agar setiap orang dapat menikmati semua hak-hak yang diberikan oleh hukum. Menurut Satjipto Raharjo perlindungan hukum adalah adanya upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu Hak Asasi Manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.⁵ Sedangkan data pribadi adalah informasi tunggal maupun tidak yang diberikan oleh pemilik data pribadi/konsumen dan dihimpun ke dalam sistem elektronik yang diproses oleh penyelenggara sistem elektronik untuk dipergunakan sesuai dengan tujuan dan kegunaannya serta apabila disalahgunakan maka pemilik/konsumen dapat menyelesaikannya melalui media hukum administrasi Negara dan atau media hukum perdata atau pidana.⁶ Maka dari itu perlindungan data pribadi yang dimaksud pada penelitian ini adalah upaya melindungi kepentingan data pribadi konsumen.

2. Konsumen

Menurut Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk dipergadangkan. Namun konsumen yang dimaksud pada penelitian ini adalah konsumen dalam melakukan transaksi di *e-commerce*

⁵Anonim, <http://repository.uin-suska.ac.id/7119/3/BAB%20II.pdf>, Diakses pada tanggal 3 November 2021

⁶ Rizki P.P. Karo Karo 2020, *Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia* Bandung : Nusa Media Halaman 50

3. Transaksi *e-commerce*

Transaksi adalah persetujuan jual beli antara dua pihak.⁷ Sedangkan *e-commerce* adalah perdagangan secara elektronik.⁸ Maka dari itu transaksi *e-commerce* yang dimaksud pada penelitian ini adalah persetujuan jual beli antara dua pihak secara elektronik, yang dilakukan di salah satu platform *e-commerce* yaitu: Lazada

4. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Undang-undang Perlindungan Konsumen adalah undang-undang mengatur secara rinci tentang pemberian perlindungan kepada konsumen dalam rangka pemenuhan kebutuhannya sebagai konsumen. Cakupan hukum yang berlaku mengenai hak dan kewajiban konsumen, hak dan kewajiban pelaku usaha, dan cara-cara mempertahankan hak dan menjalankan kewajiban tersebut.⁹

D. Keaslian Penelitian

Penulis mengetahui bahwasannya pembahasan pada penelitian ini bukanlah suatu permasalahan yang baru, penelitian ini sudah pernah diteliti sebelumnya. Namun terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang hampir mendekati dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis, antara lain sebagai berikut:

⁷ Kbbi Web Id. <https://kbbi.web.id/transaksi>. Diakses Pada Tanggal 11 April 2022

⁸ Adi Nugroho 2018, *E-Commerce* Bandung : Informatika Halaman 1

⁹ Rumah.Com <https://www.rumah.com/panduan-properti/> Diakses Pada Tanggal 11 April

1. Skripsi Tiya Andriyana, NPM : 160710101270 Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember yang berjudul “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 sedangkan pada penelitian ini akan 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, sedangkan pada penelitian ini akan membahas Perlindungan Data Pribadi Konsumen Atas Kebocoran Data di *e-commmerce*.
2. Skripsi Debora Aswinda Solin, NPM : 8111414203 Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang yang berjudul “Perlindungan Hukum Terkait Hak Privasi Data Pribadi Konsumen Dengan Adanya Location Based Advertising (LBA) Di Indonesia” dalam skripsi ini memaparkan 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, dari istilah yang digunakan dalam penelitian ini jelas berbeda dengan penelitian milik Debora Aswinda Solin yang menggunakan istilah Perlindungan Data Pribadi Konsumen Yang

Dibocorkan Oleh Pihak Provider Kartu Sim Card, sedangkan dalam penelitian ini akan membahas Perlindungan Data Pribadi Konsumen Atas Kebocoran Data di *e-commerce*.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode penulisan ini menggunakan metode penelitian hukum dengan menerapkan penelitian yuridis normatif, dengan melakukan kajian norma hukum, dan sumber data sekunder atau literatur lainnya untuk menjelaskan apa yang menjadi fokus penelitian dalam penulisan ini.¹⁰ Sedangkan pendekatan yang peneliti lakukan didalam penelitian ini yaitu pendekatan perundang-undangan, dimana dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meninjau dari segi peraturan perundang-undangan yang berlaku atau meneliti bahan pustaka. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan padangan hukum terhadap perlindungan data pribadi konsumen saat melakukan transaksi online di e-commerce atas kebocoran data telah benar sesuai dengan sebagaimana mestinya.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah penelitian dengan menggunakan sifat deskriptif analisis yaitu “peneliti bertujuan untuk memperoleh gambaran lengkap tentang segala gejala sosial tertentu atau peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Deskriptif analisis tersebut adalah penelitian yang menggambarkan (mendeskripsikan) secara sistematis permasalahan mengenai perlindungan data

¹⁰ Harisman. 2020. *Community Rights Facing Criminal Law in a Human Rights Perspective*. Randwick International of Social Science (RISS) Journal Vol. 1 No 2 July 2020. Halaman 265

pribadi konsumen di e-commerce atas kebocoran data berdasarkan pada data-data yang ada.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah data skunder yang terdiri dari:

- a. Bahan hukum primer yaitu: Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah menjadi Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, .
- b. Bahan hukum skunder: berupa bahan pendukung penelitian relevan dengan penelitian berupa buku-buku, hasil penelitian dan lain sebagainya.
- c. Bahan hukum tersier: berupa jurnal hukum ataupun bahan dari internet.

4. Alat Pengumpul Data

Alat yang digunakan untuk pengumpulan data keseluruhan sumber-sumber data dalam penelitian ini diambil dengan cara Studi Dokumen baik secara *Online* maupun *Offline* yang dilakukan di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Paska Sarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan Perpustakaan Daerah.

5. Analisis Data

Analisis data merupakan memfokuskan mengabstraksikan, mengorganisasikan dan secara sistematis dan rasional untuk memberikan bahan

jawaban terhadap permasalahan. Analisis data yang digunakan oleh penulis adalah analisis kualitatif.¹¹ yang memadukan data dari beberapa sumber menjadi uraian kalimat yang mudah dibaca dan dipahami. Dalam melakukan pengumpulan data berdasarkan peraturan yang berlaku berdasarkan perundang-undangan. Metode normatif merupakan “metode yang menghasilkan data deskriptif normatif yang berupa dari peraturan perundang-undangan yang berlaku.

¹¹ Teguh Syuhada Lubis. 2019. *Pelaksanaan Sita Jaminan Terhadap Objek Sengketa Yang berada di Tangan Pihak Ketiga dalam Penanganan Perkara Perdata*. Jurnal Delegalata, Vol, 4 Nomor 1 Januari-Juni 2019. Halaman 45

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perlindungan Data Pribadi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian data adalah keterangan yang benar dan nyata yang dapat dijadikan dasar kajian. Sedangkan Pribadi sendiri memiliki arti manusia sebagai perseorangan (diri manusia atau diri sendiri) sehingga dapat disimpulkan bahwa data pribadi merupakan keterangan yang benar dan nyata yang dimiliki oleh manusia sebagai perseorangan.¹²

Undang-undang Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Trsaksi Elektronik tidak memberikan definisi hukum yang jelas tentang data pribadi. Akan tetapi, dilihat dari prespektif penafsiran resmi tentang hak pribadi (pivacy right) dalam Pasal 26 ayat (1), maka data pribadi meliputi urusan kehidupan pribadi termasuk (riwayat) komunikasi seseorang dan data tentang seseorang.¹³

Dalam PP No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggara Sistem dan Transaksi Elektronik, mendefinisikan data pribadi yaitu “data perseorangan tertentu yang disimpan, dirawat, dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya” (Pasal 1 ayat 27).

Data pribadi sering dipadankan dengan istilah general personal data regulation (GDPR) yang berkembang di Eropa dan Singapura atau *personal information* istilah yang berkembang di Amerika, istilah data pribadi yang berkembang di Malaysia, Philipina, Jepang, Korea Selatan menggunakan istilah *personal*

¹² Kbbi web id <https://kbbi.web.id/pribadi>. Diakses Pada Tanggal 10 April 2022

¹³ Daniar Supriyadi. 2017. “Data Pribadi dan Dua Dasar Legalitas Pemanfaatannya”. <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt59cb4b3feba88/data-pribadi-dan-dua-dasar-leg>

information.¹⁴ Berbagai istilah dari beberapa negara tersebut memiliki makna yang sama, sedangkan di Indonesia sendiri menggunakan istilah data pribadi.

Negara-negara eropa memberi definisi dari GDPR sebagai hal yang berkaitan erat dengan berbagai informasi yang berkaitan dengan individu yang diidentifikasi atau dapat diidentifikasi.¹⁵ Di Indonesia pengertian data pribadi dapat dilihat dalam rancangan undang-undang data pribadi yang memberi penjelasan 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 atau non elektronik.

Data pribadi merupakan informasi tunggal ataupun sekumpulan informasi baik yang bersifat rahasia atau tidak yang diberikan oleh pemilik data pribadi/konsumen dan dihimpun ke dalam sistem elektronik untuk dipergunakan sesuai dengan tujuan dan kegunaannya serta apabila disalahgunakan maka pemilik/konsumen dapat menyelesaikannya melalui media hukum administrasi negara dan atau media hukum perdata atau pidana.¹⁶

Sedangkan perlindungan secara umum berarti mengayomi sesuatu dari hal-hal yang membahayakan baik berupa kepentingan maupun benda atau barang. Perlindungan data pribadi adalah upaya yang dilakukan oleh pengguna data pribadi, penyelenggara sistem elektronik baik secara preventif, persuasif,

¹⁴. Wahyudi Djafar dan M. Jodi Santoso. 2019. *Perlindungan Data Pribadi Konsep, Instrumen dan prinsipnya*. Elsam. Halaman 7

¹⁵. *Ibid.*,

¹⁶ Rizky P.P Karo Karo, dkk. 2020. *Pengaturan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia*. Bandung: Nusa Media. Halaman 50

represif ataupun kuratif terhadap data pribadi yang dihimpun oleh pemilik data pribadi/konsumen ke dalam sistem elektronik penyelenggara supaya data tersebut dijaga dilindungi dan terhindar dari penyalahgunaan yang merugikan pemilik data.¹⁷ Maka perlindungan data pribadi merupakan mengawal data pribadi dari suatu hal yang membahayakan.

Alan F. Westin mendefinisikan data sebagai hak individu, grup atau lembaga untuk menentukan apakah informasi tentang mereka akan dikomunikasikan atau tidak kepada pihak lain.¹⁸ maka data individu atau kelompok wajib dilindungi karena merupakan suatu hak yang miliki.

Warren dan Brandeis memberikan beberapa usulan terkait alasan privasi harus dilindungi, antara lain:¹⁹

- a. Demi membina hubungan dengan orang lain, seseorang harus menutupi sebagian kehidupan pribadinya, sehingga dia dapat mempertahankan posisinya pada tingkat tertentu;
- b. Seseorang dalam kehidupannya memerlukan waktu untuk dapat menyendiri, sehingga privasi sangat diperlukan;
- c. Privasi adalah hak yang berdiri sendiri dan tidak bergantung kepada hak lain. Namun, hak ini akan hilang apabila orang tersebut mempublikasikan hal yang bersifat pribadi kepada umum;

¹⁷*Ibid.*, halaman 54

¹⁸. Sugeng. 2020. *Hukum Telematika Indonesia*. Jakarta: Prenadamedia Group. Halaman

¹⁹. *Ibid.*, Halaman 56

- d. Privasi merupakan hak seseorang untuk melakukan hubungan domestik, termasuk mengenai seseorang membina perwakinan, membina keluarga, dan orang lain tidak boleh mengetahui hubungan pribadi tersebut.

Sampai dengan saat ini Indonesia belum memiliki aturan yang secara khusus mengatur mengenai perlindungan data pribadi, padahal sudah banyak desakan kepada pemerintah untuk menerbitkan undang-undang mengenai perlindungan data pribadi, dalam perkembangannya rancangan undang-undang data pribadi masih dalam program legislasi nasional (prolegnas). Padahal di dalam kancan internasional mengenai perlindungan privasi/pribadi telah di atur beberapa instrumen yaitu:²⁰

- a. Deklarasi Universal Tentang Hak Asasi Manusia 1948.
- b. Kovenan Internasional Tentang hak sipil dan politik 1966.
- c. Konvensi Eropa tentang Hak Asasi Manusia 1950.
- d. Konvensi Amerika tentang Perlindungan Hak Asasi Manusia 1979.
- e. Deklarasi Kairo Tentang Hak Asasi Manusia 1990

Instrumen tersebut telah dijadikan dasar negara-negara untuk membentuk aturan mengenai data pribadi, di beberapa negara telah merampung aturan mengenai data pribadi, antara lain:²¹

a. Hongkong

Hongkong telah mengatur mengenai data pribadi dengan menerapkan beberapa prinsip, antara lain: batasan pengumpulan data pribadi, penggunaan pengungkapan data pribadi, kewajiban kualitas data dan pemberian saran kepada

²⁰. *Ibid.*, Halaman 61

²¹. *Ibid.*, Halaman 63-67

pihak ketiga, penghapusan dan pemusnahan data pribadi, kewajiban keamanan data, keterbukaan mengenai praktik-praktik.

b. Malaysia

Data pribadi di Malaysia dilindungi oleh *The Personal Data Protection Act* No. 709 of 2010 (PDPA Malaysia) yang dijelaskan pada seksi 5-12 PDPA Malaysia yang memuat sembilan prinsip, antara lain:

- 1) Prinsip umum pengolahan berdasarkan persetujuan.
- 2) Keabsahan, kebutuhan, dan tidak berlebihan.
- 3) Prinsip pengumpulan dan pemberitahuan.
- 4) Prinsip penggunaan dan pengungkapan.
- 5) Data pribadi sensitif.
- 6) Prinsip keamanan.
- 7) Prinsip retensi data dan hak untuk memblokir pemrosesan.
- 8) Prinsip integritas data.
- 9) Prinsip akses dan koreksi.

c. Singapura

Data pribadi di singapura dilindungi oleh *The personal data protection act* No. 26 of 2012 Singapore, dengan memuat beberapa prinsip antara lain:

- 1) Prinsip consent.
- 2) Prinsip purpose.
- 3) Reasonableness.

d. Korea Selatan

Data pribadi di Korea Selatan diatur di dalam *personal Information Protection Act* (Pipa) 2011. Dengan menerapkan beberapa prinsip antara lain:

- 1) Memiliki tujuan jelas dan spesifik;
- 2) Memproses data pribadi hanya untuk pencapaian tujuan pengumpulan data pribadi;
- 3) Memastikan data pribadi akurat dan lengkap serta mutakhir;
- 4) Memperhatikan keamanan data pribadi;
- 5) Mengumumkan kebijakan privasi dan menjamin hak akses;
- 6) Mengelola dengan cara yang tidak melanggar hak subjek data;
- 7) Berusaha mengelola data pribadi tanpa menyertakan nama subjek data, apabila mungkin;
- 8) Berusaha meningkatkan kepercayaan subjek data dengan menaati ketentuan hukum.

Beberapa aturan mengenai data pribadi di beberapa negara tersebut, menunjukkan keseriusan untuk melindungi data pribadi yang merupakan kewajiban negara, sebagai pendapat yang disampaikan oleh Alan F. Westin yang menyatakan “data merupakan hak”. Di Indonesia yang sampai dengan saat ini belum memiliki regulasi mengenai data pribadi, maka Indonesia tertinggal jauh dari beberapa negara lainnya di dunia dalam hal melindungi data pribadi rakyatnya.

Data pribadi konsumen merupakan suatu hal yang harus dijaga karena merupakan amanah dari konsumen kepada pelaku usaha, namun dengan aturan

perlindungan data pribadi yang belum terunifikasi tentunya menyulitkan untuk melindungi konsumen, maka peran Otoritas Jasa Keuangan sebagai lembaga negara independen dapat dikedepankan untuk melindungi konsumen dan masyarakat agar tidak terjadi penyalahgunaan yang dilakukan oleh aplikasi pinjaman online.

B. Konsumen

Pengertian konsumen dilihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 1 Ayat 2 Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain. Sedangkan menurut istilah konsumen berasal dari bahasa Inggris *consumer* dan dalam bahasa Belanda *konsument*. Di Amerika dikenal dengan sebutan *consumer*.²²

Az. Nasution menjelaskan beberapa batasan tentang konsumen antara lain:²³

- a. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
- b. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang atau jasa lain atau untuk diperdagangkan.
- c. Konsumen akhir adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang/jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidup

²². Celina Tri Siwi Kristiyanti. 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika. Halaman 22-23

²³. *Ibid.*, Halaman 25

pribadinya, keluarga dan atau rumah tangga dan tidak untuk diperdagangkan kembali.

Sebagai konsumen memiliki hak yang ditentukan berdasarkan undang-undang, hal ini dapat dilihat di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang membagi hak-hak konsumen antara lain:

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;

9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Konsumen, selain memiliki hak juga memiliki kewajiban berdasarkan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen antara lain:

1. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian atau pemanfaatan barang dan/atau jasa, demi keamanan dan keselamatan;
2. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan/atau jasa;
3. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati;
4. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

Salah satu dari hak konsumen adalah mendapatkan kenyamanan, keamanan, keselamatan mengkonsumsi barang atau jasa yang digunakan, maka hal ini merupakan hal wajib diperhatikan oleh pelaku usaha terhadap konsumen dikarenakan sudah merupakan hak yang harus dipenuhi.

C. Transaksi *E-Commerce*

Pada tahun 1970-an, aplikasi E-Business pertama kali dikembangkan dan digunakan sebagai transaksi pembayaran melalui internet yang disebut dengan Electronic Fund Transfer (EFT). Dalam perkembangan berikutnya, diketemukannya Elektronik Data Interchange (EDI) yang digunakan untuk mentransfer data secara rutin, seperti data dokumen-dokumen sampai pada

transaksi keuangan. Pada tahun 1990 dimana teknologi WWW, semakin maju karena tidak hanya menampilkan data saja melainkan sudah mampu menampilkan data gambar, suara, animasi bahkan video. Pada tahun 2000-an, perkembangan e-Business, semakin pesat dimana banyak perusahaan-perusahaan di Amerika, Eropa, Asia bahkan Indonesia telah beralih dalam konsep memasarkan produk-produknya melalui internet.²⁴

Teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi menempati peran dan posisi amat strategis karena menghadirkan suatu tata-dunia baru tanpa batas, jarak, ruang dan waktu, yang berdampak pada peningkatan produktivitas dan efisien. Sehingga dapat dikatakan bahwa saat ini teknologi informasi membawa dampak penting, terutama dibidang perdagangan.

Saat ini perdagangan tidak hanya dapat dilakukan dalam dunia nyata, tetapi juga dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi informasi. E-commerce merupakan transaksi dagang antara penjual dengan pembeli untuk menyediakan barang, jasa atau mengambil alih hak. Kontrak antara pembeli dan penjual ini dilakukan dengan media elektronik; para pihak tidak hadir secara fisik. Mengingat sifat internet yang borderless, maka transaksi dalam perdagangan elektronik terlepas dari batas wilayah dan nasional.²⁵

1. Transaksi Komersial Elektronik

Transaksi komersial elektronik (*e-commerce*), pada prinsipnya merupakan hubungan hukum berupa pertukaran barang dan jasa antara penjual dan pembeli

²⁴Deasy Purwaningtias, dkk, 2020. "E-BUSINESS" *Konsep Dasar E-Business di Era Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu halaman 1

²⁵Dian Mega Erianti Renouw, 2018. *Perlindungan Hukum E-commerce*. Jakarta : Pramuka Grafika halaman 14

yang memiliki prinsip dasar sama dengan transaksi konvensional, namun dilaksanakan dengan pertukaran data melalui media yang tidak berwujud (internet), dimana para pihak tidak perlu bertatap muka secara fisik.

Pada umumnya, transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) dibagi menjadi lima jenis, yaitu:

1) Business to Business (B2B)

Transaksi B2B merupakan transaksi, dimana kedua belah pihak yang melakukan transaksi adalah suatu perusahaan.

2) Business to Consumer (B2C)

Transaksi B2C, merupakan transaksi antara perusahaan dengan konsumen atau individu. Transaksi B2C meliputi pembelian produk secara langsung oleh konsumen melalui internet.

3) Customer to Customer (C2C)

Transaksi C2C merupakan transaksi, dimana individu saling menjual barang satu sama lain.

4) Customer to Business (C2B)

Transaksi C2B, merupakan transaksi yang memungkinkan individu menjual barang pada perusahaan.

5) Customer to Government (C2G)

Transaksi C2G merupakan transaksi, dimana individu dapat melakukan transaksi dengan pemerintah.²⁶

²⁶Sugeng, *Op.Cit.*, halaman 118

2. Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Transaksi Komersial Elektronik

1) Pembeli atau Konsumen (*Buyer*)

Hak pembeli adalah menerima jasa dan barang yang dibeli, kewajibannya adalah membayar sesuai harga dan waktu yang disepakati.

2) Penjual (*Merchant*)

Hak penjual adalah menerima pembayaran sesuai dengan harga dan waktu yang disepakati, sedangkan kewajiban penjual adalah menyerahkan barang atau jasa sesuai kesepakatan.

3) Provider (*Webhosting*)

Hak provider sebagai penyelenggara transaksi elektronik adalah menerima pembayaran sewa space hosting dari penjual yang menggunakan webhosting tersebut untuk situs transaksi online, sedangkan kewajiban dari provider adalah menyediakan space hosting, memberikan data dan informasi yang benar, menjamin keamanan saat transaksi berlangsung, memastikan bahwa proses transmisi data berlangsung dengan baik, serta menjamin bahwa data yang ditransmisikan bukan merupakan data ilegal atau melanggar ketentuan hukum.

4) Bank

Hak dari bank adalah menerima pembayaran jasa keuangan dari pihak yang menggunakan jasa tersebut, termasuk biaya transfer dan biaya administrasi, sedangkan kewajiban bank adalah menjamin bahwa uang

yang ditransaksikan sampai ke tujuan, serta menjamin keamanan saat transaksi berlangsung.

5) Jasa Pengangkutan (*Cargo*)

Hak dari pihak jasa pengangkutan adalah menerima pembayaran atas jasa cargo/pengangkutan, sedangkan kewajibannya adalah mengangkut barang yang diinstruksikan sampai ke tujuan dan memastikan bahwa barang tersebut tidak rusak selama pengiriman.²⁷

3. Hubungan *e-Business* & *e-Commerce*

Perdagangan elektronik atau *e-commerce* merupakan bagian dari *e-Business*, dimana cakupan *e-Business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga kolaborasi mitra bisnis, pelayanan nasabah, sumber daya manusia, lowongan pekerjaan dan lain lain. Selain teknologi jaringan *www*, *e-Business* juga memerlukan teknologi basis data.

Dalam prosesnya, setiap bisnis tentu tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya interaksi dengan pihak eksternal dari organisasi itu sendiri, seperti para supplier, customer, investor, kreditur, pemerintah dan media. interaksi ini akan difasilitasi melalui aplikasi *e-commerce* yang dimaksud. Karena itu, pada saat merancang dan membangun aplikasi *e-commerce* tersebut harus sudah direncanakan dengan benar, agar fitur-fitur yang ada nantinya dapat memfasilitasi interaksi-interaksi tersebut.

4. Positif dan Negatif *e-Commerce* dan *e-Business*

²⁷*Ibid.*, halaman 119

Menerapkan konsep *e-Business* bukan berarti proses bisnis menjadi bebas hambatan, karena tentu saja setiap langkah yang ditempuh memiliki sisi positif dan negatifnya. Adapun sisi positif penerapan *e-commerce* dan *e-Business* adalah sebagai berikut.

1. Revenue stream baru yang mungkin lebih menjanjikan dan tidak bisa ditemui di sistem transaksi tradisional.
2. Dapat meningkatkan pangsa pasar (market exposure).
3. Menurunkan biaya operasional (operating cost).
4. Melebarkan jangkauan (global reach).
5. Meningkatkan customer loyalty
6. Memperpendek waktu produksi dan pemasaran
7. Meningkatkan mata rantai pendapatan (value chain)

Sedangkan sisi negative penerapan *e-commerce* dan *e-Business* adalah sebagai berikut :

1. Pencurian informasi rahasia yang berharga. Tindakan ini bisa menyingkap semua informasi rahasia organisasi kepada pihak-pihak yang tidak berhak dan dapat mengakibatkan kerugian yang besar bagi si korban.²⁸
2. Kehilangan kesempatan bisnis karena gangguan pelayanan. Kesalahan ini bersifat kesalahan non-teknis seperti aliran listrik padam atau jaringan yang tidak berfungsi.

²⁸*Ibid.*, halaman 3

3. Kehilangan kepercayaan dari para konsumen. Ini karena berbagai macam factor seperti usaha yang dilakukan dengan sengaja oleh pihak lain yang berusaha menjatuhkan reputasi perusahaan tersebut.
4. Penggunaan akses ke sumber oleh pihak yang tidak berhak. Misal pembobolan sebuah sistem perbankan oleh hacker, kemudian memindahkan sejumlah rekening orang lain ke rekeningnya sendiri.
5. Kerugian yang tidak terduga. Disebabkan oleh gangguan yang dilakukan dengan sengaja, ketidak jujuran, praktek bisnis yang tidak benar, dan kesalahan faktor manusia atau kesalahan sistem elektronik.²⁹

Sumber lain menyatakan kekurangan atau kelemahan dalam transaksi *e-commerce* terdapat pada perlindungan konsumen dalam dunia. Apabila kelemahan tersebut tidak mendapat perlindungan maka akan berdampak pada:

1. Bagi organisasi/perusahaan

a. Keamanan sistem rentan diserang

Terdapat sejumlah laporan mengenai website dan basis data yang di-*hack* dan berbagai kelemahan keamanan dalam software. Hal ini dialami oleh sejumlah perusahaan besar seperti Microsoft dan lembaga perbankan. Masalah keamanan ini menjadi sangat penting karena bila pihak lain yang tidak berwenang bisa menembus sistem maka dapat menghancurkan bisnis yang berjalan.

b. Persaingan tidak sehat

²⁹*Ibid.*, halaman 4

Tekanan untuk berinovasi dan membangun bisnis dengan memanfaatkan kesempatan yang ada dapat memicu terjadinya illegal, yaitu penjiplakan ide dan perang harga.

- c. Masalah kompatibilitas teknologi lama dengan yang lebih baru. Dengan perkembangan dan inovasi yang melahirkan teknologi baru, sering muncul masalah sistem bisnis yang lama tidak dapat berkomunikasi dengan infrastruktur berbasis web dan internet. Hal ini memaksa perusahaan menjalankan dua sistem independen yang tidak dapat saling berbagi. Hal ini mengakibatkan pembengkakan biaya.

2. Bagi Konsumen

- a. Perlunya keahlian computer

Tanpa menguasai keahlian computer, mustahil konsumen dapat berpartisipasi dalam *e-commerce*. Pengetahuan dasar computer, antara lain pengetahuan mengenai internet dan web sangat diperlukan.

- b. Biaya tambahan untuk mengakses internet.

Untuk ikut serta dalam *e-commerce* dibutuhkan koneksi internet yang stabil dan tentu saja ini akan menambah pos pengeluaran bagi konsumen itu sendiri.

- c. Biaya peralatan komputer

Komputer diperlukan untuk mengakses internet. Tentu saja dibutuhkan biaya lagi untuk mendapatkannya. Perkembangan computer yang sangat pesat menyarankan konsumen untuk juga meng-*update* peralatannya apabila tidak ingin ketinggalan teknologi.

d. Risiko bocornya privasi dan data pribadi

Segala hal mungkin terjadi saat konsumen mengakses internet untuk menjalankan *e-commerce*, termasuk risiko bocornya data pribadi karena ulah orang lain yang ingin membobol sistem.

- e. Berkurangnya waktu untuk berinteraksi secara langsung dengan orang lain transaksi *E-Commerce* yang berlangsung secara *online* telah mengurangi waktu konsumen untuk dapat melakukan proses sosial dengan orang lain. hal ini tidak baik karena dikhawatirkan akan dapat mengurangi rasa kepedulian qaaterhadap lingkungan sekitarnya.
- f. Berkurangnya rasa kepercayaan karena konsumen berinteraksi hanya dengan kompuer yang akan menyebabkan terjadinya penipuan.

3. Bagi Masyarakat

a. Berkurangnya interaksi antarmanusia

Masyarakat lebih sering berinteraksi secara elektronik sehingga dimungkinkan terjadi kurangnya kemampuan sosial dan personal manusia untuk bersosialisasi dengan orang lain secara langsung.

b. Kesenjangan sosial

Terdapat bahaya potensial karena dapat terjadi kesenjangan sosial antara orang-orang yang memiliki kemampuan teknis dalam *e-commerce* dengan yang tidak. Orang yang memiliki keahlian digaji lebih tinggi daripada yang tidak.

c. Adanya sumber daya yang terbuang

Munculnya teknologi baru akan membuat teknologi lama akan semakin tertinggal dan tidak dimanfaatkan lagi. Misalnya dengan computer model lama atau software model lama yang sudah tidak relevan untuk digunakan.

d. Sulitnya mengatur internet

Sejumlah kriminalitas telah terjadi di internet dan banyak yang tidak terdeteksi. Jumlah jaringan yang terus berkembang semakin luas dan jumlah pengguna yang semakin banyak seringkali membuat pihak berwenang kesulitan dalam membuat peraturan untuk internet.³⁰

Electronic Commerce atau disingkat dengan *E-Commerce* adalah kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan perdagangan perantara (*intermediateries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan computer (*computer network*) yaitu internet. Pengguna sarana internet merupakan suatu kemajuan teknologi yang dapat dikatan menunjang secara keseluruhan spektrum kegiatan komersial.

Dalam pengertian ini yang dimaksud *E-Commerce* merupakan suatu transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan, atau peralihan hak. Transaksi komersial ini terdaat di dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan pada

³⁰Candra Ahmadi, *Op.Cit.*, halaman 37

para pihak dan keberadaan media ini dalam publik network atas system yang berlawanan dengan private network (sistem tertutup).³¹

Dalam kamus *Black's Dictionary Seventh Edition e-Commerce* didefinisikan:

“E-Commerce, The practice of buying and selling goods and services through online consumer services on the internet. The a shortened form of electronic , has become a popular prefix for other terms associated with electronic transaction”

Disini dapat dikatakan bahwa pengertian *e-commerce* yang dimaksud adalah pembelian dan penjualan barang dan jasa dengan menggunakan jasa konsumen online di internet. Model transaksi seperti ini dikenal dengan istilah *electronic transaction*.

E-Commerce juga dapat diartikan sebagai suatu proses berbisnis dengan memakai teknologi elektronik yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen dan masyarakat dalam bentuk transaksi elektronik dan pertukaran/penjualan barang, servis, dan informasi secara elektronik.³²

³¹Abdul Halim Barkatullah, 2017. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung : Nusamedia halaman 23

³²*Ibid.*, halaman 24

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengaturan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* berdasarkan hukum positif Indonesia

Negara Indonesia secara tegas dinyatakan dalam konstitusi sebagai negara hukum (*rechtstaat*) dan bukan negara kekuasaan (*maachtstaat*). Ini berarti bahwa segala penyelenggaraan pemerintahan dan kehidupan masyarakat harus dilaksanakan berdasarkan hukum dan tidak berdasarkan kekuasaan semata. Apalagi salah satu unsur negara hukum menuntut penghormatan terhadap hak asasi manusia yang dijamin oleh UUD 1945 Konstitusi (Amandemen) sebagai hukum dasar dalam bernegara bagi pemerintahan, masyarakat, dan individu sebagai warga negara.³³

Indonesia sebagai Negara hukum, hal ini dapat dilihat dari Pasal 1 Ayat 3 UUD 1945 yang menyatakan Negara Indonesia adalah Negara hukum. Maka dari itu implikasinya adalah seluruh penyelenggaraan harus berdasarkan hukum. termasuk dengan pembahasan pada penelitian ini mengenai data pribadi. Apalagi data pribadi merupakan suatu hak wajib dilindungi karena merupakan Hak Asasi Manusia, sebagaimana dijelaskan di dalam Pasal 28 G Ayat 1 yang menyatakan: setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan,

³³ Harisman. 2019. *LEGAL SETTINGS FOR USE OF THE RIGHT TO SELECT AS HUMAN RIGHTS IN INDONESIA*. The 1st Multi-Disciplinary International conference University Of Asahan 2019 Thema: The Role of Science in Development in the Era of Industrial Revolution 4.0 based on Local Wisdom." in Sabty Garden Hotel-Kisaran North Sumatra, March 23rd, 2019 Halaman 181

martabat, dan harta benda yang dibawah kekuasaanya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi. Jimly Asshidiqie menjelaskan bahwa Negara modern menempatkan Hak Asasi Manusia sebagai substansi yang inti dan memiliki posisi penting di dalam Konstitusi.³⁴ Maka aturan mengenai data pribadi harus dilakukan dalam bentuk peraturan perundang-undangan.

Sebagaimana telah dijelaskan di dalam Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, yang menjelaskan pengertian konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdangan.

Penjelasan konsumen di dalam kepustakaan ekonomi dikenal konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya. Maka dari itu pengertian konsumen dalam undang-undang konsumen adalah konsumen akhir.³⁵

Konsumen dalam menjalankan kegiatan pembelian suatu barang atau jasa memiliki beberapa hak-hak. Hak-hak tersebut secara umum dikenal dengan 4 hak

³⁴Harisman. 2021. *Protection of Human Rights in the Amendment of the 1945 Constitution of The Republic of Indonesia*. Jurnal *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 549. Halaman 387

³⁵Ahmadi Miru, 2015 *Hukum Perlindungan Konsumen* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada Halaman 4

dasar konsumen yaitu: Hak untuk mendapat keamanan, hak untuk mendapatkan informasi, hak untuk memilih, hak untuk didengar.³⁶

Keempat hak dasar tersebut diakui secara Internasional, dalam perkembangannya organisasi-organisasi konsumen yang tergabung dalam *The Internasional Organization of Concumer Union* menambah lagi beberapa hak, seperti hak mendapatkan pendidikan konsumen, hak mendapatkan ganti kerugian dan hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Namun tidak semua organisasi konsumen menerima penambahan hak-hak tersebut. Seperti di Indonesia oleh YLKI memutuskan untuk menambahkan satu hak lagi sebagai pelengkap empat hak dasar konsumen, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat sehingga keseluruhannya dikenal sebagai pancahak konsumen.³⁷

Hak-hak konsumen di Indonesia diatur di dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, antara lain:

1. hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;

³⁶ Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2019 *Hukum Perlindungan Konsumen* Jakarta : Sinar Grafika Halaman 30

³⁷ *Ibid.*, Halaman 31

4. hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
8. hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Berdasarkan bunyi pasal yang menjelaskan hak-hak konsumen yang dipaparkan tersebut tidak ada satupun bunyi ayat yang secara spesifik menyatakan hak atas keamanan data pribadi konsumen, yang disebutkan adalah terdapat hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.

Salah satu hak konsumen yaitu hak keamanan yaitu konsumen berhak mendapatkan keamanan dari barang atau jasa yang ditawarkan kepadanya. Produk barang dan jasa itu tidak boleh membahayakan jika dikonsumsi sehingga konsumen tidak dirugikan baik secara jasmani dan rohani.³⁸ Dalam penjelasan

³⁸Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, Halaman 33

tersebut lebih mengarah keamanan konsumen terhadap penggunaan barang atau jasa, bukan keamanan atas data pribadi konsumen.

Data dan informasi yang dijamin oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah informasi mengenai barang dan jasa, bukan informasi mengenai data privasi konsumen.³⁹Oleh karena itu, konsumen di Indonesia tidak memiliki dasar hukum yang menjamin hak privasi sebagai konsumen. Dalam hal ini masih terjadi kekosongan hukum sehingga perilaku pelaku usaha tidak menghormati hak privasi atas data privasi konsumen. Sehingga pada akhirnya konsumenlah yang dirugikan oleh perilaku pelaku usaha tersebut.⁴⁰

Undang-Undang Perlindungan Konsumen juga tidak melarang promosi yang menggunakan data-data privasi masyarakat yang didapat tanpa persetujuan masyarakat tersebut. Pasal 9 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen hanya melarang menawarkan, memproduksi, mengiklankan suatu barang dan atau jasa secara tidak benar dan atau seolah-olah:⁴¹

1. Barang tersebut telah memenuhi dan/atau memiliki potongan harga, harga khusus, standar mutu tertentu, gaya atau mode tertentu, karakteristik tertentu, sejarah atau guna tertentu;
2. Barang tersebut dalam keadaan baik dan/atau baru;
3. Barang dan/atau jasa tersebut telah mendapatkan dan/atau memiliki sponsor, persetujuan, perlengkapan tertentu, keuntungan tertentu, ciri-ciri kerja atau aksesori tertentu;

³⁹ Sinta Dewi Rosadi, 2015 *Cyber Law* Bandung : PT Refika Aditama Halaman 97

⁴⁰*Ibid.*, Halaman 99

⁴¹*Ibid.*, Halaman 98-99

4. Barang dan/atau jasa tersebut dibuat oleh perusahaan yang mempunyai sponsor, persetujuan atau afiliasi;
5. Barang dan/atau jasa tersebut tersedia;
6. Barang tersebut tidak mengandung cacat tersembunyi;
7. Barang tersebut merupakan kelengkapan dari barang tertentu;
8. Barang tersebut berasal dari daerah tertentu;
9. Secara langsung atau tidak langsung merendahkan barang dan/atau jasa lain;
10. Menggunakan kata-kata yang berlebihan, seperti aman, tidak berbahaya, tidak mengandung risiko atau efek sampingan tanpa keterangan yang lengkap;
11. Menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti.

Berdasarkan penjelasan tersebut memang Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak mengatur sama sekali tentang data pribadi. Bahkan tidak mengatur bentuk promosi yang melibatkan data pribadi konsumen sekalipun. Sedangkan aktivitas konsumen pada saat ini rentan menggunakan data pribadi sebagai syarat untuk melakukan transaksi, terkhusus transaksi tersebut memanfaatkan media teknologi dan informasi, seperti pada *e-commerce*, karena sebelum melakukan transaksi pada *e-commerce* harus terlebih dahulu melalui beberapa tahapan pendaftaran dengan menyertakan identitas pribadi sebelum dapat menggunakannya.

Apabila dicermati di dalam hak-hak konsumen yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, terdapat hak-hak yang diatur dalam perundang-

undangan lain, yakni pada Pasal 4 Poin i yang menyatakan: hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya. Artinya terdapat hak-hak konsumen yang diatur dalam perundang-undangan lain, termasuk aktifitas konsumen yang dalam transaksi *e-commerce*.

Teknologi internet memudahkan kehidupan manusia, baik dalam komunikasi, melakukan transaksi elektronik, berbelanja, melakukan *video conference*, melakukan peradilan secara elektronik. Teknologi menghubungkan masyarakat secara tidak terbatas, pengembangan teknologi memiliki peluang untuk melakukan usaha di bidang bisnis teknologi namun harus menjunjung tinggi prinsip persaingan usaha sehat dan prinsip kehati-hatian, namun dibalik pengembangan teknologi internet yang baik, terdapat oknum yang menyalahgunakan kepintarannya untuk mencuri data pribadi dan memperjual belikannya di dark web.⁴²

Perkembangan kemajuan teknologi telah memberikan dampak signifikan terhadap kehidupan sosial di seluruh dunia, teknologi menawarkan banyak fasilitas yang terutama melalui konektivitas internet sehingga memudahkan orang untuk mendapatkan akses data dan informasi termasuk data pribadi seseorang secara lebih mudah.⁴³ Dalam transaksi *e-commerce* diciptakan transaksi bisnis yang lebih praktis tanpa kertas dan dalam transaksi *e-commerce* dapat tidak bertemu secara langsung para pihak yang melakukan transaksi, sehingga dapat dikatakan *e-commerce* menjadi penggerak ekonomi baru dalam bidang teknologi. Perkembangan transaksi *e-commerce* menunjukkan adanya peningkatan yang

⁴² Rizky P.P. Karo Karo, 2020 *Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia* Bandung : Nusa Media Halaman 7

⁴³ Sinta Dewi Rosadi, Op.Cit., Halaman 4

signifikan, tidak saja di Negara-negara maju tetapi di Negara-negara berkembang, khususnya Indonesia. banyak keuntungan yang ditawarkan *e-commerce* yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara-cara transaksi konvensional.⁴⁴

Pada umumnya terdapat keuntungan yang diperoleh pedagang dan konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Keuntungan bagi pedagang dalam penggunaan *e-commerce* antara lain:⁴⁵

1. Dapat digunakan sebagai lahan untuk menciptakan pendapatan yang sulit atau tidak dapat diperoleh melalui cara konvensional, seperti memasarkan langsung produk atau jasa, menjual informasi, iklan, membuka *cybermall*, dan sebagainya
2. Menurunkan biaya operasional. Berhubungan langsung dengan pelanggan melalui internet dapat menghemat kertas dan biaya telepon, tidak perlu menyiapkan tempat ruang pameran, staf operasional yang banyak, gudang yang besar dan sebagainya
3. Memperpendek *product cycle* dan *management supplier*. Perusahaan dapat memesan bahan baku atau produk supplier langsung seketika ada pemesanan sehingga perputaran barang lebih cepat dan tidak perlu gudang besar untuk menyimpan produk tersebut
4. Melebarkan jangkauan. Pelanggan dapat menghubungi perusahaan/penjual dari manapun di seluruh dunia
5. Waktu operasi tidak terbatas. Bisnis melalui internet dapat dilakukan selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu

⁴⁴ Abdul Halim Barkatullah, 2020 *Hukum Transaksi Elektronik* Bandung : Nusa Media
Halaman 25

⁴⁵ *Ibid.*, Halaman 26

6. Pelayanan ke pelanggan lebih baik. Melalui internet pelanggan bisa menyampaikan kebutuhan maupun keluhan secara langsung sehingga perusahaan dapat meningkatkan pelayanannya.

Sedangkan keuntungan bagi konsumen dalam transaksi *e-commerce* antara lain:

1. *Home Shopping*. Pembeli dapat melakukan transaksi dari rumah sehingga dapat menghemat waktu, menghindari kemacetan, dan menjangkau toko-toko yang jauh dari lokasi
2. Mudah melakukan. Tidak perlu pelatihan khusus untuk bisa belanja atau melakukan transaksi melalui internet
3. Pembeli memiliki pilihan yang sangat luas dan dapat membandingkan produk maupun jasa yang ingin dibelinya
4. Tidak dibatasi waktu. Pembeli dapat melakukan transaksi kapan saja selama 24 jam per hari, 7 hari per minggu
5. Pembeli dapat mencari produk yang tidak tersedia atau sulit diperoleh di pasar tradisional.

Transaksi elektronik untuk perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, telah menjadi bagian dari perdagangan nasional dan internasional. Kini konvergensi teknologi informasi, media dan informatika terus berkembang seiring dengan penemuan baru teknologi informasi, media dan komunikasi. Dalam hal ini, kegiatan melalui media sistem elektronik meskipun bersifat virtual, dapat dikategorikan sebagai tindakan atau perbuatan hukum yang nyata.⁴⁶

⁴⁶ Dian Mega Erianti Renouw, 2018 *Perlindungan Hukum E-Commerce* Yogyakarta : Yayasan Taman Pustaka Halaman 107

Transaksi jual beli yang dilakukan melalui *e-commerce* pada dasarnya merupakan transaksi jual beli yang memiliki prinsip dasar sama dengan transaksi jual beli konvensional, maka transaksi jual beli melalui media *e-commerce* juga terdiri dari tahapan penawaran dan penerimaan.⁴⁷ Tahapan tersebut antara lain:

1. Penawaran

Menurut Mariam Darius Badruzaman, penawaran merupakan suatu ajakan untuk masuk kedalam suatu perjanjian yang mengikat. Dalam transaksi *e-commerce* penawaran biasanya dilakukan oleh penjual dan dapat ditujukan kepada alamat email calon pembeli atau dilakukan melalui website sehingga siapa saja dapat melihat penawaran tersebut

2. Penerimaan

Penerimaan dapat dinyatakan melalui website atau surat elektronik. Dalam transaksi melalui website biasanya terdapat tahapan-tahapan yang harus diikuti oleh calon pembeli, yaitu:

- a) Mencari barang dan melihat deskripsi barang
- b) Memilih barang dan menyimpannya dalam kereta belanja
- c) Melakukan pembayaran setelah yakin akan barang yang akan dibelinya. Dengan menyelesaikan ketiga tahapan transaksi ini, maka calon pembeli dianggap telah melakukan penerimaan dan demikian telah terjadi kontrak elektronik
- d) Perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia salah satu hal yang mendorong perkembangannya adalah bahwa *e-commerce*

⁴⁷ Yapiter Marpi, 2020 *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce* Tasikmalaya : PT Zona Media Mandiri
Halaman 96

dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan dapat mengakses informasi yang diperlukan setiap saat.⁴⁸

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia dipelopori oleh Lazada, yaitu sebuah toko *online* dengan alamat email website www.Lazada.Co.Id munculnya toko *online* ini pada tahun 2012 dilatarbelakangi oleh jenis bisnis yang serupa yaitu www.amazon.com. Lazada menjadi toko buku pertama di Indonesia yang menjual buku melalui internet. Telaah mengadakan kerja sama dengan penerbit buku Mc Graw dan John Willey & Son.⁴⁹

Transaksi *e-commerce* di Indonesia memiliki tiga mekanisme yang berbeda, yaitu transaksi dan pembayaran yang dilakukan secara *online*, transaksi dilakukan secara *online* dan pembayaran dilakukan setelah barang diterima pembeli, serta transaksi dan pembayaran dilakukan di dunia nyata. Perkembangan transaksi *e-commerce* di Indonesia belum sepesat di Negara-negara lain, *e-commerce* di Indonesia masih berjalan pada skala kecil, rendahnya angka transaksi ini disebabkan oleh berbagai hal, antara lain: kurangnya penguasaan teknologi dan belum adanya undang-undang yang mengatur mengenai transaksi *e-commerce*.⁵⁰ Belum adanya undang-undang yang mengatur secara tegas menyebabkan rentannya terjadinya kebocoran data pribadi konsumen pada *e-commerce*.

Seperti pada tahun 2020 sebanyak 1,1 Juta data konsumen bocor, pihak Lazada mengatakan bahwa insiden terkait keamanan data di Singapura itu, melibatkan database khusus Redmart yang di-hosting oleh penyedia layanan

⁴⁸*Ibid.*, Halaman 96-97

⁴⁹*Ibid.*, Halaman 97

⁵⁰*Ibid.*, Halaman 99

pihak ketiga.⁵¹ Artinya kebocoran data pribadi dapat meresahkan konsumen, namun hal ini menjadi dilematis dikarenakan di dalam undang-undang perlindungan konsumen tidak mengatur data pribadi, padahal di dalam Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Tentunya hal ini tidak terlepas dari sudah tidak relevannya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, sudah lebih dari dua puluh tahun berlaku dan belum ada pembaharuan sama sekali.

Bagi rakyat dan pemerintah Negara Republik Indonesia kebutuhan adanya suatu kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi para pelaku *e-commerce* semakin penting, bermanfaat dan urgen. Karena pengguna jaringan internet sangat meningkat di Negara Republik Indonesia sejak awal abad 21. Seperti: Global Web Index menunjukkan bahwa Negara Republik Indonesia masih menjadi Negara utama selain Meksiko.⁵²

Hukum mengawal pelbagai aktifitas, seluruh kehidupan manusia di setiap saat. Sebelum manusia itu lahir hukum sudah mulai mencampuri urusannya, begitu pula setelah lahir hingga meninggal dunia dan ketika jasadnya sudah dimakamkan bahkan setelah meninggal hukum masih bersinggungan dengan harta peninggalan orang tersebut. Hukum melahirkan hak kepada seorang anak yang lahir yakni hak atas ibu dan bapak. Hukum juga membebani

⁵¹ Nasional Tempo. <https://nasional.tempo.com/> Diakses Pada Tanggal 1 April 2022 Pukul 14.00 Wib

⁵² Dian Mega Erianti Renouw, *Op.Cit.*, Halaman 106

kewajiban kepada orang tua terhadap bayi yang baru dilahirkan itu. Hukum menjadikan manusia dan atau badan hukum sebagai subjek hukum.⁵³

Interdependensi dan interaksi antara teknologi dan manusia adalah hal yang lumrah, biasa sehingga untuk mencegah terjadinya kerugian baik materil atau imateril dalam penggunaan teknologi maka diperlukan hukum sebagai sarana pengendalian, sarana menciptakan ketertiban umum, sarana mewujudkan keadilan bermartabat.⁵⁴ Maka dari itu lahirlah Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang memberikan hak-hak konsumen yang baru

Sebelum direvisi Undang-Undang Informasi transaksi elektronik terdiri dari 13 bab dan 54 pasal yang merupakan rezim hukum baru untuk mengatur kegiatan *cyber space* di Indonesia. beberapa aspek penting yang diatur di dalam Undang-Undang Informasi Transaksi Elektronik salah satunya ialah aspek perlindungan *privacy* yang mana penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data tentang pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan dari orang yang bersangkutan, kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan.⁵⁵

Pasca lahirnya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 dan kemudian diperbaharui menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. memberikan aturan mengenai data pribadi yang disebutkan di dalam Pasal 26 Ayat 1 yang berbunyi: Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundangundangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang

⁵³ Rizki P.P. Karo Karo, *Op.Cit.*, Halaman 8

⁵⁴ *Ibid.*, Halaman 9

⁵⁵ Abdul Halim Barkatullah, *Op.Cit.*, Halaman 5-7

menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan. Bunyi pasal tersebut menjelaskan terdapat hak konsumen atas data pribadi miliknya untuk penggunaan harus memiliki persetujuan terlebih dahulu.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka aturan data pribadi konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce* diatur di dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, sedangkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak ada mengatur mengenai data pribadi konsumen dalam melakukan transaksi *e-commerce*. Hal ini menandakan aturan mengenai data pribadi konsumen belum dilakukan unifikasi dalam peraturan perundang-undangan.

B. Perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi di *e-commerce* ditinjau dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Pasal 4 Poin i Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, hak konsumen salah satunya ialah hak yang diatur di dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lain. Maka dari itu Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan atribusi kepada peraturan perundang-undangan yang lain untuk mengatur hak-hak konsumen dalam rangka perlindungan terhadap konsumen.

Rumusan pengertian perlindungan konsumen yang terdapat dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen tersebut cukup memadai. Kalimat yang menyatakan segala upaya menjamin adanya kepastian hukum, diharapkan sebagai benteng untuk meniadakan tindakan

sewenang-wenang yang merugikan oleh pelaku usaha hanya demi untuk kepentingan perlindungan konsumen.⁵⁶(ahmad amiru, 20xx : 1

Secara umum sejarah gerakan perlindungan konsumen terbagi dalam empat tahapan, tahapan I (1881-1914), tahapan II (1920-1940), tahapan III (1950-1960), tahapan IV (pasca-1965).⁵⁷

1. Tahapan I (1881-1914)

Kurun waktu ini titik awal munculnya kesadaran masyarakat untuk melakukan gerakan perlindungan konsumen. Pemicunya hysteria massal akibat novel karya Upton Sinclair berjudul *The Jungle*, yang menggambarkan cara kerja pabrik pengolahan daging di Amerika Serikat yang sangat tidak memenuhi syarat-syarat kesehatan

2. Tahapan II (1920-1940)

Pada kurun waktu ini muncul pula buku berjudul *your money's worth* karya Chase dan Schlink. Karya ini mampu menggugah konsumen menggugah konsumen atas hak-hak mereka dalam jual beli. Pada kurun waktu ini muncul slogan *deal, best buy*.

3. Tahapan III (1950-1960)

Pada decade 1950an ini muncul keinginan untuk mempersatukan gerakan perlindungan konsumen dalam lingkup internasional. Dengan diprakarsai oleh wakil-wakil gerakan konsumen dari Amerika Serikat, Inggris Belanda, Australia, dan Belgia, pada 1 April 1960 berdiri Internasional *Organization of Consumer Union*. Semula organisasi ini berpusat di Den

⁵⁶Ahmadi Miru, *Op.Cit.*, Halaman 1

⁵⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, Halaman 2-3

Haag, Belanda lalu pindah ke London, Inggris pada 1993. Dua tahun kemudian IOCU mengubah namanya menjadi *Consumen Internasional*.

4. Tahapan IV (Pasca-1965)

Pasca 1965 sebagai masa pematangan gerakan perlindungan konsumen, baik di tingkat regional maupun internasional. Sampai saat ini dibentuk lima kantor regional, yakni Amerika Latin dan Karibia berpusat di Chile, Asia Pasifik berpusat di Malaysia, Afrika berpusat di Zimbabwe, Eropa timur dan Tengah berpusat di Inggris dan Negara-negara maju juga berpusat di London Inggris.

Dilihat dari sejarahnya, gerakan perlindungan konsumen di Indonesia baru benar-benar dipopulerkan sekitar 20 tahun lalu, yakni dengan berdirinya suatu lembaga swadaya masyarakat yang bernama Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI). Setelah YLKI, kemudian muncul beberapa organisasi serupa, antara lain Lembaga Pembinaan dan Perlindungan LP2K di Semarang yang berdiri sejak Februari 1998. Di luar itu, dewasa ini cukup banyak lembaga swadaya masyarakat serupa berorientasi pada kepentingan pelayanan konsumen, seperti yayasan lembaga bina konsumen Indonesia di Bandung dan perwakilan YLKI di berbagai provinsi di tanah air.⁵⁸ Maka dari itu lahirlah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Lex general, peraturan yang umum tentang perlindungan konsumen di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Salah satu pertimbangan dibentuknya undang-undang tersebut ialah

⁵⁸*Ibid.*, Halaman 15

bahwa untuk meningkatkan harkat dan martabat konsumen perlu meningkatkan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi dirinya serta menumbuhkan kembangkan sikap pelaku usaha yang bertanggungjawab.⁵⁹

Alasan yang dapat dikemukakan untuk menerbitkan peraturan perundang-undangan yang secara khusus mengatur dan melindungi kepentingan konsumen dapat disebutkan sebagai berikut:⁶⁰

1. Konsumen memerlukan pengaturan tersendiri, karena dalam suatu hubungan hukum dengan penjual, konsumen merupakan pengguna barang dan jasa untuk kepentingan diri sendiri dan tidak untuk diproduksi ataupun diperdagangkan
2. Konsumen memerlukan sarana atau acara hukum tersendiri sebagai upaya guna melindungi atau memperoleh haknya.

Tujuan perlindungan konsumen sebagaimana dijelaskan pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen menjelaskan:

1. Meningkatkan kesadaran, kemampuan dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri;
2. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa;
3. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan, dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen;

⁵⁹ Rizky P.P. Karo Karo, *Op.Cit.*, Halaman 112

⁶⁰ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Op.Cit.*, Halaman 49

4. Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi;
5. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha;
6. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

Seperti diketahui bahwa Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan tujuan perlindungan konsumen antara lain adalah untuk mengangkat harkat kehidupan konsumen, maka untuk maksud tersebut berbagai hal yang membawa akibat negatif dari pemakaian barang dan atau jasa harus dihindarkan dari aktivitas perdagangan pelaku usaha. Sebagai upaya untuk menghindari akibat negatif pemakaian barang atau jasa tersebut, maka undang-undang menentynkan berbagai larangan.⁶¹

Larangan pelaku usaha dijelaskan di dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Pasal 8 antara lain:

1. Pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang dan/atau jasa yang :
 - a. tidak memenuhi atau tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan ketentuan peraturan perundangundangan;

⁶¹ Ahmadi miru, *Op.Cit.*, Halaman 63

- b. tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan sebagaimana yang dinyatakan dalam label atau etiket barang tersebut;
- c. tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan dan jumlah dalam hitungan menurut ukuran yang sebenarnya;
- d. tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan atau kemanjuran sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- e. tidak sesuai dengan mutu, tingkatan, komposisi, proses pengolahan, gaya, mode, atau penggunaan tertentu sebagaimana dinyatakan dalam label atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut;
- f. tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/atau jasa tersebut;
- g. tidak mencantumkan tanggal kadaluwarsa atau jangka waktu penggunaan/pemanfaatan yang paling baik atas barang tertentu;
- h. tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan "halal" yang dicantumkan dalam label;
- i. tidak memasang label atau membuat penjelasan barang yang memuat nama barang, ukuran, berat/isi bersih atau netto, komposisi, aturan pakai, tanggal pembuatan, akibat sampingan, nama dan alamat pelaku usaha serta keterangan lain untuk penggunaan yang menurut ketentuan harus di pasang/dibuat;

- j. tidak mencantumkan informasi dan/atau petunjuk penggunaan barang dalam bahasa Indonesia sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
2. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang yang rusak, cacat atau bekas, dan tercemar tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar atas barang dimaksud.
3. Pelaku usaha dilarang memperdagangkan sediaan farmasi dan pangan yang rusak, cacat atau bekas dan tercemar, dengan atau tanpa memberikan informasi secara lengkap dan benar.
4. Pelaku usaha yang melakukan pelanggaran pada ayat (1) dan ayat (2) dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa tersebut serta wajib menariknya dari peredaran.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen adalah Instrumen hukum yang efektif melindungi konsumen, akan tetapi perlindungan tersebut terbatas sekali, karena undang-undang tersebut hanya berlaku terhadap subjek hukum yang berdomisili dalam yurisdiksi hukum Indonesia. Kenyataannya, liberalisasi perdagangan melahirkan konsekuensi berupa aktifitas bisnis yang dapat diselenggarakan melalui komunikasi jarak jauh, sehingga aktivitas bisnis semacam itu memungkinkan konsumen melakukan transaksi dengan memanfaatkan teknologi komunikasi.⁶²

Penting dicatat bahwa peningkatan aktifitas perdagangan secara elektronik juga mendorong peningkatan ancaman terhadap masalah privasi. Untuk

⁶² Iman Sjahputra 2017. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik* Bandung : PT Alumni Bandung Halaman 145

melaksanakan transaksi ini konsumen harus membuka beberapa informasi penting yang sifatnya sangat pribadi seperti: nama, alamat, dan nomor kartu kredit yang dapat membahayakan pemilik data-data tersebut. Yang menjadi masalah adalah bahwa data-data pribadi konsumen sering disalahgunakan.⁶³ Dalam Pasal 4 Poin 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memiliki hak untuk mendapatkan perlindungan secara patut. Ketentuan ini juga perlu ditafsirkan secara luas sehingga perlindungan konsumen meliputi perlindungan terhadap data pribadi konsumen yang melakukan transaksi secara elektronik.

Perkembangan teknologi informasi telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas dan menyebabkan perubahan sosial yang secara signifikan berlangsung demikian cepat, dimana teknologi informasi saat ini menjadi pedang bermata dua, karena selain memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan, kemajuan dan peradaban manusia, sekaligus menjadi sarana efektif perbuatan melawan hukum.⁶⁴

Kebijakan Pemerintah Republik mengatasi masalah perdagangan *online* adalah Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Undang-undang tersebut diharapkan mempunyai dampak kegiatan perekonomian di Negara Republik Indonesia.⁶⁵

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Trsansaksi Elektronik selain mengatur pemanfaatan teknologi informasi juga mengatur transaksi elektronik. Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang

⁶³*Ibid.*, Halaman 157

⁶⁴ Dian Mega Erianti Renouw, *Op.Cit.*, Halaman 23

⁶⁵*Ibid.*, Halaman 23

dilakukan dengan menggunakan komputer dan atau media elektronik lainnya.⁶⁶ Dalam perkembangannya Undang-Undang Transaksi Elektronik sudah direvisi menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik memiliki dasar pertimbangan, sejarah pembentukan dan pengundangannya, pada awalnya, Rancangan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik merupakan pernyataan dua rancangan undang-undang yang disusun oleh dua kementerian, yaitu Departemen Perhubungan RI dan Departemen Perindustrian dan Perdagangan RI, yang bekerja sama dengan lembaga kajian hukum dan teknologi Universitas Indonesia, tim dari Fakultas Hukum Padjajaran, serta tim asistensi dari Institut Teknologi Bandung.

Pada tanggal 5 September 2005 berdasarkan surat Presiden RI No.R/70/Pres/9/2005, naskah rancangan undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik secara resmi disampaikan kepada Dewan Perwakilan Rakyat pada tanggal 21 April 2008, undang-undang ini disahkan dengan demikian proses pengundangan undang-undang tersebut berlangsung sekitar lima tahun. Oleh karena itu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang terdiri dari 13 bab dan 54 Pasal ini merupakan undang-undang yang relative baru baik dari segi waktu pengundangannya dan juga segi materi diatur.

Tujuan dari lahirnya Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana dijelaskan di Pasal 3 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008

⁶⁶*Ibid.*, Halaman 23

sebagai diubah menjadi Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 adalah: Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Transaksi Elektronik dilaksanakan berdasarkan asas kepastian hukum, manfaat, kehati-hatian, iktikad baik, dan kebebasan memilih teknologi atau netral teknologi.

Kegiatan transaksi elektronik diatur di beberapa Pasal dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yakni pada pasal 9 dijelaskan, Pelaku usaha yang menawarkan produk melalui Sistem Elektronik harus menyediakan informasi yang lengkap dan benar berkaitan dengan syarat kontrak, produsen, dan produk yang ditawarkan. Lebih lanjut dalam Pasal 10 Ayat 1 dan 2 dijelaskan Setiap pelaku usaha yang menyelenggarakan Transaksi Elektronik dapat disertifikasi oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan. Pada ayat 2 dijelaskan Ketentuan mengenai pembentukan Lembaga Sertifikasi Keandalan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Mengenai transaksi elektronik diatur pada Pasal 17 Ayat 1-3 yang berbunyi:

1. Penyelenggaraan Transaksi Elektronik dapat dilakukan dalam lingkup publik ataupun privat.
2. Para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) wajib beriktikad baik dalam melakukan interaksi dan/atau pertukaran Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik selama transaksi berlangsung.
3. Ketentuan lebih lanjut mengenai penyelenggaraan Transaksi Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Hal yang dilarang dalam transaksi elektronik dijelaskan di dalam Pasal 27 Ayat 1-4 yang berbunyi:

1. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan yang melanggar kesusilaan.
2. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan perjudian.
3. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik.
4. Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan pemerasan dan/atau pengancaman.

Akan tetapi ketentuan larangan tersebut merupakan keranah pidana sedangkan mengenai penyalahgunaan data pribadi dari aspek hukum bisnis sebelumnya diatur pada Pasal 26 Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, yang berbunyi: setiap orang yang dilanggar haknya sebagaimana dimaksud pada Ayat 1 dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan undang-undang ini.

Berdasarkan penjelasan Pasal 26 Ayat 1 Undang-Undang Transaksi Elektronik bahwa dalam pemanfaatan teknologi informasi, perlindungan data pribadi merupakan salah satu bagian dari hak pribadi. Hak pribadi mengandung pengertian sebagai berikut: a.hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan. b hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa tindakan memata-matai. c hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang.⁶⁷

Pemerintah telah berupaya untuk meningkatkan dan mempertegas pengaturan tersebut dengan menambah ketentuan Pasal 26 dengan penambahan 3 ayat, yakni ayat 3, ayat 4 dan ayat 5 dalam Undang-Undang Transaksi Elektronik.⁶⁸

Dan dapat dilihat dalam Pasal 26 Ayat 1-2 yang berbunyi:

1. Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan.
2. Setiap Orang yang dilanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan Undang-Undang ini. Lebih lanjut dijelaskan di dalam Ayat 3-5 yang berbunyi:
3. Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada

⁶⁷ Rizki P.P. Karo Karo, *Op.Cit.*, Halaman 127

⁶⁸ *Ibid.*, Halaman 127

di bawah kendalinya atas permintaan Orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.

4. Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan mekanisme penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sudah tidak relevan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
5. Ketentuan mengenai tata cara penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4) diatur dalam peraturan pemerintah.

C. Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen atas perlindungan data pribadi konsumen menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Prinsip tentang tanggung jawab merupakan perihal yang sangat penting dalam hukum perlindungan konsumen. Dalam kasus-kasus pelanggaran hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisis siapa yang harus bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab dapat dibebankan kepada pihak-pihak terkait. Terdapat beberapa prinsip tanggungjawab terhadap konsumen antara lain:⁶⁹

1. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Unsur Kesalahan.

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan (*fault liability* atau *liability based on fault*) adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum pidana dan perdata. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya

⁶⁹ Celina Ti Siwi Kristiyanti. *Op., Cit.* Halaman 92

pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh.⁷⁰Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya, Pasal 1365 KUH Perdata, yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu:⁷¹

1. Adanya perbuatan;
2. Adanya unsur kesalahan;
3. Adanya kerugian yang diderita;
4. Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

2. Prinsip Praduga Untuk Selalu Bertanggung Jawab

Prinsip ini menyatakan, tergugat selalu dianggap bertanggung jawab (presumption of liability principle), sampai ia dapat membuktikan ia tidak bersalah. Jadi, beban pembuktian ada pada si tergugat. Dalam hukum pengangkutan, khususnya pengangkutan udara, prinsip tanggung jawab ini pernah diakui, sebagaimana dapat dilihat dalam Pasal 17, 18 ayat (1), Pasal 19 jo. Pasal 20 Konvensi Warsawa 1929 atau Pasal 24,25,28 jo. Pasal 29 Ordonansi Pengangkutan Udara No. 100 Tahun 1939, kemudian dalam perkembangannya dihapuskan dengan Protokol Guatemala 1971.⁷²

Berkaitan dengan prinsip tanggung jawab ini, dalam doktrin hukum pengangkutan khususnya, dikenal empat variasi:⁷³Pengangkut dapat

⁷⁰*Ibid.*, Halaman 93

⁷¹*Ibid.*,

⁷²*Ibid.*, Halaman 94

⁷³*Ibid.*, Halaman 95

membebaskan diri dari tanggung jawab kalau ia dapat membuktikan, kerugian ditimbulkan oleh hal-hal di luar kekuasaannya.

- a. Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, ia mengambil suatu tindakan yang diperlukan untuk menghindari timbulnya kerugian.
- b. Pengangkut dapat membebaskan diri dari tanggung jawab jika ia dapat membuktikan, kerugian yang timbul bukan karena kesalahannya.
- c. Pengangkut tidak bertanggung jawab jika kerugian itu ditimbulkan oleh kesalahan/kelalaian penumpang atau karena kualitas/mutu barang yang diangkut tidak baik.

Aktivitas ekonomi dirasakan hidup bila tercipta suasana yang mendukung kelancaran arus produksi barang dan jasa dari produsen ke konsumen. Globalisasi ekonomi ditandai dengan perdagangan bebas belum banyak memberikan perbaikan ekonomi Indonesia. Anggapan bahwa perdagangan bebas menguntungkan konsumen dalam bentuk mutu dan harga barang, barangkali masih merupakan mitos yang diciptakan untuk mempertahankan dominasi perusahaan produsen atas konsumen dalam sistem ini.⁷⁴

Akibat dari kebocoran data pribadi konsumen pada saat melakukan transaksi pada *e-commerce*, tentunya terdapat kerugian yang dialami konsumen baik materil maupun inmateril, melihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan beberapa opsi yang dapat digunakan oleh konsumen.

⁷⁴*Ibid.*, Halaman 175

Sengketa konsumen di sini dibatasi pada sengketa perdata. Masuknya suatu sengketa/perkara ke depan pengadilan bukanlah karena kegiatan sang hakim, melainkan karena inisiatif dari pihak yang bersengketa dalam hal ini penggugat baik itu produsen ataupun konsumen. Pengadilan yang memberikan pemecahana atas hukum perdata yang tidak dapat bekerja di antara pihak secara sukarela. Dalam hubungan ini Sapjipto Rahardjo mengatakan; Pembicaraan mengenai bekerjanya hukum dalam hubungan dengan proses peradilan secara konvensional melibatkan pembicaraan tentang kekuasaan kehakiman, prosedur beperkara dan sebagainya. Sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 48 yaitu: Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan megacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memerhatikan ketentuan dalam pasal 45 di atas”.⁷⁵

Penunjukan Pasal 45 dalam hal ini, lebih banyak tertuju pada ketentuan tersebut dalam ayat (4). Artinya penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan hnaya dimungkinkan apabila:

- a. Para pihak belum memilih upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, atau
- b. Upaya penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan, dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa.

Satu hal yang harus diingat, bahwa cara penyelesaian sengketa melalui pengadilan menggunakan hukum acara yang umum berlaku selama ini, yaitu HIR/RBg. Penyelesaian sengketa yang timbul dalam dunia bisnis, merupakan

⁷⁵*Ibid.*,

masalah tersendiri, karena apabila para pelaku bisnis menghadapi sengketa tertentu, maka dia akan berhadapan dengan proses peradilan yang berlangsung lama dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, sedangkan dalam dunia bisnis, penyelesaian sengketa yang dikehendaki adalah yang dapat berlangsung cepat dan murah. Di samping itu, penyelesaian sengketa dalam dunia bisnis diharapkan sedapat mungkin tidak merusak hubungan bisnis selanjutnya dengan siapa dia pernah terlibat suatu sengketa. Hal ini tentu sulit ditemukan apabila pihak yang bersangkutan membawa sengketanya ke pengadilan, karena proses penyelesaian sengketa melalui pengadilan (litigasi), akan berakhir dengan kekalahan salah satu pihak dan kemenangan pihak lainnya.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen memberikan opsi untuk dilakukan upaya penyelesaian di luar pengadilan, sebagaimana dijelaskan pada Pasal 47 “Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk “menjamin” tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen”. Dan dengan penjelasan “Bentuk jaminan yang dimaksud dalam hal ini berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut”.

Konsumen Pasal 47 ini tidak jelas, apabila penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan (*agreement*), maka logika hukum akan menunjuk bentuk penyelesaian sengketa

secara mediasi atau konsiliasi oleh BPSK, dan bukan secara arbitrase oleh karena hasil akhir penyelesaian melalui arbitrase adalah putusan.

Mengenai bentuk dan besarnya ganti kerugian yang dapat diperoleh melalui kesepakatan kiranya yang dapat dipahami, namun mengenai “tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi atau terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen” menjadi sulit dimengerti setelah dihubungkan dengan penjelasannya, Penjelasan memperlihatkan bahwa yang terjadi bukan kesepakatan (*agreement*) tetapi pernyataan sepihak oleh Pelaku Usaha.

Penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau yang lebih dikenal dengan *Alternative Dispute Resolution* (ADR) dapat ditempuh dengan berbagai cara. ADR tersebut dapat berupa arbitrase, mediasi, konsiliasi, *minitrial*, *summary jury trial*, *settlement conference* serta bentuk lainnya. Sedangkan dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, arbitrase dibedakan dari alternatif penyelesaian sengketa, karena yang termasuk dalam alternatif penyelesaian sengketa, karena yang termasuk dalam alternatif penyelesaian sengketa hanya konsultasi, negosiasi, media, konsiliasi dan penilaian ahli.

Sebagaimana halnya yang terjadi dalam transaksi yang bersifat konvensional yang segala sesuatunya dilaksanakan dengan menggunakan kertas (*paper based transaction*), kemungkinan munculnya sengketa diantara pihak-pihak yang bertransaksi melalui e-commerce pun tidak bisa dihindari. Timbulnya sengketa diantara para pihak dalam suatu transaksi baik yang *paper based transaction* maupun *paperless transaction* adalah hal yang wajar dan alami. Hal ini

karena pihak-pihak yang mengoperasikan dalam transaksi e-commerce adalah manusia yang tidak lepas dengan sifat lupa dan ingin menang sendiri. Sengketa seringkali diawali oleh suatu keadaan ketika salah satu pihak merasa tidak puas atas suatu prestasi yang diberikan oleh pihak lainnya. Dalam proses sengketa, penyampaian ketidakpuasan atas suatu prestasi dapat menimbulkan konflik atau perdebatan. Jika dalam perdebatan tersebut tidak dicapai kata sepakat, maka akan berkepanjangan dan membawa kedua pihak kepada kebutuhan akan suatu proses peradilan. Dalam kondisi demikian, peradilan merupakan tempat bergantungnya harapan atas suatu penyelesaian sengketa yang seadil-adilnya bagi para pihak yang bersengketa.⁷⁶

Demikian halnya dengan penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi jual beli secara elektronik (*e-commerce*) terjadi disebabkan karena adanya salah satu pihak yang merasa tidak puas dalam transaksi jual beli tersebut. Penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi jual beli elektronik berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen adalah dengan jalan dilakukan penyelesaian melalui pengadilan dan melalui LPSK. Hal ini secara tegas dinyatakan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Setiap konsumen yang dirugikan dapat menggugat pelaku usaha melalui lembaga yang bertugas menyelesaikan sengketa antara konsumen dan pelaku usaha atau melalui peradilan yang berada di lingkungan peradilan umum. Beberapa hal yang kiranya perlu diperhatikan. Pertama, pihak konsumen yang bersengketa tersebut haruslah konsumen yang dimaksud dalam UU no. 8 tahun 1999 yaitu pemakai, pengguna

⁷⁶ Yapiter Marpi.*Op.,Cit* Halaman 158

dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup diri, keluarga atau rumah tangganya dan tidak untuk tujuan komersil. Dan kedua, produk yang disengketakan haruslah produk konsumen artinya produk tersebut merupakan barang dan/atau jasa yang umum dipakai, digunakan untuk dimanfaatkan bagi memenuhi kepentingan diri, keluarga dan/atau rumah tangga konsumen.⁷⁷

Penyelesaian sengketa konsumen dapat ditempuh melalui peradilan atau diluar pengadilan berdasarkan pilihan sukarela para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa konsumen ini tidak menutup kemungkinan penyelesaian damai oleh para pihak yang bersengketa. Pada setiap tahap diusahakan untuk menggunakan penyelesaian damai oleh kedua belah pihak yang bersengketa. Dalam penyelesaian sengketa diluar pengadilan ditempuh, tidaklah berarti bawah menghilangkan tanggung jawab pidana sebagaimana diatur dalam undang-undang. Apabila telah dipilih upaya penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan, gugatan melalui pengadilan hanya dapat ditempuh apabila upaya tersebut dinyatakan tidak berhasil oleh salah satu pihak atau oleh para pihak yang bersengketa. Gugatan atas pelanggaran pelaku usaha dapat dilakukan oleh:⁷⁸

- a. Seorang konsumen yang dirugikan atau ahli waris yang bersangkutan;
- b. Sekelompok konsumen yang mempunyai kepentingan sama;
- c. LPKSM yang memenuhi syarat, yaitu berbentuk badan hukum atau yayasan, yang dalam anggaran dasarnya menyebutkan dengan tegas bahwa tujuan didirikannya organisasi tersebut adalah untuk kepentingan perlindungan

⁷⁷*Ibid.*, Halaman 159

⁷⁸*Ibid.*, Halaman 160

konsumen dan telah melaksanakan kegiatan sesuai dengan anggaran dasarnya;

- d. Pemerintah dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau instansi terkait apabila barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan mengakibatkan kerugian materi yang besar dan/atau korban yang tidak sedikit.

Gugatan yang diajukan oleh sekelompok konsumen, LPKSM atau pemerintah yang diajukan kepada peradilan umum dan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku. Penyelesaian sengketa konsumen diluar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk menjamin tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. Bentuk jamin yang dimaksudkan adalah berupa pernyataan tertulis yang menerangkan bahwa tidak akan terulang kembali perbuatan yang telah merugikan konsumen tersebut. Sengketa konsumen dapat diselesaikan dengan cara penyelesaian sebagai berikut:⁷⁹

1. Penyelesaian sengketa secara damai;

Maksud penyelesaian sengketa secara damai adalah penyelesaian yang dilakukan kedua belah pihak yang bersengketa dalam hal pelaku usaha dan konsumen tanpa melalui pengadilan atau BPSK dan tidak bertentangan dengan UU perlindungan Konsumen. Dengan penyelesaian secara damai ini, dimaksudkan penyelesaian sengketa antara para pihak dilakukan melalui cara-cara

⁷⁹*Ibid.*, Halaman 161-162

damai. Perundingan secara musyawarah dan /atau mufakat antar para pihak yang bersangkuan. Penyelesaian sengketa dengan cara ini disebut pula sebagai penyelesaian sengketa secara kekeluargaan. Dengan cara penyelesaian sengketa dengan cara damai ini, sesungguhnya ingin diusahakan bentuk penyelesaian yang mudah, muah dan relatif lebih cepat.

2. Penyelesain sengketa melalui lembaga atau instansi yang berwenang

Penyelesain sengketa ini adalah penyelesaian sengketa melalui peradilan umum atau melalui lembaga yang khusus dibentuk oleh Undang-Undang. Penyelesaian sengketa melalui peradilan umum diselesaikan dengan menggunakan ketentuan yang berlaku bagi peradilan umum. Badan yang dibentuk oleh Undang-Undang adalah Badan Penyelesaian sengketa Konsumen (BPSK). Badan ini dibentuk disetiap daerah Tingkat II. BPSK dibentuk untuk menyelesaikan sengketa konsumen diluar pengadilan. Badan ini memiliki tugas dan wewenang, yaitu:

- a. Menyelesaikan sengketa konsumen melalui mediasi, arbitrase, atau konsiliasi;
- b. Memberikan konsultasi perlindungan konsumen;
- c. Pengawasan klasula baku;
- d. Melapor kepada penyidik umum apabila terjadi pelanggaran undang-undang ini;
- e. Menerima pengaduan dari konsumen, lisan atau tertulis, tentang dilanggarnya perlindungan konsumen;
- f. Melakukan penelitian dan pemeriksaan sengketa konsumen;

- g. Memanggil pelaku usaha pelanggar;
- h. Menghadiri saksi, saksi ahli dan/atau setiap orang yang dianggap mengetahui pelanggaran itu;
- i. Meminta bantuan penyidik untuk menghadirkan merka tersebut dalam huruf g apabila tidak mau memenuhi panggilan;
- j. Mendapatkan, meneliti, dan/atau menilai surat, dokumen atau alat-alat bukti lain guna penyidikan dan/atau pemeriksaan;
- k. Memutuskan dan menetapkan ada tidaknya kerugian konsumen;
- l. Memberitahukan keputusan kepada pelaku usaha pelanggar undang-undang; dan
- m. Menjatuhkan sanksi administratif kepada pelaku usaha pelanggar undang-undang.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pengaturan hukum terhadap data pribadi konsumen berdasarkan hukum positif di Indonesia jika dilihat dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen belum memberikan kepastian hukum atas data pribadi konsumen, sedangkan jika dilihat dari Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik disebutkan di dalam Pasal 26 bahwa untuk menggunakan data pribadi milik orang lain harus melalui persetujuan orang tersebut.
2. Perlindungan terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi di *e-commerce* ditinjau dari Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, belum memberikan kepastian hukum terhadap konsumen yang mengalami kebocoran data pribadi, meskipun dijelaskan di dalam Pasal 4 bahwasannya konsumen berhak mendapatkan hak kenyamanan, keamanan dan keselamatan. Namun hak tersebut berdasarkan doktrin yang dipaparkan lebih ke arah perlindungan konsumen dalam mengkonsumsi barang, tidak mengenai perlindungan data pribadi. Begitu juga di dalam Pasal lain tidak ada disinggung secara eksplisit di dalam undang-undang tersebut. Namun bentuk perlindungan konsumen dijelaskan di dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
3. Upaya hukum yang dapat dilakukan konsumen atas perlindungan data pribadi konsumen menurut Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang

Perlindungan Konsumen, terdapat 2 opsi yang dapat dilakukan oleh konsumen yang mengalami kebocoran data pribadi pada saat melakukan transaksi pada *e-commerce* yaitu dengan melakukan upaya gugatan ke pengadilan atau melalui upaya non litigasi seperti melalui mediasi, konsiliasi, dan negosiasi, hal ini tertuang di dalam Pasal 48 yaitu: Penyelesaian sengketa konsumen melalui pengadilan mengacu pada ketentuan tentang peradilan umum yang berlaku dengan memerhatikan ketentuan dalam Pasal 45, dan mengenai Pasal 45 menjelaskan Penyelesaian sengketa konsumen di luar pengadilan diselenggarakan untuk mencapai kesepakatan mengenai bentuk dan besarnya ganti rugi dan/atau mengenai tindakan tertentu untuk “menjamin” tidak akan terjadi kembali atau tidak akan terulang kembali kerugian yang diderita oleh konsumen. meskipun transaksi melalui *e-commerce*, ketentuan di dalam pasal tersebut tetap digunakan. Atau opsi terakhir melakukan penyelesaian melalui peradilan arbitrase.

B. Saran

1. Seharusnya dibuat suatu aturan perundang-undangan yang mengatur secara rinci mengenai data pribadi konsumen di Indonesia, dikarenakan semakin maraknya penyalahgunaan data pribadi yang merugikan konsumen dalam melakukan transaksi pada *e-commerce*
2. Seharusnya undang-undang perlindungan konsumen direvisi karena sudah tidak relevan lagi dengan perkembangan zaman pada saat ini, terlebih

aktifitas masyarakat dalam hal jual beli sudah banyak menggunakan *e-commerce*

3. Seharusnya pihak *e-commerce* bertanggungjawab atas kebocoran data pribadi konsumen pada saat transaksi *e-commerce* karena sudah merupakan kewajibannya dan tertera di dalam regulasi di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Adi Nugroho, 2018. *E-Commerce*. Bandung : Informatika Bandung
- Abdul Halim Barkatullah, 2017. *Hukum Transaksi Elektronik*. Bandung : Nusamedia
- Ahmadi Miru, 2015. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Candra Ahmadi, 2013. *E-Business & E-Commerce*. Yogyakarta : CV Andi Offset.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2019. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Deasy Purwaningtias, 2020. "E-BUSINESS" *Konsep Dasar E-Business di Era Digital*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Dian Mega Erianti Renouw, 2018. *Perlindungan Hukum E-commerce*. Jakarta : Pramuka Grafika.
- Iman Sjahputra, 2017. *Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik*. Bandung : PT Alumni Bandung.
- Rizky P.P. Karo Karo, 2020. *Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia*. Bandung : Nusa Media.
- Sinta Dewi Rosadi, 2015. *Cyber Law*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sugeng, 2020. *Hukum Telematika Indonesia*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Wahyudi Djafar dan M. Jodi Santoso, 2019. *Perlindungan Data Pribadi Konsep Instrumen dan Prinsipnya*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Yapiter Marpi, 2020. *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Atas Keabsahan Kontrak Elektronik Dalam Transaksi E-commerce*. Tasikmalaya : PT Zona Media Mandiri.

B. Jurnal

- Anonim, <http://repository.uin-suska.ac.id/7119/3/BAB%20II.pdf>, Diakses pada tanggal 3 November 2021

- Harisman. 2020. *Community Rights Facing Criminal Law in a Human Rights Perspective*. Randwick International of Social Science (RISS) Journal Vol. 1 No 2 July 2020.
- . 2019. *LEGAL SETTINGS FOR USE OF THE RIGHT TO SELECT AS HUMAN RIGHTS IN INDONESIA*. The 1st Multi-Disciplinary International conference University Of Asahan 2019 Thema: The Role of Science in Development in the Era of Industrial Revolution 4.0 based on Local Wisdom.” in Sabty Garden Hotel-Kisaran North Sumatra, March 23rd, 2019
- . 2021. *Protection of Human Rights in the Amendment of the 1945 Constitution of The Republic of Indonesia*. *Jurnal Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 549.
- Teguh Syuhada Lubis. 2019. *Pelaksanaan Sita Jaminan Terhadap Objek Sengketa Yang berada di Tangan Pihak Ketiga dalam Penanganan Perkara Perdata*. *Jurnal Delegalata*, Vol, 4 Nomor 1 Januari-Juni 2019.

C. Internet

- Daniar Supriyadi. 2017. “Data Pribadi dan Dua Dasar Legalitas Pemanfaatannya”. <https://www.hukumonline.com/berita/baca/lt59cb4b3feb a88/data-pribadi-dan-dua-dasar-leg>
- Kbbi web id <https://kbbi.web.id/pribadi>. Diakses Pada Tanggal 10 April 2022
- Kompas.Com <https://money.kompas.com/read>. Diakses pada tanggal 3 November 2021
- Merdeka.com <https://www.merdeka.com/uang/kemenkop>. Diakses pada tanggal 3 November 2021
- Nasional Tempo. <https://nasional.tempo.co/read/1501790/>. Diakses pada tanggal 3 November 2021