

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama di Indonesia. Perkembangan yang terjadi, masuk ke dalam seluruh aspek kegiatan yang dijalani oleh masyarakat Indonesia terutama dengan kehadiran teknologi yang bernama internet. Internet merupakan jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit berinternet. Internet berperan penting dalam membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia melalui kemudahan komunikasi yang diberikan terlebih lagi manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, sehingga tidak pernah berhenti berinteraksi¹ dan bisa memfasilitasi transaksi dalam bidang perdagangan. Pada mulanya, perdagangan dilakukan dengan cara konvensional atau tradisional yang dimana pembeli dan penjual bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli, cara yang dilakukan tersebut terasa menguras tenaga dan waktu sebab pembeli harus datang menemui penjual untuk mendapatkan barangnya. Namun dengan perkembangan teknologi internet, pasar yang merupakan tempat terjadinya permintaan dan penawaran, pembelian dan penjualan mengalami perubahan. Penjual tidak harus memiliki toko untuk dapat berjualan melainkan cukup mendaftarkan ke media

¹ Prathama Rahardja, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Indonesia, 2008), hal.3

belanja *online*, begitupun dengan pembeli yang dapat membeli barang dengan mudah tanpa harus datang langsung. Pada Zaman yang modern ini, Internet dipergunakan untuk melakukan kegiatan bisnis meliputi transaksi jual beli dan secara perlahan menggantikan bisnis yang konvensional karena mudahnya penggunaan jaringan *online*.

Kegiatan perdagangan di masyarakat yang berkembang pesat dengan menggunakan internet dalam media maya dikenal dengan Elektronik *Commerce* atau dengan singkatannya yaitu *e-commerce*. *E-Commerce* merupakan kegiatan atau aktifitas bisnis yang menyangkut dalam hal konsumen, manufaktur, penyedia layanan dan perantara dagang menggunakan jaringan computer yang dinamakan internet. Dengan *e-commerce*, manusia tidak perlu bertemu dan cukup menggunakan sistem elektronik mulai dari pemilihan barang, melakukan pembayaran serta pengiriman barang dapat dilakukan secara *online*, maka dari itu diperlukan informasi yang benar dan akurat mengenai konsumen dan pelaku usaha sebagai suatu persyaratan yang mutlak. Banyak manfaat yang dapat diberikan oleh *e-commerce* kepada penjual atau pelaku usaha yang menjual produknya lewat *e-commerce*, tidak hanya kepada penjual, namun keuntungan juga dirasakan oleh pembeli atau yang disebut sebagai konsumen.² Dengan adanya pemasukan teknologi ke segala bidang kehidupan mengakibatkan melesatnya perkembangan perdagangan dalam *e-commerce*. Teknologi informasi

² Rizky Karo-Karo, *Penegakan Hukum Kejahatan Dunia Maya Melalui Hukum Pidana*, (Tangerang: FH Universitas Pelita Harapan, 2019), hal.6

mampu membentuk teknologi yang digunakan untuk menciptakan, menyimpan, mengubah dan menggunakan informasi dalam segala bentuknya. Melalui keuntungan yang diberikan teknologi informasi, perusahaan mikro, maupun menengah mampu memasuki pasar global. Perusahaan yang awalnya kecil seperti toko buku Amazon, portal Yahoo, dan perusahaan lelang sederhana *Ebay*, kini ketiganya menjadi perusahaan sukses dalam *e-commerce* dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk memperbesar usahanya. teknologi dalam bisnis perdagangan *e-commerce* bagi perusahaan dapat memberikan fleksibilitas produksi, memungkinkan pengiriman dan penyampaian penawaran ke pelanggan secara lebih cepat dan hemat, serta transaksi yang cepat tanpa kertas. Perkembangan dari internet menciptakan sebuah ruang *visual* yang menggantikan ruang fisik pada dunia ini.³

Banyaknya angka pengguna internet di Indonesia menunjukkan potensi yang besar dalam perdagangan *online* yang terjadi melalui *e-commerce*. Direktur Pemberdayaan Informatika, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, Septriana Tangkary menyatakan pertumbuhan nilai perdagangan elektronik (*e-commerce*) di Indonesia mencapai 78 persen, tertinggi di dunia, Sementara Meksiko berada di peringkat kedua, dengan nilai pertumbuhan 59 persen. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha perdagangan

³ Prasetyo Budi Widagdo, "Perkembangan E-commerce di Indonesia", <https://www.researchgate.net/profile/Prasetyo_Widagdo/publication/311650384_Perkembangan_Electronic_Commerce_E-Commerce_di_Indonesia/links/58525d44508ae95fd8e1d3fc9/Perkembangan-Electronic-Commerce-E-Commerce-di-Indonesia.pdf>, diakses pada tanggal 1 Agustus 2020

elektronik memiliki nilai ekonomi bagus, sehingga harus dimanfaatkan oleh para pelaku usaha, khusus pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) untuk menarik perhatian dari para konsumen.⁴

Namun terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pertumbuhan yang pesat dalam perdagangan elektronik yaitu mengenai data pribadi dari konsumennya yang menggunakan layanan *e-commerce* tersebut. Peneliti dari *Center for Indonesian Policy Studies* (CIPS) yaitu Ira Aprilianti memberikan pernyataan bahwa, perlindungan konsumen dalam hal *e-commerce* di Indonesia masih jauh dari kata cukup. Padahal pasar di Indonesia memiliki potensial untuk mengembangkan industri ini. Dari GlobalWebIndex, Indonesia adalah negara dengan tingkat pengguna *e-commerce* terbesar di dunia. Indonesia menghasilkan transaksi dalam *e-commerce* sebesar USD 20,3 juta pada tahun 2018. Jumlah tersebut meningkat sebesar USD 3,3 juta jika dibandingkan dengan 2017. Terdapat beberapa masalah yang menghambat pertumbuhan perdagangan *e-commerce* di Indonesia karena belum adanya regulasi yang mengatur perlindungan data pribadi.⁵ Dalam kegiatan perdagangan elektronik, data pribadi merupakan salah satu hal yang essensial terutama berkaitan dengan metode pembayaran, pemasaran dan penawaran sehingga diperlukan perlindungan untuk

⁴ Daon, "Kemkominfo: Pertumbuhan e-Commerce Indonesia Capai 78 Persen", <<https://kominfo.go.id/>>, diakses pada Tanggal 1 Agustus 2020

⁵ Ira Veratika, "Data Pribadi Sering Dijual Tanpa Izin, Perlindungan Konsumen E-Commerce di Indonesia Masih Nihil", <<https://www.pikiran-rakyat.com/teknologi/pr-01332643/data-pribadi-sering-dijual-tanpa-izin-perlindungan-konsumen-e-commerce-di-indonesia-nihil>>, diakses pada Tanggal 1 Agustus 2020

melindunginya. Pelindungan data pribadi sangat mempengaruhi perkembangan ekonomi digital di suatu negara termasuk Indonesia karena dengan adanya perlindungan tersebut menjadi faktor yang menimbulkan rasa kepercayaan dan keamanan yang merupakan hal penting dalam melakukan transaksi secara online. Dengan tidak adanya rasa keamanan maka pengguna selaku konsumen tidak akan melakukan transaksi online karena merasa privasi dan data pribadinya terancam. Ancaman yang datang seperti bagaimana data tersebut diproses yang merupakan data pribadi sensitif dari pengguna yang apabila disebarluaskan kepada pihak yang tidak bertanggung jawab akan menimbulkan kerugian yang dapat berupa finansial atau bahkan immaterial seperti keselamatan dari pemilikinya.⁶ Ancaman lain dari kebocoran data pribadi juga mengemuka dengan semakin berkembangnya sektor *e-commerce* di Indonesia, seperti kasus peretasan terhadap data-data pribadi pengguna sejumlah platform *e-commerce*. Dilihat dari pada *term of services* sejumlah *e-commerce* di Indonesia, mereka mengumpulkan data pribadi konsumen antara lain: nama, NIK, alamat, alamat email, nomor telepon, sebagian/potongan data dari anggota tubuh (data biometrik) sebelum dapat bergabung dengan *e-commerce* tersebut. Hal yang disayangkan adalah sampai sekarang belum ada standarisasi prinsip perlindungan data, yang menyebabkan minimnya pengakuan terhadap *right of data subject*.⁷

⁶ Sinta Dewi Rosadi dan Garry Gumelar Pratama, "Pelindungan Privasi dan Data Pribadi dalam Era Ekonomi Digital Indonesia" *Padjajaran Jurnal of Law*, Vol 4, Nomor 1 Juni 2018, hal.89

⁷ ELSAM, "Penyalahgunaan Data Pribadi Meningkat, Perlu Akselerasi Proses Pembahasan RUU Perlindungan Data Pribadi" <https://elsam.or.id/5806-2/>, diakses pada Tanggal 1 Agustus 2020

Dengan semakin banyaknya *e-commerce* di Indonesia, penyalahgunaan data pribadi juga semakin bertambah. Kalimat pesan seperti “Selamat anda memenangkan hadiah uang tunai sebesar seratus juta”, “Silahkan transfer uang tunai sebesar sepuluh juta ke nomor rekening xxxxxx sebagai pembayaran pajak pemenang undian” dan masih banyak lagi seringkali ditemukan dalam layanan *short message service* (SMS) ataupun aplikasi telekomunikasi lain seperti *whatsapp*. Selain pesan elektronik, terkadang oknum jahat yang mengaku sebagai *sales* ataupun penyedia jasa tertentu juga seringkali memberikan panggilan telepon. Pihak-pihak tersebut dapat mengetahui nomor pribadi karena adanya kebocoran data pribadi bisa melalui pelaku usaha yang tidak beritikad baik maupun melalui *e-commerce*.⁸ Data pribadi yang berkenaan dengan kependudukan dan demografis di Indonesia seperti NIK, E-KTP dan Kartu Keluarga merupakan hal yang penting untuk dilindungi agar tidak mudah dieksploitasi. Terdapat beberapa bentuk penyalahgunaan data seperti penjualan data, profiling data, pemasaran, penelitian, bahkan termasuk pemantauan. Hal yang tidak diinginkan lagi dari penyalahgunaan data pribadi digunakan untuk tindakan kriminal seperti pembuatan akun palsu, penipuan dalam jaringan, pencucian uang, pasar palsu dan juga transaksi ilegal. Oleh karena itu, diperlukan rangkaian perlindungan dan aturan yang komprehensif berkenaan dengan data pribadi.⁹

⁸ Rizky Karo-Karo, *Penegakan Hukum Kejahatan Dunia Maya Melalui Hukum Pidana*, (Tangerang, FH Universitas Pelita Harapan, 2019), hal 153

⁹ Lia Sautunnida, “UU Pelindungan Data Pribadi di Indonesia, Studi Perbandingan Hukum Inggris dan Malaysia”, *Jurnal Hukum FH Universitas Syiah Kuala*, Vol.20, Nomor 2 Agustus 2018, hal. 370

Di Tanah Air Indonesia, pelanggaran terhadap penggunaan data pribadi terjadi dalam beberapa sektor. Dalam dunia perbankan, data pribadi ditukar menggunakan sistem *sharing* dimana informasi mengenai data pribadi nasabah ditukar antara sesama *card center*, memberikan informasi yang berhubungan dengan pemegang kartu kredit kepada pihak ketiga atau diperjualbelikan di antara bank sendiri ataupun melalui pihak ketiga termasuk dalam halnya transaksi. Dalam praktik kesehatan, diperjualbelikan atau diberikan data-data pasien untuk keperluan asuransi, kesempatan kerja, mendapatkan program bantuan pemerintah tanpa diketahui oleh pasien. Pada platform transportasi *online*, data nomor telepon pengguna digunakan bukan untuk tujuan awal pengumpulan data tersebut, bahkan dapat digunakan untuk mengancam pengguna tersebut karena penumpang memberikan penilaian yang buruk atau dapat mengganggu kenyamanan dari pengguna dalam bentuk mengirimkan pesan-pesan pribadi yang tidak ada kaitannya dengan penggunaan transportasi *online*. Pada transaksi belanja melalui *online marketplace*, teknologi *cookies* yang digunakan berpotensi untuk memanfaatkan data pribadi di antaranya pelacakan transaksi daring dimana di dalamnya terdapat preferensi belanja, lokasi belanja, data komunikasi, hingga alamat dari konsumen yang dapat membahayakan konsumen sebagai pengguna layanan *e-commerce* tersebut.¹⁰

¹⁰ Siti Yuniarti, “*Perlindungan Hukum Data Pribadi di Indonesia*”, Jurnal Becoss, Vol.1, No.1 September 2019 hal.145

Salah satu *e-commerce* terbesar di Indonesia adalah Tokopedia. Tokopedia merupakan salah satu *mall online* di Indonesia yang menjalankan model bisnis *marketplace* dan *mall online*. Wujud sebuah *mall online* yang mempertemukan penjual dan pembeli dan memungkinkan untuk terjadinya transaksi jual beli *online* dengan aman dan nyaman. Masih belum lama dalam menjalankan bisnis *marketplace*, Tokopedia sudah menjadi salah satu *online marketplace* dengan tingkat pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia, dari jumlah anggota, pengguna aktif, jumlah produk hingga jumlah transaksi pembelian dan penjualan setiap harinya. Tokopedia sudah mampu bersaing di pasar *marketplace* Indonesia, selain mempunyai metode yang berbeda dari pesaingnya Tokopedia mampu terus maju dalam persaingan bisnis *e-commerce*. Tokopedia tidak memiliki cabang perusahaan dan hanya memiliki kantor pusat yang berlokasi di Jakarta namun memiliki berbagai pengguna (penjual dan pembeli) di seluruh Indonesia.¹¹ Tokopedia mendapatkan laporan karena mengalami peretasan, yang jumlahnya diperkirakan sekitar 91 juta akun dan 7 juta akun *merchant*, sebelumnya diberitakan 15 juta akun. Padahal, Tokopedia menyatakan terdapat sekitar 91 juta akun aktif di platformnya di tahun 2019. Yang artinya hampir seluruh akun pengguna Tokopedia berhasil diretas. Pelaku menjual data di *darkweb* berupa user ID, email, nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, nomor handphone dan *password* yang masih tersandi. Semua dijual dengan harga US\$5.000 atau sekitar

¹¹ Sherly Etika Sari, "Pengaruh EWOM Terhadap Minat Konsumen yang di Mediasi oleh Ekuitas Merek", Tesis, Bandar Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2019, hal. 73

Rp74 juta. Bahkan terdapat 14.999.896 akun Tokopedia yang datanya saat ini dapat diunduh¹² Hal ini sangat mengerikan dan berbahaya bagi pengguna akun di Tokopedia sebab banyak perbuatan jahat yang dapat dilakukan akibat tersebarnya data pribadi tersebut. Perlindungan hukum terhadap konsumen sangat dibutuhkan untuk melindungi serta memberikan rasa keamanan dan kepercayaan kepada masyarakat guna terjaminnya data pribadi setiap individu terutama yang memakai *e-commerce*.

Ketentuan hukum yang mengatur mengenai perlindungan data pribadi di Indonesia dapat dikatakan masih sektoral yang dimana aturan-aturannya tersebar di berbagai peraturan perundang-undangan misalnya dalam dunia medis atau Kesehatan dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan mengatur tentang rahasia dari kondisi pribadi pasien, sedangkan dalam sektor perbankan yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan mengatur data pribadi mengenai nasabah penyimpan dan simpanannya. Selain itu pengaturan perlindungan privasi dan data pribadi juga terdapat dalam beberapa undang-undang yaitu Undang-Undang Nomor 36 Tahun 1999 tentang Telekomunikasi, Undang-Undang Nomor 39 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan (telah diubah dengan Undang-Undang No. 24 Tahun 2013) dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi

¹² “Kronologi Lengkap 91 Juta Akun Tokopedia Bocor dan Dijual”, <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual>>, diakses pada tanggal 3 Agustus 2020

Elektronik (telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016), serta Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang diperbarui dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Pelindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik. Indonesia hanya memiliki Rancangan Undang-Undang (RUU) Pelindungan Data pribadi yang tengah digodok di DPR namun belum disahkan sampai sekarang. Pembuatan RUU tersebut didasari dengan pengaturan yang sudah ada tentang privasi dan data pribadi dirasakan belum dapat memberikan pelindungan yang maksimal dengan perkembangan dari teknologi, Informatika, komunikasi dan adanya kebutuhan masyarakat, serta perkembangan pengaturan privasi dan data pribadi seiring berkembangnya zaman secara global dan praktik negara lain.¹³

Indonesia sebagai negara hukum harus melindungi dan menjamin HAM dari rakyatnya terutama dalam konsitusinya. Pelindungan dan pembentukan hukum yang efektif,tegas,komrehensif dan efisien sangat diperlukan yang bersangkutan dengan penggunaan data dan informasi agar perkembangan dapat dengan baik. Sebab sebuah aturan perundangan memiliki kekuatan hukum yang memaksa agar data dan informasi dilindungi sebagaimana seharusnya. Rancangan Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi harus segera disahkan menjadi Undang-Undang karena diyakini dapa melindungi data pribadi masyarakat Indonesia.

¹³ Sinta Dewi Rosadi dan Garry Gumelar Pratama, ” *Perlindungan Privasi dan Data Pribadi dalam Era Ekonomi Digital Indonesia* ” Padjajaran Jurnal of Law, Vol 4, No 1 Juni 2018, hal. 92

Banyak negara yang sudah mengatur perlindungan data pribadi sebagai hal primer, dari 180 lebih negara di dunia, 126 negara sudah mempunyai legislasi primer di perlindungan data pribadi termasuk negara-negara di ASEAN yang sudah lebih dulu menyiapkan UU Data Pribadi.¹⁴

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen sebagai pengguna layanan *e-commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana kasus kebocoran data pengguna tokopedia mempengaruhi kebutuhan hukum UU Pelindungan Data Pribadi di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada di atas tujuan diadakan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen sebagai pengguna layanan *e-commerce* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh kasus kebocoran data pengguna tokopedia terhadap kebutuhan hukum UU Pelindungan Data Pribadi di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Esensi dari suatu penelitian agar dapat memberikan manfaat. Manfaat dari penelitian ini adalah:

¹⁴ “Menunggu UU Pelindungan Data Pribadi” <<https://indonesia.go.id/narasi/indonesia-dalam-angka/sosial/menunggu-uu-perlindungan-data-pribadi>>, diakses pada Tanggal 4 Agustus 2020

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat mengenai perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen sebagai pengguna *e-commerce* ditinjau dari kasus kebocoran data pengguna Tokopedia (Nomor: 235/PDT.G/2020/PN.JKT.PST). Penelitian ini dapat pula sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya, dapat memperkaya ilmu pengetahuan.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini menjadi pelajaran dan pengalaman peneliti dalam berlatih melakukan penelitian agar dapat menjadi peneliti profesional khususnya dalam bidang hukum.

1.5 Sistematika Penulisan

Guna memberikan gambaran secara keseluruhan mengenai penulisan yang akan dilakukan oleh penulis, maka perlu dibuat sistematika penulisan dalam penulisan ini. Secara keseluruhan, penulisan penelitian hukum ini terbagi atas lima bab yaitu :

BAB I Yang pertama yaitu Pendahuluan. Dalam bab ini memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penulisan, manfaat penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka. Dalam bab ini memuat mengenai landasan teori dan landasan konseptual yang mencakup teori-teori dan konsep mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Sebagai Pengguna Layanan *E-commerce* Ditinjau

dari Kasus Kebocoran Data Pengguna Tokopedia
(Nomor:235/PDT.G/2020/PN.JKT.PST)

BAB III Metode Penelitian. Penulis menggunakan penelitian yuridis normatif. Sumber data yang digunakan dalam penulisan ini terdiri dari bahan hukum primer dan sekunder.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Dalam bab ini diuraikan secara lengkap mengenai hasil penelitian yang ditemukan dalam meneliti Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Sebagai Pengguna Layanan *E-commerce* Ditinjau dari Kasus Kebocoran Data Pengguna Tokopedia.Selanjutnya akan dibahas juga secara menyeluruh mengenai analisis perbandingan hukum atas kasus tersebut.

BAB V Penutup. Di dalam penutup ini akan diuraikan mengenai kesimpulan yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan,

