

Perlindungan Konsumen dalam Pemanfaatan Big Data oleh Pelaku Bisnis di Indonesia: Tinjauan Terhadap Regulasi dan Implementasi Praktik Bisnis

Muhammad Rizal¹ dan Erika Vivin Setyoningsih^{2,*}

¹ Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Siber Muhammadiyah, Yogyakarta, Indonesia

² Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, Jakarta, Indonesia

*) Corresponding E-mail: erikavivinsetyoningsih@gmail.com

Submitted: 20-12-2022; Reviewed: 21-01-2023; Revised: 26-03-2023; Accepted: 31-03-2023

DOI: [10.18196/jphk.v4i1.15189](https://doi.org/10.18196/jphk.v4i1.15189)

Abstrak

Hak konsumen merupakan sesuatu yang harus dilindungi oleh negara kepada konsumen untuk memberi kepastian hukum dalam berbisnis. Berkembang pesatnya transaksi bisnis menggunakan media elektronik menjadi *trend* di berbagai kalangan. Dalam melakukan transaksi bisnis secara daring di berbagai *marketplace*, pengguna wajib menginput data berupa verifikasi identitas diri sehingga pihak penyedia jasa elektronik atau *e-commerce* wajib menjaga data pribadi pengguna. Berbagai penyedia jasa elektronik atau *e-commerce* menyimpan data dalam sebuah *Big Data*, yang mencakup data pribadi pengguna dari keseluruhan. Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana perlindungan konsumen dalam pemanfaatan *Big Data* oleh pelaku bisnis di Indonesia? Jenis penelitian ini adalah penelitian yuridis normatif yang akan menelaah beberapa peraturan perundang-undangan terkait penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika terjadi pemindah tangan data pribadi seseorang tanpa melalui perizinan, maka pemilik dapat melakukan gugatan ganti kerugian kepada pengadilan. Hal ini sebagaimana termaktub dalam Pasal 26 ayat (2) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun demikian, yang menjadi hambatan yaitu sulitnya pembuktian dalam proses peradilan perdata di Indonesia seperti kerumitan dalam hal teknis serta pelaku kejahatan yang seringkali memiliki keterampilan lebih baik daripada korban atau penyelidik. Konsumen sebagai pemilik data pribadi data memperlakukan secara hukum terkait dugaan kebocoran data yang terjadi. Maka dari itu muncul konsep *right to be forgotten* atau hak atas penghapusan privasi.

Keywords: big data; pelaku bisnis; perlindungan konsumen

ABSTRACT

The state must protect consumer rights for consumers to get legal assurance in business. The rapid development of business transactions using electronic media has become a trend in various circles. Users are required to input data in the identity verification form when conducting business transactions online in various marketplaces. Due to this regulation, electronic or e-commerce service providers are required to safeguard personal user data. Various electronic or e-commerce service providers store data in Big Data, including the user's data. The problem in this research was how to protect consumers using Big Data by business actors in Indonesia. This type of research was normative juridical research which examined several related laws and regulations. The results showed that if someone's data was transferred without prior permission, the owner might submit a lawsuit to compensate the court. This was stated in Article 26, paragraph (2) of Law Number 19 of 2016 concerning Information and Electronic Transactions. However, the obstacle was the difficulty

of proving in the civil court process in Indonesia, such as technical complexity and perpetrators of crimes often have better skills than victims or investigators. Consumers will legally dispute the alleged leakage of personal data as people with personal data. Therefore, the concept of the right to be forgotten or the right to delete privacy appears.

Keywords: *big data; business actors; consumer protection*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang terus meningkat secara signifikan akan mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia. Sebagai contoh, aktivitas manusia tidak terlepas dari perangkat teknologi. Perkembangan teknologi tersebut menimbulkan berbagai kemudahan yang menjadi terobosan baru dalam dunia bisnis. Penemuan tersebut untuk menciptakan berbagai kemudahan dalam aktivitas mulai dari hal sederhana hingga hal yang kompleks. Seperti kita ketahui, terkait kemudahan akses untuk memperoleh suatu produk atau barang, pengguna telepon genggam canggih dapat mengunduh aplikasi kemudian menginput data pribadi dan melakukan verifikasi data. Konsumen dengan mudah melakukan transaksi secara daring melalui *marketplace* yang tersedia di *platform* digital. Kemudian konsumen tidak menghiraukan data yang sudah diberikan pada saat menginput data pribadi dalam aplikasi tersebut. Kewajiban pelaku bisnis untuk melindungi data pribadi konsumen serta kewajiban untuk mengatur, mengontrol serta mengawasi sehingga terwujudnya ketenteraman dan keamanan masyarakat dalam beraktifitas dalam jual-beli di Indonesia secara daring (Sinaga & Sulisrudatin, 2015).

Setiap aplikasi yang disediakan *e-commerce* di Indonesia membutuhkan mekanisme analisis data dari setiap pengguna baik pengguna baru maupun pengguna lama. Sehingga pelaku bisnis perlu melindungi data para konsumen dengan cara menyimpan dalam *Big Data*. Apa yang dimaksud dengan *Big Data*? Secara konteks, *Big Data* adalah konsep baru pada teknologi yang didalamnya terdapat pola yang bervariasi dengan kecepatan data yang sangat tinggi sehingga berfungsi sebagai bahan untuk mengembangkan teknologi. Pelaku bisnis dapat menggunakan data tersebut untuk usahanya karena banyaknya dokumentasi berupa file, alur, pola ataupun gambar yang dapat diperoleh dari media sosial ataupun survei (Solihin, 2021).

Model perkembangan teknologi saat ini memunculkan volume, variasi, dan kecepatan data yang tinggi. Oleh sebab itu para penemu menggunakan basis data yang ada untuk mengembangkan pengetahuan dan teknologi, yang mendahulukan tujuan pengembang yang cerdas secara intelektual dan emosional demi kemanfaatan serta kesejahteraan yang komunal (Seminar, 2010) dan bagi pemilik aplikasi memakai basis data untuk keuntungan usahanya.

Pelaku bisnis dengan basis data, seperti dua sisi mata koin yang sulit dipisahkan. Kebijakan bagi pelaku bisnis salah satu pertimbangannya yaitu melalui basis data agar menguntungkan. Dengan memanfaatkan basis data yaitu keinginan calon konsumen maupun yang sudah menjadi konsumen tetap dapat meningkatkan produk secara tepat dan menghasilkan serta meningkatkan para pelaku bisnis tersebut. Pemanfaatan *Big*

Data dapat dimaksimalkan penggunaannya untuk mengetahui minat pelanggan pada setiap transaksi bisnis.

Perlindungan hukum terhadap pelaku usaha memang diciptakan untuk bersaing dan berkompetisi secara sehat serta menghindari monopoli bisnis. Jaminan mutu dan orisinilitas terhadap suatu produk yang dihasilkan akan menimbulkan daya saing yang positif. Sehingga perlindungan hukum sangat diperlukan terhadap para pelaku bisnis dalam melakukan berbagai transaksi elektronik. Penggunaan data konsumen di *market place* diperlukan jaminan keamanan agar konsumen merasa aman dan terlindungi. Akan tetapi, beberapa waktu lalu dikabarkan data konsumen di salah satu *e-commerce* bocor kepada peretas. Kebocoran data beberapa waktu lalu menimpa salah satu penyedia *e-commerce* yaitu Tokopedia. Tokopedia mengalami kebocoran data sejumlah 91 juta, hal tersebut dilakukan oleh peretas di bulan Mei tahun 2020, sehingga ramai menjadi perbincangan di sosial media. Kebocoran data Tokopedia, diungkap oleh Lembaga Riset Siber Indonesia yang telah menemukan kebocoran data tersebut (CNBC Indonesia, 2020). Dalam kasus tersebut pihak Tokopedia harus bertanggung jawab atas kebocoran data yang diakibatkan oleh kelalaiannya dalam menjaga data pribadi konsumen atau data pengguna. Jika tidak ditindak lanjuti secara serius akan disalahgunakan oleh peretas untuk melakukan perbuatan yang melanggar hukum.

Teknologi yang berkembang semakin cepat membawa dampak yang signifikan terhadap kemajuan dalam aspek bisnis. Setiap pengguna telepon pintar dapat melakukan transaksi bisnis yang jumlahnya bahkan tidak terbatas. Adanya kemudahan dalam berbisnis, tidak ada jarak antara konsumen dan penjual dapat melakukan aktivitas bisnis melalui *marketplace* tidak hanya melalui non-elektronik atau secara konvensional. Hal ini menarik untuk dikaji, oleh karena itu peneliti akan mengkaji permasalahan bagaimana perlindungan konsumen dalam pemanfaatan *Big Data* oleh pelaku bisnis di Indonesia dalam Tinjauan Terhadap Regulasi dan Implementasi Praktik Bisnis?

2. Metode Penelitian

Penelitian hukum yang akan digunakan adalah jenis penelitian hukum normatif. Penelitian normatif membahas doktrin-doktrin atau asas-asas dalam ilmu hukum (Z. Ali, 2009). Peneliti akan menelaah konsep Perlindungan Konsumen Dalam Pemanfaatan *Big Data* oleh Pelaku Bisnis di Indonesia dalam Tinjauan Terhadap Regulasi dan Implementasi Praktik Bisnis. Peneliti menggunakan data primer. Data primer adalah data yang diperoleh melalui bahan pustaka (Z. Ali, 2009). Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan tersier, sedangkan bahan hukum primer terdiri dari peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan topik penelitian. Bahan hukum sekunder menjelaskan bahan hukum primer dengan jurnal-jurnal penelitian. Sedangkan bahan hukum tersier sifatnya lebih menjelaskan bahan hukum primer dan sekunder.

Metode penelitian menggunakan metode pendekatan perundang-undangan. Metode ini dilaksanakan dengan menelaah regulasi yang telah ada dan berkaitan

dengan penelitian ini (Machmud, 2011). Dalam pendekatan tersebut peneliti dituntut mampu untuk memahami hierarki peraturan perundang-undangan terkait. Metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif yakni menjelaskan serta menelaah konsep perlindungan konsumen dalam pemanfaatan *big data* oleh pelaku bisnis di Indonesia dalam tinjauan terhadap regulasi dan implementasi praktik bisnis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kajian tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen dalam dunia bisnis menjadi penting, dengan maraknya transaksi melalui *marketplace* (daring) yang akan mendorong setiap orang untuk melakukan aktivitas bisnis yang semakin kompleks. Sebelum mengkaji tentang perlindungan konsumen, terlebih dahulu peneliti memaparkan tentang pengertian perlindungan konsumen. Perlindungan konsumen masuk dalam bagian hukum konsumen bahwa hal tersebut ialah keseluruhan asas-asas dan kaidah-kaidah yang mengatur keterhubungan dan masalah dari berbagai pihak terkait barang dan jasa (A. Nasution, 2014).

Kata konsumen berasal dari bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda "*consument*", "*konsument*", (Ahmadi & Sutarman, 2008). Konsumen secara harfiah adalah orang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh (Ahmadi & Sutarman, 2008). Pengertian tentang konsumen secara yuridis diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam Pasal 1 yang menjelaskan bahwa "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 diperdagangkan."

Perlindungan Konsumen menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa "Perlindungan konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen." Perlindungan terhadap konsumen terkait dengan adanya perlindungan hukum. Perlindungan konsumen merupakan bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen dalam menjalankan aktivitas sebagai pelaku bisnis. Aktivitas pelaku bisnis ditunjang oleh beberapa asas yang digunakan dalam menjalankan kegiatan bisnis. Asas tersebut diantaranya adalah asas manfaat, keadilan, keseimbangan serta kepastian hukum yang dapat mengatur dan menjadi panduan agar perlindungan konsumen diterapkan (Salamiah, 2014).

Perlindungan Konsumen juga terdapat dalam Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999, bahwa Perlindungan Konsumen adalah hak konsumen untuk memperoleh produk yang bagus dan baik agar pelaku bisnis meningkatkan kualitas produksinya. Hubungan antara sebab-akibat dan kegiatan yang telah dilarang pada produksi demi pemenuhan hak konsumen. Komitmen untuk memenuhi hak dan kewajiban antara

pelaku bisnis dan konsumen merupakan kegiatan yang konkret yang perlu diaktualisasi (Mansyur & Rahman, 2016).

3.2 Pengertian Big Data

St. Nath dalam paper dengan judul *Big Data Security Issues and Challenges* tahun 2015 berpendapat bahwa “*Big data is an evolving term that describes any voluminous amount of structured, semi-structured and unstructured data that has the potential to be mined for information*” (I. Ali, 2015). *Big Data* merupakan istilah yang terus berkembang yang menggambarkan sebagian besar data terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur yang berpotensi digali untuk mendapatkan informasi

Big Data tidak memungkinkan untuk diproses menggunakan perangkat pengelola *database* konvensional ataupun aplikasi pemroses data lainnya, karena merupakan kumpulan data yang kompleks dan berukuran sangat besar (Maryanto, 2017). Adapun ciri khas dari *Big Data* ialah volume yang merupakan kapasitas besar kecilnya datang harus diproses. *Velocity* tentang jangka waktu untuk memroses data dan di imbangi pertumbuhan jumlah data, selanjutnya ialah *Variety* adalah sebuah karakteristik dari sumber data tersebut yang bermacam-macam (Maryanto, 2017). Secara garis besar, *Big data* wadah untuk penyimpanan triliunan informasi tentang miliaran hal yang berbeda dan menemukan pola yang berguna dalam informasi tersebut (Ali, 2015). Di era digital saat ini, *Big Data* sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi karena pesatnya teknologi agar dapat digunakan dalam pemrosesan data yang nantinya dapat menentukan keputusan bagi pelaku bisnis (Heryana, Setiawati, & Suhendar, 2020).

3.3. Perlindungan Konsumen Dalam Pemanfaatan Big Data Oleh Pelaku Bisnis Di Indonesia dalam Tinjauan Terhadap Regulasi dan Implementasi Praktik Bisnis

Pengguna layanan *e-commerce* pada saat ini menjadi *trend* belanja di berbagai kalangan. Masing-masing layanan *e-commerce* menawarkan berbagai layanan atau fitur yang beragam. Dengan masing-masing fitur yang diberikan dan kemudahan akses, bahkan dimanapun dan kapanpun *user* (pengguna) dapat melakukan transaksi secara daring. Seperti yang dilansir dari CNN bahwa Otoritas Jasa Keuangan mencatat 88,1% pengguna layanan internet di Indonesia sudah menggunakan layanan *e-commerce* dalam membeli beberapa produk (CNN Indonesia, 2021). Sebagaimana diketahui bahwa sebagian besar *marketplace* telah menawarkan macam-macam produk untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini mendorong pelaku bisnis *start-up* mulai bermunculan baik dalam bidang kesehatan, keuangan, layanan pendidikan, bahkan layanan jasa diberbagai sektor.

Transformasi digital berjalan semakin cepat karena dipengaruhi beberapa faktor, antara lain adalah adanya pandemi covid-19 yang mengharuskan seseorang tidak lagi bekerja dikantor pada beberapa waktu yang lalu, mudahnya belanja kebutuhan yang dapat dilakukan secara daring dari rumah, musim libur panjang atau hari besar keagamaan, bahkan efisiensi waktu untuk mencari produk tanpa perlu ribet mendatangi toko secara fisik. Hal ini juga di dorong dari hasrat dan keinginan yang konsumtif bukan lagi oleh kebutuhan pokok. Konsumen hanya perlu mengkases

aplikasi kemudian sudah dapat mengetahui serta mendapatkan barang yang di inginkan tanpa ribet. Selain itu, selisih harga yang juga relatif lebih murah daripada membeli langsung (E. Y. Nasution, Hariani, Hasibuan, & Pradita, 2020).

Dalam menggunakan *e-commerce*, data pengguna akan disubmit dan dipercayakan sepenuhnya kepada penyedia jasa untuk dilindungi kerahasiaannya. Ada beberapa cara dimana *e-commerce* dapat mendapatkan data pribadi dari pengguna. Beberapa metode yang umum digunakan meliputi:

- Pendaftaran: saat pengguna mendaftar untuk menjadi anggota di sebuah *e-commerce*, mereka biasanya akan diminta untuk memberikan informasi pribadi seperti nama, alamat email, dan nomor telepon.
- Transaksi: saat pengguna melakukan transaksi, *e-commerce* akan menerima informasi pribadi seperti alamat pengiriman, nomor kartu kredit, atau detail pembayaran lainnya.
- Profil pengguna: pengguna dapat menambahkan informasi pribadi ke profil mereka, seperti foto profil, bio, atau informasi kontak.
- Aktivitas pengguna: *e-commerce* dapat mengumpulkan data pribadi melalui aktivitas pengguna, seperti data pencarian, data produk yang dilihat, atau data interaksi dengan produk.
- Cookies dan pengumpulan data lainnya: *e-commerce* juga dapat mengumpulkan data pribadi melalui cookies atau teknologi pengumpulan data lainnya, seperti *pixel tracking* atau *web beacons*, yang memungkinkan *market place* untuk mengumpulkan data tentang aktivitas pengguna di situs web atau aplikasi.

Penyimpanan data dalam jumlah besar dari berbagai layanan *e-commerce* tersebut menggunakan *Big Data*. Pelaku bisnis akan sangat diuntungkan dengan pemanfaatan *Big Data*. Pengaturan perlindungan privasi yang dimaksud terdapat pada Pasal 28G ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang berbunyi, "Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi."

Selain itu juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia selanjutnya disebut UU HAM terdapat pada Pasal 14 ayat (2), Pasal 29 ayat (1), dan Pasal 31. Pasal 14 ayat (2) UU HAM, berbunyi "Salah satu hak mengembangkan diri adalah hak untuk mencari, memperoleh, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis sarana yang tersedia." Kemudian pada Pasal 29 ayat (1) UU HAM yang berbunyi "Adanya pengakuan akan hak setiap orang atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan hak miliknya." Selanjutnya pada Pasal 31 UU HAM berbunyi "Kemerdekaan rahasia dalam hubungan komunikasi melalui sarana elektronik dijamin, kecuali atas perintah hakim atau kekuasaan yang lain yang sah sesuai dengan ketentuan perundangan."

Bahwa dari sisi pemerintah sebagai penentu kebijakan telah mengatur dan melindungi jaminan keamanan terhadap data pribadi masyarakat. Sehingga diharapkan

hal ini akan menjadi tolok ukur terhadap perlindungan hukum hak konsumen untuk pemanfaatan *Big Data* oleh pelaku bisnis di Indonesia. Apabila kebocoran data terjadi lagi oleh pelaku bisnis maka pemerintah dapat ikut campur terhadap keamanan dan kerahasiaan data pribadi masyarakat.

Menurut Buku Kedua Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Data Pribadi dapat dikatakan sebagai “benda” dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori berdasarkan: (1) benda berwujud, (2) benda tidak berwujud, (3) benda bergerak dan (4) benda tidak bergerak. Karakteristik hak kebendaan merupakan hak mutlak dan dilindungi terhadap pihak ketiga lainnya. Pihak atau orang yang menguasai suatu benda memiliki hak atas benda tersebut. Dalam konteks pelunasan utang, hak kebendaan memberikan hak untuk didahulukan pelunasan utangnya; dan hak kebendaan memberikan hak kepada seseorang untuk melakukan gugatan.

Dalam KUH Perdata, tidak ada penjelasan spesifik terkait data pribadi, namun menurut peneliti menerangkan bahwa data pribadi dapat dikatakan sebagai benda tidak berwujud serta dapat bernilai ekonomis bagi pemiliknya yang dapat diperjual belikan jika berada pada orang lain. Dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik Pasal 26 ayat (1) yang menyatakan peraturan turunan ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang lain. Setiap data yang akan digunakan oleh orang lain harus terlebih dahulu mendapatkan izin dari pemilik data tersebut. Apabila data tersebut disalahgunakan oleh orang lain tanpa ada persetujuan dari pemiliknya, maka pemilik data pribadi dapat mengajukan gugatan ke pengadilan. Faktanya, di lapangan hal tersebut terbentur dengan masalah pembuktian pada gugatan perdata dan akhirnya pemilik data atau konsumen mengalami kesulitan dalam bidang hukum. Apalagi saat ini dugaan kebocoran data begitu masif, hingga pada akhirnya munculah konsep hak atas penghapusan privasi.

Secara normatif perlindungan privasi dalam data pribadi atau *Big Data* seseorang diatur dalam UU ITE yang konsiderannya menjelaskan sebagai upaya preventif pada berkembangnya teknologi informasi dengan cara yang dapat merugikan baik diri sendiri dan orang lain khususnya pada nilai yang sudah ada di masyarakat (Rohmy, Suratman, & Nihayaty, 2021), terutama dalam Pasal 26 ayat (1) UU ITE yang menyatakan “peraturan turunan ditentukan oleh peraturan perundang-undangan yang lain, dengan penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.” Pasal ini menjadi satu-satunya menjelaskan tentang pentingnya data pribadi harus dilindungi, dilanjutkan dengan Pasal 27-37 secara umum yang melarang adanya pelanggaran hak serta dengan sengaja menggunakan data dan informasi seseorang tanpa adanya ijin dari pemiliknya sehingga dapat merugikan (Kusnadi & Wijaya, 2021).

Peraturan turunan terhadap perlindungan data pribadi di rumuskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang selanjutnya disebut sebagai PP PSTE yang berisi “perolehan dan pengumpulan, pengolahan dan penganalisaan, penyimpanan, penampilan,

pengumuman, pengiriman, penyebarluasan, dan/atau pembukaan akses, dan pemusnahan data pribadi.” Seseorang yang akan menggunakan data di media elektronik harus memperoleh izin terlebih dahulu. Pihak yang dirugikan dalam hal pelanggaran penggunaan data dapat mengajukan gugatan ke pengadilan berdasarkan pada Pasal 26 ayat (2) UU ITE. Merujuk pada kasus Tokopedia, dikarenakan susahnya pembuktian dalam peradilan perdata di Indonesia, maka menimbulkan kesulitan konsumen selaku pemilik data untuk mempersoalkan secara hukum terkait dugaan kebocoran data pribadi untuk memperoleh haknya. Hal ini disebabkan karena munculnya konsep *right to be forgotten* atau hak atas penghapusan privasi.

PP PSTE telah diimplementasikan sejak tahun 2016, dan memberikan mandate kepada Kementrian Komunikasi dan Informasi untuk membuat suatu pusat data dalam sistem penyelenggara elektronik di wilayah Indonesia. Disamping juga mewajibkan kepada penyelenggara sistem elektronik, akan tetapi pembuat aturan belum memaksimalkan dalam hal pengawasan. Sebagian besar penyelenggara sistem elektronik belum melaksanakan penyeimbangan secara maksimal terhadap PP PSTE. Pemerintah sebagai pengontrol kebijakan dan perumus kebijakan dapat membuat suatu peraturan turunan yang lebih mudah dilaksanakan, kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi terhadap PP PSTE, dan dilakukan pengecekan secara rutin serta berkala.

Sebagai antisipasi untuk mencegah terjadinya kebocoran data, perlu dibuat Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi agar batasan hak dan kewajiban menjadi jelas. Pemilik data pribadi dan penyelenggara sistem elektronik dapat mengajukan pengaduan kepada menteri jika kerahasiaan data pribadi tidak terlindungi. Hal ini penting karena privasi seseorang adalah hak yang harus dilindungi, karena berhubungan erat dengan martabat pribadi, seperti nama, tempat tanggal lahir, umur jenis kelamin, Nomor Induk Kependudukan (NIK), pekerjaan, alamat, bahkan nama orang tua (Mahira, Yofita, & Azizah, 2020). Di sisi lain, sebagai konsumen dapat juga melakukan upaya pencegahan agar data pribadinya tetap aman, diantaranya ialah:

- Menjaga kerahasiaan kata sandi: gunakan kata sandi yang kuat dan unik untuk setiap akun daring dan ubah kata sandi secara berkala.
- Mengaktifkan autentikasi dua faktor: autentikasi dua faktor menambah lapisan keamanan dengan mengharuskan pengguna untuk menyediakan konfirmasi tambahan, seperti kode verifikasi SMS atau aplikasi pengendali, sebelum dapat masuk ke akun.
- Berhati-hati dengan *phishing*: jangan membuka email atau mengklik tautan dari pengirim yang tidak dikenal atau tidak diharapkan.
- Berhati-hati dengan informasi yang dibagikan daring: jangan memberikan informasi pribadi yang tidak perlu kepada pihak ketiga, terutama melalui internet.
- Menggunakan perangkat lunak keamanan yang *up-to-date*: pastikan perangkat lunak keamanan seperti *firewall* dan antivirus diperbarui secara berkala.
- Menonaktifkan lokasi saat mengakses jaringan wifi publik : jangan membiarkan perangkat mengirim data lokasi saat mengakses jaringan wifi publik.

- Menjaga privasi pada media sosial: pilih pengaturan privasi yang tepat dan berhati-hatilah dengan informasi yang dibagikan di akun media sosial.
- Membaca pernyataan privasi dan ketentuan layanan : saat mendaftar untuk layanan daring, pastikan untuk membaca dan memahami pernyataan privasi dan ketentuan layanan yang ditawarkan.
- Menggunakan perangkat lunak keamanan: pasang perangkat lunak keamanan, seperti antivirus atau *firewall*, untuk memproteksi komputer atau perangkat lain dari serangan *cyber*.
- Menjaga privasi saat daring: angan memberikan informasi pribadi secara terbuka di internet, terutama di situs jejaring sosial atau forum. Selalu periksa kebijakan privasi sebelum memberikan informasi pribadi kepada pihak ketiga.
- Menghapus informasi tidak perlu: hapus informasi pribadi yang tidak perlu atau tidak digunakan lagi dari perangkat atau akun daring.
- Menjaga keamanan fisik: jaga keamanan dokumen fisik yang berisi informasi pribadi, seperti simpan di tempat yang aman dan tidak mudah terjangkau oleh orang lain.

Pada sisi pelaku bisnis dapat menjaga kerahasiaan data pribadi dari konsumen yang menggunakan jasanya. Serta dari sisi pemerintah sebagai pihak regulator yang membuat kebijakan, wajib menyediakan wadah penyimpanan data bagi masyarakat secara elektronik secara tepat dan aman.

4. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dalam penelitian ini, diketahui bahwa data pribadi seseorang dapat berpindah tangan tanpa izin dari pemiliknya. Pemilik data pribadi yang dirugikan dapat mengajukan gugatan ganti rugi kepada pengadilan sesuai dengan Pasal 26 ayat (2) UU ITE. Namun, terdapat permasalahan pada penanganan kasus penyalahgunaan data pribadi yaitu tingkat kesulitan terhadap proses pembuktian dalam sistem peradilan perdata di Indonesia. Kesulitan yang dihadapi oleh konsumen sebagai seorang yang memiliki data pribadi ialah kerumitan dalam hal teknis serta pelaku kejahatan seringkali memiliki keterampilan yang lebih baik daripada korban atau penyelidik sehingga pada akhirnya tidak dapat dibuktikan, itulah yang mendasari munculnya konsep *right to be forgotten* atau hak atas penghapusan privasi. Oleh karena itu, menurut peneliti perlu adanya norma-norma yang kuat dalam melindungi konsumen yang datanya digunakan oleh pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya sehingga perlu dibentuk peraturan mengenai Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi demi melindungi kepentingan masyarakat secara umum.

References

- Ahmadi, M., & Sutarman, Y. (2008). *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Grafindo.
- Ali, I. (2015). Big Data: Apa dan pengaruhnya pada perpustakaan? (What is Big Data and its Influence to Library). *Media Pustakawan*, 22(4).

- Ali, Z. (2009). *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Grafika.
- CNBC Indonesia. (2020). Masalah e-Commerce: Data Bocor Hingga Jual-Beli Rekening Bank. Retrieved March 10, 2022, from <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200706103112-37-170414/masalah-e-commerce-data-bocor-hingga-jual-beli-rekening-bank/2>
- CNN Indonesia. (2021). 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce. Retrieved March 11, 2021, from <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce#:~:text=Dari jumlah itu%2C terdapat 129,mencapai Rp266 triliun tahun lalu>
- Heryana, D., Setiawati, L., & Suhendar, B. (2020). Sistem Informasi Dan Potensi Manfaat Big Data Untuk Pendidikan. *Gunahumas*, 2(2), 350-357. <https://doi.org/10.17509/ghm.v2i2.23023>
- Kusnadi, S. A., & Wijaya, A. U. (2021). Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak Privasi. *JA: Jurnal Al-Wasath*, 2(1), 19-32.
- Machmud, P. (2011). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Mahira, D. F. F., Yofita, E., & Azizah, L. N. (2020). Consumer Protection System (CPS): Sistem Perlindungan Data Pribadi Konsumen Melalui Collaboration Concept. *Jurnal Legislatif*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.20956/jl.v3i2.10472>
- Mansyur, A., & Rahman, I. (2016). Penegakan Hukum Perlindungan Konsumen Sebagai Upaya Peningkatan Mutu Produksi Nasional. *Jurnal Pembaharuan Hukum*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.26532/jph.v2i1.1411>
- Maryanto, B. (2017). Big Data dan Pemanfaatannya dalam Berbagai Sektor. *Media Informatika*, 16(2), 14-19.
- Nasution, A. (2014). *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media.
- Nasution, E. Y., Hariani, P., Hasibuan, L. S., & Pradita, W. (2020). Perkembangan Transaksi Bisnis E-Commerce terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jesya*, 3(2), 506-519. <https://doi.org/10.36778/jesya.v3i2.227>
- Rohmy, A. M., Suratman, T., & Nihayaty, A. I. (2021). UU ITE Dalam Perspektif Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 7(2), 309. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v7i2.1202>
- Salamiah. (2014). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Kegiatan Jual Beli. *Al'adl*, VI(12), 39-52.
- Seminar, K. B. (2010). Paradigma Pendayagunaan Teknologi Informasi Menyongsong Masyarakat Global. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 8(1).
- Sinaga, N. A., & Sulisrudatin, N. (2015). Pelaksanaan Perlindungan Konsumen di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara*, 5(2).
- Solihin, O. (2021). Implementasi Big Data pada Sosial Media sebagai Strategi Komunikasi Krisis Pemerintah. *Jurnal Common*, 5(1), 56-66.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 38 Tahun 1999 tentang Hak Asasi Manusia

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik