



EFEKTIVITAS UU NO. 8 TAHUN 1999 DALAM MELINDUNGI DATA PRIBADI KONSUMEN DI SEKTOR E-COMMERCE

Ririn Nur Aisyah¹, Hana Khalidah², Surya Putri Nazrina³, Johan Silalahi⁴, Dhini Aulia⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Simalungun, Indonesia

*Corresponding Author: rinnur.aisyah31@gmail.com

Article Info

Article history:

Received : 10 Maret 2025

Acceptance : 10 April 2025

Published : 25 April 2025

Available online

<https://jurnal.usi.ac.id/index.php/moralita/index>

E-ISSN: 2302-6561

Cara mengutip:

Aisyah, Nur, Ririn; Khalidah, Hana; Nazrina, Putri, Surya; Silalahi, Johan; Aulia, Dhini (2025). "EFEKTIVITAS UU NO. 8 TAHUN 1999 DALAM MELINDUNGI DATA PRIBADI KONSUMEN DI SEKTOR E-COMMERCE". *MORALITA: Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, vol. 6, no. 1, pp. 9-18, 2025.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam melindungi data pribadi di sektor e-commerce. Perlindungan data pribadi menjadi isu penting karena semakin meningkatnya transaksi online yang melibatkan pengumpulan data pribadi oleh platform e-commerce yang digunakan. Penyalahgunaan data pribadi oleh pelaku usaha e-commerce dapat mengakibatkan kerugian finansial dan reputasi bagi konsumen. Hal inilah yang dapat menyebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap transaksi online. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur, di mana peneliti mengkaji berbagai sumber yang berasal dari penelitian sebelumnya dan peraturan hukum yang relevan. Penelitian ini mengidentifikasi berbagai aspek dari UUPK yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, serta tantangan dan kelemahan dalam implementasinya di sektor e-commerce. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun UUPK memiliki kerangka hukum yang memberikan perlindungan kepada konsumen, masih terdapat kekurangan dalam hal spesifikasi untuk melindungi data pribadi yang lebih mendetail dan mekanisme penegakan hukum yang diterapkan dalam melindungi data pribadi konsumen secara efektif. Penelitian ini merekomendasikan bahwa perlu adanya revisi dan penguatan regulasi yang lebih komprehensif untuk menjawab tantangan perlindungan data pribadi di era digital, serta meningkatkan kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka terkait data pribadi.

Kata Kunci: UU No. 8 Tahun 1999 (UUPK), Perlindungan Data Pribadi, E-Commerce

1. PENDAHULUAN

Perlindungan data pribadi di era digital telah menjadi perhatian utama di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia. Pesatnya perkembangan teknologi informasi

menyebabkan penyalahgunaan data pribadi milik seseorang semakin rentan. Hal ini dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna internet di Indonesia khawatir tentang keamanan data pribadi mereka saat bertransaksi secara online. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi bukan hanya sekedar isu hukum, tetapi juga berkaitan erat dengan kepercayaan masyarakat terhadap sektor e-commerce yang terus berkembang.

Sektor e-commerce di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 200 juta pada tahun 2021, dengan sebagian besar di antaranya terlibat dalam transaksi online. Pertumbuhan ini memberikan peluang ekonomi yang besar, namun juga menimbulkan tantangan baru dalam hal perlindungan data pribadi. Salah satu faktornya adalah pelaku usaha e-commerce belum sepenuhnya memahami pentingnya perlindungan data pribadi, yang dapat berpotensi merugikan konsumen.

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) diharapkan dapat memberikan kerangka hukum yang memadai untuk melindungi data pribadi. Namun, efektivitas undang-undang ini dalam menghadapi tantangan di era digital masih menjadi pertanyaan. Meskipun undang-undang ini mencakup beberapa aspek perlindungan konsumen, masih terdapat kekurangan dalam hal penegakan hukum dan pemahaman masyarakat mengenai hak-hak mereka. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk mengevaluasi sejauh mana undang-undang ini dapat diimplementasikan dalam sektor e-commerce.

Tantangan dalam implementasi regulasi perlindungan data pribadi juga menjadi fokus penting dalam penelitian ini. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi seperti kurangnya kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha, ketidakjelasan regulasi, dan minimnya sanksi bagi pelanggar menjadi penghambat utama dalam penerapan UU No. 8 Tahun 1999. Oleh karena itu, penting untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan ini agar langkah-langkah perbaikan dapat dirumuskan.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebagai aturan yang mengatur tentang perlindungan konsumen dalam melindungi data pribadi dan mengidentifikasi tantangan dalam implementasi regulasi. Harapan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kebijakan perlindungan data pribadi di Indonesia dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sektor e-commerce.

Data Pribadi

Di era digital saat ini, istilah "data pribadi" semakin sering muncul dan menjadi topik yang sangat relevan untuk dibahas. Data pribadi didefinisikan sebagai informasi yang dapat mengidentifikasi individu, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam hal ini, data pribadi tidak hanya mencakup informasi dasar seperti nama dan alamat, tetapi juga informasi yang lebih sensitif yang dapat mengungkapkan aspek-aspek pribadi dari kehidupan seseorang.

Secara umum, data pribadi dapat dibedakan menjadi dua kategori utama: data umum dan data sensitif. Data umum mencakup informasi yang lebih umum dan biasanya tidak menimbulkan risiko signifikan jika diungkapkan. Contohnya termasuk nama lengkap, jenis kelamin, kewarganegaraan, agama, dan status pernikahan. Meskipun data ini mungkin tidak dianggap sangat pribadi, pengumpulan dan penyimpanannya tetap memerlukan perhatian dan pengelolaan yang baik untuk mencegah potensi penyalahgunaan.

Di sisi lain, terdapat kategori data sensitif yang memerlukan perlindungan yang lebih ketat. Data sensitif mencakup informasi yang lebih pribadi dan dapat menimbulkan risiko bagi individu jika jatuh ke tangan yang tidak berwenang. Contohnya adalah nomor identitas, informasi kesehatan, dan data keuangan. Kebocoran data sensitif bisa berakibat serius, seperti pencurian identitas, penipuan, atau diskriminasi. Oleh karena itu, penting bagi individu dan organisasi untuk memahami jenis data yang mereka miliki dan cara melindunginya.

Dalam dunia digital, data pribadi juga bisa berupa data digital yang dihasilkan dari aktivitas online. Ini mencakup alamat IP, riwayat pencarian, dan data lokasi yang dapat mengungkapkan pola perilaku serta preferensi individu. Dengan semakin banyaknya platform digital yang digunakan, data-data ini sering kali dikumpulkan dan dianalisis oleh perusahaan untuk berbagai tujuan, termasuk pemasaran dan pengembangan produk.

Pentingnya perlindungan data pribadi tidak dapat diabaikan. Mengingat meningkatnya risiko pencurian data dan pelanggaran privasi, individu dan organisasi memiliki tanggung jawab untuk melindungi data pribadi mereka. Regulasi seperti General Data Protection Regulation (GDPR) di Eropa telah diterapkan untuk memberikan kerangka hukum dalam melindungi data pribadi dan memberikan hak kepada individu atas informasi mereka.

UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) merupakan salah satu regulasi penting di Indonesia yang bertujuan untuk melindungi hak-hak konsumen dalam bertransaksi. Meskipun fokus utama UUPK adalah pada perlindungan konsumen terhadap barang dan jasa, dalam perkembangannya, undang-undang ini juga menyentuh aspek perlindungan data pribadi, terutama terkait dengan informasi yang dikumpulkan oleh pelaku usaha.

a) Ruang Lingkup UUPK

Ruang lingkup UUPK mencakup berbagai aspek yang berkaitan dengan hubungan antara konsumen dan pelaku usaha. Dalam konteks ini, konsumen didefinisikan sebagai setiap orang yang menggunakan barang dan/atau jasa untuk kepentingan pribadi, sedangkan pelaku usaha adalah setiap orang atau badan hukum yang melakukan kegiatan usaha di bidang barang dan/atau jasa. UUPK mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak, serta menetapkan sanksi bagi pelanggaran yang terjadi.

Salah satu poin penting dalam UUPK adalah perlindungan terhadap data dan informasi pribadi konsumen. Pelaku usaha diharuskan untuk menjaga kerahasiaan data

konsumen yang mereka kumpulkan, serta tidak boleh menyalahgunakan informasi tersebut untuk kepentingan yang merugikan konsumen. Hal ini sejalan dengan prinsip transparansi dan keadilan yang diusung oleh UUPK.

b) Pasal-Pasal di dalam UUPK yang mengatur tentang perlindungan data

Beberapa pasal dalam UUPK memiliki relevansi langsung terhadap perlindungan data pribadi konsumen. Misalnya:

- Pasal 4 : Menyatakan hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa. Ini mencakup informasi tentang bagaimana data pribadi mereka akan digunakan dan dilindungi oleh pelaku usaha;
- Pasal 7 : Mengatur tentang kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang jelas mengenai barang dan jasa, termasuk bagaimana data konsumen akan dikelola. Pelaku usaha diharuskan untuk memberikan penjelasan yang memadai mengenai penggunaan data pribadi konsumen;
- Pasal 8 : Mengatur tentang larangan pelaku usaha untuk melakukan tindakan yang merugikan konsumen, termasuk penyalahgunaan data pribadi. Pelaku usaha tidak boleh menggunakan data konsumen untuk tujuan yang tidak disetujui oleh konsumen;
- Pasal 13 : Mengatur tentang tanggung jawab pelaku usaha dalam hal terjadi kerugian yang dialami konsumen akibat tindakan yang merugikan, termasuk yang berkaitan dengan penyalahgunaan data pribadi;
- Pasal 19 : Mengatur tentang sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan dalam UUPK, termasuk ketentuan terkait perlindungan data. Ini memberikan efek jera bagi pelaku usaha agar lebih berhati-hati dalam mengelola data pribadi konsumen.

Dengan demikian, meskipun Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen tidak secara eksplisit mengatur perlindungan data pribadi, beberapa pasalnya memberikan landasan hukum yang cukup kuat untuk melindungi informasi konsumen. Di era digital saat ini, di mana data pribadi menjadi aset yang sangat berharga, penting bagi pelaku usaha untuk mematuhi ketentuan yang ada dan menjaga kepercayaan konsumen. Perlindungan data pribadi harus menjadi bagian integral dari praktik bisnis yang etis dan bertanggung jawab.

Perbandingan Regulasi Internasional dengan UUPK dalam Melindungi Data Pribadi Konsumen E-commerce

Perbandingan antara regulasi internasional dan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam konteks perlindungan data pribadi konsumen di e-commerce menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam pendekatan dan ruang lingkup perlindungan. UUPK memberikan dasar hukum untuk melindungi konsumen di Indonesia dengan mengatur hak-hak konsumen serta kewajiban pelaku usaha dalam transaksi. Namun, undang-undang ini tidak secara khusus menyoroti perlindungan data pribadi, yang lebih banyak diatur dalam UU ITE (Informasi dan Transaksi Elektronik).

Di sisi lain, regulasi internasional seperti General Data Protection Regulation (GDPR) di Uni Eropa memberikan pendekatan yang lebih rinci dan khusus dalam perlindungan data pribadi.

Salah satu perbedaan utama terletak pada fokus perlindungan data pribadi itu sendiri. UUPK mengatur perlindungan konsumen secara umum, tetapi tidak memberikan perhatian yang cukup terhadap aspek data pribadi. Sebaliknya, regulasi internasional menetapkan standar tinggi untuk pengumpulan, penyimpanan, dan pengolahan data pribadi, serta memberikan hak tertentu kepada individu, seperti hak untuk mengakses, mengubah, dan menghapus data pribadi mereka. Hal ini menciptakan perlindungan yang lebih menyeluruh bagi konsumen dalam konteks e-commerce.

Dalam hal sanksi dan penegakan hukum, UUPK menetapkan sanksi administratif dan pidana bagi pelanggaran, tetapi mungkin tidak seketat regulasi internasional yang memiliki mekanisme penegakan hukum yang lebih kuat. Sanksi dalam regulasi internasional sering kali lebih berat, dengan prosedur yang jelas untuk mengajukan keluhan. Penegakan hukum dalam UUPK sering kali bergantung pada lembaga pemerintah yang memiliki keterbatasan sumber daya, sehingga efektivitasnya bisa diragukan.

Pendidikan dan kesadaran konsumen juga merupakan aspek penting dalam perlindungan data pribadi. UUPK mendorong upaya pendidikan bagi konsumen mengenai hak-hak mereka, tetapi pelaksanaannya masih perlu ditingkatkan. Sementara itu, regulasi internasional menekankan pentingnya transparansi dan pendidikan konsumen dalam memahami hak-hak mereka terkait data pribadi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan perlindungan data pribadi konsumen di Indonesia, perlu ada penyesuaian dan penguatan dalam kerangka hukum yang ada agar sejalan dengan standar internasional yang lebih komprehensif.

2. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, yang bertujuan untuk memahami isu hukum secara mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha menggali pandangan dari penelitian sebelumnya, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang bagaimana hukum berfungsi dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam memberikan perlindungan data pribadi terhadap konsumen e-commerce.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah studi literatur, yaitu mengkaji berbagai sumber tertulis seperti buku dan penelitian-penelitian sebelumnya. Studi literatur sangat penting karena memberikan dasar teoritis yang kuat. Setelah data terkumpul, analisis dilakukan dengan teknik analisis kualitatif, yang memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola dan makna dari informasi yang ada. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai tantangan dalam perlindungan data pribadi di Indonesia.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas UU No. 8 Tahun 1999 dalam Melindungi Data Pribadi Konsumen E-Commerce

Tujuan utama hadirnya UU. No 8 Tahun 1999 yang mengatur tentang perlindungan konsumen (UU Perlindungan konsumen) adalah untuk memberikan perlindungan dalam melindungi hak-hak konsumen dalam berbagai transaksi, termasuk di sektor e-commerce. Meskipun undang-undang ini memberikan dasar hukum dalam perlindungan konsumen, namun efektivitasnya dalam melindungi data konsumen yang melakukan transaksi di e-commerce sering kali dipertanyakan. Salah satu masalah utamanya adalah kurangnya ketentuan spesifik dalam undang-undang ini mengenai perlindungan data pribadi, yang menyebabkan konsumen beresiko mengalami kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi mereka. Transaksi yang dilakukan di e-commerce, selalu melibatkan pengumpulan data sensitif milik konsumen. Oleh sebab itu, perlindungan data pribadi konsumen yang tidak diatur secara spesifik di dalam undang-undang perlindungan konsumen menyebabkan ketidakjelasan yang berdampak pada tingkat kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan yang mereka gunakan.

Dalam praktiknya, banyak pelaku usaha di sektor e-commerce yang belum sepenuhnya memahami atau menerapkan prinsip-prinsip perlindungan data yang ditetapkan oleh UU Perlindungan Konsumen. Meskipun undang-undang ini mengatur secara jelas hak konsumen untuk menerima informasi yang akurat, jelas, dan jujur tentang produk dan layanan, serta hak untuk dilindungi dari praktik bisnis yang merugikan, tidak ada ketentuan eksplisit mengenai pengelolaan data pribadi. Hal ini sering kali membuat konsumen tidak menyadari bagaimana data mereka dikelola dan dilindungi oleh penyedia layanan.

Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan data konsumen di sektor e-commerce, penting untuk memperkuat regulasi yang ada. Salah satu Langkah yang dapat diambil adalah dengan mengadopsi prinsip-prinsip perlindungan data pribadi yang lebih komprehensif, seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang baru saja disahkan di Indonesia. Undang-undang ini memberikan kerangka hukum yang lebih jelas mengenai hak-hak konsumen terkait data pribadi, termasuk hak untuk mengakses, memperbaiki dan menghapus data pribadi mereka. Dengan adanya regulasi yang lebih spesifik ini, harapannya pelaku usaha akan lebih bertanggung jawab dalam mengelola data konsumen, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi e-commerce.

Kolaborasi dari pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat sangat diperlukan dalam memastikan bahwa UUPK dapat secara efektif dalam melindungi data konsumen. Dengan melakukan edukasi kepada konsumen mengenai hak-hak mereka serta kewajiban pelaku usaha dalam melindungi data pribadi akan menciptakan kesadaran yang lebih besar dan mendorong praktik bisnis yang lebih etis dan bertanggung jawab dapat menjadi langkah-langkah yang dapat meningkatkan perlindungan data pribadi konsumen e-commerce secara signifikan.

Tantangan dalam Perlindungan Data Pribadi di Era Digital

Saat ini, isu perlindungan data pribadi semakin mendesak. Dengan meningkatnya jumlah informasi yang dibagikan secara online, tantangan dalam menjaga data pribadi menjadi semakin rumit. Tiga tantangan utama yang perlu diperhatikan anatara lain:

1) Kurangnya kesadaran konsumen

Rendahnya kesadaran konsumen merupakan salah satu tantangan terbesar dalam perlindungan data pribadi. Banyak pengguna internet yang tidak sepenuhnya memahami pentingnya menjaga data pribadi mereka. Selain itu, kondisi ini diperparah dengan kurangnya edukasi mengenai hak-hak yang dimiliki konsumen dalam konteks perlindungan data. Sebagian besar konsumen cenderung tidak membaca atau memahami kebijakan privasi yang disediakan oleh layanan digital yang mereka gunakan. Akibatnya mereka sering memberikan izin untuk pengumpulan data tanpa menyadari potensi risiko yang mungkin timbul. Ketidapahaman ini menyebabkan rendahnya kepedulian terhadap perlindungan data pribadi, sehingga konsumen menjadi lebih rentan terhadap penyalahgunaan data.

2) Keterbatasan Infrastruktur Hukum

Keterbatasan infrastruktur hukum menjadi tantangan selanjutnya dalam perlindungan data pribadi terhadap konsumen e-commerce. Meskipun, beberapa negara telah mengadopsi undang-undang untuk melindungi data pribadi, regulasi yang ada sering sekali tidak konsisten dan terfragmentasi. Khususnya di Indonesia. Indonesia belum memiliki peraturan khusus yang mengatur perlindungan data pribadi secara menyeluruh. Beberapa peraturan yang ada, seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan Peraturan Pemerintah tentang Perlindungan Data Pribadi, sering kali tidak konsisten dan tidak komprehensif. Hal ini yang menyulitkan penegakan hukum di Indonesia dalam memberikan perlindungan data pribadi konsumen tidak dapat berjalan secara efektif. Kurangnya penegakan hukum yang tegas juga menjadi tantangan dalam memberikan perlindungan kepada konsumen. Karena pelanggaran akibat penyalahgunaan data sering kali tidak mendapatkan saksi yang memadai.

3) Praktik Bisnis yang Tidak Etis

Praktik bisnis yang tidak etis juga menjadi tantangan besar dalam perlindungan data pribadi di Indonesia. Banyak perusahaan yang terlibat dalam pengumpulan dan penggunaan data pribadi tanpa memperhatikan etika dan kepatuhan terhadap regulasi yang ada. Contohnya, beberapa perusahaan mengumpulkan data pribadi secara berlebihan, melebihi apa yang diperlukan untuk memberikan layanan. Hal ini tidak hanya melanggar privasi konsumen, tetapi juga menciptakan resiko bagi perusahaan itu sendiri jika data tersebut bocor. Selain itu, perusahaan tidak memberikan informasi yang jelas kepada konsumen tentang bagaimana data mereka akan digunakan. Kebijakan privasi yang rumit dan sulit dipahami sering kali membuat konsumen tidak tahu apa yang terjadi dengan data mereka. Hal inilah yang menyebabkan Praktik manipulasi data, seperti penggunaan algoritma untuk memanipulasi perilaku konsumen, semakin umum. Ini menciptakan masalah etis

yang serius, di mana data pribadi digunakan untuk keuntungan bisnis tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap konsumen.

Pelanggaran Data Pribadi terhadap Konsumen E-Commerce di Indonesia

Pelanggaran data pribadi terhadap sektor e-commerce di Indonesia semakin menjadi perhatian seiring karena pesatnya perkembangan industri digital. Dengan meningkatnya jumlah transaksi online, risiko kebocoran data pribadi pun ikut meningkat. Salah satu contohnya adalah insiden kebocoran data yang terjadi di salah satu e-commerce dan marketplace, Tokopedia, pada Maret 2020. Dalam kasus ini, akun pengguna dari platform ini mengalami kebocoran data sekitar 91 juta akun pengguna. Kasus ini mencerminkan betapa rentannya informasi pribadi pengguna dalam konteks transaksi online dan dampak negatif yang ditimbulkan terhadap kepercayaan konsumen.

Hal ini dilatarbelakangi pertumbuhan yang signifikan dari industri e-commerce di Indonesia, seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak. Karena pertumbuhan ini, masyarakat kini semakin bergantung pada platform-platform ini untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Proses pendaftaran yang meminta pengguna untuk memasukkan informasi pribadi, seperti nama, alamat, dan nomor telepon, meningkatkan kemungkinan terjadinya kebocoran data. Dalam kasus Tokopedia, kebocoran ini disebabkan oleh serangan siber yang memanfaatkan kelemahan dalam sistem keamanan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa banyak platform e-commerce di Indonesia masih memiliki celah keamanan yang dapat dimanfaatkan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Dampak dari kebocoran data ini sangat beragam. Tidak hanya kerugian finansial yang dialami oleh perusahaan, tetapi juga konsumen yang kehilangan kepercayaan dalam menggunakan platform e-commerce yang diluncurkan oleh perusahaan tersebut. Data yang bocor dapat disalahgunakan untuk berbagai kejahatan, seperti penipuan dan pencurian identitas. Hal ini membuat konsumen merasa rentan dan khawatir mengenai keamanan informasi pribadi mereka, yang pada akhirnya dapat mengurangi partisipasi mereka dalam transaksi online. Kebocoran data yang terjadi dapat menyebabkan penurunan jumlah pengguna aktif di platform e-commerce.

Untuk mencegah terulangnya kejadian serupa di masa mendatang, perusahaan e-commerce perlu meningkatkan sistem keamanan data mereka. Ini meliputi penerapan enkripsi yang lebih kuat dan perlindungan terhadap serangan siber. Selain itu, penting untuk memberikan edukasi kepada konsumen mengenai cara melindungi data pribadi dan menghindari penipuan online. Pemerintah juga memiliki peran penting dalam memperkuat regulasi terkait perlindungan data pribadi, dengan memberikan sanksi yang tegas bagi pelanggar. Karena regulasi yang lebih ketat dapat membantu meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab perusahaan dalam melindungi data konsumen.

Kejadian kebocoran data di sektor e-commerce di Indonesia menyoroti pentingnya perlindungan terhadap data pribadi. Semua pihak, termasuk perusahaan, konsumen, dan pemerintah, harus bekerja sama untuk menciptakan ekosistem digital yang aman dan terpercaya. Dengan langkah-langkah yang tepat, harapannya kepercayaan konsumen terhadap e-commerce sebagai media untuk melakukan transaksi jual beli dapat pulih dan berkembang, sehingga industri ini dapat terus tumbuh dengan aman.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa perlindungan data pribadi dalam sektor e-commerce di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, meskipun Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan kerangka hukum yang mendasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha e-commerce belum sepenuhnya memahami dan menerapkan prinsip-prinsip perlindungan data pribadi. Selain itu, rendahnya kesadaran konsumen, keterbatasan infrastruktur hukum, dan praktik bisnis yang tidak etis menjadi hambatan dalam perlindungan data pribadi. Kasus kebocoran data, seperti yang terjadi pada Tokopedia, menyoroti kerentanan informasi pribadi pengguna serta dampaknya terhadap kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian regulasi dan peningkatan edukasi untuk melindungi data pribadi secara lebih efektif.

Dalam memberikan perlindungan data pribadi kepada konsumen e-commerce diperlukan penguatan regulasi yang lebih spesifik terkait perlindungan data pribadi, seperti yang diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi yang baru saja disahkan. Regulasi ini harus mencakup ketentuan yang jelas mengenai hak-hak konsumen terkait data pribadi, serta sanksi yang tegas bagi pelanggar. Selain itu, penting untuk memastikan konsistensi antara berbagai regulasi yang ada agar penegakan hukum dapat dilaksanakan secara efektif.

Edukasi yang komprehensif mengenai hak-hak konsumen dan pentingnya perlindungan data pribadi harus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Pelaku usaha e-commerce juga perlu diberikan pelatihan tentang praktik terbaik dalam mengelola data pribadi, termasuk transparansi dalam kebijakan privasi dan perlindungan data. Dengan meningkatkan pemahaman dan kesadaran semua pihak, diharapkan kepercayaan konsumen terhadap sektor e-commerce dapat meningkat, sehingga mendorong pertumbuhan industri secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Regan, P. M. 1995. *Legislating Privacy: Technology, Social Values, and Public Policy*. The University of North Texas Press.
- Solove, D. J. 2008. *Understanding Privacy*. Harvard University Press.
- Westin, A. F. 2003. Social And Political Dimensions Of Privacy. *Journal of Social Issues*, 59(2), 431-453.
- Hidayat, R., & Rachmawati, D. 2022. Evaluasi Efektivitas UU No.8 Tahun 1999 dalam Perlindungan Data Pribadi di Era Digital. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 5(2), 123-140.
- Hidayat, R., Setiawan, A., & Kurniawan, D. 2022. Regulasi Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Tinjauan dan Implikasi. *Jurnal Hukum dan Teknologi*, 9(1), 87-102.
- Kurniawan, A., & Rahardjo, B. 2021. Analisis Kebocoran Data Pribadi Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 12(2), 123-135.

- Nugroho, A. 2021. Dampak Kebocoran Data Pribadi Terhadap Kepercayaan Konsumen Pada E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(3), 201-215.
- Prasetyo, A. 2021. Tantangan Implementasi Regulasi Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum*, 9(1), 45-60.
- Rachmawati, D. 2021. Tantangan Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 51(3), 345-362.
- Santoso, R. 2022. Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce: Tinjauan Terhadap UU Perlindungan Konsumen Dan UU Perlindungan Data Pribadi. *Jurnal Ilmu Hukum*, 15(1), 23-40.
- Setiawan, I., Rachmawati, D., & Hidayat, R. 2020. Keamanan Data Pribadi Dalam E-Commerce: Tantangan Dan Solusi. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(1), 45-60.
- Suhendar, A., & Rambe, R. F. A. K. (2023). Group discussion effectiveness in increasing student learning interest in Pancasila and citizenship education subjects. *Pancasila and Civics Education Journal (PCEJ)*, 2(2), 9-12.
- Susanto, B., & Rahardjo, S. 2020. Persepsi Masyarakat Terhadap Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 8(3), 201-215.
- Wibowo, T. 2021. Kesadaran Pelaku Usaha E-Commerce Terhadap Perlindungan Data Pribadi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 78-90.
- Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- European Parliament and Council, Regulation (EU) 2016/679, General Data Protection Regulation (GDPR)
- APJII. 2021. Laporan survei internet APJII 2021.
- European Union. 2016. General Data Protection Regulation (GDPR). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679>.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2020). Data Protection And Privacy Legislation Worldwide. <https://unctad.org/webflyer/data-protection-and-privacy-legislation-worldwide>.
- Ponemon Institute. 2021. Cost Of A Data Breach Report 2021. <https://www.ibm.com/security/data-breach>. *Hukum dan Teknologi*, 9(1), 87-102