

BAB III

PERLINDUNGAN HUKUM DALAM TRANSAKSI E-

COMMERCE MENURUT UNDANG-UNDANG

PERDAGANGAN

3.1 Perkembangan Internet dan *E-Commerce*

Era digital merupakan sebuah masa atau zaman dimana hampir seluruh bidang kehidupan telah terbantu dengan teknologi digital. Istilah tersebut juga dapat diartikan sebagai munculnya teknologidigital yang menggantikan teknologi-teknologi yang sebelumnya telah digunakan oleh manusia. Era digital biasa disebut dengan era atau masa yang serba menggunakan teknologi. Salah satu contoh paling sederhana dan tentunya semua orang tahu ialah bagaimana internet telah merevormasi banyak hal. Tidak hanya bagaimana cara kita dalam berkomunikasi dan berinteraksi saja, namun juga bagaimana kita berhasil untuk mempengaruhi *landcape* bisnis yang ada di Indonesia, atau bahkan juga dunia.

Harus kita akui bahwa teknologi digital bisa memberikan beberapa kemajuan untuk masyarakat Indonesia, meskipun dari segi infrastruktur di negara kita masih terseok-seok. Hal ini juga didukung oleh antusiasme masyarakat untuk hidup bersanding dengan teknologi digital. Beberapa orang memang mengatakan bahwa Indonesia memang terlambat dalam mengadopsi teknologi, khususnya ialah internet. Namun setelah kita lihat sampai sejauh ini, atau sampe saat ini masyarakat justru dapat

menerima dengan cepat perkembangan yang ada dan yang telah masuk di dalamnya.

Contohnya seperti pada awal masa peralihan ke era digital dimana media masa mentransformasikan aktivitas ke dalam bentuk digital. Mereka yang dahulunya rutin mengeluarkan editorial dalam cetakan, namun saat ini telah mulai menghentikan proses tersebut dan beralih menggunakan platform *online* seperti halnya dengan *website* dan platform berbagi video.

Internet pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada tahun 1994 melalui lembaga pendidikan. Saat ini internet di Indonesia sedang berkembang sangat cepat. Sebenarnya angka perkembangannya lebih sedikit apabila dibandingkan dengan pembangunan, akan tetapi juga menunjukkan pertumbuhan yang cukup tinggi. Tidak ada data yang pasti mengenai pengguna internet di Indonesia, akan tetapi dapat diperkirakan terdapat 180,000 pelanggan pada akhir tahun 1999. Menurut survey yang dilakukan oleh WDR *Research* diperoleh hasil bahwa dengan tingkat pertumbuhan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) sebesar 105%. Indonesia ternyata menduduki peringkat tertinggi diantara negara-negara di Asia, setelah China.

Walaupun demikian, di Indonesia jumlah pengguna internetnya masih sedikit, dan masih belum sebanyak US, kecuali jika warnet-warnet makin marak. Strategi *E-Commerce* kan menjadi lain tampaknya yang laris sekarang ini justru situs-situs berita, seperti kompas.com, detik.com.

sebuah permulaan yang baik untuk membangun *community* yang bukan mustahil berlanjut ke focus groups dan *E-Commerce* bisnis ke bisnis.

Dalam perkembangannya, di Indonesia saat ini terdapat sekitar 45 *Internet Service Provider* (ISP) dan hanya sekitar 35 *Internet Service Provider* saja yang beroperasi. Beberapa *Internet Service Provider* tidak dapat beroperasi karena beberapa hal, terutama karena krisis ekonomi. Beberapa *Internet Service Provider*, yang merupakan bisnis berskala kecil dan menengah tidak dapat bertahan. Yang ada saat ini hanyalah *small market* dan hampir 35 *Internet Service Provider* yang mampu bersaing secara kompetitif. Akan tetapi baru baru ini ada sekitar 70 ISP baru yang sudah memegang ijin dan siap beroperasi. Di dunia sendiri saat ini ada lebih dari 200 juta pengguna internet dengan pertumbuhan 7 pengguna setiap detik.

Di kota-kota besar seperti Semarang, Yogyakarta, Jakarta, Surabaya, Bali, Bandung, yang banyak bermunculan usaha warung internet (*cyber cafe*). Di dalam warnet tersebut terdapat terminal-terminal di mana *user* dapat mengakses internet tanpa harus menjadi pelanggan sebuah ISP. Orang hanya membayar biaya per jam atas akses yang dilakukan. Orang tidak harus terdaftar di ISP, dan tidak perlu membayar bulanan internet ataupun biaya telepon. Dan hal yang terpenting yaitu bahwa para pengguna di warung internet terbebas dari masalah teknis seperti masalah modem, kesulitan koneksi, dan sebagainya.

Kini jumlah pelanggan internet di Indonesia sekitar 200.000, meskipun jumlah absolut *user* internet tidak dapat dengan mudah dihitung. Diperkirakan *user* internet di Indonesia bervariasi antara 500.000 sampai 1.000.000 dengan 8.000 website lokal. Para *user* internet dapat lebih banyak dari pada pelanggan ISP, karena yang sering terjadi adalah suatu PC dipakai oleh 3 sampai 5 orang. Jumlah ini dapat dibuktikan dengan banyaknya internet cafe. Situasi ini dapat menjadikan jumlah *user* internet di Indonesia semakin tak dapat diprediksi.

Perkembangan internet yang kemudian memunculkan *e-commerce* merupakan alternatif bisnis yang cukup menjanjikan, karena *e-commerce* dipandang memiliki banyak kemudahan bagi kedua belah pihak, baik *Merchant* maupun *buyer*. Keberadaan *e-commerce* di Indonesia dipelopori oleh sebuah toko buku online yang disebut Sanur. Ide pertama kali munculnya bisnis *e-commerce* berupa toko buku online ini, diilhami adanya jenis bisnis *e-commerce* serupa yaitu www.amazon.com, Sanur merupakan uji coba dan pada waktu itu menjadi toko buku pertama di Indonesia yang menjual buku pada internet. Sekarang Sanur telah memiliki 2500 transaksi per bulan, menawarkan 30000 buku dan mempunyai 11000 *customer*. Pemeran *e-commerce* berikutnya adalah Indonesia *Interactive*, atau 1-2 (<http://www/1-2.co.id>). 1-2 ini dibangun sebagai portal dan menyediakan sebuah *virtual shopping mall*. 1-2 saat ini sudah berkembang dan memiliki 10 *online store*, yang menjual *book*, komputer, *handicraft* dan *t-shirt*.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi pastinya, akan membawa perubahan pada peradaban manusia. Sama halnya dengan saat ini, saat perkembangan teknologi bergerak dengan begitu pesat, teknologi digital menjadi dasar untuk berbagai sektor kehidupan. Perkembangan teknologi pula yang memulai mendorong terjadinya digitalisasi di Indonesia. Mulai dari sektor pendidikan, sektor industri, layanan masyarakat, bahkan aspek-aspek sosial yang lain.

Menurut pendiri *Institute of Social Economic Digital (ISED)*, Sri Adiningsih, digitalisasi di Indonesia setidaknya membuahkan waktu 10 tahun ke depan. Hal ini mencakup persiapan infrastruktur, SDM, tahap edukasi hingga terjadi kebiasaan. Namun nyatanya, pandemi Covid-19 kemarin memaksa percepatan digitalisasi di Indonesia. Salah satu indikator untuk mengukur transformasi digital suatu peradaban ialah tingkat penggunaan teknologi di masyarakat itu sendiri. Menurut data yang dipublikasikan oleh internetworldstats.com, Indonesia menjadi negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak ke-3 di Asia. Pada Maret 2021, tercatat jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,35 juta jiwa. Hal ini membuktikan bahwa digitalisasi di Indonesia sudah hampir di tengah-tengah masyarakat Indonesia.

Berbagai tawaran kemudahan dan kepraktisan teknologi digital pada akhirnya memunculkan ketergantungan masyarakat terhadapnya. Masyarakat menjadi semakin terbiasa dan nyaman dengan perkembangan digitalisasi di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh ISED

pada tahun 2020,74 persen masyarakat justru merasa lebih senang untuk bekerja dari rumah (*work from home*). Contoh lainnya adalah banyaknya penggunaan transportasi *online* serta pesan makanan *online*, meningkatnya nilai transaksi *online* dan semakin ditinggalkannya transaksi konvensional, hingga terjadinya transformasi digital di berbagai sektor industri. Masyarakat cenderung lebih memilih untuk memanfaatkan teknologi daripada harus melakukannya secara manual. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi di Indonesia sudah terjadi bahkan jauh lebih cepat daripada apa yang telah terprediksi oleh para ahli.

Digitalisasi di Indonesia secara di alam bawah sadar telah mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu produk tertentu. Masyarakat yang telah terbiasa dengan layar digital, terutama kaum milenial yang tumbuh dan berkembang dengan teknologi, akan cenderung memilih alternatif yang sudah berbentuk digital. Tidak terkecuali dalam memilih layanan kesehatan.

Saat ini masyarakat semakin adaptif dalam memanfaatkan teknologi, termasuk untuk tujuan ekonomi. Teknologi digital telah membuka kemungkinan kolaborasi yang lebih besar diantara para pemangku kepentingan ekonomi dalam rangka memperluas perdagangan, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan akses ke layanan publik.

Nilai ekonomi digital *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) telah melampaui US\$100 miliar dan diprediksi akan mengkat

tiga kali lipat menjadi lebih dari US\$300 miliar pada tahun 2025. Penggerak utama ekonomi digital ASEAN adalah *e-commerce*, lalu diikuti oleh transportasi dan pengiriman makanan, media *online*, dan travel. Selain itu, *Healthtech* dan *Edutech* kini berkembang menjadi sektor yang menjanjikan.

Peluang ekonomi digital Indonesia masih terbuka lebar. Hal ini didukung oleh fakta bahwa Indonesia menempati urutan ke-4 populasi terbesar di dunia. Usia produktif Indonesia berjumlah sekitar 191 juta penduduk atau 70,7% dari total penduduk. Dengan potensi tersebut, maka akan ada lebih banyak terobosan dan inovasi di masa depan.

Perkembangan digitalisasi saat ini telah berkembang dengan pesat seiring berjalannya waktu dan tak ada hentinya para pengembang terus menerus melakukan inovasi-inovasi berbasis teknologi agar dapat terus membantu penggunaannya dalam menyelesaikan aktivitas sehari-hari. Berbagai sektor telah merambah dengan memanfaatkan teknologi informasi. Sebut saja Tokopedia, berkat pemanfaatan teknologi informasi yang telah diimplementasikan ke dalam aktivitas jual beli atau *e-commerce*, dapat mencapai pendapatan hingga 1 Triliun per bulan pada tahun 2016 dengan 30 juta produk aktif yang siap untuk dibeli. Tokopedia dalam inovasinya dapat memudahkan para penggunaannya dalam melakukan aktivitas jual beli.

Tokopedia juga menyediakan kemudahan bagi masyarakat yang ingin membeli pulsa, baik pulsa listrik maupun pulsa telepon hingga

membayar iuran BPJS melalui perusahaan berbasis digital itu. Disamping akan kemudahannya, tersimpan aktivitas yang dapat merugikan ataupun membahayakan semua pihak. Selain itu, pemanfaatan digitalisasi di Indonesia dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat. Sebut saja GO-JEK, aplikasi *online* yang tidak hanya melayani transportasi saja, melainkan juga mengantar pesanan makanan, kirim barang, hingga belanja dan pembayaran hanya dalam satu genggam saja.

Aplikasi buatan asli anak Indonesia ini tidak lepas dari inovasi dan kreatifitas pendirinya, Nadiem Karim melalui pemanfaatan digitalisasi. Sampai saat ini sudah memiliki 200 ribu partne pengemudi motor dan mobil, 35 ribu merchant Go Food, dan 3.000 penyedia layanan lainnya. Selain membantu pengguna dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari, GO-JEK juga membantu mitranya dalam mencari lahan pendapatan secara luas. Walau terdapat 2 sisi dalam perkembangan digitalisasi di Indonesia.

3.2 Peran *E-Commerce* dalam Pengembangan Bisnis

Dengan adanya teknologi informasi bisnis dapat berkembang dengan pesat tidak hanya di wilayah tertentu melainkan dapat berkembang pesat dalam kancah global. Peranan teknologi informasi dalam kemajuan dunia bisnis sangatlah berpengaruh penting, diantaranya adalah perkembangan bisnis yang sangat cepat, dapat penyebaran informasi mengenai bisnis yang dikelola akan sangat cepat pula untuk di

ketahui oleh calon konsumen, dan teknologi informasi juga dapat mempermudah komunikasi antara konsumen dan pelaku bisnis itu sendiri.

Berikut beberapa manfaat teknologi informasi dalam bidang bisnis:

a. Menciptakan peluang bisnis baru (*e-business*)

Perkembangan teknologi dan informasi dapat mendorong banyak orang untuk membuka peluang bisnis yang sangat menguntungkan dan sebagai modal awal bisnis. Kemajuan teknologi dan informasi dalam memulai bisnis sangatlah terbuka lebar untuk dimanfaatkan, dengan memanfaatkan *Search Engine* dalam mencari informasi tentang bagaimana cara untuk memulai bisnis baru sangatlah mudah untuk mencarinya, salah satunya dengan penggunaan media pencarian raksasa Google kita akan mendapat informasi apa saja yang telah disediakan oleh blogger atau penulis lainnya tentang membuka peluang bisnis baru.

b. Biaya Produksi dan Operasional Sedikit

Perkembangan teknologi dan informasi mempermudah untuk perusahaan dalam mengurangi penggunaan biaya produksi sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar dengan mengurangi pengeluaran penggunaan biaya yang sedikit dan juga dapat mengurangi biaya operasional, sehingga perusahaan dapat meningkatkan angka jumlah produksi.

c. Komunikasi dan monitoring lebih mudah

Pemanfaatan teknologi dan informasi dalam perusahaan untuk mempermudah proses komunikasi dan monitoring pekerjaan saat ini banyak diterapkan di perusahaan, sehingga perusahaan dapat berjalan secara terus menerus tanpa adanya pengawasan secara langsung. Selain itu karyawan tidak perlu datang secara langsung ke tempat perusahaan berada. Hal tersebut dapat mengefisienkan penggunaan waktu untuk dalam komunikasi dan monitoring agar produksinya semakin meningkat.

d. Akses informasi dan penyebaran lebih cepat

Di era teknologi dan informasi seperti sekarang ini, pemanfaatan teknologi untuk penyebaran informasi dan akses informasi melalui internet dapat lebih mudah dan dapat dilakukan dalam satu waktu, sementara itu penyebaran informasi akan tersebar luas dengan cepat dibandingkan dengan menggunakan media non teknologi seperti penggunaan POS. Dengan adanya teknologi dan informasi kita dapat menyebar luaskan informasi ke seluruh Indonesia maupun kancah dunia dan dapat diakses langsung secara personal.

e. Komunikasi semakin mudah

Internet tidak hanya untuk menyebarkan informasi saja dengan cepat, tetapi mempunyai fasilitas lainnya seperti komunikasi yang akan mempengaruhi proses penyebaran informasi secara cepat, dan di internet banyak membuktikan kecepatannya berkomunikasi

dengan orang lain secara global secara langsung pada waktu yang sama, seperti penggunaan sosial media dapat mempermudah proses komunikasi dengan orang lain secara langsung.

Pemanfaatan teknologi informasi dalam perkembangan bisnis itu sendiri sangatlah berpengaruh besar, salah satu pemanfaatan teknologi informasi dalam dunia bisnis adalah perdagangan secara elektronik atau dikenal dengan *e-commerce*, Adalah perdagangan melalui media internet.

3.3 Klasifikasi Bisnis *E-Commerce* di Indonesia

Beberapa variasi bisnis *e-commerce* di Indonesia dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. *Listing* (iklan baris)

kelompok interaksi B2C dan C2C, yang berfungsi sebagai sebuah *platform* yang mana para individu dapat memasang barang jualan mereka secara gratis. Pendapatan diperoleh dari iklan premium. Jenis iklan baris seperti ini cocok bagi penjual yang hanya ingin menjual barang dengan kuantitas kecil. Contoh : OLX, dan Berniaga.com.

2. *Online Marketplace*

Tergolong kelompok interaksi C2C, yang merupakan model bisnis dimana *website* yang bersangkutan tidak hanya membantu mempromosikan barang dagangan saja , tetapi juga memfasilitasi transaksi uang secara *online*. Seluruh transaksi *online* harus

difasilitasi oleh *website* yang bersangkutan. Contoh: Tokopedia.com, dan Bukalapak.com.

3. *Shopping Mall*

Termasuk kelompok interaksi B2B, dan B2C. Model bisnis ini mirip dengan *marketplace*, tetapi penjual yang bisa berjualan disana haruslah penjual itu sendiri atau *brand* ternama karena proses verifikasi yang ketat. Contoh : blibli.com, dan zalora.com.

4. Toko *Online*

Kelompok interaksi B2C, dan model bisnis ini cukup sederhana, yakni sebuah toko *online* dengan alamat *website (domain)* sendiri dimana penjual memiliki stok produk dan menjualnya secara *online* kepada pembeli.

5. Toko *online* di media sosial

Termasuk kelompok interaksi C2C. Banyak penjual di Indonesia yang menggunakan situs media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram untuk mempromosikan barang dagangan mereka. Contohnya siapapun yang berjualan dengan media sosial.

6. Jenis-jenis *websitecrowdsourcing* dan *crowdfunding*

Tergolong kelompok interaksi C2B. *Website* dipakai sebagai *platform* untuk mengumpulkan orang-orang dengan *skill* yang sama atau untuk penggalangan dana secara *online*. Contoh : kitabisa.com, dan wujudkan.com

3.4 Kendala Implementasi *E-Commerce*

Kenyataannya yang adad di Indonesia, ternyata *e-commerce* tidak mampu membuat perubahan yang cukup besar. Jika diamati fakta di atas, terdapat beberapa faktor yang dipercaya mendukung perkembangan, diantara kelemahan dan kesulitan yang dihadapi. Kali ini akan dibahas tentang beberapa faktor yang tidak medukung pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Terdapat 6 klasifikasi utama, yaitu :¹

a. Infrastruktur

Dapat dikatakan bahwa infrastruktur merupakan salah satu aspek terpenting. Namun secara geografis Indonesia merupakan negara kepulauan. Struktur ini yang mempersulit dalam pembuatan *fiber-optic-bases backbone*. PT. Telkom adalah penyedia telekomunikasi domestik yang bertanggung jawab terhadap infrastruktur domestik ini. Sebagian besar dari jaringan PT. Telkom masih menggunakan *copper wire*. Hanya kota-kota besar saja yang memakai *fiber optic*, walaupun koneksi ke *end user* masih menggunakan *cooper*. Aspek lain yang dapat dikategorikan sebagai infrastruktur adalah telepon dan biaya akses internet yang relatif mahal. Tidak seperti Amerika dan negara-negara lain, dimana biaya telepon hanya dikenakan bulanan, di Indonesia biaya tidak hanya biayabulanan tetapi juga berdasarkan besarnya pemakaian telepon. Selain itu, *user*

¹*Apa dan Bagaimana E-Commerce* (Yogyakarta: Andi, Semarang: Wahana Komputer, 2002), h.20.

internet masih diharuskan untuk membayar ISP atas penggunaan fasilitas tersebut.

b. Kesadaran

Sebagian besar pengguna di Indonesia masih memperlakukan internet sebagai alat komunikasi. Mereka lebih suka mengirimkan e-mail atau berbagi informasi satu dengan yang lain. Untuk informasi secara langsung mereka cenderung melakukan pembicaraan melalui *Chat Room*, khususnya anak-anak muda seperti pelajar. Beberapa diantaranya lebih suka mencari dan menggabungkan informasi yang mereka peroleh dari internet, khususnya berita.

Berdasarkan hasil survey yang ada, penggunaan e-mail yang ada menduduki presentase tertinggi, yaitu (42%). Kemudian membaca surat kabar (39%), mencari informasi tentang produk dan pelayanan (29%), membaca majalah (27%) dan *chatting* (23%). Disini terlihat bahwa bagi user di Indonesia ternyata *e-commerce* belum bagian dari aktivitas dari internet. Tidak banyak yang menyadari bahwa internet juga dapat digunakan sebagai media yang sangat berguna untuk melakukan bisnis dan membuat transaksi. Hanya beberapa diantaranya yang menghabiskan waktunya untuk melakukan transaksi melalui internet, jumlahnya kurang dari 10% dari total user internet. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kesadaran

akan *e-commerce* masih rendah diantara para user internet Indonesia.

c. Keamanan

Dari hasil survey terhadap user Indonesia menunjukkan bahwa pikiran utama yang masih tertanam pada benak mereka untuk melakukan transaksi di internet, yaitu mengenai masalah keamanan dalam pembayarannya. Mereka ingin agar *provider* memebrikan jaminan keamanan bertransaksi ke situs mereka. Mungkin karena di Indonesia terdaapat budaya penggunaan kartu kredit masih sedikit, maka banyak situs *e-commerce* di Indonesia yang menawarkan cara konvensional, yaitu dengan melalui wesel, atau via telepon, sementara halaman web hanya menawarkan jenis produk yang akan dijual, dan transaksi di lakukan dengan kontak langsung via telepon.

d. Internet Banking

Masalah lain yang saat ini menjadi trend di *e-commerce* yang mungkin hanya terjadi di Indonesia adalah masalah *Internet Banking*. Beberapa bank pada mulanya memakai *e-commerce* sebagai salah satu alternatif untuk perbankan itu sendiri, walaupun pelayanan yang diberikan masih terbatas dan hanya untuk *costumer* mereka sendiri. Hal tersebutlah yang menunjukkan bahwa dalam waktu dekat ini transaksi tersebut

akan mengakibatkan tertekannya pertumbuhan transaksi pembayaran di Internet.

e. Budaya dan Kebiasaan

Budaya dan kebiasaan masyarakat Indonesia itu sendiri ialah belanja merupakan sebagian dari kegiatan waktu luang atau sekedar untuk rekreasi. Masyarakat Indonesia lebih suka pergi berbelanja ke pusat perbelanjaan atau mall bersama keluarga maupun teman-teman. Mereka lebih suka melakukan seleksi secara detail sebelum memutuskan untuk membeli atau hanya melihat tanpa ada niatan untuk membelinya.

Alasan kedua menurut penelitian yang pernah dilakukan, dikatakan bahwa orang-orang tidak ingin membeli melalui internet karena mereka mengkhawatirkan kualitas produk yang akan mereka pesan. Dengan kata lain, produk yang dibeli tidak sesuai harapan mereka.

f. Penyedia *E-Commerce*

Terdapat tiga bagian yang berhubungan dengan penyedia *e-commerce*, yaitu *merchant*, *fasilitator e-commerce*, dan pihak bank (cara pembayaran). Hanya beberapa *merchant* yang telah siap terlihat dalam *e-commerce*. Banyak diantaranya masih menunggu waktu yang tepat untuk terjun sebagai *merchant*. Terdapat berbagai alasan yang tetap mereka pegang jika bergabung dengan *e-commerce*. Mereka masih takut bahwa

melakukan bisnis lewat internet akan membawa biaya tambahan yang tidak sesuai dengan penghasilan yang akan didapatnya. Sistem *shiment* atau sistem pengiriman merupakan pengahalang lain karena beberapa *merchant* tidak memiliki sistem pengemasan dan pengiriman barang dengan cepat, sehingga dapat terjadi kemungkinan misalnya *shipment* sebuah buku memerlukan 3 sampai 5 hari bagi pengiriman lokal di kota yang sama.

Seperti yang telah disebutkan diatas, hanya beberapa bank yang telah menjalankan internet bank service. Sebagian besar *provider e-commerce* masih menggunakan pembayaran *offline*, dan hanya beberapa saja yang menggunakan pembayaran secara semi manual. Teknologi *Secure Electronic Transaction (SET)* saat ini belum diterapkan.

Hal lain yang telah mewarnai perkembangan *e-commerce* di Indonesia adalah munculnya perantara yang secara meluas masuk ke proses bisnis. Hal ini terjadi pada pengembangan sistem EDI (*Electronic Data Interchange*). Mereka menyadari bahwa aturan ini akan diakhiri dengan implementasi sistem komputerisasi atau *e-commerce*, sehingga membuat hal ini sangat sulit untuk menghilangkannya.

Namun demikian tidak dapat dipungkiri bahwa keunikan Indonesia dapat membawa keuntungan pada pengembangan e-

commerce. salah satunya adalah struktur geografis Indonesia sebagai negara kepulauan yang membuat orang enggan bepergian untuk menghemat uang. *E-commerce* dapat menciptakan efisiensi, meskipun harus memakan beberapa tahun lagi pasar untuk siap, dan pendidikan yang benar terhadap masyarakat untuk ikut terlibat di dalamnya.

3.5 Pengawasan *E-Commerce* dalam Undang-Undang Perdagangan

Undang-undang perdagangan merupakan manifestasi dari keinginan untuk memajukan sektor perdagangan yang dituangkan dalam kebijakan perdagangan dengan mengutamakan kepentingan nasional. Hal ini jelas dituangkan dalam pasal 2 huruf (a) Undang-Undang Perdagangan. Kepentingan nasional yang dimaksud ialah mendorong pertumbuhan ekonomi, mendorong daya saing perdagangan, melindungi produksi dalam negeri, memperluas pasar tenaga kerja, perlindungan konsumen, menjamin kelancaran/ketersediaan barang dan jasa, penguatan UKMK dan lain sebagainya.²

Secara sistematis lingkup pengaturan mengenai perdagangan yang diatur di dalam UU perdagangan ini meliputi, perdagangan dalam negeri, perdagangan luar negeri, perdagangan perbatasan, standarisasi, perdagangan melalui sistem elektronik, perlindungan dan pengamanan perdagangan, pemberdayaan koperasi dan usaha mikro kecil menengah, pengembangan ekspor, kerjasama perdagangan internasional, sistem

² Az. Nasution, "*Revolusi Teknologi dalam Transaksi Bisnis Melalui Internet*", (Jurnal Keadilan Volume I No.3 September 2001), hal. 28.

informasi perdagangan, tugas dan wewenang pemerintah di bidang perdagangan, komite perdagangan nasional, pengawasan dan penyidikan.

Mengenai *e-commerce*, dalam undang-undang perdagangan juga telah mengatur mengenai perdagangan melalui sistem elektronik atau *e-commerce*, yang diatur dalam pasal 65 dan 66. Pemberlakuan aturan *e-commerce* yang tercantum dalam undang-undang perdagangan ini berlaku untuk skala internasional. Maksudnya ialah seluruh transaksi elektronik yang dilakukan pelaku usaha dalam negeri maupun luar negeri, yang menjadikan Indonesia sebagai pasar wajib mematuhi aturan *e-commerce* yang ada di dalam Undang-Undang Perdagangan dan peraturan pelaksanaannya. Dalam undang-undang perdagangan, pemerintah telah mengatur bagaimana transaksi elektronik dan bisnis online dapat dipertanggung jawabkan oleh pelaku bisnis dan dapat memberikan perlindungan terhadap konsumen. Tujuan dari pengaturan *e-commerce* dalam undang-undang perdagangan adalah untuk memberikan perlindungan kepada konsumen dan juga bagi para pelaku usaha.

Dalam pasal 65 UU Perdagangan ini mewajibkan pelaku usaha *e-commerce* untuk menyediakan data dan informasi secara lengkap dan benar sehingga dapat memudahkan untuk menelusuri legalitasnya. Hal ini sangat baik dalam segi perlindungan konsumen namun, implementasi dari ketentuan ini akan sulit terwujud jika aturan pelaksanaannya tidak segera

diterbitkan oleh pemerintah, karena *e-commerce* itu sendiri sangat kompleks dan terjadi dalam lingkup internasional.

Saat ini, Kementerian Perdagangan (Kemendag) bersama stakeholder terkait sedang menyusun peraturan pelaksana berupa Rancangan Peraturan Pemerintah yang relevan terkait dengan perdagangan *e-commerce* sebagai implementasi dari amanat pasal 66 UU Perdagangan. Hal ini merupakan awal yang baik karena akhirnya Indonesia memiliki dasar hukum untuk melakukan pengelolaan perdagangan transaksi elektronik. Pengaturan *e-commerce* ini tentunya dapat memberikan kejelasan bagi pelaku usaha *e-commerce* dan konsumen masyarakat yang sering melakukan kegiatan bisnis berbasis internet. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya pangsa pasar *e-commerce* Indonesia merupakan tertinggi di ASEAN dan diperkirakan akan tumbuh sekitar US\$ 25-30 miliar.³

Undang-undang Perdagangan mencoba untuk merumuskan sebuah kebijakan untuk mengatur perdagangan, baik itu perdagangan dalam negeri maupun luar negeri melalui sebuah kebijakan dan pengendalian. Kebijakan dan pengendalian yang dimaksud adalah terkait dengan :

- a. Peningkatan efisiensi dan efektivitas Distribusi;
- b. Peningkatan iklim usaha dan kepastian berusaha;
- c. Pengintegrasian dan perluasan pasar dalam negeri;

³ A.T. Kearney, Op.Cit., hal. 5.

- d. Peningkatan akses Pasar bagi Produk Dalam Negeri; dan
- e. Perlindungan konsumen

Aspek perlindungan konsumen dalam UU perdagangan juga dapat dilihat dari adanya aturan terkait standarisasi dan label. Hal ini akan sangat mendukung praktek perlindungan bagi konsumen. Adanya aturan standarisasi sebuah produk menjadikan suatu produk yang akan dijual ke konsumen memiliki kualitas yang sudah terstandar dan diakui oleh pemerintah, sehingga akan mengurangi resiko dari segi keamanan dan keselamatan konsumen. Terkait dengan label, hal ini juga salah satu aspek perlindungan konsumen dalam UU Perdagangan, karena dalam ketentuannya semua barang / jasa yang masuk ke Indonesia harus menggunakan label bahasa Indonesia.

Dalam UU Perdagangan tersebut telah memuat beberapa poin penting dalam hal perlindungan konsumen. Isu yang penting dari perdagangan *e-commerce* dalam UU Perdagangan ini adalah bagaimana UU ini dapat melindungi pelaku usaha mikro yang baru berkembang tanpa mengenyampingkan perlindungan konsumen. Adanya amanat dari Pasal 65 UU Perdagangan terkait pelaku usaha *e-commerce* yang diharuskan menyediakan data dan informasi akan memberikan dampak baik bagi perlindungan konsumen. Dalam Pasal 65 ayat (4) UU Perdagangan di sebutkan:⁴

⁴ Undang-Undang Perdagangan Nomor 7 Tahun 2014 Pasal 65 ayat (4)

(4) Data dan/atau informasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) paling sedikit memuat:

- a. identitas dan legalitas Pelaku Usaha sebagai produsen atau Pelaku Usaha Distribusi;
- b. persyaratan teknis Barang yang ditawarkan;
- c. persyaratan teknis atau kualifikasi Jasa yang ditawarkan;
- d. harga dan cara pembayaran Barang dan/atau Jasa; dan
- e. cara penyerahan Barang

Pasal 65 UU Perdagangan ini hampir selaras dengan ketentuan Pasal 25 Peraturan Pemerintah No 82 Tahun 2012 Tentang Penyelenggara Sistem Transaksi Elektronik (PP PSTE). Harmonisasi kebijakan ini penting untuk dapat menjamin adanya kepastian hukum dalam menjalankan bisnis *e-commerce* baik bagi pelaku usaha maupun bagi konsumen. Sehingga pelaku bisnis *e-commerce* dapat menjalankan bisnisnya tanpa mengabaikan perlindungan sebagai konsumen.

Penguatan perlindungan konsumen dalam perdagangan *e-commerce* adalah aspek yang sangat penting. Penguatan tidak cukup hanya sebatas pengaturan regulasi, diperlukan penguatan dalam bentuk mekanisme kelembagaan yang meningkatkan signifikansi dan kepercayaan (kredibilitas) dari lembaga-lembaga terkait yang memiliki kewenangan untuk melindungi kedua belah pihak (pelaku usaha dan konsumen) dari praktik penipuan dan penyalahgunaan media internet.

Bentuk penguatan mekanisme kelembagaan dapat dilakukan dengan memperkuat fungsi lembaga keandalan sebagai pihak ketiga yang dapat dipercaya dalam menerbitkan Sertifikat Digital dan membuat iklim perdagangan Elektronik menjadi lebih aman dan terpercaya oleh masyarakat pengguna. Untuk dapat berjalan secara efektif, UU Perdagangan yang ada saat ini membutuhkan suatu Peraturan Pemerintah terkait e-commerce agar dapat menjalankan aturan-aturan e-commerce tersebut. Sertifikasi bagi pelaku usaha pada Perdagangan e-commerce telah diatur secara komprehensif dalam hukum positif lain, yaitu melalui UU ITE dan PP PSTE. Sementara terkait dengan pembayaran online, RPP e-commerce sebaiknya menitikberatkan eksistensi sertifikasi bagi *merchant* / pelaku usaha e-commerce terkait penyelenggaraan pembayaran secara online.

Tujuan sertifikasi penyelenggara pembayaran e-commerce adalah untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan bertransaksi melalui sistem pembayaran online. Sertifikasi penyelenggara ini dilakukan oleh penyedia jasa keuangan (PJK), serta diatur dan diawasi oleh otoritas jasa keuangan terkait (BI) sebagai suatu bagian tak terpisahkan dari lalu lintas sistem pembayaran nasional. Pemerintah melalui juga perlu membangun kepercayaan antara pelaku usaha dan konsumen dalam perdagangan e-commerce melalui penerapan praktik bisnis yang adil dan tidak merugikan semua pihak. Penerapan praktik bisnis yang adil memerlukan penguatan sistem hukum yang mengatur perlindungan kedua belah pihak (pelaku

usaha dan konsumen), kebijakan praktis, dan kebijakan proteksi yang dapat diandalkan, yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjaga derajat keseimbangan hak dan kewajiban antara konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi perdagangan *e-commerce*.

3.6 Pengaturan Perlindungan Hukum Data Pribadi dalam *E-Commerce* di Indonesia

Tertera di alinea keempat Pembukaan UUD 1945, menyebut bila pemerintah Indonesia berkewajiban secara konstitusional memberi perlindungan bagi warga negara dan meningkatkan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa, maupun terlibat dalam tata tertib dunia berdasar kemerdekaan, perdamaian abadi, maupun keadilan sosial. Pada konteks perkembangan teknologi, bernegara mempunyai tujuan terwujud berwujud perlindungan data pribadi dari masing-masing warga negara. Umumnya, bisa diterima bila UUD 1945 selaku konstitusi memberi kebijakan menanggulangi tindakan mencuri data pribadi dengan perlindungan atas kepemilikan pribadi dari segala pihak yang berupaya membobol atau mencuri data milik pihak lain. Kebutuhan dalam perlindungan hukum bagi data pribadi kian menguat sesuai peningkatan pemakai *smartphone* maupun internet. Beberapa kasus yang tercatat, khususnya yang mempunyai hubungan dengan data pribadi yang bocor dan berakar ke tindakan penipuan/tindakan kriminal lain, dan meningkatnya wacana pembuatan peraturan hukum guna memberi perlindungan bagi data pribadi.

Perlindungan data pribadi terkait konsep privasi dijadikan ide guna merawat kesatuan maupun martabat masing-masing individu (Djafar & Komarudin, 2014). Privasi sebagai istilah lainnya, lalu dipergunakan negara maju yang terkait data pribadi sebagai hak yang perlu mendapat perlindungan, yakni hak individu agar tidak mendapat gangguan terkait kehidupan pribadi mereka (Latumahina, 2014). Mengulas privasi sama halnya menjabarkan perihal hak menikmati hidup. Sekalipun privasi mendapat pengakuan sebagai hak asasi manusia, sebagai konsep, cukup kompleks untuk menjabarkannya serta memiliki beragam jenis berdasar pada konteks, budaya, maupun bangsa. Hak privasi pada perlindungan data, yaitu bagian penting untuk kebebasan maupun harga diri seseorang. Perlindungan data berperan sebagai pemicu perwujudan kebebasan dalam berpolitik, keagamaan, maupun aktivitas yang sifatnya pribadi. Hak dalam penentuan nasib sendiri, bebas dalam mengekspresikan diri, maupun privasi sebagai hak penting untuk menjadikan warga negara sebagai manusia seutuhnya.

Saat ini di Indonesia Indonesia masih dalam tahap rancangan pembuatan undang-undang perlindungan data pribadi. Berbagai masalah yang sudah tersampaikan, mengharuskan pemerintah Indonesia memberi perlindungan bagi warga negaranya, serta menentukan permasalahan perlindungan data pribadi dan mempersiapkan bermacam perlindungan hukum. Hukum perihal perlindungan data pribadi sejauh ini masih terkesan terpisah dan sektoral, yang terlihat belum mampu

memberi perlindungan maksimal maupun efektif atas data pribadi. Indonesia sudah merancang bermacam aturan undang-undang yang menentukan perihal privasi di bermacam bidang. Memiliki kesadaran atas data pribadi sangatlah penting untuk terhindar dari korban penyalahgunaan serta kebocoran data pribadi.

Tindakan *preventif* yang dapat dilakukan untuk mencegah kebocoran data pribadi yaitu cek kebocoran data lewat situs, cek informasi debitur di SLIK secara berkala, belajar curiga sebagai bentuk waspada, awasi password dan kode OTP, aktif bank alert, hindari fotokopi KTP, jangan umbar data diri. Sedangkantindakan *represif* yang dilakukan selama ini masih kurang optimal terlebih lagi masalah belum rampungnya aturan undang-undang yang khusus mengatur perihal data pribadi yang hingga sekarang masing ada di tahap perancangan. Guna menelaah konsep perlindungan data pribadi sesuai hukum Indonesia, tertera beberapa aturan mengenai perlindungan data pribadi konsumen di perdagangan digital, yaitu UU Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 (UUPK): terdapat bermacam perihal penting, yakni hak konsumen guna memaksimalkan layanan, hak melakukan tuntutan ganti rugi, hak konsumen guna mengadukan permasalahan. Serta, UU No. 19 Tahun 2016 perihal Perubahan atas UU No. 11 Tahun 2008 perihal Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) terlihat dari pengaturan perihal pertanggungjawaban dan pemberian ganti rugi.

3.7 Bentuk Perlindungan Data Pribadi dalam *E-Commerce* di Indonesia

Pengaturan perlindungan data pribadi bertujuan untuk melindungi kepentingan konsumen terhadap penyalahgunaan data pribadi. Seperti yang telah diuraikan sebelumnya, di Indonesia terdapat beberapa aturan yang mengatur mengenai perlindungan data pribadi seperti Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

3.7.1 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Perlindungan data pribadi dalam sebuah sistem elektronik dalam Undang-Undang ini meliputi perlindungan dari penggunaan tanpa izin, perlindungan oleh penyelenggara sistem elektronik dan perlindungan dari akses dan intervensi ilegal. Pasal 26 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik mengatur bahwa:⁵

- a. Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang

⁵ Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Pasal 26.

- menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.
- b. Setiap orang yang dilanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan undang-undang ini.
 - c. Setiap penyelenggara sistem elektronik wajib menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.
 - d. Setiap penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan mekanisme penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sudah tidak relevan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
 - e. Ketentuan mengenai tata cara penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4) diatur dalam peraturan Pemerintah.

Artinya, penggunaan setiap informasi melalui media atau Sistem Elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan Orang yang bersangkutan. Untuk itu, dibutuhkan jaminan pemenuhan perlindungan data pribadi dengan mewajibkan setiap Penyelenggara Sistem Elektronik untuk menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.⁶

Dalam undang-undang ini, setiap orang yang mengalami kerugian dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi. Selain itu, para pihak juga dapat menyelesaikan sengketa

⁶ Penjelasan atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

melalui arbitrase atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

3.7.2 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi

Dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, data pribadi merupakan data perseorangan tertentu yang disimpan, dirawat, dan dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya.⁷ Kemudian, dalam peraturan ini perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik dilakukan pada proses:

- a. Perolehan dan pengumpulan;
- b. Pengolahan dan penganalisisan;
- c. Penyimpanan;
- d. Penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebarluasan dan/atau pembukaan akses, dan
- e. Pemusnahan

Untuk melaksanakan proses tersebut diatas, setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus mempunyai aturan internal perlindungan Data Pribadi. Hal tersebut dilaksanakan sebagai bentuk tindakan pencegahan untuk menghindari kegagalan dalam perlindungan Data Pribadi yang dikelolanya.⁸ Selain itu, dalam Pasal 5 ayat (4)

⁷ Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 1.

⁸ Peraturan Menteri Komunikasai dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 5.

mengatur bahwa tindakan pencegahan lainnya untuk menghindari terjadinya kegagalan dalam perlindungan Data Pribadi yang dikelolanya harus dilakukan oleh setiap Penyelenggara Sistem Elektronik, paling sedikit berupa kegiatan:⁹

- a. meningkatkan kesadaran sumber daya manusia di lingkungannya untuk memberikan perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik yang dikelolanya; dan
- b. mengadakan pelatihan pencegahan kegagalan perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik yang dikelolanya bagi sumber daya manusia di lingkungannya.

Dalam hal perolehan dan pengumpulan data pribadi, Penyelenggara Sistem Elektronik wajib berdasarkan persetujuan atau berdasarkan peraturan perundang-undangan. Kemudian Penyelenggara Sistem Elektronik harus menghormati Pemilik Data Pribadi atas Data Pribadi yang bersangkutan. Dalam hal perolehan dan pengumpulan data pribadi, Penyelenggara Sistem Elektronik wajib berdasarkan persetujuan atau berdasarkan peraturan perundang-undangan. Kemudian Penyelenggara Sistem Elektronik harus menghormati Pemilik Data Pribadi atas Data Pribadinya yang bersifat privasi yang dilakukan melalui penyediaan pilihan dalam Sistem Elektronik untuk Pemilik Data Pribadi terhadap:

- a. kerahasiaan atau ketidakerahasiaan Data pribadi, dan
- b. perubahan, penambahan, atau pembaruan Data Pribadi.

⁹ Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 5 ayat (4).

Dalam peraturan ini, juga diatur mengenai hak dan kewajiban pemilik data pribadi maupun hak dan kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik. Pasal 26 mengatur bahwa: Pemilik Data Pribadi berhak:

- a. atas kerahasiaan Data Pribadinya;
- b. mengajukan pengaduan dalam rangka penyelesaian sengketa Data Pribadi atas kegagalan Perlindungan kerahasiaan Data Pribadinya oleh Penyelenggara Sistem Elektronik kepada Menteri;
- c. mendapatkan akses atau kesempatan untuk mengubah atau memperbarui Data Pribadinya tanpa mengganggu sistem pengelolaan Data Pribadi, kecuali ditentukan lain oleh ketentuan perundang-undangan;
- d. mendapatkan akses tau kesempatan untuk memperoleh historis Data Pribadinya yang pernah diserahkan kepada Penyelenggara Sistem Elektronik sepanjang masih sesuai dengan ketentuan perundang-undangan; dan
- e. meminta pemusnahan Data Perseorangan Tertentu miliknya dalam Sistem Elektronik yang dikelola oleh Penyelenggara Sistem Elektronik, kecuali ditentukan lain oleh ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kemudian Pasal 27 mengatur bahwa pengguna wajib:¹⁰

- a. menjaga kerahasiaan Data Pribadi yang diperoleh, dikumpulkan, diolah, dan dianalisisnya;
- b. menggunakan Data Pribadi sesuai dengan kebutuhan Pengguna saja;
- c. melindungi Data Pribadi beserta dokumen yang memuat Data Pribadi tersebut dari tindakan penyalahgunaan; dan
- d. bertanggungjawab atas Data Pribadi yang terdapat dalam penguasaannya, baik penguasaan secara organisasi yang menjadi kewenangannya maupun perorangan, jika terjadi tindakan penyalahgunaan.

Adapun mengenai kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik,

yaitu: Penyelenggara Sistem Elektronik wajib:¹¹

- a. melakukan sertifikasi Sistem Elektronik yang dikelolanya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;

¹⁰ Peraturan Menteri Komunikasai dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 27.

¹¹ Peraturan Menteri Komunikasai dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 28.

- b. menjaga kebenaran, keabsahan, kerahasiaan, keakuratan dan relevansi serta kesesuaian dengan tujuan perolehan, pengumpulan, pengolahan, penganalisisan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebarluasan dan pemusnahan Data Pribadi;
- c. memberitahukan secara tertulis kepada pemilik Data Pribadi jika terjadi kegagalan perlindungan rahasia Data Pribadi dalam Sistem Elektronik yang dikelolanya, dengan ketentuan pemberitahuan sebagai berikut:
 - 1) harus disertai alasan atau penyebab terjadinya kegagalan perlindungan rahasia Data Pribadi;
 - 2) dapat dilakukan secara elektronik jika Pemilik Data Pribadi telah memberikan Persetujuan untuk itu yang dinyatakan pada saat dilakukan perolehan dan pengumpulan Data Pribadinya;
 - 3) harus dipastikan telah diterima oleh Pemilik Data Pribadi jika kegagalan tersebut mengandung potensi kerugian bagi yang bersangkutan; dan
 - 4) pemberitahuan tertulis dikirimkan kepada Pemilik Data Pribadi paling lambat 14 (empat belas) hari sejak diketahui adanya kegagalan tersebut;
- d. memiliki aturan internal terkait perlindungan Data Pribadi yang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- e. menyediakan rekam jejak audit terhadap seluruh kegiatan penyelenggaraan Sistem Elektronik yang dikelolanya;
- f. memberikan opsi kepada Pemilik Data Pribadi mengenai Data Pribadi yang dikelolanya dapat/atau tidak dapat digunakan dan/atau ditampilkan oleh/pada pihak ketiga atas Persetujuan sepanjang masih terkait dengan tujuan perolehan dan pengumpulan Data Pribadi;
- g. memberikan akses atau kesempatan kepada Pemilik Data Pribadi untuk mengubah atau memperbaiki Data Pribadinya tanpa mengganggu sistem pengelolaan Data Pribadi, kecuali ditentukan lain oleh ketentuan peraturan perundang-undangan;
- h. memusnahkan Data Pribadi sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Menteri ini atau ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya yang secara khusus mengatur di masing-masing Instansi Pengawas dan Pengaturan Sektor untuk itu; dan
- i. menyediakan narahubung (*contact person*) yang mudah dihubungi oleh Pemilik Data Pribadi terkait pengelolaan Data Pribadinya.

Kemudian dalam peraturan ini juga diatur mengenai penyelesaian sengketa apabila terjadi kegagalan dalam perlindungan kerahasiaan Data Pribadi pengguna. Dalam peraturan ini, Setiap Pemilik Data Pribadi

maupun Penyelenggara Sistem Elektronik dapat mengajukan pengaduan kepada Menteri sebagai upaya penyelesaian sengketa secara musyawarah atau melalui upaya penyelesaian alternatif lainnya. Apabila penyelesaian sengketa secara musyawarah atau melalui penyelesaian alternatif lainnya belum mampu menyelesaikan sengketa atas kegagalan perlindungan kerahasiaan Data Pribadi, setiap Pemilik Data Pribadi dan Penyelenggaraan Sistem Elektronik dapat mengajukan gugatan, berupa gugatan pribadi atas terjadinya kegagalan Perlindungan rahasia Data Pribadi yang diajukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.¹²

3.7.3 Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik

Dalam Peraturan Pemerintah ini, yang dimaksud dengan Penyelenggara Sistem Elektronik adalah setiap orang, Penyelenggara negara, Badan Usaha, dan masyarakat yang menyediakan Sistem Elektronik yang menyediakan, mengelola, dan/atau mengoperasikan Sistem Elektronik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama kepada Pengguna Sistem Elektronik untuk keperluan dirinya dan/atau keperluan pihak lain.¹³ Penyelenggara Sistem Elektronik meliputi Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Publik dan Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat. Yang telah diatur dalam Pasal 14.

¹² Peraturan Menteri Komunikasai dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 32.

¹³ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 1.

Pemrosesan Data Pribadi harus memenuhi ketentuan adanya persetujuan yang sah dari Pemilik Data Pribadi untuk 1 (satu) atau beberapa tujuan tertentu yang telah disampaikan kepada pemilik Data Pribadi.¹⁴ Pemrosesan Data Pribadi tersebut meliputi:¹⁵

- a. perolehan dan pengumpulan;
- b. pengolahan dan penganalisisan;
- c. penyimpanan;
- d. perbaikan dan pembaruan;
- e. penampilan, pengumuman, transfer, penyebarluasan atau pengungkapan, dan/atau;
- f. penghapusan atau pemusnahan

Kemudian, jika terjadi kegagalan dalam perlindungan terhadap Data Pribadi yang dikelolanya, penyelenggara Sistem Elektronik wajib memberitahukan secara tertulis kepada Pemilik Data Pribadi tersebut.¹⁶ Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik yang memperoleh dan/atau memproses Data Pribadi wajib menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan atas permintaan orang yang bersangkutan yang terdiri dari:¹⁷

- a. penghapusan (*right to erasure*); dan

¹⁴ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 14 ayat (3).

¹⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 14 ayat (2).

¹⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 14 ayat (5).

¹⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 15.

- b. pengeluaran dari daftar mesin pencari

Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang dilakukan penghapusan terdiri atas Data Pribadi yang:¹⁸

- a. diperoleh dan diproses tanpa persetujuan pemilik Data Pribadi;
- b. telah ditarik persetujuannya oleh pemilik Data Pribadi;
- c. diperoleh dan diproses dengan cara melawan hukum;
- d. sudah tidak sesuai lagi dengan tujuan perolehan berdasarkan perjanjian dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan;
- e. penggunaannya telah melampaui waktu sesuai dengan perjanjian dan/atau ketentuan peraturan perundang-undangan; dan/atau
- f. ditampilkan oleh Penyelenggara Sistem Elektronik yang mengakibatkan kerugian bagi pemilik Data Pribadi.

Selain itu, setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan mekanisme penghapusan informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sudah tidak relevan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Penyelenggara Sistem Elektronik juga harus menerapkan tata kelola Sistem Elektronik yang baik dan akuntabel yang memenuhi persyaratan:¹⁹

- a. tersedianya prosedur atau petunjuk dalam Penyelenggaraan Sistem Elektronik yang didokumentasikan dan/atau diumumkan dengan bahasa, informasi, atau simbol yang dimengerti oleh pihak yang terkait dengan Penyelenggaraan Sistem Elektronik tersebut;
- b. adanya mekanisme yang berkelanjutan untuk mengaja kebaruan kejelasan prosedur pedoman pelaksanaan;
- c. adanya kelembagaan dan kelengkapan personel pendukung bagi pengoperasian Sistem Elektronik sebagaimana mestinya;
- d. adanya penerapan manajemen kinerja pada Sistem Elektronik beroperasi sebagaimana mestinya dan;
- e. adanya rencana menjaga keberlangsungan penyelenggaraan Sistem Elektronik yang dikelolanya.

¹⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 16.

¹⁹ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 19.

Kemudian, penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan sistem pengamanan yang mencakup prosedur dan sarana untuk pencegahan dan penanggulangan terhadap ancaman dan serangan yang menimbulkan gangguan, kegagalan dan kerugian. Dalam hal terjadi kegagalan atau gangguan sistem yang berdampak serius akibat perbuatan dari pihak lain terhadap Sistem Elektronik, Penyelenggara Sistem Elektronik wajib mengamankan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan segera melaporkan dalam kesempatan pertama pada aparat penegak hukum dan Kementrian atau Lembaga terkait.²⁰

Penyelenggara Sistem Elektronik juga wajib menjaga kerahasiaan, keutuhan, keautentikan, keteraksesan, ketersediaan, dan dapat ditelusurinya suatu Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.²¹ Selain itu, Penyelenggara Sistem Elektronik wajib melakukan edukasi kepada pengguna Sistem Elektronik mengenai hak, kewajiban, dan tanggung jawab seluruh pihak terkait, serta prosedur pengujian komplain.²² Selanjutnya, Penyelenggara Sistem Elektronik juga wajib melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya.²³

²⁰ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 24.

²¹ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 27.

²² Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 28.

²³ Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 31.

3.7.4 Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi

Dalam Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi, yang dimaksud dengan Data Pribadi adalah 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 dan/atau nonelektronik.²⁴ Kemudian, mengenai hak pemilik data pribadi diatur dalam pasal 4 sampai pasal 15.

Pelaksanaan hak tersebut diajukan melalui permintaan tertulis kepada Pengendali Data Pribadi. Kemudian mengenai Pemrosesan Data Pribadi, dalam rancangan undang-undang ini, meliputi:²⁵

- a. Perolehan dan pengumpulan;
- b. Pengolahan dan penganalisisan;
- c. Penyimpanan;
- d. Perbaikan dan pembaruan;
- e. Penampilan, pengumuman, transfer, penyebarluasan, atau pengungkapan; dan/atau
- f. Penghapusan atau pemusnahan

Pemrosesan Data Pribadi tersebut harus memenuhi ketentuan adanya persetujuan yang sah dari Pemilik Data Pribadi untuk satu atau beberapa tujuan tertentu yang telah disampaikan kepada Pemilik Data

²⁴ Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 1.

²⁵ Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 17.

Pribadi.²⁶ Persetujuan pemrosesan data tersebut dilakukan melalui persetujuan tertulis yang dapat disampaikan secara elektronik atau nonelektronik dan secara lisan terekam yang mempunyai kekuatan hukum yang sama.²⁷

Dalam melakukan pemrosesan Data Pribadi, Pengendali Data Pribadi wajib menjaga kerahasiaan Data Pribadi dan wajib menunjukkan bukti persetujuan yang telah diberikan oleh Pemilik Data Pribadi. Kemudian, Pengendali Data Pribadi wajib melakukan penundaan dan pembatasan pemrosesan Data Pribadi baik sebagian atau seluruhnya paling lambat 2x24 jam terhitung sejak Pengendali Data Pribadi menerima permintaan penundaan dan pembatasan pemrosesan Data Pribadi. Dalam hal terjadi kegagalan perlindungan Data Pribadi, Pengendali Data Pribadi wajib menyampaikan pemberitahuan secara tertulis dalam waktu paling lambat 3x24 jam kepada pemilik Data Pribadi dan Menteri mengenai Data Pribadi yang terungkap, kapan dan bagaimana Data Pribadi terungkap dan bagaimana upaya penanganan dan pemulihan atas terungkapnya Data Pribadi oleh Pengendali Data Pribadi.

Dalam Rancangan Undang-Undang ini juga diatur mengenai kewajiban Processor Data Pribadi, pejabat atau petugas yang melaksanakan fungsi perlindungan Data Pribadi, transfer Data Pribadi baik dalam wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia maupun ke luar wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia, sanksi

²⁶ Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 18.

²⁷ Rancangan Undang-Undang tentang Perlindungan Data Pribadi, Pasal 19.

administratif, larangan dalam penggunaan Data Pribadi, pembentukan pedoman perilaku pengendali Data Pribadi, penyelesaian sengketa dan hukum acara, kerja sama Internasional, peran pemerintah dan masyarakat, ketentuan pidana, dan ketentuan peralihan.

Walaupun telah terdapat beberapa regulasi yang mengatur mengenai Data Pribadi, penulis berpendapat bahwa regulasi tersebut masih belum optimal dalam melindungi kerahasiaan Data Pribadi pengguna *marketplace*. Hal tersebut dapat dilihat dari maraknya kasus penyalahgunaan Data Pribadi pengguna *marketplace* tanpa sepengetahuan pemilik Data Pribadi akibat kurangnya pengamanan dan pengawasan terhadap Data Pribadi tersebut. Dalam UU ITE hanya memuat 1 pasal mengenai Data Pribadi, artinya UU ini tidak mengatur Data Pribadi secara khusus. Kemudian UU ITE mengamanatkannya lagi dalam Peraturan Pemerintah No 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Akan tetapi, dalam Peraturan Pemerintah ini hanya mengatur mengenai kewajiban Penyelenggara Sistem Elektronik dan sanksi administratif apabila Penyelenggara Sistem Elektronik melanggar aturan tersebut. Adapun dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 tahun 2016 memuat ketentuan mengenai hak pemilik data pribadi, kewajiban pengguna data pribadi, kewajiban penyelenggara sistem elektronik dan penyelesaian sengketa apabila terjadi kegagalan perlindungan kerahasiaan data pribadi.

Selain itu, dikarenakan belum adanya pengaturan yang secara komprehensif yang mengatur mengenai perkindungan data pribadi, mengakibatkan banyaknya kasus kebocoran data pribadi yang belum tuntas. Seringkali lembaga yang berwenang ragu dalam menentukan sanksi terhadap kasus penyalahgunaan data pribadi pihak yang dirugikan. Hal ini menimbulkan ketidakpastian hukum dan kesulitan bagi pihak yang dirugikan untuk mengajukan tuntutan. Kemudian kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kerahasiaan data pribadi juga menjadi salah satu alasan banyaknya kasus penyalahgunaan data pribadi saat ini.

Sehubungan dengan implementasi kebijakan hukum perlindungan data pribadi yang belum berjalan dengan baik, maka penulis berharap adanya aturan yang dapat melindungi hak-hak individual masyarakat sehubungan dengan pemrosesan data pribadi baik secara elektronik maupun secara manual menggunakan perangkat olah data. Selain itu dapat pula melindungi dan menjamin hak dasar warga negara terkait dengan perlindungan diri, menjamin masyarakat untuk mendapatkan pelayanan dari pemerintah, korporasi, pelaku usaha dan institusi lainnya. Perlindungan yang memadai atas data pribadi akan mampu memberikan kepercayaan masyarakat untuk menyediakan data pribadi guna berbagai kepentingan masyarakat tanpa disalahgunakan atau melanggar hak-hak pribadinya. Hal ini disebabkan karena pengaturan perlindungan data pribadi berperan penting dalam melindungi kepentingan konsumen terhadap penyalahgunaan data pribadi.