
Perlindungan Hak Konsumen dalam *E-Commerce*: Perspektif Hukum Empiris

Hery Setiawan¹, Moch.Ade Syukur Nur Alam²

herysetiawan@gmail.com, Universitas Mayjend Sungkono, Indonesia¹
hukumlawrecht@gmail.com, Universitas Mayjend Sungkono, Indonesia²

Abstract

Background:

The development of modern technology is like two blades that require careful care from all angles. It cannot be denied that besides its advantages, the internet also has a number of unwanted and worrying side effects, such as pornography, fraud cases, and violent crimes, all of which originate in the online world. As a result, legal protection is needed for the rights of affected customers in e-commerce, as well as for the leakage of e-commerce consumer data.

Research Metodes:

This study uses a normative legal approach, in which the law under review conceptualizes the standards or norms adopted in society. In analyzing the problem, it is carried out by combining legal materials which are secondary data with primary data obtained in the field relating to the Protection of Consumer Rights Aggrieved in E-Commerce.

Findings:

Due to its cross-border nature, lack of face-to-face interaction between suppliers and customers, and reliance on online media, e-commerce is a unique type of commerce. Articles 30 and 46 of the ITE Law also provide guidelines in the event of a leak of e-commerce customer data and how legal protection can be exercised. To encourage consumer protection, Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions (UU ITE) was passed. The ITE Law regulates all legal requirements for e-commerce transactions, including rights and responsibilities, torts, accountability, legal protection, legal remedies, and dispute resolution. The government needs to enact laws on personal data privacy because protecting online shoppers is not enough.

Conclusion:

The current positive laws (UU ITE and UU PK) are considered ineffective because consumers who are harmed by the use of their personal data for the purpose of providing benefits to certain companies are not clearly stated to be protected, so that protection against e-Trade consumer data leaks still needs to be legally strengthened by the passage of the Personal Data Protection Bill.

Keywords: Legal Protection; Data Leakage; Consumers; E-Commerce.

Abstrak

Latar Belakang:

Perkembangan teknologi modern seperti dua mata pisau yang membutuhkan perawatan yang cermat dari segala sudut. Tidak dapat disangkal bahwa selain kelebihannya, internet juga memiliki sejumlah efek samping yang tidak diinginkan dan mengkhawatirkan, seperti pornografi, kasus penipuan, dan kejahatan kekerasan, yang semuanya berasal dari dunia online. Akibatnya, perlindungan hukum diperlukan untuk hak-hak pelanggan yang terpengaruh dalam e-commerce, serta untuk pembocoran data konsumen e-commerce.

Metode Penelitian:

Tuliskan Kajian ini menggunakan pendekatan hukum normatif, dimana hukum yang ditinjau mengonseptualisasikan standar atau norma yang dianut dalam masyarakat. Dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan bahan-bahan hukum yang merupakan data sekunder dengan data primer yang diperoleh di lapangan yang berkaitan dengan Perlindungan Hak-Hak Konsumen Yang Dirugikan Di E-Commerce.

Hasil Penelitian:


Karena sifatnya lintas batas, kurangnya interaksi tatap muka antara pemasok dan pelanggan, dan ketergantungan pada media online, e-commerce adalah jenis perdagangan yang unik. Pasal 30 dan 46 UU ITE juga memberikan

pedoman jika terjadi kebocoran data pelanggan e-commerce dan bagaimana perlindungan hukum dapat dilakukan. Untuk mendorong perlindungan konsumen, disahkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). UU ITE mengatur semua persyaratan hukum untuk transaksi e-commerce, termasuk hak dan tanggung jawab, perbuatan melawan hukum, pertanggungjawaban, perlindungan hukum, upaya hukum, dan penyelesaian sengketa. Pemerintah perlu menetapkan undang-undang tentang privasi data pribadi karena melindungi pembeli online saja tidaklah cukup.

Kesimpulan:

Hukum positif saat ini (UU ITE dan UU PK) dianggap tidak efektif karena konsumen yang dirugikan oleh penggunaan data pribadinya untuk tujuan memberikan keuntungan pada perusahaan tertentu tidak secara jelas dinyatakan dilindungi, sehingga perlindungan terhadap e- Kebocoran data konsumen perdagangan masih perlu diperkuat secara hukum dengan disahkannya RUU Perlindungan Data Pribadi.

Kata kunci: Perlindungan Hukum; Kebocoran Data; Konsumen; E-Commerce.

DOI	:	-
Received	:	January
Accepted	:	January
Published	:	February
Copyright Notice	:	<p>Authors retain copyright and grant the journal right of first publication with the work simultaneously licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License that allows others to share the work with an acknowledgement of the work's authorship and initial publication in this journal.</p> 

1. PENDAHULUAN

Penggunaan teknologi internet memiliki dampak yang signifikan terhadap seluruh sektor ekonomi secara global. Internet telah memungkinkan seluruh ekonomi untuk bertransisi ke era baru yang dikenal sebagai ekonomi digital. Dalam hal kemajuan dan terobosan teknologi, Internet bukan lagi inovasi mutakhir. Cara hidup orang Indonesia tertentu telah berubah secara signifikan sebagai akibat dari kemajuan teknologi yang pesat ini. Hampir semua arena, baik sosial, budaya, komersial, dan lain-lain, menampilkan pola hidup ini. Karena sifatnya yang meningkatkan efisiensi, internet mulai banyak digunakan sebagai media kegiatan bisnis dalam dunia perdagangan.

Teknologi informasi (TI) telah mengubah masyarakat, menciptakan peluang bisnis baru, dan menghasilkan lapangan kerja dan profesi baru bagi para pekerja. Internet (*interconnection networking*) merupakan salah satu bidang teknologi informasi yang paling cepat berkembang. Perusahaan dengan cepat menggunakan Internet untuk berbagai operasi komersial, meskipun pada awalnya dimaksudkan sebagai saluran pribadi untuk tujuan akademik dan ilmiah. Salah satu model bisnis tertua di internet saat ini adalah perdagangan elektronik. *Business-to-business* (transaksi antar pelaku bisnis) dan *business-to-consumer* (transaksi antar konsumen) *e-commerce* adalah dua kategori yang terbagi (perdagangan antara bisnis dan konsumen). Media

online digunakan untuk meningkatkan jumlah aktivitas perusahaan. Misalnya, semakin banyak orang yang menggunakan *e-commerce*, atau pasar online, untuk membeli dan menjual barang. Sangat masuk akal mengingat pelanggan memiliki lebih banyak pilihan untuk memilih apa pun (barang dan jasa) untuk digunakan di Internet, dengan kualitas dan jumlah yang bervariasi berdasarkan preferensi mereka. Pakar internet asal Indonesia bernama Budi Raharjo menilai pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia sangat menjanjikan. Bersamaan dengan upaya untuk menciptakan institusi *e-commerce*, sejumlah kendala untuk perluasan *e-commerce*, termasuk infrastruktur yang tidak memadai, jaminan keamanan transaksi, dan khususnya sumber daya manusia, dapat diatasi.

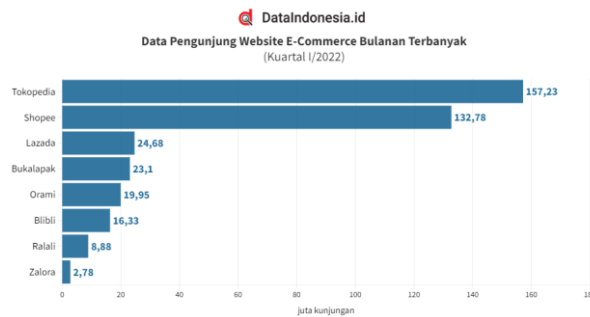
Persentase pengguna internet di Indonesia termasuk yang tertinggi di dunia. Indonesia akan menempati posisi keempat pada tahun 2021 dengan total 171.260.000 pelanggan, prediksi *internetworldstat.com*. Amerika Serikat yang berada di peringkat ketiga, India yang berada di peringkat kedua, dan China yang berada di peringkat pertama, semuanya memiliki peringkat yang lebih tinggi dari ini.¹

Thailand menempati urutan pertama di antara negara-negara yang paling banyak terlibat dalam belanja online, menurut *Digital 2022 Global Overview Report*. 45,8% pengguna internet di Thailand biasanya melakukan pembelian mingguan secara online, menurut temuan jajak pendapat tersebut. Ini menunjukkan proporsi terbesar di tingkat global. 2. Korea. Dengan 43,1% pengguna internet beralih ke *e-commerce*, Korea Selatan menduduki peringkat kedua setelah Thailand dalam hal popularitas pembelian online. Meksiko berada di urutan ketiga. Tempat ketiga dipegang oleh Meksiko. Belanja online menyumbang 39,4% dari seluruh penggunaan internet di negara ini. Turki berada di posisi empat. Dengan 38,9% pengguna internet secara teratur membeli secara online, Turki berada di urutan keempat. Lima dalam daftar adalah Indonesia. Dengan 36% pengguna internet terlibat dalam *e-commerce*, Indonesia berada di peringkat keenam dalam hal pembelian online yang paling sering.² Delapan puluh persen dari pengguna internet ini adalah remaja berusia 15 hingga 19 tahun. Indonesia menduduki peringkat keempat dunia untuk pengguna Facebook. Berikut proyeksi pengguna *e-commerce* di tahun 2022.

¹ <https://news.schoolmedia.id/lipsus/Indonesia-Peringkat-Empat-Pengguna-Internet-Dunia-Namun-Banyak-Penyalahgunaan-2600>.

² <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5>.

"Daftar E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak per Kuartal I/2022"



Sumber: Iprice

Situs e-commerce atau marketplace online terpopuler di kuartal I 2022 masih Tokopedia. 157,23 juta orang mengunjungi halaman Tokopedia setiap bulan, menurut riset *iPrice*. Selama periode yang sama tahun lalu, ada 135,08 juta kunjungan, yang merupakan peningkatan 16,40%. Jumlah keseluruhan pengunjung menurun dari 157,44 juta pada kuartal sebelumnya sebesar 0,13%. Dengan 132,78 juta pengunjung bulanan, Shopee berada di urutan kedua. Lazada yang berada di posisi ketiga, dengan 24,68 juta pengunjung bulanan, adalah yang berikutnya. Bukalapak juga menerima rata-rata 23,09 juta pengunjung setiap bulannya. Orami dan Blibli masing-masing memiliki 19,95 juta dan 16,32 juta pengunjung per bulan. Dengan 8,88 juta kunjungan bulanan, Ralali menempati urutan kesembilan. Sementara itu, dalam tiga bulan pertama tahun ini, Zalora memiliki 2,77 juta kunjungan bulanan.³

Dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia senang melakukan berbagai aktivitas secara online saat ini, terutama promosi dan transaksi (penawaran/pembelian produk), berdasarkan data dan informasi dari banyak penelitian tersebut (online).⁴ Beberapa aturan terkait e-commerce telah diatur dalam Undang-Undang Perdagangan (UU) Nomor 7 Tahun 2014 mengingat pesatnya pertumbuhan industri ini. UU Perdagangan No. 7 tahun 2014 mengamankan regulasi e-commerce.⁵

Karena orang dapat berbelanja tanpa meninggalkan rumah mereka dan dapat memilih dari berbagai barang dan jasa yang ditawarkan dengan harga yang relatif lebih rendah, konsumen sangat diuntungkan dari ketersediaan e-commerce. Ini adalah tantangan yang baik

³ <https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>.

⁴ <http://blog.indotrading.com/transaksi-e-commerce-terus-meningkat-tentukan-pilihan-anda-sekarang/>, diakses pada tanggal 1 November 2022.

⁵ <http://www.pajak.go.id/content/e-commerce-di-indonesia-sudah-diatur-dalam-uuperdagangan>, diakses pada tanggal 1 November 2022.

dan buruk. Karena kondisi ini memberikan kebebasan kepada klien untuk memilih produk atau layanan yang mereka inginkan, hal itu dianggap positif. Pelanggan memiliki pilihan untuk memilih jenis dan kualitas barang dan jasa yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Karena keadaan ini menempatkan klien pada posisi yang lebih buruk daripada pelaku usaha, yang dapat mengakibatkan ketidakbahagiaan dan kerugian, hal itu dipandang negatif.⁶

Salah satu dari berbagai macam faktor yang menyebabkan tumbuhnya *e-commerce* di Indonesia adalah perkembangan internet yang semakin canggih. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik atau sering dikenal dengan UU ITE mengatur tentang perluasan *e-commerce*. Sebagai konsumen, kita harus berhati-hati saat melakukan pembelian. Transaksi *e-commerce* seringkali memerlukan kontrak antara klien dan pelaku usaha. *E-commerce* pada hakekatnya merupakan model transaksi jual beli kekinian yang memanfaatkan kemajuan teknologi seperti internet sebagai media transaksi. Jual beli adalah jenis perjanjian yang ditentukan oleh KUH Perdata. Landasan pengikatan perjanjian adalah kehendak para pihak yang dituangkan dalam perjanjian; wasiat ini, yang dapat disampaikan dalam berbagai bentuk, baik secara sebuah omongan maupun tulisan, yang dimana mengikat para pihak terhadap segala akibat hukumnya.⁷ Untuk memberikan kejelasan hukum dalam transaksi elektronik, telah disahkan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) . Ini melakukan dua tugas utama: pertama, mengklasifikasikan perilaku yang memenuhi syarat sebagai pelanggaran hukum mengenai eksploitasi teknologi informasi; dan kedua, mengenal transaksi elektronik dan dokumen elektronik dalam konteks perikatan hukum dan hukum pembuktian (Teknologi Informasi). Kegiatan *e-commerce* kini memiliki landasan hukum sejak diakuinya transaksi dan dokumentasi elektronik.

Transaksi elektronik didefinisikan dalam Undang-Undang ITE yang secara resmi dikenal dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, sebagai “kegiatan hukum yang dilakukan dengan memanfaatkan komputer, komputer elektronik, dan/atau media elektronik lainnya.” Namun penting untuk mengingat masalah perlindungan informasi pribadi pengguna internet. Salah satu kategori informasi yang harus dilindungi adalah informasi pribadi tentang konsumen. Banyaknya data pribadi konsumen yang digunakan untuk tujuan berbahaya tanpa persetujuan pemilik data menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia saat ini

⁶ Happy Susanto, Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan, Visi Media, Yogyakarta, 2008, hlm. 3.

⁷ Suharnoko, Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus, Kencana, Jakarta, 2004, hlm.3.

kurang memiliki perlindungan yang memadai terhadap hal ini. Karena pelanggan harus memberikan informasi seperti nama lengkap, nomor ponsel aktif, alamat rumah, dan alamat email mereka saat pertama kali mengaktifkan situs pembelian online yang dimaksud, informasi pribadi konsumen dicatat di situs tersebut. Informasi yang bersifat digital. Bahkan jika klien ingin menggunakan situs dengan lebih banyak akses, ia harus mengunggah foto KTP dan foto dirinya memegang KTP. Dalam hal ini, pelanggan telah memberikan informasi pribadinya, yang dapat diakses dengan mudah oleh pengecer online tersebut. Untuk mencegah eksploitasi, informasi pribadi yang relevan dengan kewarganegaraan Indonesia, sebagaimana disebutkan sebelumnya (NIK, E-KTP, dan KK), diberikan prioritas tinggi.⁸ Sejak penerapan program E-KTP, dimana pemerintah mewajibkan individu Indonesia untuk memasukkan data pribadi sesuai dengan domisilinya selama proses pembentukan E-KTP, penyalahgunaan data pribadi menjadi kekhawatiran baru bagi Indonesia. Karena kurangnya keamanan, kebocoran data dapat terjadi selama proses perekaman, menempatkan informasi pribadi dalam bahaya digunakan oleh pihak yang ceroboh.⁹

Sekalipun pelanggan melakukan ini dengan sadar dan atas kehendak bebas mereka sendiri, toko online harus memastikan perlindungan informasi pribadi mereka. Jika diketahui bahwa toko online tersebut menjual informasi pribadi pelanggan dan hal tersebut mengakibatkan kerugian finansial, pelanggan dapat mengajukan tuntutan perdata atau pidana terhadap toko online tersebut.¹⁰ Sebaliknya, metode pembayaran untuk pembelian online terhubung dengan informasi pribadi pelanggan. PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang PSTE, juga dikenal dengan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, mengatur hal tersebut dalam Pasal 1 angka 29. Seperti yang terlihat pada kasus tahun 2020 di Redmart Lazada, penyalahgunaan data pelanggan dapat terjadi konsekuensi negatif bagi pelanggan. Dalam hal ini, diketahui bahwa informasi pribadi hingga 1,1 juta pengguna situs web telah dicuri dan dijual secara online. Kenyamanan dan keamanan konsumen dijaga sebagai bagian dari hak-hak konsumen berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen No. 8 Tahun 1999 yang sering dikenal dengan UUPK.

Padahal sudah ada Undang-Undang yang mengatur transaksi online. Pelanggan, bagaimanapun, tidak selalu dalam posisi yang menguntungkan. Faktor utama yang

⁸ Sautunnida, Lia. Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Studi Perbandingan Hukum Inggris dan Malaysia. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 20, No. 2 (2018): 369-384. <https://doi.org/10.24815/kanun.v20i2.11159>

⁹ Aprilia, Mega Lois dan Prasetyawati, Endang. Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pengguna Gojek. *Mimbar Keadilan Jurnal Ilmu Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, No. 2 (2017): 90-105. <https://doi.org/10.30996/mk.v0i0.2202>

¹⁰ *Ibid*

melemahkan konsumen biasanya adalah kurangnya pengetahuan hukum dan kesadaran konsumen akan hak-haknya; Pelaku usaha memanfaatkan skenario ini untuk meningkatkan keuntungan dengan mengabaikan kewajiban yang seharusnya dibebankan kepada pelaku perusahaan.¹¹ Konsumen harus menikmati perlindungan hukum yang tidak terbatas. Ada Undang-Undang perlindungan konsumen, tetapi banyak orang tidak menyadarinya. mirip dengan bagaimana pembelian online atau *e-commerce* beroperasi. Jumlah toko online akhir-akhir ini semakin meningkat, dan beberapa di antaranya kini menggunakan jejaring sosial untuk aktivitas jual belinya (jejaring sosial). Akibatnya, banyak yang melakukan penipuan untuk keuntungan pribadi. Perkembangan teknologi modern seperti dua mata pisau yang membutuhkan perawatan yang cermat dari segala sudut. Tidak dapat disangkal bahwa selain kelebihanannya, internet juga memiliki sejumlah efek samping yang tidak diinginkan dan mengkhawatirkan, seperti pornografi, kasus penipuan, dan kejahatan kekerasan, yang semuanya berasal dari dunia online.¹² Akibatnya, perlindungan hukum diperlukan untuk hak-hak pelanggan yang terpengaruh dalam *e-commerce*, serta untuk pembocoran data konsumen *e-commerce*.

2. METODE PENELITIAN

Teknik penelitian terdiri dari dua kata yaitu metode dan penelitian. Teknik dicirikan sebagai cara bekerja dengan sistem yang terkait dengan operasi ilmiah untuk menemukan subjek atau objek studi sedemikian rupa sehingga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, termasuk validitasnya. Sementara penelitian digambarkan sebagai proses langsung pengumpulan dan analisis data untuk mencapai tujuan tertentu secara metodis.¹³ Kajian ini menggunakan pendekatan hukum normatif, dimana hukum yang ditinjau mengonseptualisasikan standar atau norma yang dianut dalam masyarakat. Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji mendefinisikan kajian hukum normatif sebagai kajian hukum dengan menggunakan sumber informasi sekunder seperti literatur.¹⁴ Strategi ini menggunakan pendekatan terhadap makalah, literatur, dan aturan serta regulasi terkait. Selain menggunakan sumber hukum utama, seperti peraturan perundang-undangan, sumber hukum sekunder yang

¹¹ Lingga Ery Susanto, Perlindungan+konsumen, www.scribd.com, diakses pada tanggal 4 november 2022.

¹² https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media.

¹³ Efendi, Jonaedi, and Ibrahim, Johnny. *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris* (Jakarta, Prenada Media, 2018), 2-3.

¹⁴ Ishaq. *Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi* (Bandung, Penerbit Alfabeta, 2017), 66.

digali meliputi buku-buku hukum, jurnal hukum, dan teks atau artikel hukum, serta pandangan para profesional hukum yang diungkapkan di media. Pendekatan snow ball method digunakan untuk mengumpulkan bahan hukum, dan teknik deskripsi digunakan untuk menganalisis bahan hukum, yang merupakan metodologi analisis dasar yang tidak dapat dihindari. Deskripsi mengacu pada istilah yang mendefinisikan bagaimana situasi atau posisi proposisi hukum atau non-hukum digambarkan sebagaimana adanya.

3. PEMBAHASAN

3.1 Tanggungjawab Para Pihak Dalam Transaksi Jual-Beli E- Commerce

Pada hakekatnya terdapat hak dan kewajiban tersendiri bagi setiap orang yang melakukan perdagangan elektronik. Karena penjual (*merchant*) adalah pihak ketiga yang menjual barang melalui internet, maka ia berkewajiban untuk memberikan informasi yang sebenarnya dan jujur mengenai komoditi yang dijualnya kepada pembeli atau konsumen. Pembeli/konsumen wajib membayar penjual/pelaku usaha. Ia juga berhak membela barang yang dijualnya dari tindakan pembeli/konsumen yang mempunyai maksud jahat dalam transaksi jual beli yang dilakukan melalui sarana elektronik.¹⁵ Dalam operasi jual beli elektronik, bank berfungsi sebagai perantara, memindahkan uang dari pembeli barang ke penjual, atau lebih dikenal dengan *buyer-sell*, karena kemungkinan pembeli/konsumen yang ingin membeli produk dari penjual melalui internet berada di lokasi yang berbeda, sehingga mengharuskan pembeli tersebut menggunakan fasilitas bank untuk melakukan pembayaran atas harga produk yang dibeli dari penjual, seperti dengan cara transfer dana. Bahkan ketika pihak terkait tidak bertemu secara fisik tetapi terhubung melalui media online, transaksi *e-commerce* dilakukan oleh pihak-pihak tersebut. Pihak yang menjual barang secara online disebut sebagai penjual atau pelaku usaha; akibatnya, penjual bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan benar kepada pembeli atau konsumen tentang barang yang mereka jual. Intinya, setiap pembeli dan penjual elektronik memiliki serangkaian kewajiban yang unik.¹⁶

Sistem pembayaran melalui internet merupakan salah satu permasalahan pada sistem *e-commerce* yang diterapkan.¹⁷ Semua atau beberapa langkah ini harus disertakan dalam aliran pembayaran yang digunakan oleh sistem pembayaran online. Perubahan komunikasi ini

¹⁵ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, Gravindo Persada, Jakarta, 2008, hlm. 77.

¹⁶ Pasal 9 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

¹⁷ Indrajid, *E-Commerce*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2009, hlm. 80.

menuntut fokus pada peningkatan keamanan metode pembayaran di *e-commerce* agar lebih aman dan terjamin. Akibatnya, diperlukan perantara (pihak ketiga) sebagai pendukung dalam transaksi *e-commerce* untuk keamanan, identifikasi, dan validasi.¹⁸ Perintah pembayaran (*payment instruction*) digunakan dalam transaksi *e-commerce* berbasis internet oleh pihak selain pembeli (*cardholder*) dan vendor (*merchant*).¹⁹ Transaksi online menuntut partisipasi pihak tambahan. Opsi pembayaran termasuk kartu debit, cek pribadi, transfer uang, dan kartu kredit seperti BCA atau *Master Card*. Tempat di mana produk atau layanan dijual biasanya adalah tempat pembayaran dilakukan.²⁰ Kartu kredit diperlukan untuk transaksi online karena hampir semua teknologi yang tersedia saat ini memerlukan pembayaran kartu kredit. Pelanggan dan pengecer/pedagang terhubung melalui pihak ketiga seperti bank atau organisasi keuangan. Bank yang mengawasi rekening bank perusahaan akan menjembatani transaksi jika konsumen menggunakan kartu kredit untuk melakukan pembelian di retailer tertentu, seperti www.ebay.com.²¹

Saat melakukan pembayaran online, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:²²

- a) *Security*: Kata sandi dan informasi kartu kredit, misalnya, tidak boleh "dicuri" oleh orang yang tidak berwenang karena nantinya dapat digunakan untuk tujuan jahat.
- b) *Confidentiality*: Korporasi harus dapat memastikan bahwa tidak ada orang yang mengetahui transaksi tersebut, selain orang-orang yang diwajibkan oleh undang-undang untuk mengetahui informasi tersebut (misalnya bank).
- c) *Integrity*: Sistem harus dapat memverifikasi keabsahan transaksi jual beli, yaitu bahwa harga yang disebutkan dan dibayarkan hanya berlaku untuk barang dan jasa yang benar-benar diperoleh dan disepakati.
- d) *Authentication*: proses pengecekan kebenaran secara khusus. Menurut pernyataan masing-masing pihak, pembeli dan penjual adalah satu-satunya pihak dalam situasi ini yang dapat berdagang secara legal.
- e) *Authorization*: sarana untuk menentukan keandalan dan daya beli pelanggan (ada dana yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi jual beli).

¹⁸ Soon Yong Choi dkk, *The Economics of Electronic Commerce*, Beijing, 2009, hlm. 412.

¹⁹ Muhammad Aulia Adnan, *Aspek Hukum Protocol Pembayaran Visa/Mastercard Secure Elektronik Transaction (SET)*, 2008, hlm. 54.

²⁰ www.articles.mekanisme.pembayaran.internet.com, diakses tanggal 5 november 2022.

²¹ Jonathan Sarwono dan Tuty Martadiredja, *Teori E-Commerce Kunci Sukses Perdagangan di Internet*, hlm. 89.

²² Indrajid, *Op. Cit.*, hlm. 8.

- f) *Assurance*: Pelanggan dapat merasa yakin bahwa perusahaan saat ini memenuhi syarat untuk melakukan aktivitas jual beli online karena persyaratan ini (tidak melanggar hukum, memiliki sistem yang aman, dan sebagainya).

Pelaku usaha yang memasok barang melalui sistem elektronik wajib mengungkapkan informasi yang lengkap dan akurat tentang syarat-syarat kontrak, pembuat, dan produk yang dijual, berdasarkan Pasal 9 Undang-Undang ITE. Setiap pelaku usaha yang melakukan transaksi elektronik wajib mengantongi akreditasi dari lembaga sertifikasi yang terpercaya, sebagaimana diatur dalam Pasal 10 ayat (1) Undang-Undang ITE. Selain itu, saat membuat situs web *e-commerce*, penyelenggara Agen Elektronik diharuskan mematuhi persyaratan tertentu, berikut:²³

- a) kehati-hatian;
- b) pengamanan dan terintegrasinya sistem Teknologi Informasi;
- c) pengendalian pengamanan atas aktivitas Transaksi Elektronik;
- d) efektivitas dan efisiensi biaya; dan
- e) perlindungan konsumen sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Artinya, aturan tersebut di atas harus secara konsisten dan tepat diikuti oleh semua pihak yang terlibat dalam transaksi *e-commerce*. Gagasan utama yang memandu transaksi online di Indonesia masih merupakan persoalan “kepercayaan” antara penjual dan pelanggan, menurut pengamatan dan pengalaman. Bagi penjual dan pembeli, khususnya usaha kecil, gagasan tentang keamanan infrastruktur transaksi online, seperti konfirmasi identitas penjual/pembeli, keamanan gateway pembayaran, serta keamanan dan keandalan situs *web e-commerce*, belum menjadi perhatian utama. perdagangan nominal yang melibatkan jumlah yang relatif kecil hingga perdagangan bernilai sedang-tinggi (misalnya transaksi jual beli melalui jejaring sosial, komunitas online, toko online, atau blog). Besarnya tuduhan penipuan adalah salah satu indikatornya berdasar apa yang disampaikan Kementerian Komunikasi dan Informatika kepada polisi dan penyidik melalui internet dan media telekomunikasi lainnya. Dalam kondisi seperti ini, sebaiknya kita lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi online, dengan mengutamakan faktor keamanan dan kehati-hatian bertransaksi sebagai perhatian utama dalam melakukan transaksi jual beli online. Dengan demikian para pihak harus berhati-hati dalam melakukan Transaksi Elektronik. memperhatikan:²⁴ a. kejujuran; b. prinsip kehati-

²³ Pasal 38 ayat (1) PP Nomor 82 TAHUN 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

²⁴ Pasal 46 ayat (2) PP Nomor 82 TAHUN 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik.

hatian; c. keterbukaan; d. akuntabilitas; dan f. keadilan. Secara alami, pihak yang dirugikan dapat menuntut ganti rugi dari orang yang melanggar aturan sebelumnya jika dilanggar atau diabaikan. Penulis mengklaim bahwa ketika melakukan transaksi jual beli online, pembeli harus waspada, teliti, dan mengetahui penawaran yang dilakukan oleh pelaku usaha. Jarang sekali pelaku usaha menyediakan barang fiktif dengan diskon besar-besaran dalam upaya menjaring pembeli. Pelanggan harus memastikan vendor memiliki nomor telepon kontak selain alamat lengkap sebelum melakukan pemesanan. Pertama, hubungi jika Anda tertarik dengan hal-hal yang ditawarkannya. Pelanggan biasanya langsung menelepon penjual untuk memastikan bahwa produk tersebut ada sebelum meminta informasi lebih lanjut tentang produk yang ingin dibelinya. Sesuai kesepakatan, konsumen langsung mengirimkan harga barang dan menerimanya. Pelanggan dapat mengurangi dampak kerugian dengan secara konsisten berkomunikasi atau bertanya tentang barang yang ingin mereka peroleh dari pelaku perusahaan. Selain itu, sesuai dengan Pasal 49 PP Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik dan khususnya untuk memenuhi tuntutan pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*, khususnya yaitu:

1. Pelaku Usaha yang bertransaksi bisnis secara online wajib memberikan informasi yang lengkap dan akurat mengenai syarat-syarat kontraknya, pemasoknya, dan barang yang dijualnya.
2. Pelaku usaha harus memberikan pengungkapan yang komprehensif tentang penawaran kontrak atau iklan.
3. Jika klien ingin mengembalikan barang karena tidak memenuhi ketentuan perjanjian atau memiliki cacat tersembunyi, bisnis harus memberi mereka tenggat waktu.
4. Pelaku usaha wajib memberikan keterbukaan terkait barang yang dikirimkan.
5. Pelaku usaha tidak dapat memaksa pelanggan untuk membayar barang yang disuplai tanpa dasar kontrak.

Undang-Undang Perdagangan juga mengamanatkan bahwa semua pelaku bisnis yang menangani produk atau layanan melalui sistem elektronik menyediakan data yang akurat dan komprehensif serta informasi lainnya. Setiap pelaku usaha yang melakukan transaksi bisnis harus mematuhi aturan yang digariskan oleh Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang melarang penggunaan sistem elektronik yang tidak sesuai dengan data dan/atau informasi. Kemudian, dalam Pasal 12 ayat (3), Undang-Undang ITE menyatakan bahwa barangsiapa yang melanggar syarat-syarat kewajiban dalam transaksi elektronik bertanggung jawab atas segala kerugian dan akibat hukum yang terkait. Dengan kata lain,

setiap orang bertanggung jawab atas segala kerugian yang ditimbulkan oleh kelemahan keamanan dalam transaksi elektronik tersebut. Semua pihak dalam transaksi elektronik diharuskan untuk selalu bersikap jujur. Sistem Elektronik yang telah disepakati tersebut selanjutnya harus digunakan oleh para pihak yang melakukan Transaksi Elektronik. Kecuali para pihak secara khusus menyatakan lain, transaksi elektronik terjadi ketika penawaran transaksi pengirim diterima dan disetujui oleh penerima. Pernyataan penerimaan elektronik diperlukan untuk menyetujui penawaran transaksi elektronik.²⁵ Dokumen elektronik yang secara rutin dibuat oleh merchant dan memuat persyaratan yang harus dipatuhi oleh pelanggan dicantumkan dalam perjanjian, namun isinya tidak memberatkan konsumen. Perlindungan hukum kedua belah pihak juga memanfaatkan larangan dan pembatasan tersebut. Perlindungan hukum bagi kedua belah pihak antara lain sebagai berikut:

- a. Perlindungan hukum bagi pedagang terutama ditonjolkan dalam hal pembayaran; pedagang meminta konsumen untuk menyelesaikan pembayaran penuh dan kemudian mengkonfirmasi pembayaran; barulah pengiriman barang pesanan akan dilakukan.
- b. Pelanggan dilindungi secara hukum oleh garansi, yang memungkinkan mereka mengembalikan atau menukar barang jika tidak sesuai pesanan.
- c. Privasi Data pribadi pengguna media elektronik harus dilindungi secara hukum. Pemberian informasi tersebut harus disertai dengan persetujuan pemilik data pribadi tersebut.

Bagi para pihak yang melakukan transaksi *e-commerce*, ini semacam perlindungan hukum, "*Informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik yang dikumpulkan menjadi karya intelektual, situs internet dan karya intelektual yang tergabung di dalamnya dilindungi sebagai hak atas kekayaan intelektual,*" menurut Pasal 25 Undang-Undang ITE.

Transaksi Elektronik dapat dilakukan oleh Pengirim atau Penerima secara langsung, melalui pihak yang diberi kuasa olehnya, atau melalui Agen Elektronik. Pihak yang bertanggung jawab atas segala akibat hukum dalam penyelenggaraan Transaksi Elektronik, sebaliknya, diatur sebagai berikut:²⁶

- a. Jika dilakukan sendiri, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab para pihak yang bertransaksi;
- b. Jika dilakukan melalui pemberian kuasa, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab pemberi kuasa; atau

²⁵ Pasal 20 Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

²⁶ Pasal 21 ayat (2) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

c. Jika dilakukan melalui Agen Elektronik, segala akibat hukum dalam pelaksanaan Transaksi Elektronik menjadi tanggung jawab penyelenggara Agen Elektronik.

Sementara itu, penyelenggara Agen Elektronik bertanggung jawab atas segala akibat hukum apabila suatu Transaksi Elektronik hilang karena tidak berfungsinya Agen Elektronik sebagai akibat perbuatan langsung pihak ketiga terhadap Sistem Elektronik. Ketentuan ini, bagaimanapun, tidak berlaku jika dapat dibuktikan bahwa ada kasus *force majeure*, kesalahan pengguna atau kelalaian besar di pihak mereka.²⁷

3.2 Upaya Hukum dalam Transaksi E-Commerce

Pengamanan hukum juga dapat diterapkan untuk melindungi konsumen dalam transaksi *e-commerce*. Ketika terjadi konflik antara pelaku korporasi dan pelanggan, upaya hukum ini digunakan. Menurut Undang-Undang PK, salah satu hak konsumen adalah memperoleh advokasi, perlindungan, dan penyelesaian sengketa secara efektif.²⁸ Memberikan imbalan, kompensasi, dan/atau penggantian atas kerugian yang diderita akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan merupakan kewajiban pelaku usaha lainnya.²⁹ Menurut Pasal 23 Undang-Undang PK, Apabila pelaku usaha manufaktur dan/atau pelaku usaha penyalur menolak untuk menanggapi dan/atau tidak memenuhi ganti rugi atas tuntutan konsumen, maka konsumen berhak menggugat para pihak yang terlibat dan diselesaikan perselisihannya melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau dengan mengajukan gugatan di pengadilan tempat tinggal mereka(konsumen). Ada dua kemungkinan, menurut Undang-Undang PK, penyelesaian pengaduan nasabah yaitu:³⁰

- 1) *“Setiap orang dapat mengajukan gugatan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang menimbulkan kerugian.”*
- 2) *“Masyarakat dapat mengajukan gugatan secara perwakilan terhadap pihak yang menyelenggarakan Sistem Elektronik dan/atau menggunakan Teknologi Informasi yang berakibat merugikan masyarakat, sesuai dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.”*

Sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan, anggota masyarakat dapat mengajukan gugatan secara *class action* terhadap pihak yang menguasai Sistem Elektronik atau

²⁷ Pasal 21 ayat (4) dan (5) Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

²⁸ Pasal 4 huruf e UU PK.

²⁹ Az. Nasution, *Konsumen dan Hukum*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1995, hlm. 178.

³⁰ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Madar Maju, Bandung, 2000, hlm. 63.

menggunakan teknologi informasi untuk merugikan lingkungan sekitar. Tujuan dari gugatan perwakilan adalah untuk memungkinkan sekelompok orang yang memiliki kepentingan dalam suatu masalah untuk mengajukan tuntutan atau pembelaan terhadap seseorang tanpa harus menyertakan semua anggota kelompok.³¹

Setelah itu, masalah perdata dapat diselesaikan melalui transaksi elektronik atau melalui organisasi lain untuk penyelesaian sengketa alternatif seperti arbitrase, negosiasi, mediasi, dan konsiliasi. Undang-Undang Arbitrase mengatur penyelesaian sengketa secara online melalui e-mail, yang memungkinkan para pihak untuk menyelesaikan masalah tersebut tanpa harus bertemu langsung. Kenyataannya, penyelesaian sengketa *e-commerce* Indonesia tidak sepenuhnya online.³² Kriteria berikut harus dipenuhi agar konsumen dapat mengajukan gugatan dalam sengketa konsumen, terlepas dari jenis kerugian yang diderita atau besarnya kerugian, yang harus diingat:

- 1) Kepentingan penggugat (konsumen) tidak dapat ditentukan hanya oleh jumlah dolar dari kerusakan;
- 2) Setiap orang, termasuk konsumen kecil dan tidak mampu, harus memiliki akses terhadap keadilan; dan
- 3) Integritas badan peradilan harus dijaga.
- 4) Sebab, Undang-Undang PK menganut paham tanggung jawab produk yang dituangkan dalam Pasal 19 dan 28 Undang-Undang PK. Hal ini berbeda dengan pengertian beban pembuktian konvensional yang menyatakan bahwa merupakan tanggung jawab penggugat (pelanggan) untuk menetapkan adanya unsur kesalahan. Dengan adanya konsep tanggung jawab produk ini, maka konsumen yang menggugat pelaku usaha cukup membuktikan bahwa produk yang dibelinya dari pelaku dirugikan pada saat diserahkan oleh pelaku dan bahwa kerugian tersebut menyebabkan konsumen mengalami kerugian atau kecelakaan.³³

Pernyataan tersebut di atas menunjukkan bahwa mengajukan sengketa konsumen mungkin tidak sesulit yang dipikirkan kebanyakan klien. Karena merupakan tanggung jawab pelaku usaha untuk membuktikan jika ada komponen kesalahan dalam penyelesaian gugatan konsumen di pengadilan. Tahap selanjutnya adalah membuat kasus hukum untuk itu. Alat bukti berikut dapat dimanfaatkan oleh konsumen di pengadilan karena alat bukti elektronik diakui

³¹ Tinjauan Mengenai Gugatan Class Actions dan Legal Standing Di Peradilan Tata Usaha Negara, <http://wonkdermayu.wordpress.com>, diakses pada tanggal 6 november 2022.

³² Karina Lesty WP, Perjanjian Jual Beli dalam Transaksi E-commerce, 2011, <http://repository.unila.ac.id>, diakses pada tanggal 6 november 2022.

³³ N.H.T Siahaan, *Op .Cit* , hlm. 17.

sebagai alat bukti yang sah di pengadilan, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 5 ayat 1, 2, dan 3 Undang-Undang ITE:

- a. Bukti transfer atau bukti pembayaran.
- b. SMS atau e-mail yang menyatakan kesepakatan untuk melakukan pembelian.
- c. Nama, alamat, nomor telepon, dan nomor rekening pelaku usaha.

Padahal, penulis percaya bahwa keamanan adalah salah satu komponen terpenting dalam transaksi internet. Keamanan dunia maya dapat dicapai dengan tiga cara berbeda: yang pertama adalah teknologi, yang kedua adalah sosiokultural-etis, dan yang ketiga adalah legal. Sangat penting untuk memiliki rencana teknologi untuk menangani gangguan keamanan karena tanpanya, jaringan dapat dengan mudah dilanggar atau diakses secara ilegal dan tanpa otorisasi. Oleh karena itu, strategi jenis ketiga, tindakan legal dan sosiokultural-etis, sangat penting. Dalam hal terjadi pelanggaran maka pendekatan hukum yaitu dengan adanya peraturan perundang-undangan yang menguntungkan akan memberikan kejelasan dan menjadi landasan bagi penegakan hukum. prinsip hukum bahwa setiap orang yang merugikan orang lain harus memikul tanggung jawab atas perbuatannya diadopsi. Dalam hal ini, nasabah dapat mengajukan tuntutan penggantian/ganti rugi kepada pelaku usaha, yang meliputi penerimaan uang kembali, barang atau jasa pengganti dengan kualitas yang sama atau lebih baik, perawatan medis, dan ganti rugi sesuai dengan persyaratan hukum. Namun, sebagaimana diwajibkan oleh Undang-Undang, menyelesaikan konflik di luar pengadilan tidak membebaskan seseorang dari tanggung jawab pidana. Oleh karena itu, pelanggaran dalam transaksi konsumen dapat dikenakan sanksi baik administratif maupun pidana. Undang-Undang ITE memiliki sanksi pidana kumulatif, yang menggabungkan waktu penjara dan denda. Secara khusus, larangan pelanggaran *e-commerce* Pasal 45 ayat (2) berbunyi sebagai berikut:

“Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 ayat (1) atau ayat (2) yaitu tentang Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan beritabohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam Transaksi Elektronik, dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).”

Setiap orang dengan sengaja memanipulasi, membuat, mengubah, menghapus, atau dengan cara lain menghancurkan informasi dan/atau dokumen elektronik secara melawan hukum agar dianggap sebagai data asli. Pasal ini melakukan tindak pidana perubahan data agar menjadi data asli. Siapa pun yang melanggar Undang-Undang ini diancam dengan hukuman sel/penjara hingga 12 tahun dan/atau denda Rp. 12.000.000.000,00 baik. (12 miliar

rupiah).³⁴ Selain sanksi pidana, pelanggar juga diberi sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada Pasal 84 ayat (2) PP No. 8 Tahun 2012 yang dapat berupa:

- a) teguran tertulis;
- b) denda administratif;
- c) penghentian sementara; dan
- d) dikeluarkan dari daftar izin.

Tentunya, pengenaan denda, sanksi pidana, dan sanksi administratif bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan hukum dalam menjalankan perusahaannya melalui transaksi online akan membatasi dan mencegah terulangnya preseden negatif tersebut. Seharusnya tidak ada lagi penipuan transaksi online dengan penerapan UU ITE.

3.3 Perlindungan Hukum Terhadap Kebocoran Data Konsumen E-Commerce

Setiap orang memahami pentingnya melindungi hak privasi mereka, yang dapat mengakibatkan perselisihan keputusan pengadilan di Inggris yang kemudian menyebar ke Amerika Serikat. Rancangan paling awal dari undang-undang hak atas privasi, berjudul “*The Right to Privacy*”, ditulis oleh Samuel Warren dan Louis Brandels dan diterbitkan di Harvard Statute Review Vol. IV No.5 tanggal 15 Desember 1980..³⁵ Dengan merinci jangkauan kekuasaan seseorang untuk melindungi hak pribadinya, William L. Prosser menyelesaikan draf yang dimulai oleh Samuel Warren dan Louis Brandels. Kebijakan privasi untuk data pribadi yang disampaikan oleh konsumen selama pendaftaran dalam aktivitas *e-commerce* telah dibuat untuk menunjukkan akuntabilitas saat melakukan pembelian online. Kebijakan privasi harus mudah diakses setiap kali Anda menyelesaikan transaksi online karena berfungsi sebagai aturan perilaku dalam aktivitas transaksi *e-commerce* yang harus diikuti oleh pengguna, pedagang, dan pemilik situs belanja online.³⁶

Undang-Undang ITE dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Pengaturan Pengawasan PSTE Kebijakan Privasi Pada Situs Jual Beli Online, Menurut Hukum Positif di Indonesia. Sedangkan Kementerian Komunikasi dan Informatika di Indonesia membidangi *e-commerce* (Kemenkominfo). Selanjutnya, untuk melindungi data konsumen *e-commerce* melalui sistem kebijakan privasi pada situs belanja online, pemerintah sedang menyusun peraturan perundang-undangan yang akan lebih khusus mengatur

³⁴ Pasal 51 UU No. 11 Tahun 2008 Tentang ITE

³⁵ Djafar, W. Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Lanskap, Urgensi dan Kebutuhan Pembaruan. Seminar Hukum dalam Era Analisis Big Data, Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum UGM 26 (2019): 1-14.

³⁶ Indriani, M. Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System. *Justitia Jurnal Hukum* 1, No. 2 (2017): 191-208. <http://dx.doi.org/10.30651/justitia.v1i2.1152>

perlindungan hak privasi konsumen, antara lain Rancangan Peraturan Menteri tentang Perlindungan Data Pribadi yang merupakan kelanjutan dari Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019, dan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.³⁷

Perlindungan hukum terhadap kebocoran data konsumen *e-commerce* sudah seharusnya dijamin dalam Undang-Undang PK dalam Pasal 4 huruf a yang berbunyi “*hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa.*” Hak pelanggan atas keamanan dan kenyamanan saat berbelanja dijamin oleh Undang-Undang PK, meskipun tidak disebutkan secara tegas bahwa data pelanggan harus diamankan. Jika hak-hak tersebut tidak ditegakkan, ketentuan Undang-Undang PK tentang perlindungan konsumen dilanggar. Selain itu, Pasal 30 Ayat 1 Undang-Undang ITE mengatur keamanan data konsumen yang berbunyi “*setiap orang dengan sengaja tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik dengan cara apapun.*” Selanjutnya dilanjutkan dalam ayat (2) yang berbunyi “*setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses komputer dan/atau sistem elektronik dengan cara apapun dengan tujuan untuk memperoleh informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik.*” Lalu, ayat (3) Pasal yang sama yang berbunyi “*Setiap Orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum mengakses Komputer dan/atau Sistem Elektronik dengan cara apa pun dengan melanggar, menerobos, melampaui, atau menjebol sistem pengamanan.*” Dan mengenai hukuman pidana yang akan dijatuhkan jika terdapat pelanggaran terhadap Pasal 30 ayat (1), disebutkan dalam Pasal 46 ayat (1) Undang-Undang ITE yang berbunyi “*Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 6 (enam) tahun dan/atau denda paling banyak Rp600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah).*” Dilanjutkan jika melanggar Pasal 30 ayat (2), disebutkan dalam Pasal 46 ayat (2) yang berbunyi “*Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (2) dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp700.000.000,00 (tujuh ratus juta rupiah).*” Terakhir mengenai pelanggaran yang terjadi pada Pasal 30 ayat (3), disebutkan hukum pidananya dalam Pasal 46 ayat (3) yang berbunyi “*Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 ayat (3) dipidana dengan pidana penjara paling lama 8 (delapan) tahun dan/atau denda paling banyak Rp800.000.000,00 (delapan ratus juta rupiah).*” Ungkapan artikel memastikan bahwa hak-hak konsumen dilindungi secara hukum jika terjadi kebocoran data. Salah satu Undang-Undang

³⁷ Dewi, Sinta, dan G. Gumelar. Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Dalam Era Ekonomi Digital di Indonesia. Jurnal Vej 4, No. 1 (2018): 88-110. <https://doi.org/10.25123/vej.2916>

internasional yang mengatur *e-commerce* di Uni Eropa, yaitu *European Union Directive on Electronic Commerce*, juga dikenal sebagai *EU Directive on e-commerce*, menetapkan pedoman bagi pihak yang terlibat dalam operasi belanja online (*Business to Business/B2B*). Ini berisi informasi tentang strategi hukum yang akan diterapkan bagi para pihak di yurisdiksi dan kekuasaan kehakiman jika ada masalah hukum dengan aktivitas pembelian online. Cakupan wilayah yang diterapkan dengan interpretasi aturan ini dijelaskan dalam Pasal 3 (1) *EU Directive on e-commerce*, khususnya:

- a) Peraturan hukum privat internasional yang biasa digunakan dalam transaksi jual beli online.
- b) Aturan hukum perdata internasional berlaku untuk Aturan IPL dari negara pendirian penyedia layanan masyarakat informasi (ISSP), yang sering digunakan dalam setiap transaksi *e-commerce*.
- c) Untuk mencegah penerapan atau pelarangan hukum perdata internasional, topik ini telah diatur secara ketat oleh sistem hukum nasional yang berlaku bagi para pihak.

Hukum internasional yang mengatur perlindungan hak privasi dalam aktivitas belanja online diatur oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), sebuah organisasi antar pemerintah yang beranggotakan 29 negara dari Uni Eropa, Australia, Selandia Baru, dan Amerika Serikat. Serikat menandatangani perjanjian yang menciptakan standar untuk perlindungan data pribadi selama aktivitas perdagangan elektronik di pasar internasional. Tujuan perjanjian tersebut adalah untuk mendorong semua anggota OECD untuk terlibat dalam pengembangan peraturan nasional yang mengartikulasikan prinsip-prinsip khusus untuk melindungi kebebasan dan privasi pribadi sehubungan dengan data pengguna yang dikumpulkan di situs Internet dan disimpan dalam cookie. Hal ini dilakukan untuk menghindari penyalahgunaan informasi. Semua anggota OECD diwajibkan untuk mematuhi karena merupakan kerangka hukum yang diakui secara internasional. Arahkan, *The EU Directive on the Protection of Consumers in respect of Distance Contracts*, dan perlindungan konsumen dari ketentuan kontrak yang tidak adil, juga menjamin selama penjualan dengan munculnya Undang-Undang yang berlaku di Uni Eropa. , merupakan peraturan hukum yang memuat aturan tentang perlindungan data konsumen dalam kegiatan belanja online di Uni Eropa. Uni Eropa diwajibkan untuk membuat kebijakan privasi yang membebaskan kewajiban kepada para pihak untuk menjunjung tinggi ketentuan Petunjuk UE dan melarang tindakan yang melanggar hukum, seperti tidak mengungkapkan semua informasi yang relevan mengenai tujuan dan prosedur pemrosesan data konsumen secara online. Semua bisnis yang

memproduksi barang untuk perdagangan online serta yang memproduksi kartu kredit tunduk pada undang-undang ini (perusahaan). Sebagaimana disebutkan dalam rangkuman di atas, Undang-Undang perlindungan konsumen Indonesia dinilai tidak cukup, dan Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi diperlukan karena pelaku korporasi atau orang yang memanfaatkan data pribadi konsumen tidak secara eksplisit menentukan perlindungan mereka. Akibatnya, perlindungan legislatif terhadap kebocoran data pelanggan *e-commerce* dianggap tidak efektif di Indonesia.

4. KESIMPULAN

Dari seluruh hasil yang tertera maka ditariklah kesimpulannya berikut teruraikan:

- 1) Terkait dengan definisi “perdagangan dengan sistem elektronik”, aturan *e-commerce* Undang-Undang ITE telah memberikan kepastian dan kejelasan kepada pedagang, penyelenggara, dan klien. Para pihak dilindungi secara hukum oleh ketentuan perjanjian jual beli media online, khususnya oleh peraturan pedagang yang diakui bersama dan Pasal 25 Undang-Undang ITE, yang mengatur penguasaan informasi pribadi konsumen dan pedagang.
- 2) Di Indonesia, konsumen yang dirugikan dalam transaksi *e-commerce* memiliki dua pilihan untuk mendapatkan upaya hukum: non litigasi melalui lembaga nirlaba (YLKI), Direktorat Perlindungan Konsumen Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK), dan pengusaha. Pilihan kedua adalah menempuh jalur hukum, yaitu membuat pengaduan polisi atau mengajukan kasus ke pengadilan.
- 3) Pemilik layanan yang menekankan fungsionalitas di atas keamanan harus disalahkan atas pelanggaran data konsumen *e-commerce* karena mereka menciptakan kerentanan (celah) yang dapat digunakan untuk pencurian data konsumen *e-commerce*. Hukum positif saat ini (Undang-Undang ITE dan Undang-Undang PK) dianggap tidak efektif karena konsumen yang dirugikan oleh penggunaan data pribadinya untuk tujuan memberikan keuntungan pada perusahaan tertentu tidak secara jelas dinyatakan dilindungi, sehingga perlindungan terhadap *e- Kebocoran data konsumen perdagangan* masih perlu diperkuat secara hukum dengan disahkannya Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

5. REFERENSI

- Abdul Hakim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan dan Hukum di Indonesia*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2005.
- Abdul Wahid dan Mohhammad Labib, *Kejahatan Mayantara (cyber crime)*, Refika Aditama, Malang, 2005.
- Aco, Ambo, and Hutami Endang. "Analisis Bisnis E-Commerce pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar." *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)* 2, no. 1 (2017). 1-13. <https://doi.org/10.24252/insypro.v2i1.3246>
- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Aprilia, Mega Lois dan Prasetyawati, Endang. "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pengguna Gojek." *Mimbar Keadilan Jurnal Ilmu Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, (2017). 90-105. <https://doi.org/10.30996/mk.v0i0.2202>
- Assafa Endeshaw, *Hukum E-Commerce dan Internet Dengan Fokus di Asia Pasifik*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2007.
- Budhi, G. S. "Analisis Sistem E-Commerce Pada Perusahaan Jual-Beli Online Lazada Indonesia." *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)* 1, No. 2 (2016). 78-82. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v1i2.10880>
- Dewi, Sinta, and G. Gumelar. "Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Dalam Era Ekonomi Digital di Indonesia." *Jurnal Vej* 4, no. 1 (2018). 88-110. <https://doi.org/10.25123/vej.2916>
- Dikdik M. Arief Mansur dan Elisatris Dultom, *Cyber Law : Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Refika Aditama, Bandung,
- Djafar, W. "Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Lanskap, Urgensi dan Kebutuhan Pembaruan." *Seminar Hukum dalam Era Analisis Big Data, Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum UGM 26* (2019). 1-14. Indriani, M. "Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System."
- Gunawan Widjaja dan Ahmad Yani, *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Yogyakarta, 2008.
- Happy Susanto, *Hak-Hak Konsumen Jika Dirugikan*, Visi Media, Yogyakarta, 2008.
- Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis e-commerce perspektif Islam*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2004.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5>

<https://dataindonesia.id/digital/detail/daftar-ecommerce-dengan-pengunjung-terbanyak-per-kuartal-i2022>.

<https://news.schoolmedia.id/lipsus/Indonesia-Peringkat-Empat-Pengguna-Internet-Dunia-Namun-Banyak-Penyalahgunaan-2600>

https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media

Jimmy Joses Sembiring, Cara Menyelesaikan Sengketa di Luar Pengadilan, Visi Media, Jakarta, 2011.

Justitia Jurnal Hukum 1, No. 2 (2017). 191-208. <http://dx.doi.org/10.30651/justitia.v1i2.1152>

M. Arsyad Sanusi, E-Commerce: Hukum Dan Solusinya, PT Mizan Grafika Sarana, Jakarta, 2007.

Munir Fuady, Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005.

Oktavia, Adinda, Precia Jacey, and Zahra Latifah. "Pengaturan Safe Harbor Dan Privacy Shield Dalam Perlindungan Data Privasi Di Uni Eropa Dan Amerika Serikat." PROSIDING (2020). 208-229.

Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, Mengenal e-Commerce, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001. Rahayu Hartini, Hukum Komersial, UMM Press, Malang, 2006.

Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 82 tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Sistem Dan Transaksi Elektronik

Pradana, Mahir. "Klasifikasi Bisnis E-Commerce Di Indonesia." MODUS Universitas Telkom 27, No. 2 (2015).

Ramli, Tasya Safiranita. "Prinsip Prinsip Cyber Law Pada Media Over The Top ECommerce Berdasarkan Transformasi Digital Di Indonesia." Jurnal Legislasi Indonesia 16, No. 3 (2019). 392-398. <https://doi.org/10.54629/jli.v16i3.485>

Reza, Faisal. "Strategi promosi penjualan online lazada. co. id." Jurnal kajian komunikasi 4, no. 1 (2016). 64-74. <https://doi.org/10.24198/jkk.v4i1.6179>

- Robintan Sulaiman, *Cyber Crimes : Perspektif E-Commerce Crime*, PT. Deltacitra Grafindo, Jakarta, 2002.
- Sanusi, M. Arsyad, *E-Commerce Hukum dan Solusinya*, PT. Mizan Grafika Sarana, Bandung, 2001.
- Sautunnida, L. “Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Studi Perbandingan Hukum Inggris dan Malaysia.” *Kanun Jurnal Ilmu Hukum* 20, No. 2 (2018). 369-384. <https://doi.org/10.24815/kanun.v20i2.11159>
- Shidarta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*, PT.Gramedia Widiasarana Indonesia, 2006.
- Suyud Margono, *ADR (Alternative Dispute Resoluttion) & Arbitrase*, Ghalia, Indonesia, Bogor, 2004.
- Undang Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UndangUndang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Internet dan Transaksi Elektronik, gradient Meditama, Yogyakarta, 2009.
- Undang-undang Nomor 39 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, Djambatan, Jakarta, 2000.
- W. Purbo dan Aang Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, PT Elex Media Komputindo, 2000.
- Wijayanto, H., Muhammad, A. H., & Hariyadi, D. “Analisis Penyalahgunaan Data Pribadi Dalam Aplikasi Fintech Ilegal Dengan Metode Hibrid.” *Jurnal Ilmiah Sinus* 18, No. 1 (2020). 1-10. <http://dx.doi.org/10.30646/sinus.v18i1.433>
- Yusuf Shofie, *Penyelesaian Sengketa Konsumen Menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UU PK) Teori dan Praktek Penegakan Hukum*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003.