

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pengertian sebenarnya dari "*e-commerce*" mungkin berbeda secara signifikan berdasarkan perspektif dituju menggunakan istilah tersebut. *E-Commerce*, sebagaimana didefinisikan oleh *Association for Electronic Commerce*, mengacu pada pelaksanaan proses bisnis secara elektronik. *CommerceNet* memberi penjelasan bahwa *e-commerce* merupakan "pekerjaan yang dilakukan secara jarak jauh dengan bantuan komputer atau media elektrik, yang mengacu pada penggunaan komputer yang selalu terhubung, digunakan sebagai strategi untuk ekspansi bisnis." *CommerceNet* menegaskan bahwa *e-commerce* mencakup tindakan pembelian dan penjualan barang atau jasa antara dua pihak menggunakan internet, serta pertukaran dan penyebaran informasi dalam satu perusahaan menggunakan intranet. Amir Hartman mendefinisikan bahwa *e-commerce* merupakan bentuk spesifik bisnis elektronik yang berpusat pada transaksi individu yang dilakukan melalui internet. Transaksi ini melibatkan pertukaran barang ataupun jasa, baik antara dua bisnis (B-to-B) atau antara bisnis dan konsumen (B-to-C). Beberapa definisi yang diusulkan dan diadopsi oleh berbagai kelompok masyarakat memiliki kesamaan, yang menguraikan aspek-aspek *e-commerce* berikut ini:

1. Terdapat transaksi antara dua belah pihak;
2. Terjalin pertukaran barang, jasa, atau informasi;

3. Media utama yang digunakan dalam proses atau mekanisme perdagangan adalah internet.

Berdasarkan keterangan di atas, terlihat jelas bahwa *e-commerce* merupakan dampak yang dirasakan langsung dari kemajuan teknologi, informasi, dan komunikasi yang telah mengubah secara signifikan bagaimana manusia berhubungan dengan lingkungannya. Hal ini berkaitan dengan mekanisme yang terlibat dalam perdagangan.¹

Perkembangan internet yang pesat di era teknologi industri 4.0 saat ini telah memberikan dampak besar terhadap pergeseran perekonomian serta memunculkan model perekonomian baru yang dikenal dengan “ekonomi digital”. Masyarakat dihimbau untuk memanfaatkan teknologi dalam menyelesaikan pekerjaan apa pun, terutama yang membutuhkan internet, karena adanya terobosan teknis. Bisnis digital merupakan salah satu aplikasi sumber daya *online* yang dapat digunakan untuk bisnis. Pemanfaatan teknologi *website* dan internet, *e-commerce* atau teknologi perdagangan elektronik diciptakan untuk mempermudah transaksi bisnis. Masyarakat umum merasa lebih mudah dengan menggunakan transaksi *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan serta mencapai tujuan hidup mereka karena sejumlah faktor. Beragamnya kemudahan berbisnis yang ditawarkan oleh *e-commerce* menjadi salah satu keunggulannya. Tidak hanya itu, kecenderungan generasi

¹ Indrajit Richardus Eko, 2002, *Electronic Commerce Strategi Dan Konsep Bisnis Di Dunia Maya*, Jakarta, APTIKOM, hlm. 9

muda untuk membeli barang atau jasa secara *online* mempunyai dampak yang signifikan terhadap ledakan perluasan *e-commerce* di Indonesia.²

Berasarkan Data terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna Internet di Indonesia akan mencapai 215 juta pada tahun 2024, dengan persentase generasi muda hampir 70%. Pasar *e-commerce* Indonesia menguasai lebih dari separuh pasar *e-commerce* di Asia Tenggara, menjadikannya pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara. Data terbaru yang dirilis Bank Indonesia menunjukkan bahwa volume transaksi *e-commerce* Indonesia akan mencapai 454 triliun rupiah pada tahun 2023. Volume transaksi *e-commerce* juga meningkat signifikan dibandingkan tahun 2022, diperkirakan mencapai 3,71 miliar volume transaksi juga akan meningkat sebesar 7,2% pada tahun 2024.³

Berkembang pesatnya perdagangan secara *online* saat ini terkait erat dengan meluasnya kehadiran *marketplace* di Indonesia. *Marketplace* menawarkan berbagai layanan transaksional bagi pembeli dan penjual, menjadikannya pilihan terbaik serta pilihan gaya hidup yang memungkinkan pemenuhan kebutuhan tanpa perlu melakukan interaksi tatap muka dengan

² Fitriyani Desy, 2023, “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pembatalan Sepihak Dalam Transaksi *Online* (Studi Kasus Transaksi *Online* Melalui *Marketplace* Tiktok&Shopee)”, (Skripsi Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Islam Sultan Agung Semarang), hlm. 1

³ Amanda, *Pasar E-commerce Indonesia Terus Berkembang, Segera Tangkap Peluang Ini!*, <https://www.bigseller.com/blog/articleDetails/1789/Pasar-E-Commerce-Indonesia-Terus-Berkembang.htm>, (diakses pada 19 Juni 2024, 11:55)

banyak orang lainnya. *Shopee, Lazada, Tokopedia, Bukalapak*, dan *marketplace* ternama Indonesia lainnya mempunyai ciri khas tersendiri.⁴

Secara umum, terdapat beberapa permasalahan yang sering terjadi ketika melakukan aktivitas jual beli *online*, antara lain:

1. Jaminan kualitas barang tidak selalu terjamin, karena calon pembeli tidak dapat memeriksa atau menyentuh barang secara fisik.
2. Kepastian keamanan dan keselamatan bertransaksi tidak selalu terjamin, terutama terkait dengan metode yang digunakan, seperti metode yang terkait dengan kartu kredit atau pembayaran elektronik.
3. Informasi produk yang tidak memadai atau melibatkan fakta baru yang harus diberikan kepada pembeli sebelum mereka membuat pilihan.
4. Ketidakkonsistenan antara barang yang diminta dengan barang yang sebenarnya diperoleh. Jika hal tersebut terjadi, konsumen mempunyai hak untuk mengembalikan barang dagangan untuk mendapatkan pengganti yang sesuai atau meminta penggantian dana.⁵

Kebiasaan pembelian *online* terus meningkat, menjadi pelaksanaan rutin bagi individu. Kebiasaan berbelanja ibu-ibu semakin beralih ke perdagangan *online* karena dinilai lebih praktis. Saat ini, mayoritas masyarakat Indonesia lebih memilih berbelanja *online* dibandingkan mengunjungi pasar konvensional. Banyaknya *e-commerce* telah melahirkan tantangan hukum

⁴ Rimanadi Arleani Firizky, 2021, "Pembatalan Sepihak Oleh Customer Shopee Dalam Transaksi Cash On Delivery (Perspektif Hukum Positif Dan Fikih Muamalah)", (Skripsi Hukum, Fakultas Syariah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), hlm. 2

⁵ iPrice Trend, "6 Masalah Umum yang Terjadi Ketika Belanja Online Beserta Solusinya", <https://kumparan.com/iprice-group/6-masalah-umum-yang-terjadi-ketika-belanja-online-beserta-solusinya-1rZcJy9FIEL/full>, (diakses pada 28 September 2023, 21:19)

baru, khususnya di bidang hukum perlindungan konsumen. Hal penting lain yang memerlukan pertimbangan cermat yaitu perlindungan hukum atas data pribadi konsumen ketika melakukan transaksi secara *online*.⁶

Pada bulan Maret 2019, diumumkan bahwa sebanyak 13 juta data pribadi konsume milik Bukalapak diambil secara tidak sah oleh sekelompok peretas asal Pakistan yang dikenal sebagai *Gnosticplayers*. Peretas mengaku menjual sejumlah besar akun di *platform Dream Market*. Situs *Have I Been Pwned*, yang memantau aktivitas peretasan global, juga memberikan rincian mengenai insiden khusus ini. Menurut situs *web* tersebut, data cadangan perusahaan pada bulan Oktober 2017 mengalami jutaan pelanggaran data. Kala itu, Bukalapak membantah tudingan yang mengatakan bahwa data pribadi 13 juta penggunanya telah dibobol dan diperdagangkan. Bukalapak mengakui bahwa *platformnya* menjadi sasaran upaya peretasan eksternal, meskipun tidak ada data penting, seperti kata sandi pengguna, informasi bank, atau detail pribadi lainnya, yang disusupi. Pratama Persadha, pakar keamanan siber ternama dan Ketua Pusat Penelitian Keamanan Sistem Komunikasi dan Informasi, telah mengonfirmasi keaslian data yang dijual oleh peretas yang dikenal dengan nama "*Startexmislead*". Data tersebut diperoleh saat terjadi serangan siber yang terjadi pada tahun 2019. Data yang terungkap pada periode tersebut antara lain data Bukalapak pada tahun 2015 hingga 2017. Saat ini, Bukalapak menjamin keamanan data penggunanya dan memastikan tidak adanya pembobolan atau kebocoran data baru-baru ini. Selain

⁶ Anak Agung Adi Lestari, "Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Dalam Transaksi Secara *Online*", *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Hukum*, Vol. 1, No. 1, (Oktober, 2021), hlm. 162

mengutamakan keamanan data konsumen, Bukalapak juga melakukan upaya secara signifikan untuk menjaga data pribadi konsumen dan mitra *merchant*. Bukalapak menegaskan telah menerapkan berbagai langkah keamanan untuk menjaga penerimaan, penyimpanan, dan pemrosesan data konsumen.⁷

Penyebarluasan data pribadi konsumen tanpa adanya izin sangat melanggar hak pengguna *e-commerce*, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, serta keselamatan konsumen. Dalam hal ini, pelanggaran yang merugikan konsumen atau pengguna *e-commerce* tidak hanya mengakibatkan hilangnya kenyamanan konsumen, namun juga membahayakan keamanan dan keselamatan karena konsumen tidak sepenuhnya terjamin. Penegakan perlindungan data pribadi terkait erat dengan tanggung jawab pihak-pihak pada sistem elektronik dalam mengumpulkan informasi pribadi pengguna, baik yang dilakukan melalui cara *online* maupun *offline*. Selain itu, tujuan spesifiknya ialah untuk memastikan bahwa setiap operator sistem elektronik diwajibkan untuk menetapkan peraturan internal yang berkaitan dengan pengamanan data pribadi untuk mengurangi risiko penyalahgunaan selama pengoperasian. Namun demikian, kenyataan yang tidak dapat disangkal bahwa sejumlah besar data digital milik konsumen diperoleh dan diperdagangkan tanpa izin atau dieksploitasi untuk aktivitas terlarang, bahkan terkadang dicuri oleh individu yang tidak berwenang.

⁷ Putri Astrid Rahardian dan Yordan Jofie, *Bukalapak Akui 13 Juta Data yang Dijual Hacker adalah Peretasan di Maret 2019*, <https://kumparan.com/kumparantech/bukalapak-akui-13-juta-data-yang-dijual-hacker-adalah-peretasan-di-maret-2019-1tMRTr1UR0G/full>, (diakses pada 6 November 2023, 11:44)

Penyalahgunaan data pribadi menunjukkan adanya kekurangan dalam sistem mengenai pengetahuan hukum publik, peraturan perundang-undangan yang tidak memadai, pemantauan yang tidak memadai, dan metode penegakan hukum yang lemah, yang menyebabkan konsekuensi merugikan bagi individu yang terkena dampak.⁸ Pada Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi menyatakan “Perlindungan data pribadi mencakup seluruh langkah yang diambil untuk melindungi data pribadi dengan tujuan menjamin hak konstitusional individu sebagai subjek data pribadi.”⁹ Pada Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, yang selanjutnya disebut UU ITE menyatakan bahwa “Transaksi Elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan atau media elektronik lainnya.”¹⁰ Pasal 65 Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan secara khusus mengatur tentang persyaratan prosedur penyelenggaraan perdagangan dengan menggunakan sistem elektronik. Selain itu, undang-undang ini memberikan peraturan yang komprehensif tentang perlunya menjaga data pribadi konsumen.¹¹

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan sebelumnya, Penulis berminat untuk melaksanakan penelitian dan menyusun karya tulis hukum yang judul

⁸ Sahat Maruli T. S, “Penyalahgunaan Data Pribadi Sebagai Bentuk Kejahatan Sempurna Dalam Perspektif Hukum Siber”, *Sasi*, Vol. 27, No. 1, (Maret, 2021), hlm. 38

⁹ Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi

¹⁰ Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008

¹¹ Anak Agung Adi Lestari, *Op. Cit.*, hlm. 163

“Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pada Transaksi Jual Beli *Online* Di Aplikasi Bukalapak”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Konsumen Pada Transaksi Jual Beli Secara *Online* Di Aplikasi Bukalapak?
2. Bagaimana upaya yang ditempuh Bukalapak dalam menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen ketika melakukan transaksi jual beli *online* di Bukalapak.
2. Untuk mengetahui apa saja upaya yang akan ditempuh oleh pihak Bukalapak dalam menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi terkait ilmu pengetahuan Hukum Perdata, khususnya pada rumpun hukum dagang. Selain itu, juga dapat memberikan informasi terkait pentingnya data

pribadi seorang konsumen ketika sudah bertransaksi di sebuah *e-commerce* khususnya bagi pengguna Bukalapak.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan untuk dapat berkontribusi didalam masyarakat luas. Juga dapat memberikan edukasi kepada konsumen pengguna *e-commerce* khususnya pengguna aplikasi Bukalapak tentang bagaimana pentingnya menjaga kerahasiaan data pribadi.