

Tinjauan Yuridis Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Cross-Border E-Commerce

Hasanuddin¹, Lilik Andaryuni¹

¹ Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

 uddinhasan253@gmail.com

Abstrak

Salah satu aturan hak untuk dilupakan diatur di dalam Pasal 59 Ayat (3) dan Ayat (4) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mewajibkan Pelaku Usaha menghapuskan informasi data pribadi pribadi seseorang jika hal tersebut dimintakan secara langsung oleh yang bersangkutan. Namun, yang menjadi kekosongan hukumnya adalah aturan tersebut tidak diikuti dengan sanksi jika kewajiban tersebut tidak dilakukan oleh Pelaku Usaha. Permasalahan dalam skripsi ini adalah hadirnya PMSE dengan sistem transaksi Cross Border yang mudah terjadinya kebocoran data Pribadi sehingga di salahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dan akhirnya menyebabkan kerugian. Peneliti menerapkan metode pendekatan doktrinal atau doctrinal research yaitu pengarahannya pada kumpulan norma guna menyasar penelitian melalui analisa norma yang dalam pelaksanaannya secara kualitatif dan berdasarkan pada studi Kepustakaan. Objek penelitian dikaji berdasarkan asas dalam ilmu hukum. Hasil dari penelitian ini adalah Pertama, Kepastian hukum dalam perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi cross border dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) atau biasa juga disebut dengan e-commerce tentunya sudah mulai membaik pasca disahkannya Undang-undang Perlindungan data Pribadi, akan tetapi tentu saja masih ada kekurangan yang perlu ditingkatkan dan diselesaikan oleh pemerintah dalam menjamin kerahasiaan data pribadi konsumen dalam kegiatan transaksi Cross Border itu sendiri. Kedua, Bentuk pertanggungjawaban yang diterapkan dalam kebijakan online marketplace terhadap kasus kebocoran data di Indonesia menganut teori strict liability. Menurut Sidharta, strict liability merupakan wujud distingtif dari suatu perbuatan melawan hukum, yakni prinsip pertanggung jawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan pada umumnya, melainkan prinsip ini mengharuskan para pelaku usaha untuk langsung bertanggungjawab atas kerugian yang timbul karena perbuatan melawan hukum itu. Akan tetapi hal tersebut juga memiliki Batasan dalam pertanggungjawabannya yang mana hal tersebut dikarenakan suatu Faktor yakni pada kondisi force majeure.

ARTICLE INFO

Received
October 13,
2025

Revised
November 02,
2025

Accepted
December 30,
2025.

Kata Kunci : Perdagangan, E-Commerce dan Cross Border. Perlindungan Data Pribadi

Diterbitkan oleh
ISSN

Fakultas Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Al-Furqan Makassar
2622-5212

Website

<https://ojs.staialfurqan.ac.id/jtm/>

Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>



PENDAHULUAN

Data pribadi dapat diartikan sebagai data perseorangan yang disimpan, dirawat, dan dijaga kebenaran serta dilindungi kerahasiaannya. Indonesia juga telah menjamin dalam konstitusi Pasal 28G ayat (1) UUD Tahun 1945 terkait perlindungan data pribadi bagi setiap warga negaranya. Mahkamah Konstitusi (MK) juga memberikan tafsir terhadap pasal 28G ayat (1) UUD Tahun 1945 perihal hak privasi yang dapat dikaitkan dengan hak atas perlindungan data pribadi dalam Putusannya Nomor 20/PUU-XIV/2016. MK menyatakan bahwa *right to privacy* merupakan bagian dari hak asasi manusia (*derogable rights*) dan cakupan dari *right to privacy* meliputi *right to information privacy*, disebut juga data *privacy* (*data protection*). Artinya, negara memberikan jaminan yang mutlak akan perlindungan data pribadi warga negaranya tanpa terkecuali dan setiap warga negara berhak untuk mendapatkan perlindungan terhadap segala bentuk penggunaan data pribadinya yang diberikan kepada pihak lain, khususnya dalam melakukan transaksi perdagangan di era Revolusi Industri 4.0 (Samsul Ramli & Fahrurrazi, 2014).

Pemberian data pribadi menjadi suatu permasalahan dan kecemasan mengingat data pribadi merupakan suatu hak milik seseorang yang kerahasiaannya perlu dijaga dan penggunaannya perlu menggunakan prinsip kehati-hatian. Data yang berupa nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, alamat email, dan nomor handphone, bahkan kecanggihan fitur dan platform e-commerce, konsumen juga diwajibkan untuk memasukkan Nama, alamat, email, nomor hp, dan kode pos sebagaimana gambar di atas. Data-data tersebut merupakan bagian dari data pribadi yang perlu dilindungi keberadaannya. Berkembangnya platform *marketplace* di Indonesia mengakibatkan terbentuknya suatu mekanisme bisnis baru, yaitu mekanisme transaksi *cross border*. Mekanisme bisnis *cross border*. *Cross border* adalah bentuk jual beli internasional yang melibatkan konsumen dari berbagai negara. Transaksi *Cross border* atau lintas batas adalah transaksi keuangan dimana pembayar dan penerima berada di negara yang berbeda. Tak hanya dalam transaksi keuangan, pengiriman lintas batas juga jadi kegiatan turunan dari transaksi ini. Penjual dan pembeli yang berbeda negara tentu akan mengirim pesanan pelanggan lintas negara. Ekspedisi yang digunakan tentunya adalah ekspedisi dengan layanan pengiriman internasional, baik lewat jalur udara maupun jalur laut (Wahyudi Djafar & Asep Komarudin, 2014).

Perdagangan elektronik merupakan suatu bentuk perkembangan perdagangan produk-produk dari luar Indonesia (asing) yang diajakan dari suatu platform *marketplace* lintas negara dan begitupun sebaliknya. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Kementerian Perdagangan (Kemendag) Tjahya Widayanti telah mencatat perkembangan mekanisme transaksi *cross border* perdagangan elektronik di Indonesia telah mencapai 5% (lima persen) dari seluruh transaksi e-commerce. Perkembangan mekanisme transaksi *cross border* perdagangan elektronik menimbulkan banyak sekali kekhawatiran pada organ Pemerintah, seperti permasalahan pajak bea dan cukai terhadap barang-barang yang berasal dari luar negeri, permasalahan terkait meningkatnya jumlah barang yang masuk ke Indonesia dari luar negeri dan juga menimbulkan kekhawatiran terhadap perlindungan konsumen Indonesia terkait aman atau tidaknya data pribadi mereka ketika berbelanja dari aktivitas transaksi *cross border* perdagangan elektronik (Rina Irawati dan Irawan Budi Prasetyo, 2021).

Berbelanja menggunakan transaksi *cross border* mengharuskan para konsumen untuk melakukan serangkaian pendaftaran yang wajib dipenuhi sebelum mengakses platform *e-commerce* tersebut misalnya dalam e-commerce Tokopedia, konsumen diwajibkan untuk mengisi data pribadi pada form yang telah disediakan oleh aplikasi Tokopedia yang dalam implementasinya data pribadi pengguna memang wajib diserahkan kepada pihak Tokopedia untuk keperluan penggunaan aplikasi. Konsumen yang melakukan pendaftaran untuk membeli barang-barang dari luar negeri dalam aktivitas transaksi *cross border* perdagangan elektronik diwajibkan untuk mengisi data-data pribadi yang perlu diinput sebagai modal awal menggunakan platform yang dipilih (Kamlesh K. Bajaj & Debjani Nag, 2019).

Salah satu pelanggaran terhadap kebocoran data pribadi antar *cross border* adalah serangan cyber di Tokopedia yang dialami pada tahun 2020 (Adi, 2022). Kejadian ini memang tidak sampai menimbulkan kerugian bagi konsumen yang data pribadinya tersebar luas, akan tetapi tidak adanya tindakan tegas bagi pihak Tokopedia mengakibatkan keresahan karena hal ini bisa saja terjadi kembali dan bahkan bisa sampai menimbulkan kerugian. Setiap *marketplace* pun seharusnya memberikan suatu kejelasan akan penggunaan data pribadi mereka agar setiap individu yang menggunakan e-commerce mengetahui akan penggunaan data pribadinya dan bermanfaat dalam menghindari hal-hal yang tidak diinginkan. Tindak lanjut Pemerintah dalam membentuk aturan terkait penghapusan data pribadi milik setiap individu yang menggunakan *marketplace* e-commerce merupakan suatu bentuk perlindungan preventif dan merupakan suatu bentuk pengaplikasian hukum progresif. Namun, adanya kekosongan hukum terkait sanksi yang akan di dapat pelaku usaha bila aturan tersebut dilanggar oleh pelaku usaha menjadi suatu problematika baru. Hal ini dikarenakan sanksi merupakan suatu bentuk pelengkap dalam memberikan perlindungan hukum secara represif terhadap individu yang permintaan penghapusan datanya diabaikan atau ditolak oleh pelaku usaha. Kekhawatiran lain juga timbul ditengah perkembangan *e-commerce* bahwa transaksi perdagangan bukan hanya melibatkan pelaku usaha dalam negeri saja, melainkan melibatkan juga pelaku usaha yang berasal dari luar negeri yang melakukan transaksi jual belinya di wilayah negara republic Indonesia. Hak untuk dilupakan menjadi masalah krusial, karena mencakup data pribadi seseorang yang dapat menimbulkan kerugian bila disalahgunakan. Pengaturan hak untuk dilupakan Diakomodirnya pengaturan hak untuk dilupakan ke dalam regulasi di Indonesia merupakan bentuk tindak lanjut

dari permasalahan/kasus kebocoran data pribadi konsumen Indonesia. Salah satu aturan hak untuk dilupakan diatur di dalam Pasal 59 Ayat (3) dan Ayat (4) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang mewajibkan Pelaku Usaha menghapuskan informasi data pribadi seseorang jika hal tersebut dimintakan secara langsung oleh yang bersangkutan. Namun, yang menjadi kekosongan hukumnya adalah aturan tersebut tidak diikuti dengan sanksi jika kewajiban tersebut tidak dilakukan oleh Pelaku Usaha. Pada akhirnya tokopedia bisa lepas dari tanggungjawab dan abai terhadap perlindungan data privasi penggunanya yang dirugikan adalah konsumen. Penelitian ini akan membahas mengenai kepastian hukum dalam perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi cross border dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan batasan dan bentuk tanggung jawab hukum Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam upaya perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi *cross border*.

METODE

Penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum doktrinal, yaitu yang dilakukan dengan cara mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku. Penelitian doktrinal seringkali disebut penelitian normatif karena objek kajiannya adalah dokumen peraturan perundang-undangan dan bahan Pustaka. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan perundang-undangan yang dilakukan dengan menghubungkan, menelaah undang-undang yang akan dijadikan bahan kajian terhadap isu hukum seperti undang-undang Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pendekatan doktrinal dalam penelitian ini diarahkan kepada pengkajian undang-undang serta konsep dari sebuah teori (Muhamad Muhdar, 2019). Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan yang mengikat yaitu Undang – Undang RI Nomor 35 Tahun 2009 Tentang Narkotika. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terkait bahan hukum primer seperti buku. Bahan hukum tersier, seperti kamus hukum dan kamus bahasa inggris. Bahan hukum yang diinventarisasi selama penelitian diarahkan untuk menganalisis terkait perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi cross border di. Dari hal tersebut akan didapatkan bentuk permasalahan mengenai perlindungan data pribadi yang dialami oleh konsumen pada *e-commerce*. Dan batasan dan bentuk tanggung jawab hukum Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dalam upaya perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi *cross border* dianalisis dengan variable utama dalam bagian ini, yaitu mengenai akibat hukum terhadap bocornya data pribadi konsumen pada transaksi *cross border* di. Jawaban pada bagian ini membutuhkan teori hukum dan kepustakaan yang tepat untuk bisa menjawab terkait implikasi hukum terhadap bocornya data pribadi konsumen pada transaksi *cross border* di Shopee.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kepastian Hukum Perlindungan Data Pribadi Konsumen Pada Transaksi Cross Border Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

E-commerce merupakan suatu kegiatan jual beli melalui media internet. Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat maka terjadilah jual beli secara online yang dapat memudahkan para konsumen dan pelaku usaha untuk memasarkan barang dan/atau jasanya. Ditengah globalisasi komunikasi yang semakin terpadu (*global communication network*) ini, internet menjadi populer dan membuat dunia semakin mengecil (*shrinking the world*) sekaligus memudahkan batas negara berikut kedaulatan dan tatanan masyarakatnya. Fungsi internet dalam kehidupan kreatif tidak hanya menjadi sumber ilmu pengetahuan namun dapat juga menjadi sumber mata pencaharian bagi setiap orang. Terdapat beberapa alasan pada pesatnya peningkatan transaksi bisnis elektronik ini antara lain, adalah karena praktis, kemudahan dalam sistem pembayaran, serta efisiensi waktu hingga banyaknya harga promo yang begitu menarik dari pedagang online. Awalnya, perdagangan elektronik merupakan aktivitas perdagangan yang hanya memanfaatkan transaksi komersial saja, misalnya mengirim dokumen komersial seperti pesanan pembelian secara elektronik. Kemudian berkembang menjadi suatu aktivitas yang mempunyai istilah yang lebih tepat yaitu “perdagangan via web” (pembelian barang dan jasa melalui *World Wide Web*). Pada awalnya ketika web mulai terkenal di masyarakat pada tahun 1994, banyak jurnalis memperkirakan bahwa *e-commerce* akan menjadi sebuah sektor ekonomi baru sehingga pada era 1998 – 2000-an, banyak bisnis di AS dan Eropa mengembangkan situs web perdagangan ini.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sendiri telah ada sejak tahun 1996, dengan berdirinya Dvviacom Intrabum atau D-net sebagai perintis transaksi online. Wahana transaksi

berupa mall online yang disebut D-Mall ini telah menampung sekitar 33 toko online. Produk yang dijual bermacam-macam, mulai dari makanan, aksesoris, pakaian, produk perkantoran sampai furniture. Indonesia sebagai salah satu pasar yang menjadi tujuan para pelaku usaha untuk memasarkan produk dan jasanya, menjadikan tren *e-commerce* sebagai solusi untuk mempermudah aktivitas perdagangan. *E-commerce* bukan lagi menjadi suatu hal baru di kalangan masyarakat Indonesia. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya peningkatan penggunaan layanan *e-commerce* dari tahun ke tahun telah meningkat drastis. Menurut data yang dimiliki oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi, pertumbuhan nilai *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 78% (tujuh puluh delapan persen). Angka tersebut menyebabkan Indonesia menduduki peringkat ke-1 negara yang memiliki pertumbuhan *e-commerce* tertinggi. Adapun contoh online marketplace di Indonesia yang telah dikenal di masyarakat, seperti: Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Traveloka, Pegipegi, dan masih banyak lagi. Penggunaan *e-commerce* sebagai media dalam bertransaksi secara virtual tentunya memerlukan serangkaian pendaftaran yang mengharuskan penjual atau pembeli memberikan data pribadinya kepada marketplace *e-commerce* tersebut. Data-data tersebut diserahkan guna memperlancar kegiatan dalam bertransaksi antar kedua belah pihak. Umumnya, data yang diserahkan seperti nama lengkap, nomor telepon, alamat rumah, alamat e-mail. Namun, seiring perkembangan teknologi, marketplace *e-commerce* juga bergerak pada bidang investasi. Fitur yang menyediakan konsumen menggunakan jasa investasi tersebut mengharuskan konsumen memasukkan informasi tambahan mengenai data dirinya, seperti menambah foto diri secara sendiri, berfoto dengan kartu tanda penduduk, serta wajib memasukkan data bank pribadi beserta nomor rekening, nomor kartu debit, dan informasi keuangan penting lainnya. Data-data tersebut digunakan sebagai pendukung dan syarat untuk menggunakan fitur dan layanan yang tersedia.

Perkembangan *e-commerce* saat ini memang begitu pesat, hal ini dikarenakan *e-commerce* sekarang juga telah membuka sebuah kebijakan yang mana dalam hal transaksi tidak hanya bisa dilakukan di dalam negeri akan tetapi transaksi saat ini juga bisa hingga ke luar negeri. Hal ini sering kita ketahui bersama dengan sebutan yaitu *Cross Border* atau transaksi tanpa batas. Yang mana dengan menggunakan transaksi *cross border* ini baik produsen maupun konsumen akan memiliki pasar yang begitu luas baik dalam hal pembelian barang / impor barang ataupun ekspor barang ke luar negeri.

E-commerce tumbuh dan berkembang sangat pesat memberikan banyak peluang kepada para pelaku usaha di berbagai sektor baik manufaktur maupun jasa. Lalu lintas transaksi jual beli melalui *e-commerce* terus meningkat, menurut data Bank Indonesia pada tahun 2020 mencapai 266 triliun rupiah dan diprediksi pada tahun 2021 dan 2022 masing-masing mencapai 403 triliun dan 530 triliun rupiah. Bagi UMKM *e-commerce* memberikan banyak keuntungan dan manfaat untuk tumbuh dan berkembang, *e-commerce* mampu memperluas pasar (Market Share) tidak hanya terbatas pada pemasaran lokal/domestik saja, akan tetapi mampu mencapai pasar global. Sehingga memunculkan trend baru dalam *e-commerce* yaitu *cross border e-commerce*.

Cross border e-commerce didefinisikan sebagai perdagangan berbasis elektronik atau *e-commerce* dengan layanan pengiriman tujuan ke luar negeri dan sebaliknya. Dapat juga diartikan sebagai perdagangan daring antara bisnis baik UKM atau brand dengan konsumen akhir (B2C), atau bisa juga antara dua entitas bisnis (B2B), bisa pula antara dua individu atau C2C. Dalam perdagangan *cross border* terjadi tindakan *splitting* atau memecah transaksi pembelian barang impor agar bebas bea masuk *Cross border e-commerce* terus mengalir bak air. Diam-diam, dengan potensi *e-commerce* dengan momentum besar ketika media sosial berhasil memperkenalkan produk-produknya ke mata miliaran orang di seluruh dunia. Twitter, Instagram, dan Facebook mulai beralih fungsi, dari sebatas hanya media narsis, menjadi platform mujarab mengais rezeki. Siapa sangka, *social commerce* atau belanja lewat media sosial termasuk para jastip. Brand atau pebisnis kelas UKM yang tidak memiliki modal besar untuk melakukan ekspansi pasar, memanfaatkan media sosial itu untuk menggaet konsumen di luar wilayahnya. Kita bisa melihat *feeds* Instagram sekarang, mulai bermunculan iklan-iklan yang menawarkan produk fashion dan perawatan. Namun, setelah diklik ke halaman akun tersebut, ternyata mereka sebagian bukan berasal dari dalam negeri.

Kebanyakan mereka menjual produk sehari-hari yang lebih ringan, seperti makanan, fashion, dan produk perawatan tubuh. *Cross border e-commerce* merupakan tren perdagangan online baru di mana konsumen lokal dapat berbelanja produk-produk asing yang tidak secara langsung dipasarkan di dalam negeri. Begitupun dengan konsumen dari negara lain yang bisa berbelanja

produk di Indonesia, tanpa harus mengunjunginya. Dengan 250 juta penduduk, Indonesia adalah target besar bagi para pemain e-commerce lain untuk memasarkan produknya di sini.

Di samping kemajuan terhadap Sistem PMSE tentu ada saja hal hal yang menjadi kekurangan serta menjadi bahan evaluasi yang terus membutuhkan suatu pengawasan serta perbaikan khusus agar semuanya menjadi aman dan terjaga. Hal ini tidak lain dan tidak bukan ialah melainkan keamanan data pribadi yang saat ini data pribadi sangatlah mudah untuk dibocorkan karena lemahnya sistem keamanan yang dimiliki oleh seseorang ataupun negara ditambah lagi dengan setiap kegiatan transaksi konsumen harus melampirkan data diri serta alamat rumah yang memang akan menjadi tujuan bertransaksi.

Dalam penggunaan data pribadi, pelaku bisnis pada sektor privat bukanlah merupakan satu-satunya pihak yang melakukan pengumpulan dan pengolahan data pribadi. Dalam kerangka negara hukum kesejahteraan (*welfare state*), negara memiliki keterlibatan dalam aspek kehidupan masyarakat. Negara secara langsung ataupun tidak langsung turut serta melakukan aktivitas pengumpulan, pengolahan, dan penyimpanan data pribadi warga negara. Pada transaksi belanja melalui online marketplace, penggunaan teknologi cookies berpotensi memanfaatkan data pribadi diantaranya pelacakan transaksi daring dimana didalamnya terdapat preferensi belanja, lokasi belanja, data komunikasi, hingga alamat seorang konsumen. Data-data tersebut merupakan hak milik dari pemiliknya dan tidak boleh satupun pihak yang menyalahgunakan dan melakukan pelanggaran hukum terhadap data pribadi tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya penggolongan terlebih dahulu terhadap pihak-pihak yang akan terlibat di dalam mekanisme bisnis *e-commerce* agar dalam memetakan pertanggungjawaban jika ada yang menyalahgunakan data pribadi konsumen dapat dimintakan secara hukum dan jelas.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, pelaku usaha dalam kegiatan *e-commerce* diartikan sebagai perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dapat berupa pelaku usaha dalam negeri ataupun luar negeri dan melakukan kegiatan usaha di bidang perdagangan online.

Transaksi *e-commerce* yang dilakukan antara pelaku usaha dan juga konsumen tentunya memiliki banyak dampak positif dan negatif. Menurut data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan, bahwa pada tahun 2017 kontribusi dari perdagangan yang dilakukan secara online atau melalui *e-commerce* terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia meningkat sebanyak 4% (empat persen) dibandingkan tahun 2016 sebesar 3,61% (tiga koma enam satu persen), dan tahun 2018 diperkirakan mencapai 10% (sepuluh persen) (Nidya Waras Sayekti, 2018). Kemudian, menurut laporan yang dilakukan oleh Oxford Economics tahun 2016, setiap 1% (satu persen) peningkatan penetrasi mobile diproyeksikan menyumbang tambahan 640 juta USD kepada PDB Indonesia dan berdampak pada terciptanya 10.700 lapangan kerja baru di tahun 2020. Dampak positif tersebut tentunya memberikan banyak perubahan di kalangan masyarakat, karena bagi mereka (pelaku usaha) yang ingin memanfaatkan peluang bisnis *e-commerce* hanya bermodalkan jaringan internet dan juga iklan di platform-platform yang ada.

Namun, keberadaan pasar *e-commerce* tidak hanya membawa dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Tidak sedikit masalah-masalah baru yang timbul akibat adanya transaksi bisnis *e-commerce*. Adapun dampak negative dari keberadaan pasar *e-commerce* seperti Persaingan usaha yang tidak sehat, regulasi hukum yang belum siap untuk memberikan perlindungan bagi pelaku usaha dan juga konsumen, pelanggaran terhadap hak cipta, maraknya jual beli informasi data pribadi pelanggan, dan tindak pidana penipuan sering terjadi. Salah satu dampak negatif yang pernah dirasakan oleh konsumen *e-commerce* Indonesia adalah bocornya data pribadi yang mereka serahkan ke pelaku usaha ketika mendaftarkan diri mereka untuk melakukan pembelian melalui *e-commerce*. Dalam Perkembangannya, sejarah pernah mencatat salah satu startup berstatus unicorn di Indonesia, yaitu Tokopedia pada tahun 2020 dilaporkan telah menjual data pribadi konsumennya sebanyak 91 juta data dan juga menjual lebih dari 7 juta data milik para merchant. Kemudian, bukan hanya dari start up Tokopedia saja, kasus akun besar belanja online di Indonesia (Bukalapak) juga berhasil diretas oleh hacker dan 13 juta data pribadi berhasil dicuri. Data tersebut terdiri dari e-mail, username, nama, detail pembelian, alamat IP, serta password pemilik akun (Choiru Rizkia, 2019). Dari 2 kasus kebocoran data pribadi yang menimpa 2 (dua) *e-commerce* besar di Indonesia, menjadi kiblat agar pelaksanaan perlindungan hukum terhadap data pribadi dapat dilakukan sebagaimana mestinya. Dampak yang akan dirasakan ketika hilang/bocornya data pribadi memang sulit untuk dirasakan langsung, namun tidak menutup kemungkinan dapat terjadi tindakan kriminal/hal yang tidak diinginkan dikemudian hari.

Berdasarkan penjelasan dari karakteristik dan pengaturan kebendaan di dalam KUHP, bahwa tidak ada ketentuan yang membatasi data pribadi untuk dapat dikategorikan sebagai benda. Hal tersebut dikarenakan data pribadi dapat dideskripsikan sebagai benda tidak berwujud dan jika menjadi bagian dari big data maka data pribadi tersebut dapat bernilai ekonomis sehingga memberikan pemegang data pribadi hak yang dapat dipertahankan kepada pihak-pihak lainnya (Setyawati Fitri Anggraeni, 2018). Big data adalah data dalam volume besar yang tersedia dalam lalu lintas informasi dan dianggap memiliki nilai ekonomi pada masa sekarang. Data-data tersebut secara keseluruhan akan dikumpulkan, disimpan, dan terkadang dianalisis untuk tujuan memberikan keuntungan ekonomi kepada sebuah organisasi/pelaku usaha. Kemudian, KUHP juga mengatur mengenai pengertian dan hak yang timbul dari kepemilikan suatu benda. Pasal 570 KUHP mencoba menjelaskan definisi dari Hak milik adalah hak untuk menikmati suatu barang secara lebih leluasa dan untuk berbuat terhadap barang itu secara bebas sepenuhnya, asalkan tidak bertentangan dengan Undang-Undang atau peraturan umum yang ditetapkan oleh kuasa yang berwenang dan asal tidak mengganggu hak-hak orang lain, kesemuanya itu tidak mengurangi kemungkinan pencabutan hak demi kepentingan umum dan penggantian kerugian yang pantas, berdasarkan ketentuan-ketentuan perundang-undangan. Oleh karena itu, melihat ketentuan yang diatur didalam KUHP perihal kebendaan, bahwa data pribadi dapat dikategorikan sebagai benda tidak berwujud dan terikat hak pemilikan terhadap pemilik sahnya. Bukan hanya itu saja, hak kebendaan yang melekat terhadap setiap data pribadi adalah pemilik sahnya berhak mendapatkan kompensasi atas kerugian yang didapatkan jika terjadi penyalahgunaan data pribadi atau pelanggaran terhadap peraturan yang berlaku.

Berdasarkan analisa terkait data pribadi merupakan benda yang tidak berwujud dan memiliki nilai ekonomis yang tinggi, maka Pemerintah harus dapat mengakomodir bentuk perlindungan hukum yang dapat memberikan perlindungan sebagaimana mestinya. Hal tersebut tidak terlepas dari konsep perlindungan data pribadi selalu berhubungan dengan konsep privasi. Konsep privasi sendiri adalah gagasan untuk menjaga integritas dan martabat pribadi (Wahyudi Djafar dan Asep Komarudin, 2014). Hak privasi juga sebuah kemampuan individu dalam menentukan siapa yang memegang informasi tentang mereka dan bagaimana informasi tersebut dikelola dan dipergunakan. Konsep dari perlindungan data mengisyaratkan bahwa setiap individu memiliki hak dalam menentukan apakah mereka akan membagi atau bertukar data pribadi mereka atau tidak kepada pihak lain. Selain itu, setiap pemilik data pribadi juga memiliki hak untuk menentukan syarat – syarat pelaksanaan pemindahan data pribadinya. Hak privasi telah berkembang sangat pesat, sehingga dapat digunakan untuk merumuskan hak untuk melindungi data pribadi setiap individu dimanapun mereka berada (Human Rights Committee General Comment No. 16 ,1988). Terkait permasalahan kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi yang telah terjadi dapat dijadikan landasan bertindak untuk Pemerintah membuat rumusan konsep perlindungan data pribadi selain berlandaskan dengan hak privasi.

Kemudian, bila data pribadi diibaratkan sebagai benda tidak berwujud, maka data pribadi setiap individu (milik pembeli dan termasuk merchant) dalam transaksi *e-commerce* merupakan hak mutlak yang dimiliki keduanya dan keduanya punya kekuasaan atas penguasaan data pribadi masing-masing. Seiring perkembangan penggunaan data pribadi dalam bertransaksi di *e-commerce*, Pemerintah telah berusaha mengakomodirnya ke dalam berbagai regulasi dan juga mengaplikasikannya ke dalam konsep perlindungan hukum yang apik di dalamnya. Hal tersebut tentunya selaras dengan perkembangan dari big data dan hak dari setiap individu atas keamanan dan kenyamanan dalam penggunaan data pribadinya. Bukan hanya untuk mendapatkan keamanan dan nyaman dari sisi pemilik data pribadi, namun perlindungan hukum data pribadi juga akan mempengaruhi kerjasama antar negara dan menopang pertumbuhan kepercayaan ekonomi ke Indonesia. Perkembangan dunia *e-commerce* telah melahirkan mekanisme bisnis *cross borde e-commerce* yang melibatkan 1 (satu) atau lebih negara di dalamnya. Regulasi perlindungan hukum data pribadi yang apik akan memberikan tingkat kepercayaan yang tinggi dari negara lain kepada Indonesia. Hal ini serupa dengan kasus di Eropa, yaitu Maximillian Schrems v. *Data Protection Commissioner* yang diputus *Court of Justice of the European Union 2015*, perbedaan perlindungan kepentingan konsumen dapat mengancam transaksi antara dua negara atau dua regional. Artinya, jika regulasi perlindungan hukum data pribadi Indonesia tidak berada pada standar yang sama dengan negara yang ingin dimintai kerjasama, maka kemungkinan kerjasama tersebut tidak akan pernah terjadi. Kasus tersebut sebagai contoh untuk menunjukan pentingnya peraturan mengenai perlindungan data pribadi yang setara dengan negara lain.

Adapun salah satu konsep yang telah diupayakan oleh Pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum data pribadi ditengah perkembangan big data adalah dengan menerapkannya hak untuk dilupakan (*right to be forgotten*) terhadap akses data yang telah diberikan pembeli/merchant kepada pelaku usaha. Hak untuk dilupakan merupakan suatu tren lama yang dicoba untuk dihadirkan kembali oleh Pemerintah ditengah perkembangan teknologi dan informasi. Hak untuk dilupakan pertama kali disebut di dalam revisi Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik ke dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016.

Pasal tersebut yang menjadi cikal bakal pengaturan hak untuk dilupakan yang ada di Indonesia. Hak untuk dilupakan dapat dikaitkan kedalam berbagai aspek hukum, namun dalam penelitian ini Penulis memfokuskan pengaturan hak untuk dilupakan dalam kegiatan transaksi perdagangan elektronik atau transaksi *e-commerce*. Dalam melakukan transaksi jual beli di tengah perkembangan teknologi, diperlukannya pengaturan hak untuk dilupakan guna menjamin dan mengakomodir perlindungan terhadap data pribadi milik seseorang yang diserahkan kepada pelaku usaha. Hak untuk dilupakan dalam transaksi perdagangan elektronik diartikan sebagai hak yang dimiliki oleh pemilik data pribadi untuk meminta kepada pelaku usaha agar seluruh akses dan informasi mengenai data pribadi yang pernah diserahkan dapat dihapuskan dari sistem. Hal tersebut tentunya dapat dijadikan sebagai perlindungan preventif sebagai upaya mencegah kebocoran data pribadi.

Batasan Dan Bentuk Tanggung Jawab Hukum Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Dalam Upaya Perlindungan Data Pribadi Konsumen Pada Transaksi Cross Border

Perlindungan data diri yang dikeluarkan oleh Pemerintah tentu memiliki banyak variatifnya karena hal tersebut adalah hal yang lumrah digunakan agar tingkat keamanannya benar benar baik dan jauh dari kebocoran data yang tidak diinginkan. Salah satu bentuk kebijakan hukum yang diambil oleh pemerintah adalah hak untuk dilupakan, kebijakan ini merupakan bentuk dari pembatasan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap pelaku kegiatan PMSE itu sendiri agar perlindungan konsumen bisa terjaga. Kebijakan pengaturan hak untuk dilupakan bukan hanya diatur di Indonesia saja, melainkan sudah ada beberapa negara yang telah menerapkan hak untuk dilupakan sebagai bentuk perlindungan hukum terhadap privasi dan informasi diri. Setiap negara mempunyai perbedaan dalam pengaturan perlindungan data pribadi, hal ini juga termasuk dalam perbedaan bagaimana penghapusan data pribadi dilakukan di Indonesia, Australia, dan Uni Eropa. Australia memiliki peraturan mengenai perlindungan dan penghapusan data pribadi yang tertuang dalam Australia Privacy Principles. Selain Australia Privacy Principles terdapat peraturan yang khusus membahas mengenai perlindungan data pribadi di Uni Eropa. Peraturan tersebut berlaku bagi warga Uni Eropa dan yang berhubungan dengan Uni Eropa. Uni Eropa dalam memberikan perlindungan data pribadi menggantungkannya pada regulasi General Data Protection Regulation (yang selanjutnya disingkat menjadi GDPR). GDPR dibentuk guna menciptakan sebuah harmonisasi pengaturan mengenai perlindungan terhadap data pribadi di seluruh negara anggota Uni Eropa.

Pengaturan hak untuk dilupakan menjadi salah satu metode efektif dalam memberikan perlindungan data pribadi dalam ranah transaksi jual beli melalui *e-commerce*. Artinya, pembeli/merchant dapat meminta seluruh atau sebagian data tentang dirinya untuk dihapuskan dari sistem Pelaku Usaha jika pembeli/merchant sudah tidak ingin lagi atau sudah menggunakan jasa dari Pelaku Usaha. Hal tersebut akan meminimalisir adanya kebocoran data pribadi atau penyalahgunaan data pribadi milik pembeli/merchant karena data mereka masih dan akan terus disimpan oleh Pelaku Usaha. Ketentuan khusus tentang penghapusan data pribadi atau hak untuk dilupakan mengenai transaksi jual beli di *e-commerce* diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Ketentuan tersebut berada di dalam Pasal 59 Ayat (3) yang menyebutkan bahwa “Dalam hal pemilik data pribadi menyatakan keluar, berhenti berlangganan atau berhenti menggunakan jasa dan sarana PMSE, maka pemilik data pribadi berhak meminta Pelaku Usaha untuk menghapus seluruh data pribadi yang bersangkutan” Dan, kewajiban Pelaku Usaha untuk melaksanakan ketentuan dari Pasal 59 Ayat (3) diatur di dalam Pasal 59 Ayat (4) yang berbunyi “Atas permintaan pemilik data pribadi sebagaimana dimaksud pada ayat (3), Pelaku Usaha harus menghapus seluruh data pribadi yang bersangkutan pada sistem yang dikelola oleh Pelaku Usaha tersebut”.

Penyelenggara Perdagangan melalui sistem elektronik (PPMSE) dalam pengertiannya merupakan pelaku usaha yang membuka lapak usaha perdagangan secara online baik di dalam

negeri ataupun di Luar negeri. Berdasarkan Pasal 1 angka 6 Pelaku Usaha Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang selanjutnya disebut Pelaku Usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang dapat berupa Pelaku Usaha Dalam Negeri dan Pelaku Usaha Luar Negeri dan melakukan kegiatan usaha di bidang PMSE.

Dalam transaksi *e-commerce* yang dilakukan secara lintas batas negara tentunya menyimpan beberapa permasalahan yang disebabkan oleh arus teknologi dan informasi, khususnya permasalahan perlindungan terhadap konsumen dalam penggunaan data pribadi mereka. Indonesia sebagai negara yang memiliki tingkat konsumtif tinggi dalam menggunakan *e-commerce*, dapat menjadi acuan Pemerintah untuk membuat produk hukum yang dapat melindungi warga negaranya terkhusus permasalahan perlindungan hukum data pribadi. Pengaturan tersebut tentunya harus memuat materi-materi yang secara umum sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat lokal, nasional maupun internasional, sehingga produk hukum itu dapat dipandang sebagai kristalisasi kehendak dan kebutuhan masyarakat yang terlibat langsung dalam pengelolaan perdagangan lintas batas negara. Kemudian, dalam membentuk pengaturan mengenai perdagangan lintas batas dalam hal *e-commerce* perlu diperhatikan pentingnya harmonisasi aspirasi global dan nasional. Hakikat dalam penciptaan hukum yang pasti adalah dapat menciptakan aturan dan proses yang rasional, yaitu mengikuti aturan dan prosedur normatif yang dikembangkan dari aturan itu sendiri dan bukan mengikuti kehendak pihak pelaksana hukum. Salah satu prinsip hakiki dari hukum yang pasti adalah menyediakan tolak ukur obyektif, berupa sebuah norma yang jelas dan tegas, yakni arti, makna, dan maksudnya dapat dipastikan secara intersubyektif (Susanti Mamiloto, 2017).

Dalam pelaksanaan *cross border e-commerce* subyek hukum yang biasanya terlibat adalah Individu dengan perusahaan multi nasional. Tidak terlepas peran negara sebagai pengawas dalam bertransaksi. Fakta tersebut yang menyebabkan ruang lingkup perdagangan cross border *e-commerce* menjadi ranah privat. Ruang lingkup tersebut yang akan juga mempengaruhi bentuk sanksi hukumnya atau proses dalam penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dalam hal ini adalah sengketa perlindungan terhadap data pribadi dengan tidak mengindahkan ketentuan Pasal 59 Ayat (4) Peraturan Pemerintah tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Berdasarkan prinsip penyelesaian sengketa dalam hukum internasional, bahwa perdagangan internasional yang bergerak di ranah privat dapat diselesaikan melalui jalur litigasi ataupun non litigasi. Jika memilih jalur litigasi, maka pengadilan yang ditunjuk adalah sesuai dengan kesepakatan para pihak atau yang telah disebutkan di dalam perjanjian sebelumnya. Sedangkan jika memilih jalur non litigasi maka dapat memilih melalui alternative penyelesaian sengketa yang telah ada (arbitrase, mediasi, dan lain-lain).

Subyek hukum yang dalam hal ini melakukan transaksi perdagangan *e-commerce* lintas batas negara wajib mematuhi atau mengikuti aturan yang berlaku atau telah ditetapkan di negara yang bersangkutan. Terkhusus dalam memberikan perlindungan data pribadi, maka pelaku usaha juga turut tunduk dalam pengaturan dan regulasi yang berlaku di negara yang dituju mengenai pengaturan perlindungan data pribadi. Indonesia sendiri mengatur mekanisme dan proses pemberian perlindungan data pribadi di berbagai aturan, salah satunya adalah dengan menerapkan hak untuk dilupakan terhadap data pribadi konsumen Indonesia. Artinya, bagi negara yang diberikan akses dan diberikan izin usaha dalam ruang dan wilayah Indonesia maka harus tunduk pada hukum yang berlaku di Indonesia. Sehingga, segala peraturan mengenai perlindungan data pribadi termasuk pengaturan hak untuk dilupakan wajib dipatuhi oleh seluruh subyek hukum, baik itu nasional ataupun internasional yang melakukan kegiatan usaha di wilayah Indonesia.

Pada awalnya Perlindungan data pribadi melalui hak untuk dilupakan telah diatur di regulasi Indonesia namun tidak disertai dengan pengaturan sanksi yang mengikuti dibelakangnya. Akan tetapi pasca lahirnya UU No 27 tahun 2022 tentang perlindungan data Pribadi, pada Regulasi tersebut terdapat dua Sanksi yaitu yang bersifat Administratif dan juga yang bersifat Pidana jika melakukan kesegajaan untuk menggunakan data pribadi dengan menyebabkan kerugian bagi orang lain. pada Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi terdapat Pula Larangan Larangan yang di atur agar Penggunaan data Pribadi tidak sewenang-wenang dan menyebabkan kerugian pada orang lain.

Pengaturan ketentuan sanksi tentu menjadi hal yang sangat vital, karena kemungkinan penggunaan data yang tidak sesuai dengan ketentuan sangat sering terjadi dan sudah menjadi kejahatan di dunia digital itu sendiri. Hal ini tentu bila adanya pelanggaran terhadap hak untuk dilupakan juga untuk mencegah arus kriminalisasi terhadap data pribadi yang diserahkan kepada

Pelaku Usaha. Mengingat pelaku usaha yang dalam hal ini termasuk merchant dapat berasal dari luar negeri (luar Indonesia) dikarenakan perdagangan elektronik lintas batas negara sudah terjadi di wilayah Indonesia. Bukan hanya itu saja, adanya standar yang diterapkan oleh setiap negara terkait perlindungan data pribadi yang mana salah satunya adalah pengaturan hak untuk dilupakan menjadi salah satu pemicu penyempurnaan pengaturan sanksi terhadap pelanggaran hak untuk dilupakan di peraturan perundang-undangan Indonesia.

Jika melihat pengaturan yang saat ini ada pada UU No 27 tahun 2022 memang masih jauh dikatakan cukup untuk memberikan efek jera bagi pelaku yang tidak bertanggung jawab yang menyebabkan akhirnya kerugian pada orang lain. Meluasnya sistem PMSE yang menggunakan Cross Border mengakibatkan mudahnya bagi setiap individu melakukan transaksi di Luar negeri akan tetapi dengan kemudahan tersebut juga sangat menakutkan karena dalam regulasi yang sudah ada pengaturan terhadap PMSE belum maksimal dan masih memiliki celah dalam kebocoran data pribadi atau identitas yang menyebabkan kerugian baik secara individu atau kerugian terhadap negara itu sendiri karena tidak memiliki hubungan yang baik dalam perihal kerja sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepastian hukum dalam perlindungan data pribadi konsumen pada transaksi *cross border* dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) atau biasa juga disebut dengan *e-commerce* tentunya sudah mulai membaik pasca disahkannya Undang-undang Perlindungan data Pribadi, akan tetapi tentu saja masih ada kekurangan yang perlu ditingkatkan dan diselesaikan oleh pemerintah dalam menjamin kerahasiaan data pribadi konsumen dalam kegiatan transaksi *Cross Border* itu sendiri. Kegiatan *e-commerce* yang menggunakan transaksi *Cros border* memiliki hal yang sangat kerentanan terhadap bocornya data pribadi konsumen. dengan adanya permasalahan tersebut pemerintah mulai dengan menghadirkannya beberapa regulasi diantaranya adalah UU Perlindungan Konsumen, UU Perdagangan, UU ITE, UU Perlindungan data Pribadi, Peraturan Pemerintah PMSE, PerMen Kominfo tentang Perlindungan data Pribadi dalam sistem Elektronik. Pertanggungjawaban yang diterapkan dalam kebijakan online marketplace terhadap kasus kebocoran data di Indonesia menganut teori *strict liability*. Menurut Sidharta, *strict liability* merupakan wujud distingtif dari suatu perbuatan melawan hukum, yakni prinsip pertanggung jawaban dalam perbuatan melawan hukum yang tidak didasarkan pada kesalahan pada umumnya, melainkan prinsip ini mengharuskan para pelaku usaha untuk langsung bertanggungjawab atas kerugian yang timbul karena perbuatan melawan hukum itu. Akan tetapi hal tersebut juga memiliki Batasan dalam pertanggungjawabannya yang mana hal tersebut dikarenakan suatu Faktor yakni pada kondisi *force majeure*.

REFERENSI

- Anggraeni Setyawati Fitri, 2018, Polemik Pengaturan Kepemilikan Data Pribadi: Urgensi Untuk Harmonisasi dan Reformasi Hukum di Indonesia, Jurnal Hukum & Pembangunan.
- Budi Dona, Kharisma. 2013 "Keabsahan dan Landasan Kekuatan Mengikat Kontrak Elektronik melalui Telemarketing Ditinjau dari Hukum Perjanjian di Indonesia." PhD diss., UNS (Sebelas Maret University),
- Djafar Wahyudi dan Komarudin Asep, 2014, Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci, Elsam, Jakarta.
- Fahrurrazi dan Samsul Ramli, 2014, Bacaan Wajib Swakelola Pengadaan Barang/Jasa, Visimedia Pustaka, Jakarta,
- Human Rights Committee General Comment 2013 No. 16 (1988) on the right to respect of privacy, family, home and correspondence, and protection of honour and reputation (art. 17) seperti yang dikutip dalam Privacy International Report.*
- Irawati Rina dan Prasetyo Irawan Budi, 2021, Pemanfaatan Platform E-Commerce Melalui Marketplace Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan dan Mempertahankan Bisnis di Masa Pandemi (Studi pada UMKM Makanan dan Minuman di Malang). Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN) Vol. 6 No. 2.
- Komarudin Asep, Wahyudi Djafar, 2014, Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci, Elsam, Jakarta..
- Sayekti Nidya Waras, 2018, Tantangan Perkembangan Ekonomi Digital di Indonesia, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Jurnal Volume X, Nomor 05.

- Choiru Rizkia, 2019, 13 Juta Data Pengguna Bukalapak Bocor dan Dijual, Technolologue.id,<https://technolologue.id/13-juta-data-pengguna-bukalapakbocor-dan-dijual/amp/>,
- Adi. Kronologi Lengkap 91 Juta Akun Tokopedia Bocor dan Dijual. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-tokopedia-bocor-dan-dijual> diakses pada tanggal 29 Agustus 2022
- Daniar Supriyadi, Data Pribadi dan Dua Dasar Legalitas Pemanfaatannya, <https://m.hukumonline.com/berita/baca/lt59cb4b3feba88/data-pribadi-dan-dua-dasar-legalitas-pemanfaatannya-oleh-daniar-supriyadi/>, diakses pada 24 Juli 2022