

DOI: <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>

Received: 14 Agustus 2023, Revised: 20 September 2023, Publish: 22 September 2023

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

Integrasi Hukum Perlindungan Konsumen dan Persaingan Usaha Atas Data Pribadi Konsumen pada Platform Digital

Kurnia Ambar Sari¹

¹ Fakultas Hukum, Universitas Indonesia, Jakarta, Indonesia

Email: kurniaambarsari@ui.ac.id

Corresponding Author: kurniaambarsari@ui.ac.id

Abstract: *The era of the digital economy has brought convenience to consumers and has provided threats to the protection of personal data for consumers. Furthermore, data, which is currently considered as an asset, has become an important commodity for business actors to expand their market share through efforts in order to understand consumer behavior through big data. As a result, business actors are not only obliged to maintain the protection of consumers' personal data vertically, but they also should pay attention to their competitive behavior in the market horizontally with other business actors which could potentially violate consumer rights. By using a doctrinal research method which conducted a study of statutory regulations, it shows that regulations regards to the protection of personal data in the fields of consumer protection law, electronic transaction law, and personal data protection law are quite comprehensive and they accommodate consumers' privacy rights over their personal data. However, in order to prevent the concentration of market power in companies which control big data due to corporate actions and in order to increase the protection of consumers' personal data more optimally, integration between business competition authorities, consumer protection and personal data protection is needed.*

Keyword: *Personal Data, Consumers, Business Competition.*

Abstrak: Era ekonomi digital telah membawa kemudahan bagi konsumen sekaligus memberikan ancaman perlindungan data pribadi bagi konsumen. Data yang dewasa ini sudah dianggap sebagai sebuah aset menjadi komoditi penting bagi pelaku usaha untuk memperluas pangsa pasarnya lewat upaya memahami perilaku konsumen lewat big data. Akibatnya pelaku usaha bukan hanya wajib untuk menjaga perlindungan data pribadi konsumen secara vertikal namun juga harus memperhatikan perilaku bersaingnya pada pasar secara horizontal dengan pelaku usaha lain yang dapat berpotensi melanggar hak - hak konsumen. Dengan menggunakan metode penelitian doctrinal yang melakukan kajian terhadap peraturan perundang-undangan, ditemui bahwa pengaturan mengenai perlindungan data pribadi dalam bidang hukum perlindungan konsumen, hukum transaksi elektronik, hingga hukum perlindungan data pribadi telah cukup komperhensif dan mengakomodir hak – hak privacy konsumen atas data pribadinya, namun dalam rangka mencegah terkonsentrasinya kekuatan pasar pada perusahaan yang menguasai big data akibat adanya aksi korporasi, hingga dalam rangka meningkatkan

perlindungan data pribadi konsumen yang lebih optimal dibutuhkan integrasi antara otoritas persaingan usaha, perlindungan konsumen, hingga perlindungan data pribadi.

Kata Kunci: Data Pribadi, Konsumen, Persaingan Usaha.

PENDAHULUAN

Saat ini data menjadi aspek penting dalam kegiatan ekonomi digital, karena data dapat menjadi bahan bakar penggerak bisnis bagi pelaku usaha. Data dianggap memiliki nilai dan karenanya saat ini data sudah dianggap seperti layaknya aset atau komoditi.¹ Karena itu pelaku usaha baik swasta maupun pemerintah berlomba-lomba untuk mengumpulkan data dan mengelolanya. Penggunaan yang masif dalam pengumpulan, pengelolaan, dan penyimpanan data oleh banyak pelaku usaha, terutama di bidang digital, telah memunculkan era baru yang dikenal sebagai era *big data*.² Dalam konteks *big data*, terdapat potensi untuk menggabungkan berbagai data set yang dapat mempermudah identifikasi individu atau kelompok individu untuk dimanfaatkan pelaku usaha yang kemudian memunculkan potensi perilaku yang membahayakan hak privasi individu yang menjadi subjek data tersebut sebagai seorang konsumen.

Konsumen yang memegang peran sebagai subjek pengguna barang dan/atau jasa yang tersedia pada pasar diberikan perlindungan oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut “UU Perlindungan Konsumen”) yang salah satunya menjamin hak konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam hal mengkonsumsi barang dan/atau jasa dari pelaku usaha.³ Hukum yang mengatur hal-hal terkait perlindungan konsumen tidak hanya terbatas pada UU Perlindungan Konsumen namun juga mencakup semua peraturan dan undang-undang yang memberikan hak dan kewajiban bagi konsumen dan produsen dalam melakukan kegiatan usaha mereka untuk memenuhi kebutuhan konsumen di pasar sekaligus memastikan perlindungan hukum terhadap kepentingan konsumen.⁴ Maka selain dari kegiatan secara vertikal yang dilakukan pelaku usaha terhadap konsumen, hukum juga mengatur perilaku pelaku usaha secara horizontal terhadap pelaku usaha lainnya maupun pesaingnya, hal ini diatur oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya disebut “UU Persaingan Usaha”). UU Persaingan usaha mengatur bahwa dalam hal pelaku usaha melakukan kegiatan usahanya harus didasarkan pada asas demokrasi ekonomi dengan mempertimbangkan kepentingan pelaku usaha itu sendiri dengan kepentingan umum.⁵

Bisnis atau perdagangan identik dengan keberadaan konsumen sebagai penikmat barang dan/atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha itu sendiri. Pelaku usaha dapat menggunakan data konsumen sebagai cara baru dalam membantu memahami kondisi pasar yang berubah-ubah sesuai dengan trend dan minat konsumen untuk kemudian menganalisis potensi pasar. Sehingga hukum seharusnya bukan hanya memberikan perlindungan bagi konsumen melalui UU Perlindungan Konsumen namun juga pada ranah persaingan usaha dimana pelaku usaha diatur bagaimana cara berbisnis yang sehat dan output utamanya adalah terciptanya

¹ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta 2003, Hlm.3

² Oxford Languages memberikan definisi Big Data sebagai “*extremely large data sets that may be analyzed computationally to reveal patterns, trends, and associations, especially relating to human behavior and interactions.*” Jika diterjemahkan secara bebas berarti big data adalah kumpulan data yang sangat besar dan beragam yang kemudian dapat dianalisis secara komputasi untuk memberikan kesimpulan terkait pola, tren, dan asosiasi terutama berkaitan dengan perilaku dan interaksi manusia.

³ Lihat Pasal 4 ayat a UU Perlindungan Konsumen

⁴ Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, *Naskah Akademik RUU Perlindungan Konsumen*, 2020, hlm 216.

⁵ Lihat Pasal 2 UU Persaingan Usaha

kesejahteraan konsumen juga turut memegang peran penting dalam perlindungan konsumen. Hal ini juga telah dipaparkan secara jelas pada UU Perlindungan Konsumen bahwa UU Perlindungan Konsumen ini memiliki kaitan erat dengan undang-undang persaingan usaha karena perlindungan konsumen yang diberikan oleh hukum tidak dimaksudkan untuk menghambat atau mematikan usaha namun malah mendorong iklim berusaha yang sehat.⁶

UU Perlindungan Konsumen sebagai payung hukum perlindungan konsumen dan UU Persaingan Usaha sebagai payung hukum yang mengatur perilaku pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnisnya yang sudah berlaku 24 tahun sudah perlu beradaptasi dengan era digital dengan maraknya transaksi berbasis digital di masa kini. Berbagai hak konsumen yang diatur dalam keada Undang - Undang ini masih terlalu umum dan belum cukup untuk mengakomodir hak konsumen atas perlindungan data pribadi pada platform digital. Oleh karena itu untuk mencegah penyalahgunaan atau kesalahan dalam pengelolaan data dan memprioritaskan kepentingan konsumen, langkah-langkah perlindungan data yang sesuai dengan apa yang diatur dalam peraturan perundang - undangan yang berlaku harus diimplementasikan. Sebab penyelenggara, pengguna, atau pengelola data tersebut tentu harus bertanggung jawab terhadap sistem dan data dimilikinya. Negara juga harus menjamin bahwa semakin terbuka dan majunya pasar nasional akibat globalisasi dan kemajuan teknologi harus diikuti dengan peningkatan kesejahteraan dan perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Sehingga urgensi penegakan perlindungan data pribadi diperlukan dengan penegakan bersama dan pembuatan kebijakan yang koheren oleh otoritas persaingan, perlindungan data, dan perlindungan konsumen menjadi penting di era digital ini.

Penelitian yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi konsumen pernah dilakukan oleh peneliti lain diantaranya Trias Palupi Kurnianingrum dengan judul “Urgensi Perlindungan Data Pribadi Konsumen Di Era Ekonomi Digital” yang membahas bagaimana peran negara dalam perlindungan data pribadi konsumen, kemudian peneliti lain yang meneliti hal serupa yaitu Michael Wibowo Joestiawan, meneliti perlindungan privasi konsumen terhadap pemanfaatan big data dalam karya berjudul “Perlindungan Privasi Konsumen Terhadap Pemanfaatan Big Data” Perbedaan penelitian yang dilakukan penulis dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah bahwa penelitian ini akan menganalisis lebih jauh bagaimana kewajiban pelaku usaha di bidang perdagangan dan perindustrian untuk melindungi data pribadi konsumen dalam hubungan secara vertikal dengan konsumen maupun perilakunya secara horizontal dengan pelaku usaha lain atau pelaku usaha pesaingnya dan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha dalam hal terjadi kebocoran data konsumen.

METODE

Dalam penelitian ini penulis menjawab permasalahan hukum yang ada dengan menggunakan metode penelitian hukum normative. Penulis melakukan kajian terhadap peraturan perundang-undangan yang berlaku dan pendekatan konsep untuk menjawab bagaimana hukum positif yang ada dapat menjawab permasalahan hukum yang terjadi terutama dalam konteks perlindungan konsumen dan persaingan usaha. Penelitian ini dilaksanakan sebagai penelitian kepustakaan (*library research*) atau penelitian doktrinal yang melakukan kajian terhadap peraturan perundang - undangan dan doktrin – doktrin hukum yang ada dengan dilengkapi oleh pendekatan kasus.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tentang hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha atas perlindungan data pribadi

Dalam hal proses transaksi perdagangan pada platform digital atau elektronik, konsumen adalah individu atau pihak yang menggunakan layanan atau melakukan transaksi di platform

⁶ Penjelasan Umum Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821.

digital. Konsumen ini dapat memasukkan data pribadi mereka, seperti email, *password*, dan nama pengguna, saat mendaftar atau melakukan transaksi di platform tersebut. Data tersebut kemudian dihimpun menjadi *big data* yang mencakup sekumpulan data dengan volume besar dan kompleks tentang data pribadi konsumen. Cara kerja *big data* mengedepankan kriteria *volume* atau kapasitas penyimpanan data, *variety* atau keragaman data, dan *velocity* yaitu kecepatan dalam pemrosesan data. Ketiga kriteria tersebut pada akhirnya memegang peran penting dalam sektor ekonomi baik untuk menjalankan perdagangan atau ekonomi secara vertikal terhadap konsumen maupun secara horizontal terhadap persaingan usaha.⁷ Penggunaan *big data* dapat memberikan manfaat bagi konsumen, seperti sarana bagi pelaku usaha untuk melakukan pengembangan produk dan layanan yang lebih baik, namun juga dapat menimbulkan risiko terhadap privasi dan keamanan data pribadi konsumen.⁸

Perlindungan data pribadi konsumen diperlukan sebagai perlindungan hak sebagai individu dan warga negara demi kesejahteraan mereka sebagai subjek data atau peserta di pasar. Hak privasi yang meliputi perlindungan data pribadi berkaitan erat dengan kemampuan individu untuk memiliki kendali atas informasi pribadi mereka dan menentukan bagaimana informasi tersebut digunakan.⁹ Hak privasi memungkinkan pemilik data pribadi untuk memilih apakah akan mengungkapkan atau menjaga kerahasiaan data pribadi mereka, kecuali jika ada ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur sebaliknya.¹⁰ Hak perlindungan data memberikan hak kepada individu, kelompok, atau lembaga untuk menentukan apakah informasi tentang mereka dapat atau tidak dapat dikomunikasikan kepada pihak lain.¹¹ Kesimpulannya, konsumen memiliki hak untuk menentukan pihak mana yang ia kehendaki untuk mengendalikan informasi pribadinya dan bagaimana informasi tersebut digunakan. Hak konsumen dilanggar apabila terdapat pihak lain yang memanfaatkan informasi pribadinya atau penggunaan informasi diluar dari apa yang konsumen kehendaki.

Meskipun UU Perlindungan Konsumen tidak secara eksplisit mengatur tentang perlindungan data pribadi, namun hukum perlindungan konsumen secara keseluruhan tidak hanya mencakup UU Perlindungan Konsumen tetapi termasuk pula pada semua peraturan dan hukum yang mengatur tentang hak - hak dan kewajiban - kewajiban konsumen dan produsen dalam kegiatan usaha mereka. Maka terdapat undang-undang dan peraturan lain yang mengatur perlindungan data pribadi terutama dalam hal transaksi elektronik sebagai upaya perlindungan terhadap konsumen, seperti Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang kemudian diubah dan dicabut sebagian oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut “UU ITE”), Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (Untuk selanjutnya disebut “UU PDP”) dan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik untuk selanjutnya disebut (“Perkominfo Nomor 20 Tahun 2016”), yang memberikan kerangka hukum untuk perlindungan data pribadi konsumen dalam konteks platform digital yang juga berkaitan dengan perlindungan hak-hak konsumen.

⁷ Edmon Makarim, *Kompilasi Hukum Telematika*, PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta, 2003, hlm 3.

⁸ Wahyudi Djafar, *Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Lanskap, Urgensi, dan Kebutuhan Pembaruan*, dalam kuliah umum “Tantangan Hukum dalam Era Analisis Big Data”, Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, 2019, hlm. 2. diakses pada <https://law.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1043/2019/08/Hukum-Perlindungan-Data-Pribadi-di-Indonesia-Wahyudi-Djafar.pdf> 21 Juni 2023 pukul 12.22.

⁹ Wahyudi Djafar dan Asep Komarudin, *Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci*, Elsam, Jakarta, 2014, Hlm 2.

¹⁰ Lihat Pasal 2, Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik.

¹¹ Naskah akademik RUU Perlindungan Data Pribadi, hlm 31

Dalam UU ITE, pelaku perdagangan yang memanfaatkan platform digital atau sistem elektronik untuk menggunakan data pribadi seseorang dengan didasarkan pada persetujuan dari individu yang bersangkutan termasuk pada proses penghapusan informasi yang bersangkutan apabila diminta oleh individu tersebut berdasarkan penetapan pengadilan.¹² Perkominfo Nomor 20 Tahun 2016 mengatur tentang hak – hak dari pemilik data pribadi (*rights of subject data*), kewajiban yang melekat pada pengguna data pribadi, serta kewajiban dari penyelenggara sistem elektronik dalam semua tahap pemrosesan data termasuk perolehan, pengumpulan, pengolahan, penyimpanan, penampilan, pengumuman, pengiriman, penyebarluasan, hingga pemusnahan data pribadi. Dalam pelaksanaan seluruh proses tersebut harus dilakukan dengan asas perlindungan data pribadi yang baik, meliputi kewajiban menghormati sifat privasi data pribadi, menjaga kerahasiaan data sesuai dengan tujuan penggunaannya, memastikan bahwa sistem elektronik yang digunakan telah memenuhi standar keamanan yang tepat, menunjukkan dan melaksanakan sikap atau niat baik dengan segera memberitahukan secara tertulis kepada pemilik data pribadi jika terjadi kegagalan dalam perlindungan data pribadi. Selain itu, pelaku usaha memiliki kewajiban untuk menyediakan aturan internal yang mengatur pengelolaan perlindungan data pribadi yang menunjukkan tanggung jawab atas data pribadi yang dikelolanya. Pemilik data pribadi juga harus diberikan akses dan kesempatan untuk memperbarui data pribadi mereka, serta menjaga keutuhan, akurasi, keabsahan, dan kebaruan data pribadi.¹³ Untuk dapat disimpulkan bahwa UU ITE dan Perkominfo Nomor 20 Tahun 2016 telah mengatur hak bagi konsumen dalam transaksi elektronik untuk dapat memberikan persetujuan terlebih dahulu dalam proses pemrosesan data pribadi hingga pada pemusnahan data pribadi tersebut dan pelaku usaha diwajibkan melakukan segala proses pengolahan data pribadi dengan asas perlindungan data pribadi yang baik.

UU PDP juga saling melengkapi dengan UU Perlindungan Konsumen untuk menyediakan kerangka perlindungan hukum yang komprehensif dalam melindungi data pribadi individu dan hak - hak konsumen dalam konteks perlindungan privasi dan transaksi bisnis digital. UU PDP bertujuan untuk melindungi privasi dan keamanan data pribadi individu dengan menetapkan kewajiban bagi pihak yang mengendalikan data pribadi untuk menjaga dan melindungi data tersebut agar terhindar dari pemrosesan yang tidak sah. Hal ini sejalan dengan tujuan UU Perlindungan Konsumen yang juga melindungi hak konsumen salah satunya adalah hak atas keamanan. UU Perlindungan Konsumen memberikan hak pada konsumen untuk mendapat advokasi, perlindungan dan penyelesaian sengketa perlindungan konsumen yang adil dan UU PDP hadir sebagai solusi terhadap masalah kebocoran data pribadi yang marak terjadi sekarang ini yang merugikan konsumen.¹⁴ Menurut UU PDP, perlindungan data pribadi merujuk pada rangkaian tindakan yang diambil untuk menjaga keamanan data pribadi saat diproses. Hal ini bertujuan untuk melindungi hak konstitusional individu yang menjadi subjek data pribadi. Kemudian data pribadi didefinisikan sebagai informasi tentang individu yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara langsung atau tidak langsung baik melalui sistem elektronik ataupun nonelektronik.¹⁵ Hak subjek data pribadi yang diatur dalam Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi mencakup beberapa hal, seperti yang tercantum dalam teks berikut:¹⁶

1. Hak atas informasi: mencakup hak individu yang merupakan subjek data pribadi untuk mengetahui identitas pihak yang meminta data pribadi mereka, dasar hukum yang menjadi

¹² Lihat Pasal 26 UU ITE

¹³ Lihat Pasal 2 Perkominfo Nomor 20 Tahun 2016

¹⁴ Gilang Achmad Riyadi, Toto Tohir Suriaatmadja. Perlindungan Hukum atas Kebocoran Data Pribadi Konsumen PT PLN Dihubungkan dengan Hak Atas Keamanan Pribadi Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 27 tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Bandung Conference Series: Law Studies, vol. 3, 2023, hlm 3.

¹⁵ Lihat Pasal 1 Angka 1 dan Angka 2 UU PDP

¹⁶ Lihat Pasal 5 hingga Pasal 14 UU PDP

- alasan pengumpulan data, tujuan penggunaan data pribadi, serta tanggung jawab pihak yang meminta data tersebut.
2. Hak untuk melengkapi, memperbarui, dan memperbaiki data pribadi: Individu yang merupakan subjek data pribadi berhak untuk menambahkan, memperbarui, dan memperbaiki data pribadi mereka apabila terdapat kesalahan atau ketidakakuratan dalam data tersebut, dengan memperhatikan tujuan dari pemrosesan data pribadi tersebut.
 3. Hak akses dan salinan data pribadi: Individu yang merupakan subjek data pribadi memiliki hak untuk mengakses data pribadi mereka dan memperoleh salinan data tersebut sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.
 4. Hak mengakhiri pemrosesan, menghapus, dan/atau memusnahkan data pribadi mereka sendiri sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
 5. Individu yang merupakan subjek data pribadi memiliki hak untuk menarik kembali persetujuan yang telah diberikan kepada Pengendali Data Pribadi terkait pemrosesan data pribadi mereka sendiri. Hal ini berarti subjek data pribadi dapat membatalkan persetujuan mereka dan menghentikan pemrosesan data pribadi tersebut.
 6. Individu yang merupakan subjek data pribadi memiliki hak untuk mengajukan keberatan terhadap keputusan jika suatu keputusan yang signifikan atau memiliki konsekuensi hukum diambil secara otomatis berdasarkan pemrosesan data pribadi
 7. Hak untuk menunda atau membatasi pemrosesan data pribadi mereka jika pemrosesan tersebut tidak sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan secara proposional dengan tujuan pemrosesan data pribadi tersebut
 8. Individu yang merupakan subjek data pribadi memiliki hak untuk mengajukan gugatan dan meminta ganti rugi sebagai akibat dari pelanggaran pemrosesan data pribadi tentang dirinya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Jika subjek data pribadi merasa bahwa hak-hak mereka dalam perlindungan data pribadi telah dilanggar, mereka dapat mengambil langkah hukum untuk mengajukan gugatan dan meminta ganti rugi.
 9. Hak untuk memperoleh akses dan menggunakan data pribadi mereka sendiri dari pihak yang mengendalikan data pribadi tersebut, dan data tersebut harus disediakan dalam bentuk yang dapat dibaca oleh sistem elektronik atau sesuai dengan format yang lazim digunakan.
 10. Hak untuk menggunakan dan mengirimkan data pribadi mereka sendiri ke pihak lain, selama sistem yang digunakan memenuhi standar keamanan dan privasi yang ditetapkan oleh undang-undang.

Namun UU PDP memberikan pengecualian bagi hak - hak subjek data pribadi yang telah disebutkan di atas yaitu dalam hal yang bertujuan untuk: Kepentingan pertahanan dan keamanan nasional; Kepentingan proses penegakan hukum; Kepentingan umum dalam rangka penyelenggaraan negara; Kepentingan pengawasan sektor jasa keuangan, moneter, sistem pembayaran, dan stabilitas sistem keuangan yang dilakukan dalam rangka penyelenggaraan negara; atau Kepentingan statistik dan penelitian ilmiah. Berbagai pengecualian tersebut harus dilakukan dalam rangka pelaksanaan ketentuan undang-undang dan tidak boleh dilakukan secara sewenang-wenang.¹⁷ Kemudian dapat disimpulkan bahwa UU PDP telah mengatur lebih luas mengenai hak konsumen sebagai subjek pemilik data pribadi mulai dari proses pengumpulan data, pengolahan, hingga pemusnahan. Berbagai hak tersebut tetap dibatasi dengan beberapa kepentingan diantaranya kepentingan negara, kepentingan hukum, kepentingan sektor jasa keuangan, hingga penelitian ilmiah dengan tetap dilaksanakan berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari berbagai uraian tentang perlindungan yang diberikan hukum atas data pribadi di atas, konsumen memiliki hak untuk memberikan persetujuan sebelum pelaku usaha mengumpulkan atau menggunakan data pribadi konsumen serta konsumen berhak

¹⁷ Lihat Pasal 15 UU PDP

mendapatkan kebijakan privasi dari pelaku usaha yang patut dan menghormati hak yang melekat pada data pribadi tersebut. Konsumen juga memiliki hak untuk penghapusan data konsumen setelah tidak diperlukan lagi atau setelah periode waktu tertentu sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan pelaku usaha dengan kebijakan penghapusan data yang jelas. Konsumen juga berhak mendapatkan informasi seketika terjadi pelanggaran keamanan yang mengakibatkan akses yang tidak sah atau kebocoran data konsumen sesegera mungkin. Ini memungkinkan konsumen untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk melindungi diri mereka sendiri, seperti mengubah kata sandi atau memantau aktivitas keuangan mereka. Perusahaan harus memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan, Kebijakan ini harus menjelaskan jenis data yang dikumpulkan, tujuan pengumpulan data, cara penggunaan data, dan langkah-langkah keamanan yang diambil untuk melindungi data konsumen. Pelaku usaha harus mengambil langkah-langkah keamanan yang tepat untuk melindungi data konsumen dari akses yang tidak sah, kebocoran, atau penyalahgunaan, termasuk penggunaan enkripsi, perlindungan jaringan, penggunaan kata sandi yang kuat, dan tindakan keamanan lainnya.¹⁸

Pelaku usaha dalam platform digital atau pelaku usaha yang berperan sebagai pengendali data pribadi harus memberikan kompensasi atau ganti kerugian atas bocornya data pribadi konsumen. Dilihat dari perspektif hukum perlindungan konsumen, pelaku usaha bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat terjadi kebocoran data pribadi sesuai dengan prinsip *strict liability* yang dikenal di bidang hukum perlindungan konsumen. Prinsip ini menekankan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kebocoran data pribadi konsumen yang terjadi di platform mereka, tanpa harus membuktikan kesalahan atau kelalaian dari pihak pengguna sistem elektronik. Dengan menerapkan prinsip *strict liability*, pelaku usaha diharapkan dapat memberikan perlindungan yang lebih baik terhadap data pribadi konsumen dan bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat kebocoran data tersebut.¹⁹ Tanggung jawab mutlak atau *strict product liability* hadir sebagai mekanisme respon terhadap kepentingan konsumen, karena tanggung jawab tidak didasarkan pada unsur kesalahan maupun kelalaian pelaku usaha melainkan didasarkan pada faktor adanya cacat produk. Prinsip tanggung jawab mutlak (*strict product liability*) adalah prinsip tanggung jawab yang tidak bergantung pada kesalahan atau hubungan kontrak, melainkan pada cacatnya produk dan risiko atau kerugian yang dialami oleh konsumen. Prinsip ini didasarkan pada tanggung jawab objektif, di mana produsen bertanggung jawab atas produk yang dihasilkannya, bahkan jika mereka telah bertindak dengan hati-hati dan tidak melakukan kesalahan. Tujuan utama dari prinsip tanggung jawab mutlak adalah untuk memastikan bahwa produsen bertanggung jawab atas konsekuensi hukum dari produk yang mereka hasilkan, jika produk tersebut mengakibatkan kerugian bagi konsumen.²⁰

Tentang kasus kebocoran data dan relevansi perilaku bisnis yang sehat demi kesejahteraan konsumen

Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) memberikan data bahwa selama rentang waktu 2019 hingga Juni 2023, telah ditangani 94 kasus kebocoran data pribadi

¹⁸ Wahyudi Djafar, Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Lanskap, Urgensi, dan Kebutuhan Pembaruan, dalam kuliah umum “Tantangan Hukum dalam Era Analisis Big Data”, Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, 2019, hlm. 2. diakses pada <https://law.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1043/2019/08/Hukum-Perlindungan-Data-Pribadi-di-Indonesia-Wahyudi-Djafar.pdf> 21 Juni 2023 pukul 13.37

¹⁹ Muhammad Raihan, Perlindungan Data Diri Konsumen dan Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Data Diri Konsumen (Studi Kasus: Kebocoran Data 91 Juta Akun Tokopedia), Jurnal), Jurnal Inovasi Penelitian. Vol.3. Hlm 8

²⁰ Inosentius Samsul, Hukum Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak. Universitas Indonesia, Fakultas Hukum, Pascasarjana, Cetakan 1 – Jakarta, 2004, hal-227

dengan 62 kasus berasal dari Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE) privat atau swasta dan 32 kasus berasal dari PSE public atau pemerintah.²¹ Pada tanggal 17 April 2020, terjadi insiden di mana seorang peretas dengan alias 'Why So Dank' berhasil melakukan pembobolan data pengguna dari platform Tokopedia. Berita tentang pembobolan atau peretasan ini pertama kali muncul melalui akun Twitter @underthebreach yang mengatakan bahwa 15 juta akun Tokopedia telah diretas. Namun, setelah dilakukan penyelidikan lebih lanjut, jumlah akun yang terkena peretasan meningkat menjadi 91 juta user konsumen dan 7 juta user pedagang. Data yang berhasil diambil meliputi email, kata sandi, dan nama pengguna. Selain itu, diketahui bahwa peretas yang meretas Tokopedia pertama kali mempublikasikan hasil peretasannya di sebuah situs dark web yang dikenal sebagai Raid Forums.²² Menurut laporan dari Komunitas Konsumen Indonesia (KKI), Tokopedia sebagai penyelenggara sistem elektronik diduga melakukan kesalahan dalam menjaga kerahasiaan data pribadi dan hak privasi pengguna situs belanja online Tokopedia. Data pribadi tersebut kemudian diperjualbelikan di internet, termasuk di Dark web. Selain itu, sistem Tokopedia juga dianggap tidak mampu mencegah tindakan yang melanggar hukum terkait pemrosesan atau penggunaan data pribadi. Pihak ketiga yang mengklaim memiliki data pribadi pengguna Tokopedia mengumumkan niatnya untuk menjual 91 juta data pengguna tersebut.²³

United Nations Guidelines for Consumer Protection telah menjabarkan era baru dalam perlindungan konsumen dengan memasukan *Principles for Good Business Practices* yang dapat diartikan sebagai konsep bahwa kini aspek perlindungan konsumen tidak dapat dipisahkan dari bagaimana perilaku pelaku usaha dalam menjalankan praktik bisnis mereka. Pelaku usaha dalam menjalankan bisnisnya tentu harus mempertimbangkan aspek-aspek perlindungan konsumen, yang meliputi: *fair and equitable treatment* / Perlakuan yang adil dan setara; *commercial behaviour* / Perlakuan komersial; *disclosure and transparency* / Pengungkapan dan transparansi; *education and awareness raising* / Pendidikan dan peningkatan kesadaran; *protection of privacy* / Perlindungan Privasi; *consumer complaints and disputes* / Penyelesaian keluhan dan sengketa konsumen. Dalam konteks *protection of privacy*, pelaku usaha harus memastikan bahwa konsumen memiliki kendali atas informasi data pribadi mereka dan bahwa informasi tersebut tidak digunakan atau dibagikan tanpa persetujuan mereka. Pelaku usaha juga harus memastikan bahwa data pribadi konsumen disimpan dengan aman dan tidak diakses oleh pihak yang tidak berwenang. Prinsip ini bertujuan untuk melindungi privasi konsumen dan memastikan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab dalam pengelolaan data pribadi konsumen.²⁴

Melihat kasus di atas, aspek perlindungan data pribadi khususnya perlindungan atas data pribadi konsumen yang dewasa ini telah diperhitungkan sebagai sebuah komoditi, harus lebih diperhatikan dalam konteks terjadinya aksi korporasi antara dua atau lebih perusahaan. Seperti contoh integrasi antara Gojek dan Tokopedia yang secara resmi mengumumkan akuisisi pada tanggal 17 Mei 2021. Penggabungan data pengguna dari kedua platform dapat meningkatkan kemungkinan timbulnya risiko kebocoran data atau penggunaan data yang tidak sah. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan bahwa data pengguna dilindungi dengan baik dan diatur dengan tepat sesuai dengan peraturan yang berlaku. Pengaturan data pribadi konsumen untuk pengguna layanan GoTo Group (Gojek dan Tokopedia) diatur dalam kebijakan privasi

²¹ Rahmi Yati, Data Kemenkominfo, kebocoran data pribadi lebih banyak terjadi di perusahaan swasta, pada Bisnis Tekno, <https://teknologi.bisnis.com/read/20230612/84/1664588/data-kemenkominfo-kebocoran-data-pribadi-lebih-banyak-terjadi-di-perusahaan-swasta>, diakses pada 20 Juni 2023 pukul 14.59.

²² Muhammad Raihan, Perlindungan Data Diri Konsumen dan Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Data Diri Konsumen (Studi Kasus: Kebocoran Data 91 Juta Akun Tokopedia), Jurnal Inovasi Penelitian, Vol.3, Maret 2023, hlm 2.

²³ Nadya Nurhamdiah Purnamasari, Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Marketplace, Universitas Hasanuddin, 2021, hlm 4

²⁴ *United Nations Conference on Trade and Development Guidelines for Consumer Protection*, 2016, hlm 12.

Gojek dan Tokopedia. Meskipun Gojek dan Tokopedia telah berada pada satu perusahaan induk, yaitu PT GoTo Gojek Tokopedia, namun pada dasarnya aplikasi Gojek dan Tokopedia memiliki regulasi internal yang berbeda dalam mengatur data pribadi pengguna. Hal ini disebabkan karena Gojek dan Tokopedia pada dasarnya adalah dua aplikasi yang berbeda dengan pengguna yang berbeda pula. Oleh karena itu, pengaturan terkait data pribadi diatur secara internal oleh Gojek dan Tokopedia melalui kebijakan privasi masing-masing. Namun, tidak ada informasi yang spesifik mengenai langkah-langkah perlindungan data pribadi konsumen apa yang diambil oleh Gojek dan Tokopedia setelah akuisisi.²⁵

Penilaian merger pada perusahaan digital sudah selayaknya melewati pertimbangan privasi yang muncul terkait akses dan penggunaan data pribadi pengguna karena bisa menimbulkan peluang pelanggaran hak konsumen. Hal ini terjadi ketika data pribadi pengguna digunakan atau dibagikan tanpa persetujuan mereka, atau ketika pengguna kehilangan kendali atas data mereka setelah merger. Merger antara perusahaan digital dapat mempengaruhi privasi pengguna jika ada perubahan dalam kebijakan privasi atau praktik pengolahan data setelah merger. Pengguna mungkin mengalami penurunan perlindungan privasi jika ada peningkatan permintaan data pribadi. Konsumen bisa jadi memiliki preferensi yang berbeda terkait pengumpulan dan penggunaan data antara dua perusahaan digital yang melakukan merger. Pelaku usaha harus mempertimbangkan kemampuan kendali konsumen untuk mengendalikan dan/atau membuat keputusan mengenai data mereka setelah dilakukan merger.²⁶

Berdasarkan teori *privacy as a value*, kerugian privasi dianggap sebagai kerugian nilai, di mana konsumen kehilangan nilai yang mereka tempatkan pada privasi mereka. Konsumen yang sangat peduli terhadap privasi dapat menganggap kerugian privasi sebagai kerugian nilai yang signifikan, sehingga disarankan saat terjadi merger antara dua pelaku usaha yang bergerak di sektor digital otoritas persaingan juga harus mempertimbangkan privasi ke dalam penilaian merger pada dua atau lebih pelaku usaha digital. Privasi sebagai parameter non-harga dalam persaingan ke dalam diharapkan dapat dimasukkan kepada penilaian merger sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen.²⁷ UU Persaingan Usaha sendiri telah mengatur bahwa pelaku usaha dilarang melakukan aksi korporasi seperti penggabungan atau peleburan badan usaha yang dapat menyebabkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat, sehingga segala aksi korporasi tersebut wajib dilakukan pemberitahuan kepada otoritas persaingan usaha yaitu KPPU.²⁸

Pasal 48 UU PDP mengatur tentang kewajiban Pengendali Data Pribadi berbentuk badan hukum dalam situasi terjadi aksi korporasi seperti penggabungan, pengambilalihan, peleburan, atau pembubaran usaha. Pasal ini memuat beberapa ketentuan, di antaranya:

1. Badan hukum yang mengendalikan data pribadi harus memberitahukan pengalihan data pribadi kepada Subjek Data Pribadi jika terjadi penggabungan, pemisahan, pengambilalihan, peleburan, atau pembubaran badan hukum.
2. Pemberitahuan pengalihan data pribadi harus dilakukan sebelum dan sesudah terjadinya penggabungan, pemisahan, pengambilalihan, peleburan, atau pembubaran badan hukum.
3. Jika terjadi pembubaran atau dibubarkan badan hukum yang mengendalikan data pribadi, maka tindakan penyimpanan, pentransferan, penghapusan tersebut harus dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Jika terjadi penyimpanan, pentransferan, penghapusan, atau pemusnahan Data Pribadi, maka hal tersebut harus diberitahukan kepada Subjek Data Pribadi.

Dalam konteks perlindungan konsumen, maka apabila terjadi aksi korporasi yang menyebabkan bergabungnya, dialihkannya, dileburkan atau dibubarkannya suatu usaha, pelaku

²⁵ Lalu Muhammad Faisal, Analisis Perlindungan Data Pribadi Konsumen Untuk Integrasi Data Gojek-Tokopedia, *Journal of Academic & Multidicipline Research*, Volume 02, Mei 2022, hlm 83.

²⁶ OECD, *Theories Of Harm For Digital Mergers*, 2023, hlm 30.

²⁷ Ibid.

²⁸ Lihat Pasal 28 hingga Pasal 29 UU Persaingan usaha

usaha tersebut harus memberitahukan kemungkinan terjadinya pengalihan data pribadi mereka sebelum dan sesudah terjadinya aksi korporasi tersebut. Pemberitahuan dilakukan secara umum melalui media massa. Dengan ditentukan bahwa penyimpanan, pentransferan data pribadi yang harus dilakukan sesuai peraturan perundang-undangan, seharusnya pelaku usaha bukan hanya memberikan informasi terkait tindakan tersebut namun juga meminta persetujuan ulang terhadap konsumen terkait pengelolaan data pribadi mereka. Karena bisa saja konsumen memiliki preverensi yang berbeda setelah terjadinya aksi korporasi. Belum lagi apabila perlindungan terhadap data pribadi mengalami penurunan kualitas setelah pelaku usaha melakukan aksi korporasi akan menyebabkan konsumen kehilangan nilai yang mereka tempatkan pada privasi mereka hingga kehilangan rasa aman dan nyaman.

Dalam konteks persaingan usaha, privasi sebagai parameter non-harga dalam persaingan ke dalam diharapkan dapat dimasukkan kepada penilaian marger sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen. Integrasi data yang terjadi akibat adanya aksi korporasi harus dinilai apakah berpotensi pada masa yang akan datang dapat menyebabkan pelaku usaha menduduki posisi dominan akibat penguasaan data yang sangat besar. Pada era ekonomi digital ini, penguasaan data yang sangat besar akan menyebabkan pelaku usaha akan memiliki *market power* atau kekuatan pasar yang besar untuk menentukan harga, mengendalikan konsumen, hingga menciptakan *barriers to entry* atau hambatan masuk pasar yang menyebabkan terkonsentrasinya pasar hanya pada satu perusahaan besar, hal tersebut pada akhirnya akan merugikan kesejahteraan konsumen itu sendiri.

Perspektif persaingan usaha hingga data pribadi menjadi cukup penting karena ditemui bahwa studi persaingan dan perlindungan konsumen dapat bersinergi dalam menghadapi tantangan ekonomi digital. Studi pasar menunjukkan bahwa tantangan ini tidak dapat diatasi secara efektif tanpa pendekatan yang dilakukan secara bersama-sama. Dalam sinergi ini, tiga lembaga yaitu otoritas perlindungan konsumen, otoritas persaingan usaha, dan otoritas perlindungan data pribadi memiliki peran yang saling melengkapi dan bekerja sama untuk mencapai hasil yang optimal, sambil tetap menghormati masalah yang masing-masing pihak hadapi. Studi juga menyoroti rendahnya kesadaran konsumen tentang nilai ekonomi dari data yang mereka berikan. Oleh karena itu, sinergi antara persaingan usaha, perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen dapat dicapai dengan meningkatkan kesadaran konsumen tentang nilai data yang mereka berikan dan melindungi hak-hak data konsumen.

KESIMPULAN

Urusan perlindungan konsumen di era digital ini tidak dapat dipisahkan kaitannya dengan perilaku pelaku usaha dalam menjalankan praktik usahanya, salah satunya adalah terkait aspek *protection of privacy*. Konsekuensinya adalah, pelaku usaha dalam melakukan kegiatan usahanya bukan hanya harus mempertimbangkan bagaimana cara untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar namun juga harus melindungi privasi konsumen dan bertanggung jawab atas pengelolaan data pribadi konsumen. Data yang dianggap memiliki nilai dan karenanya saat ini data sudah dianggap seperti layaknya aset atau komoditi. Hak atas privasi sudah menjadi bagian dalam hak konsumen yang padanya melekat hak konstitusional individu, sehingga sudah seharusnya dilindungi oleh hukum dalam hal terjadi kebocoran data pribadi. Konsumen dapat menggugat pelaku usaha dengan prinsip *strict liability* dimana prinsip ini menekankan bahwa pelaku usaha harus bertanggung jawab atas kebocoran data pribadi konsumen yang terjadi di platform mereka, tanpa harus membuktikan kesalahan atau kelalaian dari pihak pengguna sistem elektronik. Dengan menerapkan prinsip *strict liability*, pelaku usaha diharapkan dapat memberikan perlindungan yang lebih baik terhadap data pribadi konsumen dan bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat kebocoran data tersebut.

Keberhasilan perlindungan hak konsumen juga sangat tergantung pada beberapa faktor, yaitu kebijakan hukum perlindungan konsumen yang efektif, konsumen yang berdaya, kebijakan perlindungan data pribadi yang komperhensif, hingga kebijakan persaingan yang

efektif. Dengan sinergi antara persaingan usaha, perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen diharapkan dapat meningkatkan kesadaran konsumen tentang nilai data pribadi yang mereka berikan, melindungi hak-hak data konsumen, hingga meningkatkan iklim persaingan yang sehat.

REFERENSI

- Makarmim, Edmon. (2023). *Kompilasi Hukum Telematika*. PT. Raja Grafindo Perkasa, Jakarta.
- European Union Agency for Fundamental Rights and Council of Europe*. (2014). *Handbook on European Data Protection Law*. Belgium.
- Djafar, Whayudi & Komarudin, Asep. (2014). *Perlindungan Hak Atas Privasi di Internet-Beberapa Penjelasan Kunci*. Elsam. Jakarta.
- Faisal, Lalu Muhammad. (2022). Analisis Perlindungan Data Pribadi Konsumen Untuk Integrasi Data Gojek-Tokopedia. *Journal of Academic & Multidicipline Research*. Volume 02.
- Setiantoro, Arfian., Putri, Fayreizha Destika., Novitarani, Anisah., Njatrijani, Rinitami. (2018). Urgensi Perlindungan Hukum Konsumen Dan Penyelesaian Sengketa E-Commerce Di Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Rechtsvinding Vol 7, Nomor 1*. Media Pembinaan Hukum Nasional. Badan Hukum Nasional.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, (2020). *Naskah Akademik RUU Perlindungan Konsumen*.
- Naskah akademik RUU Perlindungan Data Pribadi
- OECD. *Summary of Discussion of the Roundtable on Consumer Data Right and Competition*.
- OECD. (2023). *Theories Of Harm For Digital Mergers*.
- Purnamasari, Nadya Nurhamdiah. 2021. *Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Marketplace*, Universitas Hasanuddin.
- Raihan, Muhammad. (2023). *Perlindungan Data Diri Konsumen dan Tanggung Jawab Marketplace Terhadap Data Diri Konsumen (Studi Kasus: Kebocoran Data 91 Juta Akun Tokopedia)*, Jurnal Inovasi Penelitian. Vol.3.
- Riyadi, Gilang Achmad & Suriaatmadja, Toto Tohir. (2023). *Perlindungan Hukum atas Kebocoran Data Pribadi Konsumen PT PLN Dihubungkan dengan Hak Atas Kemanan Pribadi Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 27 tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*, Bandung Conference Series: Law Studies, vol. 3.
- Samsul, Inosentius. (2004). *Hukum Perlindungan Konsumen Kemungkinan Penerapan Tanggung Jawab Mutlak*. Universitas Indonesia, Fakultas Hukum, Pascasarjana, Cetakan 1 – Jakarta.
- United Nation Guidelines for Consumer Protection*. (2016)
- Kharismawan, Gede Khrisna. Penerapan Konsep Strict Liability Terhadap Kebijakan pemerintah (Bersifat Wajib yang Menimbulkan Kerugian Bagi Warga Negara) <https://kliklegal.com/penerapan-konsepsi-strict-liability-terhadap-kebijakan-pemerintah-bersifat-wajib-yang-menimbulkan-kerugian-bagi-warga-negara/>
- Yati, Rahmi Data Kemenkominfo, kebocoran data pribadi lebih banyak terjadi di perusahaan swasta, pada Bisnis Tekno, <https://teknologi.bisnis.com/read/20230612/84/1664588/data-kemenkominfo-kebocoran-data-pribadi-lebih-banyak-terjadi-di-perusahaan-swasta>
- Djafar, Wahyudi. (2019). *Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia: Lanskap, Urgensi, dan Kebutuhan Pembaruan*. dalam kuliah umum “Tantangan Hukum dalam Era Analisis Big Data”, Program Pasca Sarjana Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada.

<https://law.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/1043/2019/08/Hukum-Perlindungan-Data-Pribadi-di-Indonesia-Wahyudi-Djafar.pdf>

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang kemudian diubah dan dicabut sebagian oleh Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik.

Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik, Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 1829.