

**PENERAPAN *SOCIAL-COMMERCE* DAN STANDAR PERLINDUNGAN
DATA PRIBADI MENURUT HUKUM POSITIF INDONESIA
*IMPLEMENTATION OF SOCIAL-COMMERCE AND PERSONAL DATA
PROTECTION STANDARDS ACCORDING TO INDONESIAN POSITIVE
LAW***

Achmad Awaluddin Mughni dan Kevin Laksana Putra

Universitas Airlangga

Korespondensi Penulis: achmad.awaluddin.mughni-2022@fh.unair.ac.id

Citation Structure Recommendation :

Mughni, Achmad Awaluddin dan Kevin Laksana Putra. *Penerapan Social-Commerce dan Standar Perlindungan Data Pribadi Menurut Hukum Positif Indonesia*. Rewang Rencang : Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.6. No.4 (2025). (untuk bagian sitasi ini tidak perlu diubah, akan diisi oleh editorial)

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman *E-commerce* berkembang beriringan dengan sosial media. Sosial media yang awalnya sebagai sarana hiburan bertransformasi menjadi platform multiguna yang memuat media sosial (*entertainment*) dan berbelanja (*shopping*) bahkan menyelesaikan pembayaran (*payment*) yang lazim disebut *social-commerce*. *Social-commerce* banyak memberikan manfaat pada pengguna, namun juga mengancam keberlangsungan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Hal ini terjadi karena UMKM yang modalnya terbatas akan kalah dengan pengusaha dengan modal besar dari negara lain. Pengusaha besar dapat meminimalkan harga karena produksinya besar, sedangkan UMKM masih terbatas. Ini memungkinkan penjual online lebih memilih untuk memasarkan barang dari pengusaha besar dibanding UMKM. Keamanan data pribadi para user turut menjadi perhatian sebab dalam *social-commerce* memuat personal data hingga akun bank untuk pembayaran. Tujuan dari penelitian ini adalah menjawab Penerapan *social-commerce* dan Standart Perlindungan Data Pribadi Menurut Hukum Positive Indonesia Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum normative. Hasil dari penelitian ini adalah *social-commerce* dapat diterapkan di Indonesia apabila telah memenuhi syarat sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Elektronik dan Standarisasi Perlindungan Data Pribadi dapat memberikan jaminan pemenuhan hak subjek data pribadi sesuai dengan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Kata Kunci: Hukum Positif, *Social-Commerce*, Perlindungan Data Pribadi

ABSTRACT

Along with the times, E-commerce develops hand in hand with social media. Social media, which was originally a means of entertainment, has transformed into a multipurpose platform that contains social media (entertainment) and shopping (shopping) and even completing payments, which is commonly called social-commerce. social-commerce provides many benefits to users, but it also threatens the sustainability of micro, small and medium enterprises (MSMEs). This happens because MSMEs with limited capital will lose to entrepreneurs with large capital from other countries. Large entrepreneurs can minimize prices because their production is large, while MSMEs are still limited. This allows online sellers to prefer to market goods from large entrepreneurs rather than MSMEs. The security of users' personal data is also a concern because social-commerce contains personal data to bank accounts for payment. The purpose of this research is to answer the Application of social-commerce and Personal Data Protection Standards According to Indonesian Positive Law. The type of research used is normative legal research. The result of this research is that social-commerce can be applied in Indonesia if it has met the requirements in accordance with the Regulation of the Minister of Trade Number 31 of 2023 concerning Business Licensing, Advertising, Guidance, and Supervision of Business Actors in Electronic Commerce and Personal Data Protection Standardization can provide a guarantee of fulfilling the rights of personal data subjects in accordance with Law Number 27 of 2022 concerning Personal Data Protection.

Keywords: *Social-Commerce, Personal Data Protection, Positive Law*

A. PENDAHULUAN

Salah satu perkembangan yang terjadi di era informasi digital adalah model bisnis elektronik atau yang lebih dikenal dengan istilah e-business atau dalam lingkup kecilnya adalah *e-commerce*.¹ Model bisnis ini pada dasarnya adalah mengakomodasi transaksi dan pertukaran informasi dengan paperless melalui *Electronic Data Interchange* (EDI), email, electronic bulletin boards, electronic fund transfer, dan teknologi-teknologi lainnya yang mendukung proses transaksi.

Hampir semua kegiatan transaksi di era modern, menggunakan platform *e-commerce*, hal ini dilakukan karena platform *e-commerce* lebih efektif dan dapat menjangkau banyak kalangan.² Pada *e-commerce* ini pembeli menjadi lebih mudah dalam hal berbelanja barang yang diinginkan. Sebab adanya kemudahan dalam hal bertransaksi tanpa harus mengeluarkan effort yang banyak. Berkembangnya internet, merupakan salah satu factor pendorong perkembangan *e-commerce*.³

¹ Dedon Dianta, *Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis*, Arus Jurnal Sosial dan Humaniora, Vol.3. No.1, (2023).

² *Ibid.*

³ *Ibid.*

Internet merupakan jaringan global yang menyatukan jaringan computer di seluruh dunia, sehingga memungkinkan terjalinya komunikasi dan interaksi antara satu dengan yang lain diseluruh dunia. Dengan menghubungkan jaringan computer dengan internet, maka pengguna dapat menjalin komunikasi yang lebih efisien, terutama jika komunikasi itu memiliki nilai transaksional seperti hubungan bisnis.

Dalam lingkup yang lebih besar, *e-commerce* berkembang beriringan dengan sosial media yang tidak hanya menghubungkan penjual dan pembeli. Tetapi bertransformasi menjadi platform multi guna yang memuat media sosial (*entertainment*) dan berbelanja (*shopping*) dan menyelesaikan pembayaran sekaligus (*payment*) yang lazim disebut *social-commerce*. Sehingga pada saat ini, pembeli akan lebih mudah dalam berbelanja barang yang diinginkan. *Social-commerce* terbukti menjadi pilihan tren pemasaran sejak tahun 2022 dan menjadi trend pada tahun 2023 ini.

Akan tetapi dengan adanya *social-commerce* turut menjadi perhatian tersendiri terkait keamanan data para user (pengguna biasa, pembeli, penjual online).⁴ Sebab dalam *social-commerce* juga memuat personal data seperti email, nomor telepon, foto wajah, alamat tinggal bahkan hingga akun bank dan akun penyedia pembayaran yang berbasis *payment gateway*.⁵ Terlebih ada kelompok masyarakat yang menilai bahwa adanya *social-commerce* ini akan mengancam keberlangsungan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sebab karena internet ini menjangkau seluruh dunia, maka hal yang dapat terjadi adalah UMKM yang modalnya terbatas akan kalah dengan pengusaha dengan modal besar dari negara lain. Pengusaha besar dapat meminimalkan harga karena produksinya besar, sedangkan UMKM masih terbatas. Ini memungkinkan penjual online lebih memilih untuk memasarkan barang dari pengusaha besar dibanding UMKM.

Tipe penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian hukum. Penelitian hukum dilakukan untuk menemukan dan mengkaji aturan-aturan hukum, prinsip-prinsip hukum maupun doktrin-doktrin hukum untuk memecahkan isu hukum.⁶

⁴ Nura Anggraeny dkk., *Studi Literatur: Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop*, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, Vol.4. No.1 (2024).

⁵ *Ibid*.

⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Prenada Media Group, Jakarta, 2005.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian normative, suatu prosedur penelitian ilmiah untuk menemukan kebenaran berdasarkan logika ilmu hukum dari sisi normatifnya.⁷ Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) adalah dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang berkaitan dengan isu hukum yang ditangani adalah pendekatan dengan menggunakan legislasi dan regulasi.⁸ Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah pendekatan yang beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang di dalam ilmu hukum, guna menemukan ide-ide yang melahirkan pengertian, konsep dan asas hukum yang relevan sebagai sandaran dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu hukum yang dihadapi.⁹ Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain:

1. Apakah *social-commerce* dapat diakomodir oleh hukum di Indonesia?
2. Apakah standar perlindungan data pribadi terkait platform yang dibuat oleh penyedia aplikasi (*software developer*)?

B. PEMBAHASAN

Aturan mengenai transaksi komersial elektronik (*e-commerce*) diatur dalam Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut UU ITE).¹⁰ Transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya. Dalam transaksi elektronik ini terdapat unsur-unsur yaitu adanya transaksi antara dua pihak atau lebih; ada pertukaran barang dan jasa; menggunakan internet sebagai media utama dalam transaksi.¹¹

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Rajawali Pers, Jakarta, 2015.

⁸ Peter Mahmud Marzuki, *Op.Cit.*.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Dita Hapsari, Hendro Saptono dan Herni Widanarti, *Kedudukan E-Commerce dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*, Diponegoro Law Journal, Vol.8, (2019).

¹¹ *Ibid.*

Media Perjanjian jual beli secara online atau dikenal dengan *e-commerce* juga dapat diartikan bahwa adanya transaksi jual beli antara pelaku usaha dengan konsumen yang pembelian dan pemesanan barangnya melalui media online.¹² Pengertian lain dari *E-commerce* adalah transaksi komersial yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan dan peralihan suatu hak.¹³ Dalam lingkup yang lebih besar, *e-commerce* berkembang beriringan dengan sosial media yang tidak hanya menghubungkan penjual dan pembeli. Tetapi bertransformasi menjadi platform multi guna yang memuat media sosial (*entertainment*) dan berbelanja (*shopping*) dan menyelesaikan pembayaran sekaligus (*payment*) yang lazim disebut *social-commerce*.¹⁴

Dalam hukum positive Indonesia syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 BW yaitu didalamnya harus terdapat kesepakatan, cakupannya para pihak yang membuat perjanjian, suatu hal tertentu dan berdasarkan klausula yang diperbolehkan. Jual beli telah diatur dalam Pasal 1457 BW yang menyatakan bahwa perjanjian jual beli adalah perjanjian antara penjual dan pembeli dimana penjual mengikatkan dirinya untuk menyerahkan hak miliknya atas suatu barang kepada pembeli, dan pembeli mengikatkan dirinya untuk membayar harga barang itu Menurut R. Subekti berpendapat bahwa “jual beli adalah suatu perjanjian bertimbang balik dalam mana pihak yang satu (si penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak yang lain (si pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan dari perolehan hak milik tersebut.”¹⁵ Dalam lingkup *social-commerce* apabila syarat sahnya suatu perjanjian ini terpenuhi maka perjanjian itu akan mengikat bagi para pembuatnya.

¹² Andi Risma, *Analisis Yuridis Jual Beli Barang Melalui Toko Online (E-Commerce)*, Jurisprudence Universitas Islam Indonesia, Vol.1 (2014).

¹³ Haris Faulidi Asnawi, *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*, Magistra Insania Press, Yogyakarta, 2004.

¹⁴ Ghea Dwi Rahmadiane dan Unggul Sedyu Utami, *Analisis Pemanfaatan Social Commerce Bagi Pengembangan UMKM di Indonesia*, AdBispreneur, Vol.6. No.3, (2022).

¹⁵ Raden Subekti, *Aneka Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1985.

Perjanjian yang dibuat dalam sistem elektronik disebut Kontrak Elektronik. Dalam UU ITE Pasal 1 angka 17 menyatakan bahwa kontrak elektronik adalah perjanjian para pihak yang dibuat melalui Sistem Elektronik. Sistem elektronik disini merupakan aplikasi yang telah dibuat oleh pemilik *social-commerce*.

Pada awal munculnya *social-commerce* banyak memberikan dampak positif bagi masyarakat.¹⁶ Para penjual yang dulu berjual beli secara offline berubah menjadi online dan mengalami kenaikan penjualan secara signifikan dan mereka dapat lebih mudah untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas. Disisi lain pembeli juga merasakan manfaatnya terlebih besaran diskon, bebas ongkir dan voucher belanja. Namun hal ini menimbulkan masalah baru yaitu terdapat kelompok masyarakat yang menilai bahwa adanya *social-commerce* ini akan mengancam keberlangsungan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Sebab karena internet ini menjangkau seluruh dunia, maka hal yang dapat terjadi adalah UMKM yang modalnya terbatas akan kalah dengan pengusaha dengan modal besar dari negara lain. Pengusaha besar dapat meminimalkan harga karena produksinya besar, sedangkan UMKM masih terbatas. Ini memungkinkan penjual online lebih memilih untuk memasarkan barang dari pengusaha besar dibanding UMKM.

Adanya permasalahan di atas, pemerintah mengundang Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Elektronik (selanjutnya disebut Permendag Nomor 31 Tahun 2023). Aturan ini dikeluarkan oleh pemerintah Indonesia sebagai perubahan dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 50 Tahun 2020 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Aturan ini diundangkan untuk meningkatkan perlindungan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), karena barang yang dijual pedagang di *social-commerce* merupakan barang perdagangan lintas batas alias *cross-border* dan adanya persaingan yang dinilai kurang adil dari sisi jual produk, adanya barang yang tidak memenuhi kelayakan standar, serta Perusahaan *social-commerce* yang belum mempunyai izin berdagang di Indonesia.

¹⁶ Fernando Yosse dan Dewi S S Wuisan, *Pengaruh Information Quality, Social Psychological Distance, Sense of Power dan Trust terhadap Consumer Purchase Intentions pada Social Commerce (Studi Kasus: TikTok)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol.11, No.1, (2021).

Apabila *social-commerce* ingin melakukan usaha di Indonesia maka perusahaan tersebut harus memenuhi syarat yang ada dalam Permendag Nomor 31 Tahun 2023, dalam peraturan tersebut mengatur mengenai perizinan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang harus ditaati untuk *E-commerce* dalam melakukan penjualan suatu produk.¹⁷ Dalam Pasal 3 ayat (1) dan (2) Permendag Nomor 31 Tahun 2023 menyatakan bahwa Pelaku usaha wajib memiliki Perizinan Berusaha dalam melakukan kegiatan usaha di sektor Perdagangan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko. Selain Perizinan Berusaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) Pelaku Usaha wajib memperoleh Perizinan Berusaha pada masing-masing sektor sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan mengenai penyelenggaraan Perizinan Berusaha berbasis risiko. Berdasarkan Pasal tersebut maka *social-commerce* yang ingin menjalankan usahanya harus memiliki izin usaha untuk melangsungkan perdagangan dan izin tiap sektor sesuai dengan peraturan perundang-undnagan yang mengatur sektor berusaha tersebut. Dalam Pasal 6 Permendag No. 31 tahun 2023 menyatakan bahwa perizinan sebagaimana dimaksud pada ayat 3 wajib memiliki perizinan berusaha bidang PMSE.

PMSE merupakan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang dfinisinya adalah Perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik.¹⁸ Untuk memperoleh perizinan tersebut maka dapat mengajukan permohonan kepada menteri melalui lembaga *Online Single Submission* (OSS) dengan memenuhi syarat sesuai dengan peraturan perundangan mengenai penyelenggaraan perizinan berusaha berbasis resiko. nantinya Lembaga OSS akan menrbitkan Perizinan berusaha bidang PMSE untuk dan atas nama menteri. Perizinan usaha tersebut juga harus menggunakan klasifikasi baku lapangan usaha Indonesia bagi portal web dan platform digital dengan tujuan komersial.

¹⁷ Agil Mutiara Nurjanah, *Analisis Masalah Ibnu Asyur Terhadap Implementasi Peraturan Pada Tiktok Shop*, Skripsi, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, 2023.

¹⁸ Ali Tofan dan Sri Trinaningsih, *Analisis Perkembangan Pajak Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia*, Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis, Vol.7, No.1 (2022).

Dalam permendag nomor 31 tahun 2023 memisahkan definisi antara lokapasar (*marketplace*), *social-commerce* dan media sosial.¹⁹ Dalam peraturan tersebut, Lokapasar (*marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*Merchant*) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa. sedangkan *social-commerce* adalah penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa. Kemudian, Media Sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menurut permendag ini adalah Pelaku Usaha penyedia sarana komunikasi elektronik yang digunakan untuk transaksi Perdagangan yang selanjutnya disingkat PPMSE.²⁰

Apabila *social-commerce* berasal dari luar negeri terdapat sayarat yang harus dipenuhi yaitu dapat menerangkan identitas pedagang luar negeri berupa nama dan Alamat negara asal pedagang luar negeri, izin usaha yang dikeluarkan Lembaga yang berwenang di negara asal yang dilegalisasi dan bukti pemenuhan standar atau persyaratan teknis barang atau jasa yang diwajibkan, serta nomor rekening bank yang digunakan untuk transaksi.²¹ Dalam Pasal 18 Permendagri no. 31 tahun 2023 juga menyatakan bahwa PPMSE luar negeri memiliki kewajiban untuk menunjuk perwakilan yang berkedudukan di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia yang dapat bertindak sebagai dan atas nama PPMSE dimaksud. PPMSE luar negeri yang telah memenuhi kriteria tertentu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 menunjuk perwakilan yang berkedudukan di wilayah hukum Negara Kesatuan Republik Indonesia dalam bentuk KP3A Bidang PMSE.

¹⁹ Moody Rizqy Syailendra dan Inayah Fasawwa Putri, *Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 terhadap Social Commerce Tiktok Shop*, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, Vol.3. No.6, (2023).

²⁰ *Ibid.*

²¹ Agil Mutiara Nurjanah, *Analisis Masalahah Ibnu Asyur Terhadap Implementasi Peraturan Pada Tiktok Shop*, Skripsi, Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri, Bojonegoro, 2023.

Selain itu terdapat beberapa kriteria yang harus dipenuhi seperti telah melakukan transaksi paling sedikit seribu konsumen dalam periode satu tahun, telah melakukan pengiriman paling sedikit seribu paket kepada Konsumen dalam periode satu tahun dan/atau telah memiliki jumlah traffic atau pengakses paling sedikit 1% (satu persen) dari pengguna internet dalam negeri dalam periode 1 (satu) tahun. Apabila *social-commerce* melakukan kegiatan PMSE lintas negara maka perlu memperhatikan harga Barang minimum. Harga Barang minimum sebagaimana dimaksud sebesar *Freight on Board* (FOB) USD 100 (seratus *United States Dollar*) per unit. Apabila transaksi dilakukan lintas negara maka perlu memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai ekspor atau impor dan peraturan perundang-undangan di bidang informasi dan transaksi elektronik. Dengan adanya Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023 maka *social-commerce* dapat diakomodir oleh hukum di Indonesia. *Social-commerce* yang ingin menjalankan usahanya di Indonesia wajib memenuhi persyaratan yang tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan No 31 Tahun 2023.

1. Standar perlindungan data pribadi terkait platform yang dibuat oleh penyedia aplikasi (software developer).

Perkembangan internet dalam kehidupan membuat sesuatu menjadi lebih mudah. Dengan adanya internet ini mengakibatkan pergeseran pada kegiatan transaksi. Kegiatan transaksi kini dilakukan melalui platform ecommerce, hal ini dilakukan karena platform *e-commerce* lebih efektif dan dapat menjangkau banyak kalangan. Pada *e-commerce* ini pembeli menjadi lebih mudah dalam hal berbelanja barang yang diinginkan. Dalam skala yang lebih besar perkembangan *e-commerce* ini beriringan dengan media sosial. Dengan pesatnya perkembangan *e-commerce* dan terbukanya perdagangan antar negara memunculkan masalah hukum yang baru salah satunya terkait dengan perlindungan data pribadi. Disini peran negara diperlukan untuk membuat suatu kebijakan yang dapat melindungi pedagang, pembeli dan penggiat kegiatan perdagangan lainnya untuk mendapatkan perlindungan terhadap data pribadinya.

Dalam KBBI data pribadi adalah data yang berkenaan dengan ciri seseorang, misalnya nama, umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, alamat, dan kedudukan dalam keluarga.²² Data pribadi merupakan hak asasi manusia yang perlu dilindungi karena merupakan suatu hak yang melekat pada manusia tersebut. Data pribadi diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28G ayat (1) yang menyatakan bahwa Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya serta berhak atas rasa aman dan perlindungan dari ancaman ketakutan untuk berbuat atau tidak berbuat sesuatu yang merupakan hak asasi.

Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia memberikan tafsir terhadap Pasal 28G ayat (1) perihal hak privasi yang dapat dikaitkan dengan hak atas perlindungan data pribadi dalam Putusan 20/PUU-XIV/2016. Walaupun dalam konsep *privacy* dan *data protection*, dua hak tersebut memiliki perbedaan. Dalam Putusan No.5/PUU-VIII/2011, 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)*.²³ Peraturan pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik menyatakan bahwa Data Pribadi adalah setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan /atau non elektronik.

Dengan berkembangnya zaman Indonesia telah melakukan digitalisasi pada beberapa dokumen kependudukan seperti halnya e-ktp dan kartu keluarga. Hal ini berisikan data-data pribadi mulai dari nama, NIK, tanggal dan bulan lahir yang tentunya dapat disalahgunakan penggunaannya oleh orang lain secara tidak bertanggung jawab. Ada beberapa bentuk penyalahgunaan data seperti penjualan data, data profiling, tujuan pemasaran, penelitian, pemantauan/spionase, termasuk penyalahgunaan data pribadi untuk tindak kriminal seperti pembuatan akun palsu, penipuan dalam jaringan, pencucian uang, pasar palsu dan juga transaksi ilegal.²⁴

²² Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Data Pribadi*, diakses dari kbbi.kemdikbud.go.id/entri/data-pribadi, diakses pada 15 Februari 2024.

²³ Dararida Fandra Mahira, Emilda Yofita dan Lisa Nur Azizah, *Consumer Protection System (CPS)*, Jurnal Legislatif, Vol.3. No.2, (2020).

²⁴ Lia Sautunnida, *Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia*, Kanun Jurnal Ilmu Hukum, Vol.20. No.2, (2018).

Secara prinsip-prinsip perlindungan konsumen telah diatur dalam Pasal 2 UUPK telah dijabarkan prinsip-prinsip perlindungan konsumen antara lain adalah Manfaat, Keadilan, Keseimbangan, Keamanan dan Keselamatan Konsumen dan Kepastian Hukum. Jika dibandingkan antara prinsip-prinsip hukum nasional dan internasional mengenai perlindungan konsumen terdapat adanya perbedaan yang cukup fundamental.²⁵ Transaksi elektronik menjadi media yang memberikan nuansa hukum terhadap perlindungan hukum, telah diatur bahwasannya perlindungan konsumen pada transaksi elektronik sudah diberikan oleh perdagangan lainnya. Terikat dalam UU ITE yang mengatur dan memberikan sebuah nuansa prinsip maupun norma hukum. dalam UU No.7 Tahun 2014 terdapat kepentingan nasional, hukum, kepastian, sehat dan adil, keamanan berusaha, akuntabel, kebersamaan, kesederhanaan. Prinsip-prinsip tersebut merupakan dasar dari lahirnya suatu norma hukum yang ada.²⁶

Perkembangan *E-commerce* ke arah *social commerce* itu membutuhkan prinsip UNGFCP menyangkut dorongan untuk mengurangi resiko kerugian terhadap konsumen dari perdagangan elektronik.²⁷ Kehadiran dari *social commerce* telah memberikan nuansa baru dalam perdagangan elektronik saat ini. Dalam hukum internasional telah menjelaskan tentang prinsip dasar perlindungan konsumen Bagian 3 angka 5 UNGFCP yang didasarkan sebagai berikut:²⁸

1. Akses konsumen terhadap barang dan jasa penting
2. Perlindungan konsumen yang rentan dan kurang beruntung
3. Promosi dan perlindungan kepentingan ekonomi konsumen
4. Akses konsumen terhadap informasi yang memadai untuk memungkinkan mereka membuat pilihan yang tepat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan individu

²⁵ Laura Sally Patricia dan Ariawan, *Analisis Yuridis Terhadap Perlindungan Konsumen dan Dampaknya Pada Praktik Bisnis di Indonesia*, Jurnal Hukum Lex Generalis, Vol.5. No.4 (2024).

²⁶ Stephanie Patricia Prasetyo dan Ariawan Gunadi, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen terhadap Produk Kecantikan Tidak Terdaftar BPOM yang Beredar di E-Commerce*, Jurnal Hukum Lex Generalis, Vol.5. No.4 (2024).

²⁷ Andriansyah dan Muthi'ah Maizaroh, *Pembaharuan Hukum Pelindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut Kehadiran Social Commerce*, Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional, Vol.12. No.2.

²⁸ *Ibid.*

5. Pendidikan konsumen, termasuk pendidikan tentang konsekuensi sosial dan ekonomi lingkungan dari pilihan konsumen.
6. Tersedianya penyelesaian sengketa dan ganti rugi konsumen yang efektif
7. Kebebasan untuk membentuk kelompok atau organisasi konsumen dan organisasi lain yang relevan serta kesempatan bagi organisasi lain yang relevan serta kesempatan bagi organisasi tersebut untuk menyampaikan pandangan mereka dalam proses pengambilan keputusan yang mempengaruhi mereka.
8. Promosi konsumsi yang berkelanjutan.
9. Tingkat perlindungan bagi konsumen yang menggunakan perdagangan elektronik yang tidak kurang dari yang dibserikan dalam bentuk perdagangan elektronik yang tidak kurang dari yang diberikan dalam bentuk perdagangan lainnya.
10. Perlindungan privasi konsumen dan aliran bebas global informasi

Data pribadi merupakan data yang sangat sensitif.²⁹ Dalam melakukan transaksi online melalui suatu penyedia aplikasi belanja mengharuskan para pihak yang akan bertransaksi untuk mengungkapkan sejumlah besar data priadinya kepada penyedia layanan tersebut. Hal ini mengakibatkan rentangnya kebocoran akan data tersebut sehingga memicu adanya tindak pidana untuk mendapatkan data tersebut.³⁰ Pencurian tersebut biasa dilakukan oleh hacker yang memiliki tujuan untuk mendapatkan data seperti database kartu kredit, database akun bank, nomor ktp bahkan dapat melakuka tindak kriminal dengan menggunakan kartu kredit orang lain yang bukan haknya atau biasa disebut dengan carding. Dengan ini maka pengguna, produsen dan penyedia layanan akan sangat rentan untuk mengalami kebocoran data pribadi yang pada dasarnya perlu mendapatkan perlindungan. Pengguna memiliki sejumlah hak hukum yang perlu untuk mendapatkan perlindungan dalam pemenuhannya.

²⁹ Sekaring Ayumeida Kusnadi dan Andy Usmina Wijaya, *Perlindungan Hukum Data Pribadi Sebagai Hak Privasi*, AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum, Vol.2. No.1 (2021).

³⁰ *Ibid.*

Hak-hak itu perlu mendapatkan pemahaman dan penghargaan dari semua pihak, dalam kehidupan berbangsa dan bernegara (Sidabalok, 2014). Dalam Pasal 26 UU ITE menyatakan bahwa Penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan. dan Setiap orang yang melanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan Undang-Undang ini.

Dalam hal ini maka orang yang datanya telah dicuri berhak untuk mengajukan gugatan yang ditimbulkan atas penggunaan data secara melwan hukum.³¹ Penggunaan data tanpa mendapat persetujuan dari pemiliknya juga melanggar Pasal 1320 BW yaitu suatu perjanjian harus dilaksanakan atas dasar kesepakatan atau biasa dikenal dengan asas konsensualisme. Menurut Subketti Asas konsensualisme adalah Bahwa apa yang dikehendaki oleh yang satu itu adalah juga yang dikehendaki oleh yang lain atau bahwa kehendak mereka adalah "sama", sebenarnya tidak tepat. Yang betul adalah bahwa yang mereka kehendaki adalah "sama dalam kebalikannya".³²

Penyedia aplikasi wajib dan bertanggung jawab terhadap beroperasinya sistem elektronik sebagaimana mestinya.³³ Sehingga, pemberian perlindungan terhadap data pribadi pengguna layanan merupakan tanggung jawab yang diberikan oleh pemberi layanan kecuali apabila dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa.³⁴ Hal ini diatur dalam Pasal 15 UU ITE menyatakan (1) Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya. (2) Penyelenggara Sistem Elektronik bertanggung jawab terhadap Penyelenggaraan Sistem Elektroniknya. (3) Ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak berlaku dalam hal dapat dibuktikan terjadinya keadaan memaksa, kesalahan, dan/atau kelalaian pihak pengguna Sistem Elektronik.

³¹ Brandon Christopher Kantong dan Jeane Neltje Saly, *Tanggung Jawab Hukum E-Commerce Bhineka Terhadap Kebocoran Data Pribadi Pengguna*, Jurnal Kewarganegaraan, Vol.7. No.2 (2023).

³² Raden Subekti, *Op.Cit.*.

³³ Sherlina Permata dan Hendra Haryanto, *Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later*, Krisna Law : Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana, Vol.4. No.1 (2022).

³⁴ *Ibid.*

Dalam bagian konsideran UU ITE menyatakan bahwa penggunaan setiap informasi melalui media atau sistem elektronik yang menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.³⁵ Untuk itu, dibutuhkan jaminan pemenuhan perlindungan diri pribadi dengan mewajibkan setiap Penyelenggara Sistem Elektronik untuk menghapus Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.³⁶ Maka dari itu diperlukan suatu standar perlindungan terhadap data pribadi yang diberikan oleh penyedia layanan terhadap penggunaannya agar tindakan pencurian data pribadi dapat dihindarkan dan terdapat juga kewajiban untuk menghapus data pribadi apabila telah tidak relevan lagi.

Dalam UU ITE pada bagian penjelasan Pasal 26 terdapat definisi mengenai data pribadi. Data pribadi adalah Hak pribadi yang merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan.³⁷ Pada huruf b menyatakan bahwa Hak pribadi merupakan hak untuk dapat berkomunikasi dengan Orang lain tanpa tindakan memata-matai. dan pada huruf c menyatakan bahwa Hak pribadi merupakan hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang. Dalam Pasal 1 angka 29 Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa yang dimaksud dengan data pribadi adalah “setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan /atau non-elektronik”.

Dalam Pasal 3 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik menyatakan bahwa penyelenggara sistem elektronik harus menyelenggarakan sistem elektronik yang handal dan aman dalam beroperasinya sistem elektronik.

³⁵ Muhammad Satria dan Susilo Handoyo, *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Pengguna Layanan Pinjaman Online dalam Aplikasi Kreditpedia*, Journal de Facto, Vol.8, No.2, (2022).

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Taufik Hidayat Telaumbanua, Deasy Soeikromo dan Delasnova S S Lumintang, *Perlindungan Hukum Bagi Pengguna Media Sosial terhadap Penyalahgunaan Data Pribadi Terkait Hak Privasi Menurut Hukum Positif*, Lex Privatum, Vol.13, No.01 (2024).

Hal ini juga diatur dalam Pasal lain yaitu Pasal 31 Peraturan Pemerintah Nomor 71 tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa penyelenggara Sistem Elektronik wajib melindungi penggunanya dan masyarakat luas dari kerugian yang ditimbulkan oleh Sistem Elektronik yang diselenggarakannya.³⁸ Dengan ini maka penyedia aplikasi wajib memberikan perlindungan terhadap data pribadi para pengguna dari kerugian yang ditimbulkan.

Pesatnya perkembangan zaman menimbulkan banyaknya resiko yang harus ditanggung akibat adanya tindak kejahatan dalam dunia digital atau sering disebut dengan dunia siber yang memiliki kaitan dengan penyalahgunaan terhadap data identitas yang bersifat pribadi khususnya dalam hal transaksi penjualan data. Untuk itu dapat dijadikan alasan utama untuk melakukan upaya-upaya secara maksimal terhadap perlindungan hukum atas data pribadi demi menjamin rasa aman dan juga menjamin adanya kepastian hukum bagi penduduk sebagai pemilik data identitas pribadi berhak mendapat perlindungan dari negara. Indonesia baru saja mengundangkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Pada bagian konsideran Undang-undang ini dibuat dengan tujuan untuk memberikan perlindungan data pribadi karena merupakan bagian dari hak asasi manusia dan ditujukan untuk menjamin hak warga negara atas perlindungan diri pribadi dan menumbuhkan kesadaran masyarakat serta menjamin pengakuan dan penghormatan atas pentingnya perlindungan data pribadi. Undang-undang ini juga bertujuan untuk membuat suatu aturan khusus mengenai data pribadi karena saat ini pengaturan mengenai data pribadi terdapat di dalam beberapa peraturan perundang-undangan sehingga diperlukan suatu peraturan untuk meningkatkan efektivitas dalam pelaksanaan perlindungan data pribadi dalam suatu undang-undang.

³⁸ Maldi Omar Muhammad dan Lucky Dafira Nugroho, *Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi E-Commerce yang Terdampak Kebocoran Data Pribadi*, Pamator Journal, Vol.14, No.2 (2021).

Dalam Undang-Undang Data Pribadi menyatakan bahwa Data Pribadi adalah data tentang orang perseorangan yang teridentifikasi atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sistem elektronik atau non elektronik. Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Data Pribadi terbagi menjadi dua yaitu data pribadi yang bersifat spesifik dan data pribadi yang bersifat umum. Data pribadi yang bersifat spesifik terdiri dari data dan informasi kesehatan, data biometrik, data genetika, catatan kejahatan, data anak, data keterangan pribadi. Lalu data pribadi yang bersifat umum terdiri dari nama lengkap, jenis kelamin, kewarganegaraan, agama, status perkawinan dan Data Pribadi yang dikombinasikan mengidentifikasi seseorang. Seiring perkembangan zaman kejatan terhadap data pribadi tidak terbatas pada pencurian terhadap identitas namun hal ini menjadi lebih luas dengan mendapatkan informasi mengenai kegiatan sehari-hari.

Smartphone merupakan benda yang tidak dapat lepas dari kehidupan sehari-hari. Dengan adanya smartphone kegiatan sehari-hari dapat diketahui oleh orang dengan mudah. Seorang dengan itikad buruk dapat mengetahui mulai dari informasi pukul berapa seseorang bangun, makanan apa saja yang sering dimakan, benda apa saja yang ingin dibeli bahkan perjalanan sehari-hari yang seseorang lakukan. Seorang dengan itikad buruk tadi dapat menggunakan sebuah algoritma untuk mendapatkan keuntungan berdasarkan kegiatan sehari-hari yang seorang lakukan. Algoritma menurut Kani, adalah suatu upaya dengan urutan operasi yang disusun secara logis dan sistematis untuk menyelesaikan suatu masalah untuk menghasilkan suatu output tertentu.³⁹ Hal ini dapat dibuktikan ketika menggunakan *social-commerce* untuk membeli suatu barang maka barang yang seorang ingin dibeli tadi akan muncul menjadi iklan pada aplikasi-aplikasi lainnya dan dengan pormo-promo berbeda disetiap iklan yang dilihat. Secara tidak langsung disini telah terjadi pencurian data pribadi yang disalahgunakan untuk mendapatkan suatu keuntungan meskipun disini juga memberikan kemudahan untuk mendapatkan harga yang terbaik.

³⁹ Djuanda University, *Pengertian Algoritma*, diakses dari <https://unida.ac.id/teknologi/artikel/pengertian-algoritma.html>, diakses pada 15 Februari 2024.

Standarisasi perlindungan data pribadi tidak diatur dalam Undang-undang perlindungan data pribadi karena belum ada Peraturan Pemerintah yang mengatur standarnya secara eksplisit, tetapi dalam bagian penjelas undang-undang tersebut menyatakan untuk mengurangi tumpang tindih ketentuan tentang Perlindungan Data Pribadi maka pada dasarnya ketentuan dalam Undang-Undang ini adalah standar Perlindungan Data Pribadi secara umum, baik diproses sebagian atau keseluruhan dengan cara elektronik dan nonelektronik, dimana masing masing sektor dapat menerapkan Perlindungan Data Pribadi sesuai karakteristik sektor yang Pengaturan Data Pribadi. Hal di atas bertujuan antara lain melindungi dan menjamin hak dasar warga negara terkait dengan perlindungan diri pribadi, menjamin masyarakat untuk mendapatkan pelayanan dari Korporasi, Badan Publik, Organisasi Internasional, dan Pemerintah, mendorong pertumbuhan ekonomi digital dan industri teknologi informasi dan komunikasi, dan mendukung peningkatan daya saing industri dalam negeri. Dengan ini maka penyedia aplikasi social commerce harus dapat memberikan jaminan mengenai hak-hak yang dimiliki oleh subjek data pribadi.

Hak subjek data pribadi telah diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi pada BAB IV.⁴⁰ Hak-hak tersebut antara lain subjek data pribadi berhak mengetahui dan mendapatkan informasi mengenai untuk apa data pribadinya digunakan. Subjek data pribadi memiliki hak untuk mendapatkan akses terhadap datanya. Akses terhadap data ini memiliki artian bahwa Subjek Data Pribadi berhak mendapatkan akses dan memperoleh salinan Data Pribadi tentang dirinya. Subjek Data Pribadi juga memiliki hak untuk melakukan perbaikan terhadap datanya yang berarti bahwa subjek data pribadi berhak melengkapi, memperbarui, dan/atau memperbaiki kesalahan dan/atau ketidakakuratan Data Pribadi tentang dirinya sesuai dengan tujuan pemrosesan Data Pribadi.⁴¹

Hak lain yang dimiliki oleh subjek data pribadi adalah hak untuk menghapus data. Adapun hak untuk menghapus data diatur dalam Pasal 8 Undang-undang perlindungan konsumen yang menyatakan bahwa Subjek Data Pribadi berhak untuk mengakhiri pemrosesan, menghapus, dan/ atau memusnahkan Data Pribadi tentang dirinya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

⁴⁰ Emilia Isni Maulidina, *Urgensi Uji Kebutuhan dan Proporsionalitas dalam Pengecualian Hak-Hak Subjek Data Pribadi di Indonesia*, Jurnal Analisis Hukum, Vol.7, No.2 (2024).

⁴¹ *Ibid.*

Subjek data pribadi juga memiliki hak untuk menarik kembali persetujuan pemrosesan Data Pribadi tentang dirinya yang telah diberikan kepada Pengendali Data Pribadi. Jaminan terhadap hak-hak inilah yang merupakan standar yang wajib diberikan oleh penyedia aplikasi dalam memberikan perlindungan.⁴²

Dalam memberikan perlindungan terhadap data pribadi Indonesia dapat mengadopsi prinsip yang dimiliki oleh *The General Data Protection Regulation* (GDPR). GDPR sendiri adalah suatu aturan hukum yang mengatur mengenai pedoman pengumpulan dan pemrosesan data pribadi dari individu yang dibentuk oleh Uni Eropa. Dalam GDPR terdapat tujuh prinsip.⁴³

“The GDPR sets out seven principles for the lawful processing of personal data. Processing includes the collection, organization, structuring, storage, alteration, consultation, use, communication, combination, restriction, erasure or destruction of personal data. Broadly, the seven principles are Lawfulness, fairness and transparency, Purpose limitation, Data minimisation, Accuracy, Storage limitation, Integrity and confidentiality (security) and Accountability.”

Prinsip yang pertama adalah *Lawfulness, Fairness and Transparency* dalam prinsip ini subjek data pribadi secara sah atau berdasarkan kesepakatan kedua belah pihak untuk menyerahkan datanya. Data yang diserahkan merupakan data yang asli, valid, terkini dan memadai. Lalu pihak yang melakukan pemrosesan atau menerima data pribadi harus memberikan perlindungan terhadap data yang diberikan. keseluruhan proses ini harus dilakukan dengan itikad baik atau secara *clear, open and honest*. Proses ini dapat dibuktikan dengan membuat suatu surat keterangan yang menyatakan kebenarannya. Pada prinsip *Purpose Limitation*, data yang diberikan harus sesuai dengan tujuan yang ada di awal ketika kesepakatan terjalin. Tujuan tersebut haruslah jelas dan tidak bertentangan dengan 1320 BW mengenai syarat objektif suatu perjanjian.

Prinsip *Data Minimisation* mengharuskan para pihak untuk memberi batasan data pribadi yang diserahkan. Data pribadi itu harus terbatas pada apa yang diperlukan dan juga diberikan secara secukupnya data tersebut haruslah data yang relevan.

⁴² Nenny Rianarizkiwati, *Ius Constituendum Hak Atas Pelindungan Data Pribadi: Suatu Perspektif Hak Asasi Manusia*, Jurnal Hukum Sasana, Vol.8, No.2 (2022).

⁴³ University of the Highlands and Islands, *The Seven Principles*, diakses dari <https://www.uhi.ac.uk/en/about-uhi/governance/policies-and-regulations/data-protection/the-seven-principles/>, diakses pada 15 Februari 2024.

Pada prinsip *Accuracy* penerima atau pemroses data pribadi harus menyediakan langkah yang dapat digunakan apabila terdapat data yang tidak akurat dengan memperhatikan langkah prosesnya, penghapusan atau pembaharuan data pribadi tersebut seakurat mungkin. Terdapat juga prinsip *Storage Limitation*. Prinsip ini memberikan suatu aturan mengenai berapa lama suatu data tersimpan. Dalam prinsip ini perlu dilakukan *periodic review* terhadap data pribadi yang ada dan standar masa retensi suatu data pribadi yang apabila telah melebihi dapat dilakukan penghapusan.

Prinsip selanjutnya adalah prinsip *Integrity and confidentiality (security)*. Pada prinsip ini diperlukan suatu standar operasional suatu perusahaan untuk memastikan perlindungan terhadap data pribadi yang telah diberikan. Perlindungan ini diberikan mulai dari pengambilan data secara melawan hukum, kehilangan atau kerusakan data baik yang disengaja maupun tidak. Prinsip yang terakhir adalah *Accountability*. Prinsip ini merupakan suatu prinsip yang memberikan batasan pada pemegang atau pemroses data untuk selalu tunduk pada hukum sehingga kepercayaan masyarakat akan perlindungan data yang diberikan dapat naik.

Apabila terdapat pelanggaran, penyalahgunaan ataupun tidak dapat memberikan perlindungan terhadap data pribadi yang telah diserahkan oleh penyedia layanan *social-commerce*. Subjek Data Pribadi berhak mengajukan gugat dan menerima ganti rugi atas pelanggaran tersebut sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan hal ini diatur dalam Pasal 12 Undang-undang Perlindungan data pribadi dan diatur lebih lanjut pada Pasal 64 yang menyatakan bahwa penyelesaian sengketa perlindungan Data Pribadi dilakukan melalui arbitrase, pengadilan, atau lembaga penyelesaian sengketa alternatif lainnya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dalam hukum perdata Pada Sengketa sendiri dapat terjadi karena adanya wanprestasi maupun perbuatan melawan hukum.⁴⁴ Sengketa tersebut dapat diselesaikan dengan 2 (dua) cara yakni melalui proses litigasi maupun non litigasi.

⁴⁴ Rahadi Wasi Bintoro, *Tuntutan Hak dalam Persidangan Perkara Perdata*, Jurnal Dinamika Hukum, Vol.10, No.2 (2010).

Penyelesaian sengketa secara non litigasi berdasarkan Pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Alternatif Penyelesaian Sengketa (selanjutnya disebut UU Nomor 30 Tahun 1999) menyatakan bahwa: “APS sebagai lembaga penyelesaian sengketa dalam perbedaan pendapat melalui prosedur yang para pihak sepakat dengan menyelesaikan sengketanya di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negoisasi, mediasi, konsiliasi atau penilaian ahli”.⁴⁵

Dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi juga terdapat ketentuan pidana di dalamnya. Hal ini terjadi ketika data pribadi tersebut diperoleh secara melawan hukum dan melakukan pemalsuan terhadap data pribadi yang dapat mengakibatkan kerugian terhadap orang lain. Hal ini diatur dalam Pasal 67 dan Pasal 68 Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

C. PENUTUP

1. *Social-commerce* telah diakomodir dalam sistem hukum Indonesia yakni pada Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yang menyatakan bahwa Transaksi elektronik merupakan perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer, dan/atau media elektronik lainnya.
2. Awalnya *social-commerce* memberikan dampak positif bagi masyarakat. Para penjual yang berjualan secara online lebih mudah untuk memperkenalkan produknya kepada masyarakat luas sehingga mengalami kenaikan secara signifikan namun terdapat dampak negatif yaitu *social-commerce* ini akan mengancam keberlangsungan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) karena internet ini menjangkau seluruh dunia maka hal yang dapat terjadi adalah UMKM yang modalnya terbatas akan kalah dengan pengusaha dengan modal besar dari negara lain. Pengusaha besar dapat meminimalkan harga karena produksinya besar, sedangkan UMKM masih terbatas. Ini memungkinkan penjual online lebih memilih untuk memasarkan barang dari pengusaha besar dibanding UMKM karena perbedaan harga.

⁴⁵ Gunawan Widjaja dkk., *Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik, Cross-border*, Vol.1, No.1 (2018).

3. Dengan adanya permasalahan ini pemerintah mengundang Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Elektronik (selanjutnya disebut Permendag Nomor 31 Tahun 2023). Aturan ini diundangkan untuk meningkatkan perlindungan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), karena barang yang dijual pedagang di *social-commerce* merupakan barang perdagangan lintas batas alias cross border dan adanya persaingan yang dinilai kurang adil dari sisi jual produk, adanya barang yang tidak memenuhi kelayakan standar, serta Perusahaan *social-commerce* yang belum mempunyai izin berdagang di Indonesia. Dalam mengembangkan aturan ini, Indonesia dapat mengadopsi dari 7 prinsip yang ada dalam *The General Data Protection Regulation* (GDPR).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Asnawi, Haris Faulidi. 2004. *Transaksi Bisnis E-Commerce Perspektif Islam*. (Yogyakarta: Magistra Insania Press).
- Marzuki, Peter Mahmud. 2005. *Penelitian Hukum*. (Jakarta: Prenada Media Group).
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamuji. 2015. *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*. (Jakarta: Rajawali Pers).
- Subekti, Raden. 1985. *Aneka Perjanjian*. (Bandung: Alumni).

Publikasi

- Andriansyah dan Muthi'ah Maizaroh. *Pembaharuan Hukum Pelindungan Konsumen: Kesiapan Indonesia Menyambut Kehadiran Social Commerce*. Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional. Vol.12. No.2.
- Anggraeny, Nura, Azzahra Verdi, Nur Azizyah Putri Dewita dan Ida Farida Adi Prawira. *Studi Literatur: Potensi Kerugian Akibat Social Commerce Tiktok Shop*. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research. Vol.4. No.1 (2024).
- Bintoro, Rahadi Wasi. *Tuntutan Hak dalam Persidangan Perkara Perdata*. Jurnal Dinamika Hukum. Vol.10. No.2 (2010).
- Dianta, Dedon. *Urgensi Penegakan Hukum E-Commerce di Indonesia: Sebuah Tinjauan Yuridis*. Arus Jurnal Sosial dan Humaniora. Vol.3. No.1 (2023).
- Hapsari, Dita, Hendro Saptono, dan Herni Widanarti. *Kedudukan E-Commerce dalam Perspektif Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Diponegoro Law Journal. Vol.8 (2019).
- Kantong, Brandon Christoper dan Jeane Neltje Saly. *Tanggung Jawab Hukum E-Commerce Bhineka terhadap Kebocoran Data Pribadi Pengguna*. Jurnal Kewarganegaraan. Vol.7. No.2 (2023).
- Kusnadi, Sekaring Ayumeida dan Andy Usmina Wijaya. *Perlindungan Hukum Data Pribadi sebagai Hak Privasi*. AL WASATH Jurnal Ilmu Hukum. Vol.2. No.1 (2021).
- Mahira, Dararida Fandra, Emilda Yofita dan Lisa Nur Azizah. *Consumer Protection System (CPS): Sistem Perlindungan Data Pribadi Konsumen Melalui Collaboration Concept*. Jurna Legislatif. Vol.3. No.2 (2020).
- Maulidina, Emillia Isni. *Urgensi Uji Kebutuhan dan Proporsionalitas dalam Pengecualian Hak-Hak Subjek Data Pribadi di Indonesia*. Jurnal Analisis Hukum. Vol.7. No.2 (2024).
- Muhammad, Maldi Omar dan Lucky Dafira Nugroho. *Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Aplikasi E-Commerce yang Terdampak Kebocoran Data Pribadi*. Pamator Journal. Vol.14. No.2 (2021).
- Patricia, Laura Sally dan Ariawan. *Analisis Yuridis terhadap Perlindungan Konsumen dan Dampaknya pada Praktik Bisnis di Indonesia*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.4 (2024).
- Permata, Sherlina dan Hendra Haryanto. *Perlindungan Hukum terhadap Pengguna Aplikasi Shopee Pay Later*. Krisna Law : Jurnal Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Krisnadwipayana. Vol.4. No.1 (2022).

- Prasetyo, Stephanie Patricia dan Ariawan Gunadi. *Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Produk Kecantikan Tidak Terdaftar BPOM yang Beredar di E-Commerce*. Jurnal Hukum Lex Generalis. Vol.5. No.4 (2024).
- Rahmadiane, Ghea Dwi dan Unggul Sedya Utami. *Analisis Pemanfaatan Social Commerce bagi Pengembangan UMKM di Indonesia*. AdBispreneur. Vol.6. No.3 (2022).
- Rianarizkiwati, Nenny. *Ius Constituendum Hak Atas Pelindungan Data Pribadi: Suatu Perspektif Hak Asasi Manusia*. Jurnal Hukum Sasana. Vol.8. No.2 (2022).
- Risma, Andi. *Analisis Yuridis Jual Beli Barang Melalui Toko Online (E-Commerce)*. Jurisprudence Universitas Islam Indonesia. Vol.1 (2014).
- Satria, Muhammad dan Susilo Handoyo. *Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Pengguna Layanan Pinjaman Online dalam Aplikasi Kreditpedia*. Journal de Facto. Vol.8. No.2 (2022).
- Sautunnida, Lia. *Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia*. Kanun Jurnal Ilmu Hukum. Vol.20. No.2 (2018).
- Syailendra, Moody Rizqy dan Inayah Fasawwa Putri. *Tinjauan Hukum Mengenai Perlindungan UMKM serta Efektivitas Permendag No. 31 Tahun 2023 terhadap Social Commerce Tiktok Shop*. INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research. Vol.3. No.6 (2023).
- Telaumbanua, Taufik Hidayat, Deasy Soeikromo dan Delasnova S S Lumintang. *Perlindungan Hukum bagi Pengguna Media Sosial terhadap Penyalahgunaan Data Pribadi Terkait Hak Privasi Menurut Hukum Positif*. Lex Privatum. Vol.13. No.01 (2024).
- Tofan, Ali dan Sri Trinaningsih. *Analisis Perkembangan Pajak Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) di Indonesia*. Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis. Vol.7. No.1 (2022).
- Widjaja, Gunawan, Anastasia Prestika, Olivia Pauline Hartanti dan Achmad Fazrin. *Penyelesaian Sengketa Transaksi Elektronik*. Cross-border. Vol.1. No.1 (2018).
- Yosse, Fernando dan Dewi S S Wuisan. *Pengaruh Information Quality, Social Psychological Distance, Sense of Power dan Trust terhadap Consumer Purchase Intentions pada Social Commerce (Studi Kasus: TikTok)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.11. No.1 (2021).

Karya Ilmiah

- Nurjanah, Agil Mutiara. *Analisis Masalah Ibnu Asyur terhadap Implementasi Peraturan pada Tiktok Shop*. Skripsi Universitas Nahdlatul Ulama Sunan Giri. (2023).

Website

- Kamus Besar Bahasa Indonesia. *Data Pribadi*. diakses dari kbbi.kemdikbud.go.id/entri/data-pribadi. diakses pada 15 Februari 2024.
- University, Djuanda. *Pengertian Algoritma*. diakses dari <https://unida.ac.id/teknologi/artikel/pengertian-algoritma.html>. diakses pada 15 Februari 2024.

University of the Highlands and Islands. *The Seven Principles*. diakses dari <https://www.uhi.ac.uk/en/about-uhi/governance/policies-and-regulations/data-protection/the-seven-principles/>. diakses pada 15 Februari 2024.

Sumber Hukum

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 138. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3872.

Undang-Undang 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.

Undang-Undang 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.

Undang-Undang 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196. Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6820.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan melalui Sistem Elektronik.