

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Seiring perkembangan zaman berdampak juga dengan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi berkembang sangat cepat dalam segala bidang. Perkembangan teknologi memunculkan banyak sistem baru yang berada dalam masyarakat. Perkembangan teknologi memudahkan masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya. Dengan perkembangan teknologi, kini kebutuhan masyarakat dapat teratasi dengan cepat dan mudah. Masyarakat kini terbiasa memenuhi kebutuhan dengan serba instan. Salah satunya untuk memenuhi kebutuhan hidup dalam hal transaksi jual-beli atau bermuamalah. Transaksi jual beli yaitu suatu kegiatan yang dilakukan masyarakat setiap harinya. Sebelum teknologi berkembang, transaksi jual beli dilakukan dengan sistem mendatangi toko untuk mendapatkan keperluan yang kita butuhkan. Sedangkan pada saat ini, perkembangan teknologi membuat masyarakat dengan mudah melakukan jual beli hanya dengan melalui ponsel dan jaringan internet.

Perkembangan transaksi jual beli semakin mudah dengan adanya sistem *E-commerce*. Pengertian dari *E-commerce* (*electronic commerce*) yaitu suatu transaksi jual beli produk-produk dan jasa dengan melalui jaringan komputer yang biasa kita sebut dengan internet. Internet merupakan jaringan komputer yang saling berhubungan satu sama lain. Internet menjadi alat bantu utama untuk menggunakan *E-commerce*.

Dampak adanya *E-commerce* memudahkan masyarakat dalam bertransaksi jual beli kebutuhan sehari-hari, mulai dari kebutuhan primer atau kebutuhan pokok sehari-hari, sekunder, hingga kebutuhan tersier. Berbelanja melalui online menjadi alternatif bagi masyarakat, khususnya di era pandemi covid-19. Kemudahan jual beli melalui online dirasakan oleh masyarakat luas dan dengan begitu *E-commerce* berkembang dengan cepat di Indonesia. Kemajuan teknologi ini juga membuka peluang bisnis untuk berjualan melalui *platform E-commerce*. Kemajuan ini didukung dengan banyaknya pengguna ponsel mobile yang meningkat sehingga berdampak pula pada peningkatan jumlah pengguna *E-commerce*. Selain itu, munculnya perusahaan financial yang menggunakan teknologi internet juga memudahkan masyarakat dalam metode pembayaran dalam pembelian online.

Daya tarik dari *E-commerce* terletak pada keefisiensinya dan keefektifannya. Efisiensi *E-commerce* adalah masyarakat dapat dengan mudah melihat katalog dari banyak toko hanya dengan melalui ponsel dan internet. Hal ini memudahkan masyarakat membandingkan kualitas, harga dan model barang yang dipilih tanpa harus pergi ke toko satu persatu. Kemudian, sisi efektifnya adalah penjual dapat menjangkau banyak konsumen secara luas. *E-commerce* memudahkan transaksi jual beli tanpa ada batasan waktu karena kita dapat mengakses *platform E-commerce* dalam 24 jam.

*Platform E-commerce* yang terbesar di Indonesia sendiri dengan pengunjung terbanyak adalah yang pertama Tokopedia dengan pengunjung bulanan mencapai 147.790.000, yang kedua adalah Shoope dengan pengunjung bulanan mencapai 126.996.700, yang ketiga adalah Bukalapak dengan pengunjung bulanan mencapai 29.460.00, yang keempat adalah Lazada dengan pengunjung bulanan sebanyak 27.670.000, dan yang terakhir adalah Blibli dengan pengunjung bulanan 18.440.000.<sup>1</sup>

Kelima *platform E-commerce* tersebut merupakan platform besar yang banyak digunakan masyarakat Indonesia untuk transaksi jual beli. Tokopedia merupakan *platform E-commerce* yang menduduki peringkat pertama dengan pengunjung web terbanyak tahun 2021. Tokopedia merupakan perusahaan jual beli dengan media daring yang didirikan pada tahun 2009. Dengan banyaknya pengunjung Tokopedia maka dapat diketahui bahwa Tokopedia mampu memudahkan transaksi jual beli masyarakat luas.

Namun, selain dampak positif yang diberikan oleh *E-commerce* ada pula dampak negatif yang didapatkan dari manfaat *E-commerce*. Dampak negatif yang konsumen tanggung dari transaksi jual beli online beragam, mulai dari resiko barang datang tidak sesuai dengan pesanan yang konsumen pilih, kemudian barang yang dikirim oleh produsen salah hingga barang tidak dikirim oleh produsen, selain itu waktu pengiriman tidak sesuai dengan yang disepakati. Dampak negatif ini tentunya merugikan pihak konsumen karena dalam hal ini

---

<sup>1</sup><https://lifestyle.kontan.co.id/news/10-E-commerce-dengan-pengunjung-terbanyak-di-Indonesia-Tokopedia-kembali-ke-puncak> diakses pada 16 November 2021

produsen tidak berlaku sesuai dengan kesepakatan. Tidak hanya itu, adapun dampak negatif yang dirasakan dari adanya teknologi yang canggih yaitu dalam hal perlindungan data konsumen.

Salah satu dari dampak negatif perkembangan teknologi di dunia *E-commerce* adalah kebocoran data konsumen. Kebocoran data konsumen merupakan suatu kejadian dimana data para pengguna tersebar luas ke publik. Kebocoran data ini bisa terjadi dikarenakan dari perusahaan itu sendiri maupun dapat diretas oleh pihak eksternal. Hal ini tentunya akan mengakibatkan kerugian bagi pengguna atau konsumen. Akibat dari kebocoran data yaitu salah satunya pengguna yang datanya bocor dan tersebar luas dapat menjadi korban spam yang beberapa sms , telepon maupun email yang berisi penawaran jasa atau produk bahkan hadiah yang merupakan penipuan.

Permasalahan kebocoran data konsumen yang saat ini muncul telah melanggar kewajiban dari pelaku usaha kepada para konsumennya dalam menjaga keamanan data pribadi konsumennya. Kebocoran data pribadi merupakan salah satu kesalahan dari sistem elektronik perusahaan atau pelaku usaha karena memiliki keamanan sistem yang lemah hingga dapat menyebabkan terjadinya kebocoran data. Sudah seharusnya perusahaan memiliki tingkat keamanan yang tinggi agar dapat menjaga keamanan konsumennya. Sedangkan, dalam sebuah perusahaan yang berbasis aplikasi belanja online sudah menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan untuk melindungi data pribadi pengguna aplikasinya.

Seperti kasus pada *platform* Tokopedia yang akun data konsumennya bocor hingga 91 juta pengguna pada Mei 2020. Selain data konsumen yang bocor dan diretas, data konsumen Tokopedia juga dijual oleh peretas di situs darkweb. Hampir seluruh pengguna Tokopedia datanya dijual dalam darkweb tersebut hal ini tentunya merupakan pelanggaran data konsumen.<sup>2</sup> Hal ini tentunya merupakan pelanggaran data konsumen. Di era digital saat ini, data pribadi menjadi suatu alat atau kunci bagi seseorang untuk masuk ke akun aplikasi miliknya. Dampak dari kebocoran data konsumen tentunya sangat besar, penyalahgunaan data pribadi konsumen sangat merugikan dan fatal. Berbagai jenis penipuan seperti penipuan, pembobolan akun Tokopedia, dan pembobolan kartu kredit merupakan ancaman sebagai akibat data yang bocor.

Dampak negatif berupa ancaman penyalahgunaan data pribadi, yang disebabkan karena adanya peristiwa kebocoran data pribadi, dapat menjadikan masalah yang cukup serius yang setiap saat dapat mengancam para konsumen pengguna Tokopedia. Adanya perkembangan teknologi informasi yang sangat maju membuat sebuah data pribadi sebagai salah satu incaran bagi pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung dan mempermudah rencana usahanya untuk merugikan orang lain.

Selain itu, dalam peraturan hukum di Indonesia, perlindungan data pribadi merupakan salah satu hak konstitusional yang dilindungi. Perlindungan hak-hak terkait kebocoran data konsumen tersebut diatur dalam Undang-Undang Dasar

---

<sup>2</sup><https://www.cnnIndonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta-akun-Tokopedia-bocor-dan-dijual> (diakses pada 30 Desember 2021)

Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (UUD NRI 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.”

Undang-Undang Dasar 1945 secara tegas telah menyatakan bahwas perlindungan diri pribadi sebagai perlindungan hak asasi manusia. Data pribadi dalam UUD merupakan sebagai bagian dari “diri pribadi” dari manusia merupakan bagian dari hak asasi manusia itu sendiri.

Dengan adanya kasus kebocoran data pribadi konsumen pada *platform marketplace* khususnya Tokopedia, menuai banyak polemik, bagaimana menempatkan posisi penyedia *platform marketplace*, apakah sebagai korban dari hacker, ataukah pihak yang harusnya bertanggung gugat atas kelalaian dan kelemahan sistem keamanan pada *platform* aplikasinya sehingga mengakibatkan bocornya data konsumen pengguna *platform marketplace*. Dari penyampaian latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui tentang hukum kebocoran data oleh *platform E-commerce* yaitu Tokopedia . Maka dengan hal tersebut peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul

**“PENGELOLAAN DATA KONSUMEN TOKOPEDIA DALAM PERSPEKTIF HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN DAN HUKUM ISLAM”**

## **B. Fokus Penelitian**

Dengan berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Bagaimana pengelolaan data konsumen pada *platform* Tokopedia ?
2. Bagaimana pengelolaan data konsumen Tokopedia ditinjau dari hukum perlindungan konsumen ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dengan berdasarkan uraian latar belakang di atas maka tujuan penelitian dalam penelitian ini :

1. Untuk mengetahui pengelolaan data konsumen pada *platfrom* Tokopedia .
2. Untuk mengetahui pengelolaan data konsumen Tokopedia ditinjau dari hukum perlindungan konsumen.

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat dalam penelitian penelitian ini akan diuraikan sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat membantu kontribusi sebagai panduan referensi dalam perkembangan hukum positif yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, khususnya dalam transaksi *E-commerce* dalam jual beli di *marketplace* Indonesia.

## 2. Manfaat praktis

### a) Bagi pengguna Tokopedia

Dapat memberi pemahaman kepada pihak konsumen Tokopedia tentang kebocoran data dari akun Tokopedia yang digunakan oleh konsumen.

### b) Bagi aplikasi Tokopedia

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada aplikasi Tokopedia dan *marketplace* lain agar lebih memperhatikan pengolahan data pribadi untuk melindungi konsumen

### c) Penelitian selanjutnya

Dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan informasi untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang pengolahan data, khususnya kebocoran data pada aplikasi E-commerce.

## E. Telaah Pustaka

Penelitian mengenai *E-commerce* ini berawal dari penelitian sebelumnya.

Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan adalah sebagai berikut :

1. Elia Ulfa Rahmawati 2020 “Pengaruh Iklan dan Brand Ambassador Tokopedia dengan BTS Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dari efektivitas periklanan dan brand ambassador Tokopedia dengan BTS (boyband dari Korea Selatan) terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian barang di Tokopedia dan

Brand Ambassador berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian di Tokopedia.<sup>3</sup>

Persamaan penelitian dari peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas mengenai Tokopedia. Perbedaan penelitian peneliti dan penelitian sebelumnya adalah jika penelitian sebelumnya membahas pengaruh iklan terhadap pembelian di Tokopedia sedangkan penelitian peneliti membahas tentang hukum perlindungan konsumen.

2. Zara Rahmawati 2021 “Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen atas Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli Online” Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

Sakripsi ini membahas mengenai pertanggungjawaban hukum dari Tokopedia terhadap konsumennya apabila suatu saat terjadi ketidaksesuaian barang dalam jual beli pada Tokopedia sendiri. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian yang bersifat normatif-empiris.<sup>4</sup>

Persamaan penelitian peneliti dan penelitian sebelumnya adalah sama-sama membahas tentang hak konsumen Tokopedia. Perbedaaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian peneliti membahas mengenai hak perlindungan konsumen sedangkan penelitian sebelumnya membahas mengenai tanggung jawab Tokopedia terhadap konsumen.

---

<sup>3</sup>Elia Ulfa Rahmawati “*Pengaruh Iklan dan Brand Ambasaddor Tokopedia x BTS Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia*” : (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya,2020).

<sup>4</sup> Zara Rahmawati “*Tanggung Jawab Hukum Tokopedia Terhadap Konsumen atas Ketidaksesuaian Barang dalam Jual Beli Online*”( Skripsi :Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,2021).

3. Nurlaeni Faizal 2019 “*Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online di PT.Shoope International Indonesia*” Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Hasil dari penelitian ini adalah sistem transaksi dalam jual beli melalui shoope menggunakan sistem transaksi B2C Dan C2C. Kemudian dalam hal perlindungan konsumen shoope memberikan tanggung jawab sebagai *marketplace* dengan cara apabila terjadi wanprestasi atau perbuatan yang melanggar hukum yang disebabkan oleh pelaku usaha maka pertanggung jawabannya ditanggung oleh pelaku usaha itu sendiri dengan mengacu kepada kontrak yang telah disepakati oleh para pihak, dalam hal ini pelaku usaha merupakan orang yang menjual produknya di shoope.<sup>5</sup>

Persamaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah sama-sama meneliti mengenai hukum perlindungan konsumen dalam *E-commerce*. Perbedaan penelitian peneliti dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian peneliti membahas mengenai permasalahan kebcoran data oleh pihak *platform E-commerce* sedangkan penelitian sebelumnya membahas mengenai wanprestasi pada transaksi jual beli.

---

<sup>5</sup>Nurlaeni Faizal, “*Perlindungan Konsumen dalam Ttansaksi Jual Beli Online di PT.Shoope International Indonesia*” (Skripsi : Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang,2019).

4. Tina Andriyana 2020 “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Data Pribadinya Diperjualbelikan di Aplikasi Fintech*”. Fakultas Hukum Universitas Jember.

Hasil dari penelitian ini adalah konsumen yang data pribadinya diperdagangkan melalui aplikasi fintech merupakan perbuatan yang tidak sesuai dengan hukum positif. Hal ini disebabkan karena pelaku usaha gagal dalam melindungi keamanan data pribadi konsumen fintech yang dipercayakan kepadanya sehingga data pribadi konsumen fintech diperjualbelikan pihak lain tanpa adanya persetujuan dari konsumen fintech sebagai pemilik data pribadi telah melanggar ketentuan dalam peraturan perundang-undangan khususnya undang-undang hukum perlindungan konsumen.<sup>6</sup>

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti adalah sama-sama membahas mengenai jual beli data pribadi konsumen yang ditinjau dari hukum perlindungan konsumen yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian sebelumnya dengan penelitian peneliti adalah pada aplikasinya.

---

<sup>6</sup> Tina Andriyana 2020 “*Perlindungan Hukum Bagi Konsumen yang Data Pribadinya Diperjualbelikan di Aplikasi Fintech*,” (Skripsi : Fakultas Hukum Universitas Jember).