

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Tinjauan Umum Data Pribadi Konsumen**

##### **1. Pengertian Data Pribadi**

Privasi merupakan konsep universal yang dikenal dalam berbagai hukum dan norma yang hidup dalam masyarakat. Konsep hak privasi dikembangkan oleh Samuel D. Warren dan Louis Brandeis dalam jurnal berjudul “The Rights of Privacy”. Mengutip Justice Thomas Cooley, Warren dan Brandeis mendefinisikan hak privasi hanya sebagai "hak untuk dibiarkan sendiri." Hak-hak tersebut berkaitan dengan kebutuhan spiritual manusia yang harus dilindungi oleh negara serta kebutuhan untuk menghargai perasaan dan pikiran serta hak untuk menikmati hidup.

Pengertian dari data pribadi tidak secara deskripsi ada dan dicantumkan dalam undang – undang yang berlaku di Indonesia. Hingga saat proposal ini ditulis, pengertian atau definisi dari data pribadi dapat diketahui dari Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pada Pasal 1 angka 29, disebutkan 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 nonelektronik.”

Ada berbagai macam bentuk data pribadi, yang pertama yaitu data pribadi umum. Data pribadi umum ini berisi tentang nama lengkap, jenis kelamin, kewarganegaraan, agama, atau dapat juga ditambah data yang dapat

mengidentifikasi seseorang. Untuk yang kedua yaitu data spesifik, yaitu data dari seseorang yang meliputi data kesehatan seseorang, data genetika, data biometrik dan lainnya. Pada umumnya ada tiga aspek dari privasi, yaitu antara lain adalah:

**a. Privacy of a Person's Persona**

Pada Umumnya, hak atas privasi manusia didasarkan pada prinsip umum bahwa setiap orang berhak untuk dibiarkan sendiri. Secara umum, ada empat jenis pelanggaran privasi individu:

- 1) Publikasi yang memasukkan foto seseorang pada tempat yang salah. Misalnya dengan menggunakan foto seseorang perempuan yang belum menikah sebagai ilustrasi suatu artikel tentang seorang ibu yang mentelantarkan anaknya;
- 2) Penggunaan yang tidak tepat nama atau kesukaan seseorang untuk tujuan komersial;
- 3) Publikasi tentang fakta – fakta pribadi seseorang yang memalukan atau yang bersifat rahasia kepada publik;
- 4) Mengganggu kesunyian atau kesendirian seseorang.

**b. Privacy of Data About a Person**

Hak privasi juga dapat berhubungan atau dengan informasi tentang seseorang yang dikumpulkan dan digunakan oleh orang lain.. Misalnya, informasi tentang kebiasaan pribadi, riwayat kesehatan, afiliasi agama dan politik, catatan pajak, catatan karyawan, catatan asuransi, catatan kriminal, dan lain-lain. Penyalahgunaan Informasi atau setiap informasi yang dikumpulkan tentang

pengguna (organisasi/lembaga) atau pelanggan (pelanggan bisnis) merupakan pelanggaran terhadap hak privasi individu.

### **c. Privacy of a Person's Communications**

Dalam keadaan tertentu, hak privasi juga dapat mencakup komunikasi melalui online. Dalam beberapa kasus, pemantauan dan pengungkapan konten komunikasi elektronik oleh orang lain selain pengirim atau orang yang menerimanya dapat merupakan pelanggaran privasi.

Berdasarkan beberapa definisi dan istilah yang terkait dengan data dan informasi serta perlindungan data, data dan informasi berkaitan dengan kehidupan individu dan terkait erat dengan konsep kerahasiaan atau hak privasi individu secara hukum yang harus dijaga dan dilindungi oleh aturan perundang-undangan.<sup>7</sup>

## **2. Dasar Hukum Peraturan Data Pribadi pada *E-commerce***

- a. Undang – Undang No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang – Undang No. 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- b. Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- c. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika RI No. 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik.

Perlindungan data pribadi konsumen dalam peraturan hukum di Indonesia belum diatur secara tegas. Walaupun demikian setidaknya di Indonesia,

---

<sup>7</sup>Geistiar Yoga Pratama, “Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Jasa Transportasi Online Dari Tindakan Penyalahgunaan Pihak Penyedia Jasa Berdasarkan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen”, Jurnal Hukum, Vol.5/No.3/(2016), h.9.

ada peraturan hukum yang bisa digunakan untuk menyimpan data pribadi di media elektronik.

Dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik masih belum memadai terkait dengan peraturan mengenai penggunaan data pribadi, karena dalam peraturan tersebut hanya terdapat satu Pasal yang berisi ketentuan umum mengenai data pribadi

### **3. Prinsip Perlindungan Data Pribadi**

Basic Principles Of National Application (Implementasi Nasional atas Prinsip-prinsip Dasar), yang dimana beberapa prinsipnya adalah :

a. Use Limitation Principle (Prinsip Pembatasan Penggunaan Data)

Prinsip ini menjelaskan mengenai bahwa data pribadi hanya boleh diungkapkan, disediakan, atau digunakan untuk tujuan yang dinyatakan dengan persetujuan pemilik data atau otoritas hukum.

b. Security Safeguards Principle ( Prinsip Perlindungan Keamanan Data)

Prinsip ini menjelaskan kewajiban untuk melindungi data pribadi dengan perlindungan yang sesuai terhadap risiko seperti kehilangan atau akses tidak sah, perusakan, penggunaan, perubahan, atau pengungkapan data konsumen .

Selain itu, pelaku usaha berkewajiban untuk menjaga keamanan data konsumennya atau penggunanya yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak atau disebut Prinsip Tanggung Jawab Absolute (Absolute Liability), dan Strict Liability juga harus dipahami dengan seksama.

Namun, beberapa ahli berpendapat bahwa kedua istilah tersebut adalah istilah yang berbeda. Strict Liability dianggap oleh beberapa orang sebagai prinsip tanggung jawab yang tidak mengarah pada kegagalan, tetapi ada pengecualian seperti force majeure. Kemudian, beberapa ahli berpendapat bahwa Absolute Liability adalah prinsip tanggung jawab tanpa kecuali. Oleh karena itu, pelaku ekonomi harus bertanggung jawab jika, karena alasan apa pun, apa yang mereka produksi atau distribusikan menyebabkan kerugian. Menurut R.C. Hover et al, ia berpendapat bahwa pertanggungjawaban mutlak ini umumnya berlaku karena alasan berikut:

- 1) Konsumen tidak dalam keadaan yang baik untuk membuktikan kelalaian dalam proses produksi dan distribusi yang kompleks;
- 2) Diperkirakan pelaku usaha akan dapat mengantisipasi jika suatu saat ada gugatan atas kesalahannya, misalnya dengan asuransi atau menambah komponen biaya tertentu pada harga produknya;
- 3) Asas ini dapat memaksa produsen lebih hati-hati

#### **4. Konsumen**

Pengertian dari konsumen dalam bahasa Inggris – Amerika mempunyai makna yaitu consument/konsument (Belanda) atau consumer. Secara harfiah arti dari kata consumer merupakan seseorang yang memakai suatu barang.<sup>8</sup> Dalam kamus hukum Dictionary of Law Complete Edition, konsumen adalah suatu pihak/

---

<sup>8</sup>Celina Tri Kristiayanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*,(Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h.22.

seseorang yang menggunakan atau memakai barang dan jasa, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun untuk kepentingan orang lain.<sup>9</sup>

Dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, definisi dari konsumen merupakan lawan dari produsen, yaitu seseorang atau suatu pihak yang memakai barang-barang hasil industri, bahan makanan, dan sebagainya. Pengertian konsumen dalam arti luas merupakan pemakai, pengguna dan/atau pemanfaat barang dan/atau jasa untuk tujuan tertentu.<sup>10</sup> Menurut Sri Handayani yaitu alih bahasa dari *consumer*, konsumen mempunyai arti bahwa seseorang yang membeli barang atau jasa untuk atau dapat juga suatu perusahaan yang menggunakan barang atau jasa dari orang lain<sup>11</sup>. Sedangkan perlindungan konsumen merupakan perwujudan dari hukum di Indonesia untuk melindungi para konsumen apabila terjadi pelanggaran hukum dari pelaku usaha. Hukum perlindungan konsumen digunakan untuk tameng konsumen agar konsumen dapat mendapatkan haknya.

Sehingga, dapat diketahui bahwa konsumen adalah setiap orang atau satu perusahaan yang menggunakan barang atau jasa yang disediakan atau dijual oleh orang lain / produsen dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya maupun untuk kepentingan tanpa menjualnya kepada orang lain kembali.

---

<sup>9</sup>M. Marwan dan Jimmy. P, *Kamus Hukum*, (Surabaya: Reality Publisher, 2009), h. 378.

<sup>10</sup>Abdul Halim Barkatullah, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung : Nusa Media, 2008), h7.

<sup>11</sup>Saetjipto Rahardjo, *Permasalahan Hukum di Indonesia*, (Bandung: Alumni, 1983),121.

## 5. Jenis-Jenis Konsumen

Setiap manusia pasti berbeda, begitu pula dengan konsumen, agar dapat memahami konsumen maka harus mengerti terlebih dahulu jenis-jenis konsumen itu sendiri. Jenis-jenis konsumen adalah sebagai berikut<sup>12</sup> :

- a. Pelanggan atau konsumen menurut UU Konsumen adalah setiap orang memakai barang atau jasa yang tersedia di masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
- b. Konsumen Trend setter merupakan konsumen yang menyukai perkembangan zaman atau trend yang baru, dan konsumen ini akan membuat pengakuan bahwa dirinya menjadi bagian dari gelombang pertama yang memiliki atau memanfaatkan teknologi terbaru.
- c. Konsumen yang mudah mendapat pengaruh, konsumen ini mudah dipengaruhi terutama oleh konsumen tren setter, sehingga disebut juga sebagai follower atau pengikut. Kelompok ini sangat signifikan , karena membentuk presentase terbesar, kelompok ini disebut konsumen yang terimbas efek dari konsumen trend setter.
- d. Konsumen Value Seeker adalah mereka yang memiliki pertimbangan dan pendirian sendiri. Kelompok ini jumlahnya lebih besar dari kelompok pertama sehingga patut diberi perhatian khusus. Atau yang disebut Value Seeker jenis konsumen ini relatif sulit untuk dipengaruhi

---

<sup>12</sup>Irawan dan Wijaya, *Pemasaran Prinsip dan Kasus*, (Yogyakarta: BPFE 1996) h,17-19.

karena mereka lebih mendasarkan kebutuhan mereka terhadap alasan-alasan yang rasional.

- e. Konsumen pemula, konsumen pemula cirinya adalah pelanggan yang datang banyak bertanya dan konsumen pemula merupakan calon pelanggan di masa yang akan datang.
- f. Konsumen yang loyal pada harga, ini tipikal konsumen pada umumnya. Loyalitasnya hanya pada harga bukan pada penjual.<sup>13</sup>

## **B. Tokopedia**

Tokopedia merupakan salah satu perusahaan besar dalam bidang perdagangan melalui media elektronik dan sering disebut oleh masyarakat sebagai toko online. Tokopedia sendiri sudah didirikan sejak tahun 2009. Selain itu, Tokopedia bertransformasi menjadi salah satu perusahaan besar yang berpengaruh di Indonesia dan juga dalam lingkup Asia Tenggara. Hingga pada saat ini, Tokopedia termasuk dalam kategori toko online atau *marketplace* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia.<sup>14</sup>

## **C. Hukum Perlindungan Konsumen**

### **1. Pengertian**

Hukum perlindungan konsumen merupakan bagian dari hukum konsumen yang lebih luas. Misalnya, Az Nasution berpendapat bahwa hukum konsumen, termasuk asas atau aturan, adalah pengaturan dan juga mengatur cara melindungi

---

<sup>13</sup>Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013) h. 235.

<sup>14</sup><https://id.wikipedia.org/wiki/Tokopedia> diakses pada **23 November 2021**



kepentingan konsumen. Hukum secara keseluruhan adalah asas dan aturan hukum yang mengatur hubungan dan persoalan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan/atau jasa konsumen dalam kehidupan bermasyarakat..<sup>15</sup>

Menurut Mochtar Kusuma Atmadja, pengertian hukum perlindungan konsumen meliputi asas-asas umum dan aturan-aturan hukum yang mengatur hubungan dan persoalan antara berbagai pihak yang berkaitan dengan barang dan jasa konsumen dalam kehidupan sosial suatu masyarakat. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan Konsumen, di dalam Pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa perlindungan konsumen merupakan segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen. Perlindungan hukum bagi konsumen merupakan sebuah perangkat hukum yang diciptakan oleh lembaga pemerintah untuk dapat memberikan perlindungan hukum dan jaminan kepastian hukum bagi para konsumen dari berbagai permasalahan ataupun sengketa konsumen karena merasa dirugikan oleh pelaku usaha.

Sebagaimana dijelaskan dalam ensiklopedia Wikipedia, hukum konsumen mengatur hubungan hukum perdata antara konsumen sebagai individu dan bisnis yang menjual barang dan jasa. Perlindungan konsumen mencakup berbagai masalah. Namun, tidak terbatas pada tanggung jawab produk, hak konsumen, praktik bisnis yang tidak sehat, penipuan, pernyataan yang salah, dan hubungan lain antara konsumen dan pelaku bisnis. Hukum konsumen berkaitan dengan pembayaran kembali pinjaman, pembayaran pinjaman, perlindungan produk,

---

<sup>15</sup>Eli Wurua Dewi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2015), h 4

perjanjian layanan dan pembelian, aturan perundingan bersama, penetapan harga, penghentian, merger, pinjaman kepada orang-orang yang berisiko bangkrut, dan banyak lagi.

## **2. Prinsip dan Dasar Hukum**

Secara garis besar, prinsip-prinsip tanggung jawab produk di dalam hukum perlindungan konsumen dibedakan sebagai berikut:

### **a. Let The Buyer Beware**

- 1) Pelaku Usaha kedudukannya seimbang dengan konsumen sehingga tidak perlu proteksi.
- 2) Konsumen diminta untuk berhati-hati dan bertanggung jawab sendiri.
- 3) Konsumen tidak mendapatkan akses informasi karena pelaku usaha tidak terbuka.
- 4) Dalam UUPK Caveat Emptor berubah menjadi caveat venditor.

### **b. The due Care Theory**

- 1) Pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk berhati-hati dalam memasarkan produk, baik barang maupun jasa. Selama berhati-hati, ia tidak dapat dipersalahkan.
- 2) Pasal 1865 KUHP secara tegas menyatakan: “barangsiapa yang mengendalikan mempunyai suatu hak atau untuk meneguhkan haknya atau membantah hak orang lain, atau menunjuk pada suatu peristiwa, maka ia diwajibkan membuktikan adanya hak atau peristiwa tersebut.”
- 3) Kelemahan beban berat konsumen dalam membuktikan.

c. The Privity of Contract

- 1) Prinsip ini menyatakan, pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk melindungi konsumen, tetapi hal itu baru dapat dilakukan jika diantara mereka telah terjalin suatu hubungan kontraktual. Pelaku usaha tidak dapat disalahkan atas hal-hal diluar yang diperjanjikan.
- 2) Fenomena kontrak-kontrak standar yang banyak beredar di masyarakat merupakan petunjuk yang jelas betapa tidak berdayanya konsumen menghadapi dominasi pelaku usaha.

Di Indonesia, dasar hukum yang menjadikan seorang konsumen dapat mengajukan perlindungan adalah:

1. Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 5 ayat (1), Pasal 21 ayat (1), Pasal 21 ayat(1), Pasal 27 , dan Pasal 33.
2. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia tahun 1999 No. 42 Tambahan lembaran Negara Republik Indonesia No. 3821.
3. . Undang-Undang No. 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Usaha Tidak Sehat.
4. Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
5. Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2001 tentang Pembinaan Pengawasan dan Penyelenggaraan Perlindungan Konsumen.

6. Surat Edaran Dirjen Perdagangan Dalam Negeri No. 235/DJPDN/VII/200 tentang Penanganan pengaduan konsumen yang ditujukan kepada Seluruh dinas Indag Prop/Kab/Kota.
7. Surat Edaran Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri No. 795/DJPDN/SE/12/2005 tentang Pedoman Pelayanan Pengaduan Konsumen. Dengan diundang-undangkannya masalah perlindungan konsumen, dimungkinkan dilakukannya pembuktian terbalik jika terjadi sengketa antara konsumen dan pelaku usaha. Konsumen yang merasa haknya dilanggar bisa mengadukan dan memproses perkaranya secara hukum di badan penyelesaian sengketa konsumen (BPSK).

Dasar hukum tersebut bisa menjadi landasan hukum yang sah dalam soal pengaturan perlindungan konsumen.

### **3. Asas dan Tujuan Perlindungan Konsumen**

Pasal 2 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 menyatakan perlindungan konsumen diselenggarakan sebagai usaha bersama berdasarkan 5 (lima) asas yang relevan dalam pembangunan nasional, yaitu:

- a. Asas Manfaat, ditujukan untuk segala upaya penyelenggaraan perlindungan konsumen harus memberikan manfaat dan keuntungan yang sangat besar bagi kepentingan konsumen dan pelaku ekonomi atau pelaku usaha.
- b. Asas keadilan, bertujuan untuk memaksimalkan partisipasi seluruh warga negara dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan memenuhi kewajibannya secara adil.

- c. Asas keseimbangan, merupakan asas yang ditujukan untuk mencapai keseimbangan material atau spiritual antara kepentingan konsumen, pelaku ekonomi, dan pemerintah.
- d. Asas keamanan, dan keselamatan, merupakan perlindungan konsumen dengan bertujuan untuk memberikan rasa aman dan perlindungan kepada konsumen dalam penggunaan, pemanfaatan, dan penggunaan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan..
- e. Asas kepastian, hukum bertujuan untuk menjamin bahwa baik pelaku ekonomi maupun konsumen memperoleh keadilan dan keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen dan bahwa negara menjamin kepastian hukum bagi konsumen.

Pasal 3 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Pelindungan Konsumen mengemukakan, Perlindungan konsumen bertujuan:

- a. Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri.
- b. Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari eksekusi negatif pemakaian barang dan/atau jasa.
- c. Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen.
- d. Menciptakan sistem perlindungan yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi.

- e. Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan konsumen sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggung jawab dalam usaha.
- f. Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen.

#### **4. Hak dan kewajiban konsumen**

Hak konsumen termuat dalam Pasal 4 UUPK antara lain yaitu :

- a. Hak atas pendidikan konsumen
- b. Hak untuk mendapatkan ganti rugi atas praktik bisnis yang tidak adil, praktik bisnis yang mengekang, atau eksploitasi konsumen yang berlebihan.
- c. Hak untuk didengar dan diyakinkan bahwa kepentingan konsumen akan diterima berdasarkan pertimbangan pihak-pihak pada forum yang layak.
- d. Hak untuk terjamin untuk mendapatkan akses ke barang dan jasa dengan harga yang bersaing, sebisa mungkin.
- e. Hak untuk mendapatkan informasi tentang mutu dan jumlah barang dan jasa sehingga dapat terlindungi dari praktik bisnis yang tidak adil.
- f. Hak untuk dapat perlindungan terhadap pemasaran barang dan jasa yang berbahaya bagi kehidupan dan harta benda.

Kewajiban konsumen menurut UUPK antara lain sebagai berikut :

- a. Bersikukuh untuk meminta tanda pembelian atau kwitansi tanpa kecuali terhadap barang yang sudah dibeli.
- b. Membaca dengan teliti informasi di atas barang sebelum membeli.
- c. Jangan tergiur dengan iklan yang menyesatkan.
- d. Membeli barang yang terstandarisasi.
- e. Mengajukan tuntutan terhadap barang yang tidak baik pelayanannya, atau
- f. terhadap praktik bisnis yang tidak adil.

#### **5. Hak dan kewajiban pelaku usaha**

Pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen mengatakan, Hak pelaku usaha adalah :

- a. Hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan
- b. Hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik.
- c. Hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya didalam penyelesaian hukum sengkata konsumen.
- d. Hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.
- e. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundangan lainnya<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup>Pasal 6 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Hukum Perlindungan Konsumen

Pasal 7 UU Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen menyatakan, Kewajiban pelaku usaha adalah;

- a. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya.
  - b. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberikan penjelasan penggunaan, perbaikan, dan pemeliharaan.
  - c. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif.
  - d. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku.
  - e. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencobabarang dan/atau jasa tertentu serta meberi jaminan dan/atau garansi atas barangyang dibuat dan/atau yang diperdagangkan.
  - f. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibatpenggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yangdiperdagangkan.
  - g. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian
-



#### **D. Kebijakan Privasi**

Kebijakan privasi merupakan pusat informasi dimana pengguna dapat mengetahui bagaimana data mereka diolah oleh suatu perusahaan.

Simon Ginkhaef memberikan petunjuk terkait dengan prinsip-prinsip yang dibangun dalam privacy policy, bahwa keberadaan privacy policy pada awal digunakannya *E-commerce* menjadi petunjuk bagi penyedia online *marketplace* sistem untuk tidak melanggarnya karena hal tersebut menjadi dasar bagi itikad yang baik antar para pihak dalam melakukan aktivitas *E-commerce*, yaitu:

1. Diwajibkannya sistem pencatatan data yang sifatnya sangat rahasia.
2. Bagi data privasi yang telah tercatat, harus ada upaya yang diberikan bagi pemilik data untuk mengetahui bagaimana data privasi tersebut digunakan.
3. Bagi pemilik data privasi, harus dilakukan upaya untuk mencegah penggunaan data privasi yang tidak sesuai/bertentangan dengan kesepakatan yang telah disepakati dalam kebijakan privasi.
4. Harus ada cara bagi pemilik data pribadi untuk mengubah dan memperbaiki identitasnya.
5. Setiap pihak yang melanggar kebijakan privasi dengan mengumpulkan, menyalahgunakan, dan menyebarluaskan data privasi harus mengambil tindakan untuk memulihkan, memberikan kompensasi, dan mengamankannya di kemudian hari.

6. Prinsip-prinsip ini menjadi pedoman baik bagi konsumen maupun penyedia E-commerce dan penyedia sistem pasar online untuk mematuhi ketentuan di awal setiap kegiatan E-commerce, harus dinyatakan kebijakan privasi yang merupakan aturan dalam hubungan ekonomi .

Selain untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen, tujuan utama kebijakan privasi dalam kegiatan e-commerce adalah untuk memastikan bahwa data pribadi yang dimasukkan dalam kegiatan e-commerce tidak disalahgunakan dan tetap dirahasiakan. Ini juga mencakup memastikan bahwa penyedia layanan e-commerce dan penyedia sistem pasar online tidak melanggar rasa aman, kenyamanan, dan martabat konsumen itu sendiri.

Selain syarat dan ketentuan umum yang berguna memberikan informasi konsumen dalam memulai aktivitas e-commerce, konsumen juga harus mempertimbangkan kebijakan privasi yang ditujukan untuk mencegah penggunaan cookie agar tidak melanggar privasi konsumen. Teknologi sistem pasar online. Mengingat kebijakan privasi menjadi konsumen yang rentan, konsumen e-commerce disarankan untuk tidak menggunakan media tersebut.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup>Masitoh Indriyani, Nilam Andaria Kusuma Sari, Satria Unggul W.P., “*Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System*”, *Justitia Jurnal Hukum*, Vol.1/No.2/Oktober 2017, h. 203.