Integrative Perspectives of Social and Science Journal (IPSSJ)
ipssj.com ippsj2024@gmail.com E-ISSN: 3064-4011

DAMPAK KEBIJAKAN PERLINDUNGAN DATA PRIBADI: IMPLIKASI TERHADAP PRAKTIK PEMASARAN DIGITAL DI APLIKASI TOKOPEDIA INDONESIA

Lusi Lestari[1], Naura Athira[2], Rintan Gitaria[3], Sri Handayani[4]
[1]Fakultas Ekonomi/Akuntansi, Universitas Sriwijaya
*Corresponding email: lusi49603@gmail.com, nnauraathr@gmail.com, gitariarintan11@gmail.com, handayanisri70219@gmail.com

Abstrak: Pada era digital, tingginya pertukaran informasi menyebabkan kerentanan kebocoran data pribadi, yang berimplikasi pada privasi konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta gambaran yang mendalam mengenai implikasi kebijakan perlindungan data pribadi terhadap praktik pemasaran digital di aplikasi Tokopedia Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis data sekunder dari dokumen kebijakan, regulasi hukum, dan literatur akademik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen dan menjaga reputasi bisnis *e-commerce*. Kasus kebocoran 91 juta data pengguna Tokopedia menunjukkan lemahnya keamanan data pribadi. Walaupun Tokopedia telah menerapkan kebijakan privasi dan transparansi, tantangan seperti keamanan data yang rentan dan rendahnya pemahaman pengguna masih menjadi hambatan. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kebijakan privasi, edukasi pengguna, dan penggunaan teknologi keamanan yang kuat serta canggih.

Kata kunci: *Data Pribadi, Pemasaran Digital, Tokopedia*

Abstract: *In the digital era, the high exchange of information has led to vulnerabilities in personal data breaches, which impact consumer privacy. This study aims to provide an understanding and an in-depth overview of the implications of personal data protection policies on digital marketing practices in the Tokopedia application in Indonesia, The method used in this research is qualitative, with secondary data analysis from policy documents, legal regulations, and academic literature. The result of this study indicate that personal data protection plays a crucial role in building consumer trust and maintaining the reputation of e-commerce businesses. The breach of 91 million Tokopedia user data highlights the weakness in personal data security. Although Tokopedia has implemented privacy and transparency policies, challenges such as vulnerable data security and low user awareness remain obstacles. This study recommends strengthening privacy policies, educating users, and utilizing strong and advanced security technologies.*

Keywords*: Personal Data, Digital Marketing, Tokopedia*

PENDAHULUAN

Pertukaran informasi sangat mudah didapatkan akibat tingginya penggunaan teknologi internet. Hal ini bahkan membantu membuka berbagai peluang dan kesempatan dalam pengembangan, tetapi juga menimbulkan kerentanan terhadap gangguan privasi. Data dalam format digital yang tidak lagi dibatasi ruang dan wilayah akan membuat data pribadi seseorang lebih mudah untuk dipindahkan secara sewenang-wenang atau terungkap, tanpa adanya kendali oleh pemilik data tersebut. Belakangan ini banyak terjadi kasus terkait kebocoran data pribadi seseorang, seperti maraknya promosi produk yang mencakup properti, kartu kredit, asuransi, dan fasilitas pinjaman. Selain itu, banyak juga terjadi kasus pelanggaran privasi, terutama terkait data pribadi yang berujung pada tindakan penipuan. Padahal konsumen belum sama sekali memberikan data pribadinya pada produsen tersebut. Konsumen akan mengalami kesulitan untuk mengajukan komplain atas kerugian yang mereka alami akibat adanya ketidakjelasan mengenai pelaku pembocoran atau jual beli data pribadi serta ketidakjelasan mekanisme hukum yang diatur dalam undang-undang. Oleh karena itu, pembahasan terkait perlindungan data pribadi beserta mekanismenya sangat krusial untuk diterapkan.

Meskipun masalah pelanggaran data pribadi telah menjadi isu nyata dan mendesak, masalah privasi ini belum menjadi isu utama yang diperhatikan oleh masyarakat Indonesia. Padahal Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah pengguna aktif internet terbesar di dunia, sudah sepantasnya masyarakat Indonesia didorong untuk memiliki kesadaran terhadap

pentingnya hak privasi mereka. Pada kenyataannya, kebanyakan masyarakat Indonesia belum menganggap data pribadi sebagai bagian dari hak asasi manusia yang harus dilindungi, sehingga sering ditemukan seseorang yang tanpa sadar membagikan privasinya dengan sembarangan, termasuk informasi atau data pribadi tentang dirinya (Djafar, 2016).

Di era digital, preferensi dan kebiasaan belanja mengalami perubahan signifikan, yang mendorong perpindahan besar-besaran ke platform *e-commerce*. Harga yang bersaing, ketersediaan produk yang luas, dan berbagai kemudahan menjadi alasan utama yang menarik bagi konsumen platform ini. Akan tetapi, perubahan ini juga menciptakan tantangan dalam perlindungan privasi, keamanan data, hak, mekanisme penyelesaian sengketa, dan standar kualitas produk. Perlindungan data yang kuat dengan enkripsi serta keamanan protokol yang terjamin sangat dibutuhkan dalam keamanan transaksi yang krusial. Selain itu, hukum perlindungan konsumen merancang dan memuat prinsip-prinsip yang menjadi aturan serta menjamin perlindungan atas kepentingan konsumen. Hukum ini menegaskan bahwa perlindungan terhadap konsumen merupakan rangkaian tindakan yang berfungsi memberikan jaminan hukum untuk melindungi konsumen. Kebijakan tersebut tertuang dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 terkait Perlindungan Data Pribadi Konsumen di Indonesia. Oleh karena itu, pembahasan mengenai perlindungan konsumen yang memuat jaminan dan pemenuhan hak-hak konsumen dalam peraturan hukum yang berlaku diperlukan.

Pada masa digital saat ini, juga terjadi peristiwa manipulasi pasar yang telah mengalami perkembangan melebihi makna tradisionalnya. Pada mulanya, manipulasi pasar diartikan sebagai upaya perusahaan memanfaatkan kelemahan kognitif konsumen. Namun, perkembangan teknologi telah mengubah bentuk manipulasi ini secara drastis. Ancaman ini semakin meningkat karena tingginya aktivitas jual-beli barang konsumsi di Indonesia. Dari tahun 2022 hingga awal 2023, lebih dari 178 juta orang Indonesia membeli barang konsumsi secara online dengan total pengeluaran tahunan diperkirakan mencapai US$ 55,97 miliar (Prayuti, 2024).

Kasus peretasan data di Indonesia pernah terjadi pada *e-commerce* PT. Tokopedia, yang menyebabkan terjadinya kebocoran data. Ada sekitar 91 juta data pengguna bocor akibat ulah peretas. Data tersebut kemudian dijual bebas di *dark web* dengan harga sekitar US$ 5.000. Peretasan data Tokopedia terungkap setelah peretas bernama Whysodank membagikan hasil retasannya di forum Raid. Untuk menyelesaikan kasus peretasan data pengguna PT. Tokopedia, konsumen yang diwakili oleh Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) mengajukan gugatan kepada PT. Tokopedia dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Gugatan ini didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat dengan nomor perkara 235/PDT.G/2020/PN.JK.PST dan diklasifikasikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum. Hakim memutuskan untuk menolak gugatan tersebut karena dianggap bukan wewenang Pengadilan Negeri, melainkan menjadi tanggung jawab Pengadilan Tata Usaha Negara. Gugatan itu diajukan oleh Komunitas Konsumen Indonesia (KKI) terhadap Kominfo dan PT. Tokopedia (Zahara, 2022). Adapun rumusan masalah dari jurnal berikut:

1. Bagaimana Implikasi kebijakan perlindungan data pribadi terhadap praktik pemasaran digital di aplikasi Tokopedia?
2. Apa saja tantangan dan strategi yang dihadapi Tokopedia dalam perlindungan data pribadi terhadap praktik pemasaran digital?

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui pengumpulan data-data sekunder yang diperoleh dari analisis dokumen seperti kebijakan privasi Tokopedia, regulasi terkait

undang-undang, serta literatur akademik yang relevan. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta gambaran yang mendalam mengenai implikasi kebijakan perlindungan data pribadi terhadap praktik pemasaran digital di aplikasi Tokopedia. Kemudian memberikan rekomendasi yang relevan bagi pelaku industri dan pemangku kepentingan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perlindungan data pribadi berkaitan dengan bagaimana suatu informasi dijadikan sebagai "data pribadi" serta bagaimana cara melindunginya (Djafar, 2016). Data pribadi merupakan segala informasi yang dapat mengidentifikasikan seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media elektronik maupun non elektronik (OECD, 2004).

Menurut pasal 1 ayat (27) Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE). Peraturan tersebut mendefinisikan data pribadi sebagai informasi seseorang yang disimpan, dikelola, dijaga keakuratannya, serta dilindungi kerahasiaannya. Dalam melindungi data pribadi, terdapat dua metode utama yang digunakan. Pertama pengamanan data pribadi secara fisik. Lalu, kedua penerapan peraturan hukum yang bertujuan memberikan jaminan privasi dalam penggunaan data pribadi (Djafar, 2016). Tokopedia menunjukkan komitmennya dalam melindungi data pribadi pengguna melalui kebijakan privasi yang telah diterapkan. Kebijakan ini menjadi pedoman dalam penggelolaan data pribadi pengguna, termasuk saat pengguna mendaftar, mengakses, atau menggunakan berbagai fitur yang tersedia di platform tersebut (Delpiero, 2021).

Adapun Kasus Posisi Kebocoran Data pada Aplikasi Tokopedia. PT Tokopedia adalah sebuah entitas berbentuk Perseroan Terbatas yang memiliki status badan hukum yang didirikan serta beroperasi sesuai dengan hukum Negara Indonesia dan bergerak di sektor *e-commerce*. Setelah itu, PT Tokopedia disebut sebagai Tokopedia. Pihak ketiga yang tidak berwenang, yaitu Whysodank bertindak sebagai hacker tanpa ada hubungan dengan Tokopedia. Pada 20 Maret 2020, Whysodank meretas dan mencuri data pribadi pengguna Tokopedia. Kemudian, pada 23 April 2020, ia bergabung dengan komunitas *hacker* Raid Forums untuk menawarkan dan menjual data tersebut. Pada 1 Mei 2020, Whysodank membagikan 15 juta data pribadi pengguna yang diperoleh dari peretasan Maret 2020. Sebagian data dibagikan untuk meminta bantuan *hacker* lain dalam membuka algoritma enkripsi password akun pengguna Tokopedia yang masih terkunci. Pada 2 Mei 2020, Whysodank mengganti nama menjadi ShinnyHunters dan menjual 91 juta data pengguna Tokopedia, termasuk user ID, email, nama lengkap, tanggal lahir, jenis kelamin, nomor handphone, serta *password* yang masih terkunci, di web Empire Market seharga US$5.000 atau sekitar Rp74.000.000. Pada 3 Mei 2020, VP of Corporate Communications Tokopedia, Nuraini Razak, mengonfirmasi adanya pencurian data pribadi pengguna. Di hari yang sama, Tokopedia memastikan bahwa *password* tetap aman dan terlindungi. William Tanuwijaya sebagai CEO Tokopedia juga mengirimkan email blast pada seluruh pengguna, mengakui insiden tersebut, menyampaikan langkah investigasi yang dilakukan, serta merekomendasikan pengguna untuk mengganti *password* akun mereka (Akila & Diana, 2024).

Implikasi Kebijakan Perlindungan Data Pribadi Terhadap Praktik Pemasaran Digital

Perlindungan Data Pribadi

Perlindungan data pribadi di Tokopedia tidak hanya bertujuan untuk memenuhi regulasi, tetapi juga upaya mempertahankan reputasi dan membangun kepercayaan. Pelanggan menginginkan keamanan atas informasi pribadi mereka, seperti nama, alamat, dan detail kartu

kredit. Jika Tokopedia tidak mampu menjaga data ini, dampaknya bukan hanya sekedar denda, tetapi juga potensi kehilangan kepercayaan pelanggan (Alivia & Maslihati, 2022).

Ketika pelanggan merasa yakin bahwa data mereka terlindungi, mereka lebih cenderung berbelanja online, yang berperan penting dalam mempertahankan loyalitas mereka. Kepatuhan terhadap regulasi seperti GDPR di Eropa sangat krusial, karena pelanggarannya dapat berujung pada denda besar (Disemadi, 2023). Mengurangi risiko keamanan, seperti serangan *cyber* atau kebocoran data, menjadi langkah krusial untuk melindungi bisnis dari kerugian finansial serta reputasi. Perusahaan yang berkomitmen menjaga data pribadi dapat unggul dari pesaing dengan menawarkan nilai jual yang kuat. Perlindungan data pelanggan juga menjadi aset berharga, memungkinkan perusahaan memahami kebutuhan pelanggan dan meningkatkan penjualan. Selain itu, memiliki strategi yang matang dalam menangani kebocoran data mencerminkan keseriusan perusahaan dalam mengelola isu keamanan (Prayuti, 2024).

Perlindungan data pribadi juga berperan penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan serta menunjukkan komitmen perusahaan dalam melindungi kepentingan mereka. Setiap bisnis *e-commerce*, termasuk Tokopedia, perlu memprioritaskan perlindungan data pribadi. Hal ini bukan sekadar kewajiban hukum, tetapi juga landasan utama dalam menciptakan hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan dengan pelanggan. Dengan demikian, lingkungan belanja yang aman dapat terwujud (Prayuti, 2024).

Transparansi Informasi Perlindunggan Data

Transparansi dalam penggelolaan data sanggat penting bagi pemasar agar mereka dapat menggumpulkan dan menggunakan data secara jelas dan etis. Konsumen berhak menggetahui dengan jelas bagaimana data mereka dikumpulkan dan digunakan, serta perusahaan bertanggung jawab atas penggelolaannya (Sahabuddin, 2024). Sebelum data diproses, konsumen harus diberi informasi dan memberikan persetujuan terlebih dahulu, serta memiliki hak untuk mengakses dan memperbaiki data mereka. Selain itu, perusahaan juga harus merespons dengan baik jika terjadi pelanggaran data dan menyediakan cara yang adil untuk menyelesaikan masalah. Semua hal ini penting untuk menciptakan ekosistem *e-commerce* yang etis dan bertanggung jawab, sehingga hak-hak konsumen tetap dihargai dalam dunia yang semakin digital dan berbasis data. Transparansi juga membantu pengguna memahami bagaimana data mereka akan digunakan dan dilindungi (Prayuti, 2024).

Prinsip transparansi dapat membangun kepercayaan antara pemerintah dan masyarakat dengan memberikan informasi yang mudah diakses dan akurat. Jika *e-commerce* tidak transparan, hal ini dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan masyarakat, bahkan berpotensi menimbulkan masalah moral dan pelanggaran hak asasi manusia. Sebaliknya, transparansi dalam *e-commerce* dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Banyak masalah dalam transaksi dan layanan *e-commerce* muncul karena rendahnya transparansi yang menyebabkan ketidakpastian dalam pelayanan (Kartius & Angelina, 2024).

Transparansi informasi berperan penting sebagai penghubung antara etika pemasaran digital dan kepercayaan konsumen. Penelitian menunjukkan bahwa ketika perusahaan menjalankan praktik pemasaran yang etis, transparansi informasi membantu meningkatkan kepercayaan konsumen. Transparansi ini tidak hanya memberikan manfaaat langsung, tetapi juga memperkuat hubungan antara kedua aspek tersebut. Meskipun terdapat perbedaan pendapat di antara responden mengenai seberapa besar pengaruh transparansi informasi, sebagian besar sepakat bahwa transparansi yang tinggi dapat memperkuat dampat positif dari etika pemasaran digital terhadap kepercayaan konsumen. Dalam hal ini transparansi bertindak sebagai jembatan yang menghubungkan praktik etika dengan kepercayaan.

Studi oleh Thompson dan Clark (2020) menemukan bahwa konsumen percaya praktik etika perusahaan meningkatkan transparansi, yang kemudian meninkatkan kepercayaan mereka. Digital marketing insights (2022) juga melaporkan bahwa transparansi informasi yang tinggi memperkuat hubungan antara etika pemasaran digital dan kepercayaan monsumen. Selain itu, penelitian Nguyen dan Tran (2023) menunjukkan bahwa transparansi memiliki kontribusi yang signifikan dalam hubungan tersebut. Secara keseluruhan, tinjauan dari Journal of Marketing Theory (2024) menegaskan bahwa transparansi informasi tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat pengaruh etika pemasaran digital terhadap kepercayaan (Sahabuddin, dkk., 2024).

Penegakan Hukum dan Sanksi

Negara telah memberikan perlindungan kepada konsumen melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), jauh sebelum hadirnya UU ITE dan UU PDP. Setiap transaksi jual beli harus menjamin kenyamanan dan keamanan data pribadi konsumen. Hal ini sejalan dengan pasal 4 UU PK, yang mengatur hak-hak konsumen, termasuk "hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa". Penjual harus menjaga kerahasiaan data pribadi konsumen dengan itikad baik dan tidak menyebarkannya untuk tujuan yang tidak baik jika mereka meminta data tersebut sebelum transaksi elektronik terjadi. Hal ini sesuai dengan pasal 7 UU PK, yang mengatur bahwa salah satu kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik. Pendekatan keamanan yang proaktif dan dinamis diperlukan untuk menghadapi meningkatnya risiko serangan *cyber* dan kebocoran data (Priliasari, 2023).

Tantangan besar dalam penegakan hukum juga muncul akibat pesatnya perkembangan teknologi, termasuk kesulitan dalam menelusuri pelanggaran data lintas batas (Prayuti, 2024). Informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, dan data keuangan memiliki nilai besar dan rentan terhadap penyalahgunaan jika didapatkan oleh pihak yang tidak berwenang. Kekhawatiran terhadap keamanan dan kerahasiaan data pribadi semakin meningkat seiring dengan perkembangan *e-commerce*, yang telah mengubah cara transaksi dengan mempermudah pertukaran barang, jasa, dan data secara digital melalui internet. Oleh karena itu, di tengah kemajuan teknologi saat ini, perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi *e-commerce* menjadi hal yang sangat penting (Sastradipraja & Sid, 2022).

Mahkamah Konstitusi telah mengkaji secara mendalam hak atas privasi sebagaimana tercantum dalam Putusan Nomor 20/PUU-XIV/2016. Kajian ini berkaitan dengan pasal 28G Ayat (1) UUD 1945, yang menjamin perlindungan konstitusional atas data pribadi. Pasal tersebut menegaskan hak individu untuk melindungi diri, keluarga, reputasi, integritas, serta harta benda yang berada dalam kewenangannya, sekaligus memastikan keamanan dari potensi ancaman saat menggunakan hak-hak fundamental (Prayuti, 2024).

Dalam hal perlindungan data pribadi, beberapa negara, termasuk Indonesia, yang telah menetapkan regulasi yang mengatur aspek ini dalam transaksi *e-commerce*. Peraturan ini memberikan hak kepada konsumen untuk mengelola informasi pribadi mereka, menetapkan standar keamanan bagi penyedia layanan *e-commerce*, serta memberlakukan sanksi terhadap pelanggaran privasi dan keamanan data (Situmeang, 2021).

Tantangan dalam Perlindungan Data Pribadi Terhadap Praktik Pemasaran Digital

Ada banyak tantangan dalam melindungi data pribadi di era pemasaran digital, meskipun sudah ada berbagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat. Menurut penelitian Sari dan Putra (2021), salah satu masalah utama adalah banyak orang masih kurang paham tentang cara data pribadi bisa disalahgunakan dan bagaimana cara melindunginya. Sementara itu Aditya (2019) menemukan bahwa sebagian orang cenderung ragu menerima perubahan dan

kurang percaya pada teknologi baru, sehingga membuat perlidungan data pribadi semakin sulit diterapkan. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh dan melibatkan berbagai pihak (Zahwani, dkk., 2023).

Keamanan Data yang Rentan

Di Indonesia sendiri, kasus peretasan data pernah terjad pada *e-commerce* PT. Tokopedia dimana PT. Tokopedia mengalami kebocoran data pelangganya sekitar 91 juta data pengguna akibat diretas oleh seorang peretas yang kemudian data-data tersebut diperjual belikan secara bebas dihalaman *dark web* seharga U$$ 5000. Peretasan data milik Tokopedia ini diketahui dari peretas Whysodank dengan cara membocorkan hasil peretasan di forum raid (Zahara, 2022).

Di era digital yang berkembang pesat, data pribadi semakin rentan disalahgunakan atau bocor. Padahal melindungi data pribadi adalah bagian dari hak asasi manusia yang harus dijaga. Sebagai negara yang terus berkembang dan cepat mengadopsi teknologi, Indonesia memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga privasi warganya. Hak privasi sendiri berarti setiap individu berhak menjaga kerahasiaan dan keamanan data pribadinya. Dengan semakin banyaknya kasus penyalahgunaan data dan pelangganan privasi, setiap negara perlu memiliki regulasi yang kuat untuk memastikan perlindungan data pribadi masyarakatnya (Suari, dkk., 2023).

Kurangnya Pemahaman atau Edukasi Perlindungan Data Pribadi

Masih banyak pengguna internet yang belum tahu betapa pentingnya menjaga data pribadi mereka. Kurangnya pemahaman ini biasanya terjadi karena terbatasnya edukasi tentang masalah privasi dan keamanan data. Orang yang tidak bertanggung jawab bisa menyalahgunakan atau memanfaatkan data pribadi karena kebanyakan pengguna tidak mengerti cara melindunginya. Contohnya, banyak orang tidak menyadari bahwa data yang mereka unggah di media sosial bisa dimanfaatkan untuk pencurian identitas atau tindakan penipuan (Yamin, dkk., 2022).

Terbatasnya pemahaman tentang bahaya kebocoran data pribadi semakin diperburuk oleh rumitnya teknologi yang digunakan. Banyak pengguna yang kesulitan mengikuti kemajuan teknologi keamanan dan cara yang tepat untuk melindungi data. Sering kali, mereka lupa melakukan langkah-langkah keamanan dasar seperti membuat kata sandi yang kuat, rutin memperbarui perangkat lunak, atau mengaktifkan fitur autentikasi dua faktor. Di samping itu, banyak pengguna yang sering melewatkan membaca kebijakan privasi atau syarat dan ketentuan dari aplikasi dan layanan online, sehingga mereka tidak tahu bagaimana data mereka dikumpulkan, disimpan, dan digunakan.

Kurangnya kesadaran ini membuka peluang bagi penjahat siber untuk memanfaatkannya. Serangan siber seperti *phising*, *malware*, dan *ransomware* mudah menjadi sasaran empuk pengguna yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang cara melindungi data pribadi. Oleh sebab itu, meningkatkan wawasan dan pengetahuan pengguna melalui program edukasi dan kampanye masyarakat dan efektif sangatlah penting. Melalui wawasan yang lebih luas, pengguna mampu melakukan upaya preventif untuk mengamankan informasi pribadi mereka dan meminimalkan potensi penyalahgunaan data di ranah digital (Yamin, dkk., 2022).

Strategi yang Diterapkan Tokopedia

Penerapan Kebijakan Privasi Data yang Jelas

Dalam bahasa Indonesia, istilah "privasi" merujuk pada hal-hal yang bersifat pribadi atau urusan perseorangan. Definisi ini sejalan dengan pasal 28G Undang-undang Dasar 1945, yang menegaskan bahwa setiap individu memiliki hak untuk menjaga privasinya. Dengan adanya ketentuan ini, hak privasi diakui sebagai salah satu hak dasar yang harus dihormati dan dijamin bagi semua orang tanpa pengecualian (Mahameru, 2023).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Johnson dan Swartz (2019), menjaga keamanan data pelanggan dalam transaksi online sangatlah penting untuk mempertahankan integritas dan kepercayaan dalam dunia *e-commerce*. Mereka menekankan bahwa perusahaan *e-commerce* harus mengembangkan strategi perlindungan data yang kokoh guna mengurangi risiko kebocoran informasi pribadi pelanggan. Langkah ini tidak hanya bertujuan untuk melindungi data pengguna tetapi juga untuk memastikan kelangsungan bisnis yang bergantung pada kepercayaan konsumen. Sementara itu Chen dan Li (2020) berpendapat bahwa keamanan data memiliki peran penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan platform *e-commerce*. Mereka menyoroti bahwa tanpa system keamanan yang kuat, kepercayaan pelanggan dapat terganggu, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi loyalitas mereka terhadap suatu layanan atau platform. Oleh karena itu, mereka merekomendasikan penerapan teknologi keamanan yang canggih serta kebijakan perlindungan data yang ketat sebagai langkah untuk mengatasi ancaman siber yang semakin kompleks.

Sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, Tokopedia dapat menerapkan teknologi yang lebih canggih untuk meningkatkan perlindungan data pelanggan. Dengan memanfaatkan Internet of Things (IoT), Tokopedia dapat mengumpulkan dan menganalisis data secara *real-time* melalui jaringan perangkat yang saling terhubung. Teknologi ini memungkinkan platform untuk mengidentifikasi pola yang tidak biasa, mendeteksi aktivitas mencurigakan lebih cepat, serta memberikan respons yang lebih efektif terhadap potensi ancaman keamanan. Dengan sistem pemantauan yang berkelanjutan dan analisis yang lebih akurat, perlindungan data dapat semakin diperkuat, sehingga menikatkan rasa aman bagi para pengguna (2024) (Putri, 2024).

Sementara itu, Undang-undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) mengatur perlindungan data pribadi, termasuk bagaimana data konsumen dikumpulkan, diproses, dan digunakan oleh penyedia layanan digital. UU ini menegaskan bahwa perusahaan atau platform yang mengelola data pengguna harus menjaga kerahasiaan informasi tersebut dan memastikan keamanannya agar tidak disalahgunakan. Selain itu, UU ITE juga menetapkan sanksi hukum bagi siapa saja yang melanggar privasi atau menyalahgunakan data pribadi. Pelanggaran ini bisa mencakup berbagai tindakan, seperti pencurian data, penyebaran informasi pribadi tanpa izin, atau serangan siber yang mengancam keamanan data pengguna. Dengan adanya aturan ini, pemerintah berusaha mencegah berbagai ancaman terhadap privasi masyarakat di era digital. UU ITE bersama dengan undang-undang lain yang mengatur privasi, memiliki tujuan utama untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang hak dan kewajiban mereka dalam dunia digital. Melalui regulasi yang lebih jelas dan komprehensif, diharapkan konsumen bisa lebih terlindungi serta memahami bagaimana data pribadi mereka dikelola oleh berbagai layanan digital. Dengan begitu, setiap individu dapat lebih berhati-hati dan mengambil langkah-langkah yang tepat dalam menjaga privasi mereka di internet (Ardika, 2025).

Meningkatkan Pemahaman dan Edukasi Pengguna

Kepercayaan publik menjadi faktor utama dalam kesuksesan di era digital yang semakin terhubung. Salah satu elemen penting dalam membangun kepercayaan tersebut adalah transparansi dalam pengelolaan data. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan langkah-langkah perlindungan data yang lebih ketat, seperti penggunaan teknologi enkripsi yang lebih kuat, peningkatan standar keamanan, serta kebijakan transparansi yang lebih jelas. Di sisi lain, kesadaran konsumen mengenai privasi data juga harus ditingkatkan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, untuk membantu masyarakat memahami hak-hak mereka serta pentingnya menjaga data pribadi. Dengan kesadaran yang lebihltinggi, konsumen akan lebih aktif dalam melindungi informasi mereka sekaligus menuntut transparansi yang lebih besar dari perusahaan. Untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, kampanye kesadaran mengenai perlindungan data pribadi melalui media sosial dan platform digital menjadi strategi yang efektif. Selain itu, integrasi materi perlindungan data dalam kurikulum pendidikan juga diperlukan agar generasi muda memahami pentingnya menjaga privasi sejak dini (Fatmawati & Firdonsyah, 2024).

Edukasi yang lebih luas perlu terus dilakukan agar masyarakat semakin sadar akan pentingnya keamanan *cyber* dan perlindungan data pribadi. Dalam hal ini, kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan perusahaan teknologi sangat dibutuhkan untuk menyelenggarakan program edukasi, seperti workshop, seminar, dan kursus online, guna meningkatkan kesadaran masyarakat secara menyeluruh. Kurangnya perlindungan terhadap data pribadi dapat meningkatkan risiko penyalahgunaan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, individu harus lebih sadar dan berhati-hati dalam menjaga informasi pribadi mereka (Zahwani, 2023).

Sebagai bentuk dukungan terhadap peningkatan kesadaran ini, pemerintah turut serta dalam penyuluhan dan edukasi masyarakat melalui berbagai program, termasuk yang dijalankan oleh Diskominfo. Program ini mengajak masyarakat untuk lebih peduli dan aktif dalam melindungi data pribadi agar terhindar dari potensi risiko yang tidak diinginkan. Dengan sinergi antara pemerintah, lembaga pendidikan, perusahaan, dan masyarakat, ekosistem digital lebih aman, transparan, dan terpercaya dapat terwujud (Mahameru, 2023).

SIMPULAN

Perlindungan data pribadi mempunyai peran krusial dalam mempertahankan kepercayaan konsumen serta reputasi bisnis *e-commerce*, termasuk Tokopedia. Insiden kebocoran data 91l juta pengguna Tokopedia mengungkap kelemahan serius dalam sistem keamanan, yang menegaskan perlunya peningkatan perlindungan data di era digital. Meskipun Tokopedia telah menerapkan kebijakan privasi dan transparansi, tantangan seperti kerentanan sistem keamanan serta rendahnya kesadaran pengguna terhadap pentingnya menjaga data pribadi masih menjadi perhatian utama.

Dalam konteks pemasaran digital, kebijakan perlindungan data pribadi berimplikasi pada pentingnya transparansi dalam pengelolaan data serta kepatuhan perusahaan terhadap regulasi guna mempertahankan kepercayaan konsumen. Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan langkah strategis seperti memperkuat kebijakan privasi, meningkatkan edukasi pengguna mengenai keamanan data, serta mengadopsi teknologi perlindungan yang lebih modern.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, *e-commerce* seperti Tokopedia dapat menciptakan ekosistem digital yang lebih aman, etis, dan terpercaya, sekaligus menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Perlindungan data pribadi bukan hanya tuntutan

hukum, tetapi juga menjadi elemen fundamental dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan konsumen di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

Akila Nuranisa, and Diana Lukitasari. 'Tindak Pidana Pencurian Data Dan Privasi Pengguna Dalam Transaksi E-Commerce'. *Amandemen: Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik Dan Hukum Indonesia* 1, no. 2 (2024): 115–26. https://doi.org/10.62383/amandemen.v1i2.145.

Anggen Suari, Kadek Rima, and I Made Sarjana. 'Menjaga Privasi Di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia'. *Jurnal Analisis Hukum* 6, no. 1 (2023): 132–42. https://doi.org/10.38043/jah.v6i1.4484.

Ardika, I Wayan Cenik. 'Tinjauan Hukum Terhadap Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital : Kasus Kebocoran Data Pengguna Layanan', no. 3 (2025): 1–11.

Delpiero, Maichle, Farah Azzahra Reynaldi, Istiwati Utami Ningdiah, and Nafisah Muthmainnah. 'Analisis Yuridis Kebijakan Privasi Dan Pertanggungjawaban Online Marketplace Dalam Perlindungan Data Pribadi Pengguna Pada Kasus Kebocoran Data'. *Padjadjaran Law Review* 9, no. 1 (2021): 1–22. http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/plr/article/view/509.

Disemadi, Hari Sutra, Lu Sudirman, Junimart Girsang, and Meida Aninda. 'Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital : Mengapa Kita Perlu Peduli ?' *Sang Sewagati Journal* 1, no. 2 (2023): 67–90. https://journal.uib.ac.id/index.php/sasenal/article/view/8579.

Fatmawati, Yuli, and Arizona Firdonsyah. 'Penerapan Kebijakan Data Privacy Di Era Teknologi 5G Di Indonesia'. *Pencerah Publik* 11, no. 1 (2024).

Kartius, Nadia Angelina, and Nadia Angelina. 'Good Governance : Transparansi Layanan Publik Di Kantor Kecamatan Pasir Penyu Kabupaten Indragiri Hulu' 1, no. 1 (2024): 14–25.

Mahameru, Danil Erlangga, Aisyah Nurhalizah, Ahmad Wildan, Mochamad Haikal, and Mohamad Haikal Rahmadia. 'Implementasi Uu Perlindungan Data' 5, no. 20 (2023): 115–31.

OECD. OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data (Summary in Swedish)'. *OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data*, 2004, 1–19. https://doi.org/10.1787/9789264196391-sum-sv.

Pratiwi, Alivia Regista, and Maslihati Nur Hidayati. 'Penegakan Hukum Privasi Pada Aktivitas Perdagangan Elektronik', 2022, 1–58.

Prayuti, Yuyut. 'Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen Di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce Dan Perlindungan Data Konsumen Di Indonesia'. *Jurnal Interpretasi Hukum* 5, no. 1 (2024): 903–13. https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913.

Priliasari, Erna. 'PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA (Legal Protection of Consumer Personal Data in E-Commerce According To Laws Dan Regulations in Indonesia)'. *Jurnal Rechts Vinding* 12, no. 2 (2023): 261–79.

Putri, N C R, A Fauzi, M K Ali, and ... 'Strategi Peningkatan Keamanan Data Pelanggan Dalam Penjualan Online Di Tokopedia'. *Jurnal Siber Multi ...* 2, no. 1 (2024): 54–67. https://research.e-siber.org/JSMD/article/view/136%0Ahttps://research.e-siber.org/JSMD/article/download/136/87.

Sahabuddin, Romansyah, Hery Maulana Arif, Winda Lestari, and Elin Alviolin. 'Transparansi Informasi Sebagai Mediator Dalam Hubungan Etika Pemasaran Digital Dan Kepercayaan Konsumen Di E-Commerce' 2, no. 1 (2024): 27–37.

Sastradipraja, Cecep Kurnia, and Sain Segar K Sid. *E-Niaga: Konsep Dasar Dan Teknologi Pendukung*. Kaizen Media Publishing, 2022.

Situmeang, Sahat Maruli Tua. 'Penyalahgunaan Data Pribadi Sebagai Bentuk Kejahatan Sempurna Dalam Perspektif Hukum Siber'. *Sasi* 27, no. 1 (2021): 38. https://doi.org/10.47268/sasi.v27i1.394.

Djafar, Wahyudi, dkk. 'Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia'. *Correspondencias & Análisis*, no. 15018 (2016): 1–23.

Yamin, Ahmad Fachri, Annisa Rachmawati, Rio Aditia Pratama, and Jonathan Kevin Wijaya. 'Perlindungan Data Pribadi Dalam Era Digital: Tantangan Dan Solusi'. *Meraja Journal* 5, no. 3 (2022): 115–37.

Zahara, S A. *Perlindungan Hukum Data Pribadi Konsumen Pada Jasa Layanan E-Commerce Tokopedia*. *Repository.Unsri.Ac.Id*, 2022. https://repository.unsri.ac.id/79316/3/RAMA_74201_02011281823476_0003115706_0011088209_01_front_ref.pdf.

Zahwani[1], Syfa Tasya, Muhammad Irwan, and Padli Nasution[2]. 'Analisis Kesadaran Masyarakat Terhadap Perlindungan Data Pribadi Di Era Digital'. *Analisis Kesadaran Masyarakat (Zahwani, Dkk.) JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar* 2, no. 2 (2023): 105–9. https://doi.org/10.5281/zenodo.12608751.