

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sistem informasi dalam kehidupan manusia seiring berjalannya waktu dengan peradaban manusia itu sendiri sampai akhirnya mengenal istilah “Teknologi Informasi” (*IT/Information Technology*). Bentuk dari gambar yang tidak bermakna pada dinding-dinding, prasasti-prasasti, sampai informasi yang kemudian dikenal dengan nama internet.¹ Teknologi informasi adalah penggabungan antara teknologi perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Pengembangan teknologi perangkat keras (*hardware*) cenderung menuju ukuran yang kecil dengan kemampuan serta kapasitas yang tinggi, namun diupayakan harga yang relatif murah.

Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. perkembangan teknologi informasi telah memunculkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi, seperti *e-government*, *E-commerce*, *e-education*, *e-medicine*, *e-laboratory*, dan lainnya yang kesemuanya itu berbasiskan elektronik.²

Perkembangan teknologi telah memacu perubahan kebiasaan seseorang termasuk salah satunya dalam hal kebiasaan dibidang ekonomi dalam

¹ Yudha, Gusti Darma, Pemanfaatan Aplikasi Facebook Dalam Membangun E-Learning Dengan Metode Asynchronous Collaborative Learning Di Politeknik Cilacap’, *Jurnal Esensi*, Vol.4 No. 3, 2016, hlm. 104.

² *Ibid*

melakukan transaksi jual-beli. Apabila dahulu yang dimaksudkan transaksi jual-beli yang harus dilakukan secara tatap muka antara penjual dan pembeli di pasar nyata. Dalam hal ini di era digital sekarang fenomena transaksi jual-beli dilakukan melalui media elektronik. Aktivitas melalui media internet ini populer disebut dengan *electronic commerce (E-commerce)*.³

Electronic Commerce (E-commerce) adalah metode penjualan yang sedang berkembang pesat seiring perkembangan teknologi di zaman sekarang ini. *E-commerce* memberikan dampak yang sangat positif yakni dalam kecepatan dan kemudahan serta kecanggihannya dalam melakukan interaksi global tanpa batasan tempat dan waktu, jual-beli online memudahkan mencari barang yang diinginkan dengan cepat dan tentunya tidak menghabiskan banyak waktu dan energi karena yang dibutuhkan untuk mencari hanya komputer/gadget serta koneksi internet.⁴

Berdasarkan data pengguna internet di Indonesia yang meningkat setiap tahunnya ternyata berdampak pada transaksi *E-commerce* (jual beli melalui sistem elektronik) yang juga terus meningkat. Hal ini dikarenakan transaksi jual beli online melalui internet seperti pada media sosial memiliki sisi praktis dan ekonomis serta dapat memudahkan kedua belah pihak baik penjual maupun pembeli dalam melakukan kegiatannya. Pembeli dapat mencari barang yang sesuai dengan kriterianya dan membeli sesuai dengan apa yang

³ Rifaldi, *Transaksi E-Commerce Pada Facebook Marketplace Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, 2019, hlm. 1.

⁴ *Ibid*, hlm. 2

diinginkan. Sedangkan bagi penjual (*supplier*) dapat memasarkan barang dan produknya melalui internet seperti media sosial Facebook yang banyak diminati oleh masyarakat.⁵

Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang menjelaskan dalam lingkup perdagangan melalui sistem elektronik/*marketplace* adalah semua pihak yang menyediakan jasa dan/atau sarana Sistem Elektronik sehingga memungkinkan suatu transaksi untuk kegiatan usaha PMSE dapat dilakukan. Pelaku Usaha tersebut menyelenggarakan jasanya dengan menyediakan sistem aplikasi untuk digunakan sebagai sarana Komunikasi Elektronik guna memfasilitasi kegiatan usaha Perdagangan dan/atau penyelesaian PMSE, meliputi berbagai model bisnis sistem penyelenggaraan PMSE.⁶

Facebook *marketplace* yang termasuk dalam *social commerce* merupakan penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa,⁷ sedangkan platform shopee dan Tokopedia itu sebagai *marketplace* karena platform tersebut menyediakan pembayaran melalui sistem elektroniknya.

⁵ *Ibid*, hlm. 3

⁶ Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

⁷ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 Tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri (Dirjen PDN) Kementerian Perdagangan Isy Karim mengatakan bahwa Facebook, Instagram, dan WhatsApp mengajukan izin sebagai *social commerce*, bukan *E-commerce*.⁸ Isy menjelaskan, ketiga platform tersebut hanya terdaftar sebagai portal web dan media sosial. Grup meta tersebut pun belum mendapatkan perizinan sebagai *social commerce*.

Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri (Dirjen PDN) Kementerian Perdagangan memberitahukan dengan jelas bahwa Facebook masih terdaftar sebagai media sosial dan belum mendapatkan perizinan sebagai *social commerce*. Media sosial dan *social commerce* memiliki penjelasan dan fungsi yang berbeda. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik menjelaskan Pasal 1 Angka 18 Media Sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Pasal 1 Angka 17 *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. Pasal 1 Angka 13 Lokapasar (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik berupa situs web atau aplikasi

⁸ Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Kemendag: Facebook, Instagram dan WhatsApp Ajukan Izin "*Social Commerce*", Bukan *E-Commerce*, di akses pada 25 Juli 2024 pukul 15.12 WIB.

secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*Merchant*) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa.⁹

Di sisi lain, Facebook sangat banyak peminatnya dari umur remaja, dewasa, bahkan orang tua pun menggunakannya. Facebook marketing masih menjadi teknik jitu para pedagang terlebih para manusia BU atau orang-orang yang butuh uang. Pedagang online tersebut menggunakan Facebook untuk memasarkan barangnya kepada masyarakat umum. Facebook dianggap sebagai media sosial yang masih sangat banyak penggunanya sampai saat ini. Fitur *marketplace* Facebook inilah yang menjadikan penjual zaman sekarang masih menjalankan bisnisnya. Alasan yang membuat Facebook *marketplace* sampai saat ini masih menjadi tempat jual beli paling banyak digunakan yaitu media sosial dengan pengguna terbanyak, fitur *marketplace* yang lengkap, dan banyak menjual barang-barang murah.¹⁰

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi Pasal 1 Nomor 1 dan 2 dijelaskan 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 nonelektronik dan Pelindungan Data Pribadi adalah keseluruhan upaya

⁹ Pasal 1 angka 17 dan 18 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

¹⁰ Marketplace Facebook Masih Menjadi Tempat Jual Beli Paling Banyak Digunakan Oleh Orang Bu, Apakah Benar?, <http://komuniasik.com/marketplace-facebook-masih-menjadi-tempat-jual-beli-paling-banyak-digunakan-oleh-orang-bu-apakah-benar/>, diakses pada 19 September 2024 Pada Pukul 16.50 WIB.

untuk melindungi Data Pribadi dalam rangkaian pemrosesan Data Pribadi guna menjamin hak konstitusional subjek Data Pribadi.¹¹ Perlindungan data pribadi telah diatur dan dijamin oleh Peraturan perundang-undangan, pada kenyataannya masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi berupa kebocoran data pribadi yang berdampak buruk bagi pengguna Facebook *marketplace*.

Kebocoran data pribadi pengguna Facebook *marketplace* dapat kita temui pada oktober tahun 2023 penjahat dunia maya bernama ‘algotson’ di Discord, melanggar kontraktor yang mengelola layanan cloud untuk Facebook dan mencuri sebagian database penggunanya yang berisi 200 ribu entri dimana terungkap ada mengalami kebocoran.¹² Informasi yang tersebar mencakup nama, nomor telepon, alamat e-mail, id Facebook, hingga informasi profil pengguna lainnya.

Pelaku ancaman dapat menggunakan alamat email yang bocor secara *online* untuk serangan *phising* nomor ponsel pengguna Facebook *marketplace*. Nomor ponsel dan informasi pribadi yang terekspos juga berpotensi digunakan dalam serangan pertukaran SIM, memungkinkan mereka mencuri kode *multi-*

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.

¹² 200 Ribu Data Pengguna Facebook Marketplace Bocor Di Forum Hacker, <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20240215145425-192-1063044/200-ribu-data-pengguna-facebook-marketplace-bocor-di-forum-hacker>, diakses pada 20 Agustus 2024 Pada Pukul 15.25.

factor authentication yang dikirim melalui SMS dan membajak akun target mereka.¹³

Saat kebocoran data Facebook *marketplace* terungkap, meta, perusahaan di balik Facebook belum memberikan tanggapan resmi terkait kejadian tersebut. Keheningan mereka dalam menyikapi insiden ini menciptakan kekhawatiran yang lebih besar di antara pengguna Facebook dan komunitas digital secara umum. Kebocoran data Facebook *marketplace* bukanlah kejadian pertama yang dialami Meta. Pada November 2022 lalu, Meta didenda sebesar sekitar Rp4,4 triliun karena kegagalan dalam melindungi informasi pribadi pengguna Facebook.¹⁴

Di Indonesia terdapat perusahaan facebook yang bernama Meta Indonesia, Meta di Indonesia mengumpulkan berbagai informasi seputar materi yang penting mengenai Facebook, Instagram, Messenger dan WhatsApp dari berbagai program yang di jalankan pada halaman ini. Meta Indonesia memiliki tujuan dan berkomitmen untuk membantu masyarakat di seluruh Indonesia agar dapat terhubung dan membangun komunitas. Hal tersebut akan menjadi panduan yang baik untuk memahami, meningkatkan dan menerapkan kemampuan digital.¹⁵

¹³ 200 Ribu Dta Pengguna Facebook Marketplace Bocor di Forum Hacker, <https://www.liputan6.com/teknoread/5528128/200-ribu-data-pengguna-facebook-marketplace-bocor-di-forum-hacker?page=4>, diakses pada 20 Agustus 2024 Pada Pukul 16.00.

¹⁴Terungkap: 200 Ribu Data Pengguna Facebook Marketplace Bocor, <https://www.cloudcomputing.id/berita/200-ribu-data-facebook-bocor>, diakses pada 11 Juli 2024.

¹⁵ Mengasah keterampilan digital, <https://indonesia.fb.com/>, diakses pada 25 Desember 2024 pada Pukul 21.01.

Pasal 1 Angka 4 Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi menjelaskan Pengendali Data Pribadi adalah setiap orang, badan publik, dan organisasi internasional yang bertindak sendiri-sendiri atau bersama-sama dalam menentukan tujuan dan melakukan kendali pemrosesan Data Pribadi.¹⁶

Pasal 35 dan 36 Undang-Undang Nomor 27 tentang Pelindungan Data Pribadi menjelaskan bahwa pengendali data pribadi wajib melindungi dan memastikan keamanan data pribadi yang diprosesnya dan dalam melakukan pemrosesan data pribadi, pengendali data pribadi wajib menjaga kerahasiaan data pribadi.¹⁷

Pasal 47 Undang-Undang Nomor 27 tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi menjelaskan Meta Indonesia sebagai pengendali data pribadi yang mempunyai produk seperti, Facebook, Instagram, dan lainnya bertanggung jawab atas pemrosesan data pribadi dan menunjukkan pertanggung jawaban dalam pemenuhan kewajiban pelaksanaan prinsip pelindungan data pribadi.¹⁸

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas menunjukkan bahwa Facebook *marketplace* sebagai *social commerce* telah sesuai dengan penjelasan yang terdapat dalam Pasal 1 Angka 17 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui

¹⁶ Undang-Undang Nomor 27 tahun 2022 Tentang Pelindungan Data Pribadi

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

Sistem Elektronik, akan tetapi penggunaan kata “*marketplace*” tidak sesuai karena kedudukan Facebook *marketplace* yaitu *social commerce* bukan sebagai *marketplace*. Pihak facebook juga lalai dalam penyelenggaraan sistem elektroniknya karena terdapat kasus kebocoran data pribadi pengguna Facebook *Marketplace*. Maka dari itu penulis tertarik ingin melakukan penelitian dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul “***PERLINDUNGAN HUKUM ATAS KEAMANAN DATA PRIBADI PENGGUNA FACEBOOK MARKETPLACE SEBAGAI SOCIAL COMMERCE.***”

B. Rumusan Masalah

Bersumber pada latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis akan merumuskan masalah tersebut dalam beberapa poin, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana legalitas Facebook *Marketplace* sebagai *social commerce* di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum atas keamanan data pribadi pengguna media sosial Facebook dalam praktik perdagangan melalui Facebook *Marketplace*?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis Bagaimana legalitas Facebook *Marketplace* sebagai *social commerce* di Indonesia

2. Untuk menganalisis Bagaimana perlindungan hukum atas keamanan data pribadi pengguna media sosial Facebook dalam praktik perdagangan melalui Facebook *Marketplace*.

D. Orisinalitas Penelitian

Berdasarkan perolehan penelusuran kepustakaan dan peninjauan yang dilakukan oleh penulis berkaitan dengan penelitian, termuat beberapa karya ilmiah terdahulu yang berkaitan dengan pembahasan persoalan dalam penelitian ini, namun penulis mengambil judul ini tidak memiliki kesamaan dengan penelitian yang lain karena dalam penelitian penulis menjelaskan tentang kedudukan Facebook *Maerketplace* sebagai *Social Commerce* dan menjelaskan bagaimana perlindungan hukum atas keamanan data pribadi pengguna Facebook dalam praktik perdagangan melalui Facebook *Marketplace*, adapun penelitian yang memiliki persamaan pembahasan dengan penelitian ini diantaranya tercantum pada tabel dibawah ini :

1. Tabel perbandingan

No	Penulis	Judul dan Tahun	Perbedaan	Persamaan
1.	Rifaldi ¹⁹	“Transaksi <i>E-commerce</i> pada Facebook <i>marketplace</i> dalam perspektif ekonomi islam”, Skripsi, 2019, Universitas Islam	Perbedaan terletak pada fokus penulisan yaitu menganalisis mekanisme transaksi pada Facebook <i>marketplace</i> ditinjau dari perspektif ekonomi islam.	Kedua penelitian ini memiliki objek penelitian yang sama yaitu sosial commerce Facebook <i>marketplace</i> .

¹⁹ Rifaldi, Transaksi *E-commerce* Pada Facebook *Marketplace* Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Allaudin, Makassar, 2019.

		Negeri Alauddin, Makassar.		
2.	Moch. Rayhan Adityo Syahputra ²⁰	“Transaksi jual beli melalui aplikasi Facebook ditinjau dari Undang-Undang nomor 11 tahun 2008 tentang informasi transaksi elektronik”, 2023.	Perbedaan terletak pada fokus penelitian yaitu menganalisis ditinjau dari Undang-Undang 11 tahun 2008 tentang informasi transaksi elektronik dan penyelesaian sengketa dalam transaksi jual beli melalui Facebook.	Kedua penelitian ini memiliki objek penelitian yang sama yaitu Facebook <i>marketplace</i> .
3.	Stephanie Nathania Maramis, Merry Elisabeth Kalalo, Rudolf Sam Mamengko ²¹	“Kajian hukum tentang keabsahan jual beli online pada aplikasi Facebook”, 2023.	Perbedaan terletak pada rumusan masalah penelitian, jurnal tersebut memfokuskan mengenai keabsahan jual beli online melalui Facebook <i>marketplace</i> .	Kedua penelitian ini bahas objek penelitian yang sama, yaitu Facebook <i>marketplace</i> .

E. Tinjauan Pustaka

1. Perlindungan Hukum

Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea ke 4 yang berbunyi:

Untuk membentuk suatu pemerintahan negara Indonesia yang melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia dan untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan

²⁰ Moch. Rayhan Adityo Syahputra, Transaksi Jual Beli Melalui Aplikasi Facebook Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Transaksi Elektronik, *Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, Vol.3, No 3, Jurnal, 2023.

²¹ Stephanie Nathania, et al, Kajian Hukum Tentang Keabsahan Jual Beli Online Pada Aplikasi Facebook, *Lex Privatum*, Vol 11, No 4, Jurnal, 2023.

ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasar kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Negara Indonesia memiliki cita-cita dan tujuan bangsa melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia yang terdapat dalam pembukaan Undang-Undang Dasar 1945.²²

Perlindungan hukum yang dikemukakan oleh Philipus M. Hadjon terbagi menjadi 2, yaitu perlindungan hukum preventif yang merupakan sikap hati-hati untuk mencegah terjadi sengketa dan perlindungan hukum represif yakni penyelesaian sengketa di lembaga peradilan.

2. Perlindungan Data Pribadi

Perlindungan hak-hak pribadi diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 28G ayat (1), yang berbunyi 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 sesuatu yang merupakan hak asasi”. Dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi Pasal 1 angka 2 “Pelindungan Data Pribadi adalah keseluruhan upaya untuk melindungi data pribadi dalam rangkaian pemrosesan data pribadi guna menjamin hak konstitusional subjek data pribadi”.²³

²² Pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 alinea ke-IV

²³ Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi

Perlindungan Data Pribadi sebagai bagian dari hak atas privasi yang dikemukakan oleh Alan Westin yang untuk pertama kalinya mendefinisikan data atau privasi atau “*information privacy*” sebagai dari hak individu, kelompok atau lembaga untuk menentukan sendiri mengenai kapan, bagaimana dan sampai sejauh mana informasi tentang mereka dikomunikasikan atau tidak kepada pihak lain. Definisi yang dijelaskan Westin itu kemudian dikembangkan oleh pakar hukum yang lain, seperti Arthur Miller yang mendeskripsikan data privasi sebagai kemampuan individu untuk mengontrol penyebaran informasi terkait dirinya sendiri, karena melalui kemajuan teknologi informasi pribadi seseorang dapat diakses, diproses, dikumpulkan dan dimanipulasi dengan cepat dan murah. Westin memandang bahwasanya hak atas privasi tersebut tidak bersifat absolut sebab ada kewajiban sosial yang harus diperhatikan yang sama pentingnya dengan privasi.²⁴

Perlindungan Hukum atas penyalahgunaan data pribadi pada media sosial diatur dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik yang diakomodir dalam satu pasal yaitu pasal 26 yang berbunyi sebagai berikut:

- 1) Kecuali ditentukan lain oleh peraturan perundang-undangan, penggunaan setiap informasi melalui media elektronik yang

²⁴ Wahyudi Djafar, et. all *Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia*, ELSAM, Jakarta, 2016, e-book hlm. 5.

menyangkut data pribadi seseorang harus dilakukan atas persetujuan orang yang bersangkutan.

- 2) Setiap orang yang dilanggar haknya sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat mengajukan gugatan atas kerugian yang ditimbulkan berdasarkan Undang-Undang ini.
- 3) Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menghapus Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang tidak relevan yang berada di bawah kendalinya atas permintaan orang yang bersangkutan berdasarkan penetapan pengadilan.
- 4) Setiap Penyelenggara Sistem Elektronik wajib menyediakan mekanisme penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang sudah tidak relevan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 5) Ketentuan mengenai tata cara penghapusan Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4) diatur dalam peraturan pemerintah.²⁵

Dalam ayat 1 Pasal tersebut dijelaskan penggunaan data pribadi wajib dilakukan atas persetujuan pemilik data. Diperjelas lagi dalam bagian Pasal 26 ayat (1) bahwa perlindungan data pribadi merupakan bagian dari hak pribadi (*privacy rights*). Hak pribadi mengandung pengertian sebagai berikut:

²⁵ Pasal 26 ayat 1 sampai 5 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

- a. Hak pribadi merupakan hak untuk menikmati kehidupan pribadi dan bebas dari segala macam gangguan dari pihak manapun.
- b. Hak pribadi adalah hak untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain tanpa tindakan memata-matai.
- c. Hak pribadi adalah hak untuk mengawasi akses informasi tentang kehidupan pribadi dan data seseorang.

Penjabaran di atas sesuai dengan aturan turunan dari Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik ini, yakni dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Perlindungan Data Pribadi Dalam Sistem Elektronik Pasal 2 ayat (3) termuat definisi normatif mengenai hak pribadi atau privasi yaitu “Privasi sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a merupakan kebebasan Pemilik Data Pribadi untuk menyatakan rahasia atau tidak menyatakan rahasia Data Pribadinya, kecuali ditentukan lain sesuai dengan peraturan perundang-undangan”.

Penjelasan tersebut dapat dinyatakan bahwa privasi yaitu hak seseorang untuk membuka atau tidak membuka data pribadinya ke orang lain, maksudnya pemilik Data Pribadi memiliki kendali penuh atas data pribadinya tersebut.²⁶

²⁶ Lydia Kharista Saragih. et.all, Perlindungan Hukum Data Pribadi Terhadap Penyalahgunaan Data Pribadi Pada Platform Media Sosial, *Jurnal De'Rechtsstaat*, Vol. 6, No. 2, 2020, hlm 132-133.

3. Legalitas sesuai dengan Asas Kepastian, Kemanfaatan dan Keadilan

Hukum perdata menjelaskan fungsi dan tujuan hukum yaitu keadilan, kemanfaatan dan kepastian hukum. Seorang ahli bernama Theo Huijbers menjelaskan tiga tujuan hukum yang diantaranya:²⁷

- a. Memelihara kepentingan umum dalam masyarakat,
- b. Menjaga hak-hak manusia, dan
- c. Menjaga keadilan dalam hidup bersama.

Asas kepastian hukum dalam perdata menjelaskan bahwa perlu adanya kepastian yang berasal dari kekuatan hukum atau Undang-Undang yang mengikat dengan jelas dan mudah dipahami.²⁸

Keadilan dalam arti luas merupakan keadaan yang tidak memberatkan satu pihak atau tidak memihak orang tertentu.²⁹ Asas keadilan yang terdapat dalam hukum perdata menjelaskan bahwa adanya keputusan hukum harus adil dan seimbang bagi para pihak.

Asas kemanfaatan dalam hukum perdata secara umum dijelaskan mengenai kemashlahatan suatu pengaturan, apakah suatu pengaturan tersebut memberikan manfaat yang banyak atau malah sebaliknya.

²⁷ Niru Anita S, Peranan Asas-Asas Hukum Perjanjian Dalam Mewujudkan Tujuan Perjanjian, *Jurnal Binamulia Hukum*, Vol. 7 No. 2, Desember 2018, hlm 107.

²⁸ *Ibid.* hlm 118.

²⁹ Kania Dewi A, et. All. Tinjauan Teoritis Keadilan Dan Kepastian Dalam Hukum di Indonesia, *Jurnal Mimbar Yustitia*, Vol. 2 No.2, Desember, 2018, hlm. 149.

Sejatinya hukum yang baik adalah hukum yang memberikan mashlahat untuk banyak orang.³⁰

4. Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

Perdagangan melalui sistem elektronik yang selanjutnya disingkat (PMSE) adalah perdagangan yang transaksinya dilakukan melalui serangkaian perangkat dan prosedur elektronik. Pihak yang melakukan perdagangan melalui sistem elektronik yaitu pelaku usaha, konsumen, dan instansi penyelenggara negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang selanjutnya disebut para pihak.³¹

Hadirnya perdagangan jual beli melalui sistem elektronik membuat masyarakat menjadi lebih praktis mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan, dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 11 tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi elektronik menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi mempunyai peranan penting dalam perdagangan dan perkembangan perekonomian nasional untuk menjamin kesejahteraan masyarakat.³²

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 31 tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan

³⁰ Tata Wijayanta, Asas Kepastian Hukum, Keadilan, dan Kemanfaatan dalam Kaitannya dengan Putusan Kepailitan Pengadilan, *Jurnal Dinamika Hukum*, Vol. 14, No. 2, Mei, 2014. hlm. 222.

³¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

³² Zahra Afina Mahran dan Muhamad Hasan Sebyar, Pengaruh Peraturan Menteri Perdagangan (PERMENDAG) Nomor 31 Tahun 2023 terhadap Perkembangan E commerce di Indonesia, *Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, Vol. 1, No. 4, 2023, hlm. 52

Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik adalah Peraturan baru yang dikeluarkan oleh Menteri Perdagangan yang mengatur tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Sistem Elektronik. Dilahirkannya Peraturan ini memberikan kepastian hukum terhadap masyarakat yang ingin melakukan perdagangan melalui sistem elektronik.

5. *Marketplace*

Marketplace menjadi sebuah model bisnis baru yang berkembang seiring pesatnya perkembangan infrastruktur teknologi informasi. Dengan adanya *Marketplace* tersebut setiap orang dapat melakukan aktivitas jual beli dengan mudah, cepat dan murah karena tidak ada batas ruang, jarak dan waktu. Dalam *marketplace* para penjual dapat melakukan penjualan dengan memberikan informasi produk, informasi harga dan lainnya.³³

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Pasal 1 Angka 13 menjelaskan bahwa 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

³³ Rina Yustiani, et, all. Peran Marketplace Sebagai Alternatif Bisnis Di Era Teknologi Informasi, *Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika (KOMPUTA)*, Vol. 6, No. 2, Oktober, 2017, hlm. 46.

bagi Pedagang (Merchant) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa.³⁴

6. *Social Commerce*

Social commerce dijelaskan pada Pasal 1 angka 17 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yaitu *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. *Social Commerce* dilarang menyediakan fitur pembayaran langsung di dalam platform mereka. Ada beberapa metode pembayaran yang di sediakan yaitu, transfer bank, pembayaran tunai dan pembayaran menggunakan dompet digital (*e-wallet*), yakni seperti Shopeepay, Dana, Go-Pay, OVO, dan lainnya.³⁵

Menurut Kim & Park, *social commerce* memiliki karakteristik sebagai berikut:³⁶

a. *Reputation*

³⁴ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik

³⁵ Sungguh Ponten Pranata, Perlindungan Hukum terhadap Konsumen dalam Transaksi Jual Beli Online melalui Sosial Media, *Law Review Vol. 1, No. 3, 2023*, hlm 81

³⁶ Sherlly Christina Dewi. et. all, Konten Social Commerce Yang Dilakukan Oleh Usaha Lokal WHITELAB Dan Scarlett Di Instagram, *Jurnal E-Komunikasi, Vol. 10, No. 2, 2022*, hlm. 34.

Pembahasan tentang reputasi muncul setelah adanya kegalauan lingkungan dan ketidakpastian masa depan. Jadi perusahaan harus mengidentifikasi dan memotivasi pembeli, serta *opinion influencers* untuk menyediakan informasi yang positif tentang produknya melalui media sosial. Reputasi menjadi faktor yang penting untuk memotivasi konsumen berpartisipasi dalam *social commerce*.

b. *Size*

Karakteristik ini merupakan ukuran dari suatu perusahaan. Bukan hanya dari sisi infrastruktur maupun finansial, namun ke pandangan masyarakat terhadap perusahaan tersebut.

c. *Transaction safety*

Karakteristik ini menjadi dasar fundamental jika konsumen akan melakukan transaksi. Jauh lebih baik ketika tidak ada komplain dari konsumen yang masuk karena permasalahan transaksi.

d. *Communication*

Komunikasi yang terjadi di media sosial bisa berbentuk aneka ragam. Komunikasi disini merujuk pada proses formal maupun informal dimana konsumen menciptakan dan membagikan informasi satu sama lain untuk mencapai konsensus.

e. *Information quality*

Hal ini berbicara mengenai informasi yang lengkap, terbaru, dan akurat yang dipublikasikan kepada publik. Terutama tentang

produk atau jasa yang akan dijual/beli. Informasi itu perlu dapat diandalkan dan jelas. Faktor ini menjadi faktor utama dari partisipasi konsumen pada *social commerce*.

f. *Economic feasibility*

Hal ini bisa diartikan sebagai nilai tukar yang dapat diterima konsumen jika membeli produk/jasa tertentu. Karakteristik ini bisa berbentuk uang maupun bukan. Jadi, seberapa ekonomis nilai yang ditawarkan perusahaan terhadap mereka.

g. *Word-of-mouth referrals*

Ini merupakan aktivitas yang dapat dilakukan secara *online*. Jadi *Word-of-mouth referrals* yaitu sebagai aktivitas *online* dimana konsumen dapat bertukar informasi atau pengalaman untuk membantu orang lain membuat keputusan pembelian.

F. Definisi Operasional

Definisi Operasional bertujuan untuk menghindari kesalahpahaman dan perbedaan yang berkaitan dengan istilah dalam judul penelitian. Sesuai judul yang penulis angkat yaitu : Perlindungan hukum atas keamanan data pribadi pengguna Facebook *marketplace* sebagai *social commerce*, maka definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu sebagai berikut:

1. Perlindungan Hukum

Hukum memiliki fungsi sebagai pelindung kepentingan setiap orang. Perlindungan Hukum adalah perlindungan dan pengakuan terhadap hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum dalam negara hukum

yang berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku. Agar kepentingan setiap orang terlindungi, maka hukum harus dilaksanakan. Perlindungan hukum ada karena setiap orang mengharapkan kepastian hukum yang dapat menjamin adanya perlindungan bagi dirinya. Diharapkan memberi manfaat dan kegunaan bagi masyarakat untuk mencapai keadilan.³⁷

2. Data Pribadi

Menurut Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan data pribadi, 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 nonelektronik.

3. *Social Commerce*

Menurut Pasal 1 angka 17 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik pengertian *social commerce* yaitu penyelenggara media sosial yang menyediakan fitur, menu, dan/atau fasilitas tertentu yang memungkinkan Pedagang (*Merchant*) dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa.

4. *Marketplace*

Lokapasar (*Marketplace*) adalah penyedia sarana yang sebagian atau keseluruhan proses transaksi berada di dalam Sistem Elektronik

³⁷ Socha Tcefortin Indera Sakti, Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Jual Beli Tanah Letter C Di Bawah Tangan, *Jurnal Privat Law*, Vol. 7, No. 1, Januari-Juni 2020, hlm.148.

berupa situs web atau aplikasi secara komersial sebagai wadah bagi Pedagang (*Merchant*) untuk dapat memasang penawaran Barang dan/atau Jasa.³⁸

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian Hukum Normatif. Penelitian Hukum Normatif adalah penelitian yang berfokus pada pengkajian sebuah penelitian dalam bentuk kepustakaan menggunakan bahan hukum primer serta sekunder.³⁹

2. Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan Perundang-undangan (*Statute Approach*)

Penelitian Normatif harus menggunakan pendekatan perundang-undangan, karena yang akan diteliti yaitu berbagai haturan hukum yang menjadi fokus dan merupakan teman yang sentral dari suatu penelitian.⁴⁰

Pendekatan perundang-undangan digunakan oleh peneliti dengan cara menganalisis peraturan yang berkaitan dengan perlindungan hukum atas keamanan data pribadi penggunaan facebook *marketplace* sebagai *social commerce*, seperti: Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Undang-Undang ITE Nomor 1 Tahun 2024 Perubahan

³⁸ Peraturan Menteri Perdagangan No. 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

³⁹ Bachtiar, *Metode Penelitian Hukum* Universitas Pamulang Press, Tangerang 2019.

⁴⁰ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*, Edisi Pertama, Ctk. kedua, Pernamedamedia Group, Depok, 2018, hlm. 132

Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Penjelasan di atas, mengenai permasalahan yang diteliti akan dilakukan pembahasan dan dihubungkan dengan peraturan perundang-undangan.

b. Pendekatan Konseptual (conceptual approach)

Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*) yaitu jenis pendekatan dalam penelitian hukum yang memberi sudut pandang analisa penyelesaian permasalahan dalam penelitian hukum dilihat dari aspek konsep-konsep hukum yang melatarbelakanginya, atau bahkan dapat dilihat dari nilai yang terkandung dalam penormaan sebuah peraturan kaitannya dengan konsep yang digunakan.⁴¹

c. Pendekatan Kasus (case approach)

Pendekatan Kasus (*case approach*) yaitu salah satu jenis pendekatan dalam penelitian hukum normatif yang peneliti mencoba membangun argumentasi hukum dalam perspektif kasus konkrit yang terjadi

⁴¹ Pendekatan Perundang-Undangan (Statute Approach) Dalam Penelitian Hukum, <https://www.saplaw.top/pendekatan-perundang-undangan-statute-approach-dalam-penelitian-hukum/>, diakses tanggal 29 September 2024 pukul 19.51 WIB.

dilapangan, kasus tersebut erat kaitannya dengan kasus atau peristiwa hukum yang terjadi di lapangan.⁴²

3. Objek Penelitian

Objek Penelitian ini adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

4. Sumber Data Penelitian

a. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data atau keterangan atau fakta yang digunakan oleh seseorang yang secara tidak langsung dan diperoleh bahan-bahan kepustakaan, yang terdiri dari dokumen-dokumen, literatur, Peraturan perundang-undangan yang berlaku, teori-teori dan sumber-sumber tertulis lainnya yang relevan dan berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1) Bahan Hukum Primer

a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

b) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

⁴² Ibid

- c) Undang-Undang ITE Nomor. 1 Tahun 2024 Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- d) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi.
- e) Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- f) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder terdiri dari

- a) Literatur Buku.
- b) Jurnal Penelitian yang terkait dengan perlindungan hukum, jual-beli melalui sistem elektronik, *social commerce*, data pribadi, dan lain-lain.
- c) Situs-situs internet yang ada kaitannya dengan penelitian dan dapat dipertanggung jawabkan.

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah pelengkap data primer dan data sekunder berupa Kamus.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan Data sekunder melalui studi kepustakaan terhadap Peraturan perundang-undangan dan literatur lainnya yang berkaitan dengan isu penelitian.

5. Analisis Data

Analisis bahan hukum dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif dengan cara menjelaskan data yang telah diperoleh untuk kemudian dianalisis secara kualitatif sesuai dengan isu penelitian.

H. Kerangka Skripsi

Penulis melakukan penelitian dengan Judul, “Perlindungan Hukum Atas Keamanan Data Pribadi Pengguna Facebook *Marketplace* Sebagai *Social Commerce*” yang memuat 4 (empat) bab diantaranya bab pertama hingga bab terakhir yang akan disusun dari sudut pandang Hukum untuk menjawab isu dari penelitian ini.

Bab I merupakan Pendahuluan yang berisi Latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Orisinalitas Penelitian, Tinjauan Pustaka, Definisi Operasional, dan Metode Penelitian.

Bab II berupa Tinjauan Umum yang membahas tentang tinjauan pustaka pada bab sebelumnya untuk menjawab isu mengenai penelitian penulis sebagaimana tertera di bab tiga

Bab III merupakan analisis hasil penelitian mengenai isu yang terjadi guna mendapatkan jawaban terhadap permasalahan yang berkaitan dengan bab sebelumnya.

Bab IV berupa kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil analisis sudut pandang Hukum terkait isu penelitian.