

PERTANGGUNGJAWABAN HUKUM PLATFORM E-COMMERCE TERHADAP KEBOCORAN DATA PRIBADI KONSUMEN

Nanda Gusti Hari Permadani¹, Rosalinda Elsina Latumahina²

gustidani29@gmail.com¹, rosalindael@untag-sby.ac.id²

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Karakter Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi E-Commerce dan Pertanggungjawaban Hukum Platform E-Commerce Terhadap Kebocoran Data Pribadi Konsumen. Jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum normatif, dan menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa Secara normatif, karakter perlindungan hukum konsumen dalam e-commerce di Indonesia memiliki lima ciri utama: 1) karakter preventif, 2) karakter represif, 3) prinsip iktikat baik, 4) pengakuan bukti elektronik dan perjanjian digital, dan 5) akuntabilitas dan tanggungjawab hukum pelaku usaha. Serta bentuk pertanggungjawaban hukum platform e-commerce terhadap kebocoran data konsumen adalah sebagai berikut: 1) dari sisi teori hukum pertanggungjawaban, model yang digunakan dalam konteks e-commerce adalah tanggungjawab berbasis kelalaian (negligence liability), 2) Pasal 19 UU PK memberikan dasar tanggungjawab perdata apabila terjadi kerugian akibat produk atau jasa, termasuk layanan digital, 3) UU ITE secara eksplisit mengatur perlindungan data pribadi dalam Pasal 26, 4) Pasal 5 dan 6 UU ITE, menegaskan kekuatan hukum dokumen elektronik setara dengan dokumen tertulis, dan 5) Dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 19 PP PMSE, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjaga kerahasiaan, integritas, dan keamanan data pribadi yang dikumpulkan, digunakan, dan disimpan selama proses transaksi elektronik berlangsung.

Kata Kunci: Pertanggungjawaban Hukum, Perlindungan Konsumen, E-Commerce, Data Konsumen.

Abstract: The purpose of this study is to analyze the Character of Consumer Legal Protection in E-Commerce Transactions and the Legal Responsibility of E-Commerce Platforms for Consumer Personal Data Leaks. The type used in this study is normative legal research, and uses two approaches, namely the legislative approach and the conceptual approach. The results of the study show that normatively, the character of consumer legal protection in e-commerce in Indonesia has five main characteristics: 1) preventive character, 2) repressive character, 3) the principle of good faith, 4) recognition of electronic evidence and digital agreements, and 5) accountability and legal responsibility of business actors. And the form of legal responsibility of e-commerce platforms for consumer data leaks is as follows: 1) from the perspective of legal theory of responsibility, the model used in the context of e-commerce is negligence-based liability, 2) Article 19 of the Consumer Protection Law provides the basis for civil liability in the event of losses due to products or services, including digital services, 3) The ITE Law explicitly regulates the protection of personal data in Article 26, 4) Articles 5 and 6 of the ITE Law, affirming the legal force of electronic documents is equivalent to written documents, and 5) In Articles 15 to 19 of the PMSE PP, it is stated that business actors are obliged to maintain the confidentiality, integrity, and security of personal data collected, used, and stored during the electronic transaction process.

Keywords: Legal Accountability, Consumer Protection, E-Commerce, Consumer Data.

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis yang tumbuh dengan cepat dan kompetisi yang semakin ketat, para pelaku usaha harus mampu memanfaatkan potensi dan peluang yang ada secara optimal, mengatasi berbagai kelemahan dan tantangan, menciptakan keunggulan yang membedakan, serta membangun dan memperkuat hubungan baik dengan para pelanggan. Fenomena ini didorong oleh semakin meluasnya akses internet dan adopsi teknologi digital di masyarakat. Jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai sekitar 229,4 juta jiwa dari total populasi 284,4 juta jiwa, menciptakan pasar yang sangat besar dan menarik bagi pelaku e-commerce. Platform e-commerce utama seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan Lazada berperan penting sebagai penyedia layanan yang memudahkan transaksi jual beli secara online.¹

Keberadaan platform-platform ini mendukung pertumbuhan transaksi online yang meliputi beragam produk, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga barang elektronik dan fashion. Teknologi dan internet telah menciptakan peluang baru bagi bisnis untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi operasional, serta mempercepat perkembangan usaha. Persaingan global yang ketat mendorong para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam produk mereka dengan memanfaatkan teknologi yang tersedia guna menghadapi tantangan di kancah internasional.

Perkembangan e-commerce di Indonesia tidak hanya didorong oleh kemajuan infrastruktur digital, tetapi juga diperkuat oleh peran aktif pemerintah dalam mendorong transformasi digital. Pemerintah telah meluncurkan berbagai inisiatif untuk mendukung ekosistem e-commerce, termasuk pembuatan regulasi yang lebih mendukung, penyediaan infrastruktur yang lebih baik, serta program peningkatan literasi digital bagi masyarakat dan pelaku bisnis. Misalnya, kebijakan perpajakan khusus untuk e-commerce yang disahkan pada tahun 2025, penerapan hari khusus seperti Hari Belanja Produk Kreatif Nasional untuk mendukung promosi produk lokal, serta kolaborasi erat antara pemerintah dan pelaku industri guna memperkuat UMKM agar dapat berkembang dalam ekonomi digital. Semua langkah ini bertujuan menciptakan iklim industri yang sehat dan memperkuat ekosistem digital sebagai basis pertumbuhan ekonomi nasional.²

Fenomena ini menjadi salah satu pendorong utama perubahan dalam industri perdagangan, baik di tingkat global maupun lokal. Peran e-commerce dalam perekonomian daerah semakin signifikan seiring dengan meningkatnya penetrasi internet dan pemakaian perangkat digital oleh masyarakat. Di banyak daerah, *e-commerce* membuka peluang baru bagi pelaku usaha terutama usaha kecil dan menengah (UKM) untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Pada era ekonomi digital, yang sebenarnya sudah dimulai sejak tahun 1980-an, personal computer (PC) dan internet menjadi teknologi utama yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi dalam menjalankan bisnis. Dengan hadirnya platform digital, pelaku usaha lokal mampu menekan biaya operasional, meningkatkan efisiensi rantai pasok, serta memperbaiki pelayanan kepada pelanggan.³

Masalah yang sering dihadapi oleh platform *e-commerce* adalah terjadinya kebocoran data pelanggan, di mana data tersebut dijual oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Kebocoran data konsumen dalam *e-commerce* menjadi salah satu risiko penting yang harus diwaspadai oleh baik perusahaan maupun konsumen. Perlindungan terhadap data pribadi konsumen semakin menjadi masalah penting seiring dengan bertambahnya penggunaan internet dan media sosial. Informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, serta data lainnya yang dikumpulkan oleh berbagai

¹ Sakti Nugraha, Dwi Andayani, and M.S Tumanggor, 'Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Atas Terjadinya Pencurian Data Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia Berdasarkan Pasal 19 Dan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', 6.2 (2023) <<https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>>.

² Abdul Halim, 'Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce', *Jurnal Notarus*, 2.1 (2023), 1–10 <<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61c9230ccaf65/berapa-nilai-transaksi-e-commerce->>.

³ R Widodo, *Hukum Perdagangan Melalui Sistem Elektronik* (Jakarta: Prenada Media Group, 2020).

platform dan layanan, menjadi aset berharga bagi sejumlah pihak tertentu. Perusahaan *e-commerce* wajib mengikuti prinsip-prinsip perlindungan data pribadi, termasuk pengumpulan data secara wajar dan sesuai kebutuhan, pengelolaan data dengan cara yang aman, serta pemanfaatan data hanya untuk tujuan yang sah.

Bocornya data pelanggan dapat menimbulkan kerugian besar bagi konsumen, seperti pencurian identitas, penipuan finansial, atau pemanfaatan data untuk aktivitas kriminal. Selain itu, kebocoran tersebut juga berpotensi merusak reputasi perusahaan. Dengan demikian, menjaga keamanan data pribadi konsumen menjadi hal yang sangat krusial dan mendesak. Regulasi terkait perlindungan data pribadi dalam transaksi *e-commerce* berfungsi untuk mengatur proses pengumpulan, pemanfaatan, penyimpanan, serta perlindungan data pribadi oleh perusahaan dan platform *e-commerce*.⁴

Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan berbagai peraturan dan undang-undang untuk melindungi data pribadi pelanggan *e-commerce*. Di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi selanjutnya di sebut UU PDP yang mengatur secara komprehensif mengenai pengelolaan dan perlindungan data pribadi. Selain itu, terdapat aturan pelaksana seperti Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik selanjutnya disebut PP PMSE yang memuat kewajiban pelaku usaha untuk menjaga keamanan data pribadi pelanggan. Undang-undang ini juga mengatur sanksi bagi pihak yang melakukan pelanggaran dalam pengelolaan data pribadi, sehingga diharapkan dapat memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen di Indonesia dalam transaksi *e-commerce*. Selain UU PDP, peraturan lain yang berperan dalam perlindungan data pribadi adalah Undang- Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik selanjutnya disebut UU ITE serta Peraturan Menteri Kominfo Nomor 20 Tahun 2016 tentang Perlindungan Data Pribadi dalam Sistem Elektronik selanjutnya disebut Permen PDPSE yang mengatur tata kelola data pribadi di platform elektronik.

Dalam kasus kebocoran data pribadi yang sering terjadi pada layanan shopee dari sisi buyer adalah tiba-tiba buyer dikirim sebuah paket dengan metode pembayaran COD (*cash on delivery*) sedangkan buyer ini tidak merasa pesan. Dari sisi *seller* kerugian terdampak yang sangat terlihat adalah paket yang dikirim ke *buyer* ini kemudian di *return to seller*. Yang mana *seller* menanggung beban ongkir (ongkos kirim) pulang-pergi dan besar peluang paket yang dikirim ini *damage* atau rusak.

Berdasarkan isu hukum yang telah dipaparkan diatas terkait perlindungan data pribadi konsumen oleh pelaku usaha *e-commerce* yang mana seringkali terjadi kebocoran data dan dengan sengaja di perjual belikan oleh pelaku usaha *e-commerce*. Oleh karena itu timbul pertanyaan apa upaya hukum yang seharusnya dilakukan oleh konsumen ketika terjadi kebocoran data. Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pertanggungjawaban Hukum Platform E-Commerce Terhadap Kebocoran Data Pribadi Konsumen”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan hukum normatif. Pada jenis penelitian normatif yuridis ini lebih menekankan untuk menjawab permasalahan atau isu hukum (legal issues) yang ada. Mengenai rumusan masalah yang telah diajukan nantinya pada hasil penelitian ini akan tersampaikan preskripsi terkait apa yang sepatutnya dan pada penelitian hukum normatif ini hanya menitikberatkan pada penelitian norma hukum positif tanpa melihat implikasi atau praktik di lapangan (law in action).

Dalam penelitian ini menggunakan 2 metode pendekatan yaitu pendekatan perundang-

⁴ Muhamad Reza Ramadhan, Kurniawan, and Putri Raodah, ‘Tanggung Jawab Penyedia Jasa E-Commerce Terhadap Kerugian Konsumen Atas Kebocoran Data Pribadi Responsibility of E-Commerce Service Providers for Consumer Losses Due to Personal Data Leaks’, *Universitas Mataram*, 2025 <<https://www.hukumonline.com/berita/a/kasus-bocornya-data-pribadi-konsumen-belanja-online-marak->>.

undangan dan pendekatan konseptual. Pendekatan perundang-undangan merupakan pendekatan yang berfokus pada penerapan hukum yang berlaku, memecahkan suatu isu hukum melalui penelitian hukum yang memerlukan pendekatan-pendekatan tertentu sebagai dasar menyusun argumen yang tepat. Dalam penelitian ini digunakan dua pendekatan, yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) ini dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang berkaitan atau bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang diteliti, dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) yaitu dengan cara mempelajari berbagai pandangan dan doktrin ahli dalam ilmu hukum atau menelaah konsep pemikiran yang berkembang di dalam doktrin-doktrin disiplin ilmu hukum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi *E-Commerce*

Perlindungan hukum terhadap konsumen merupakan salah satu pilar penting dalam sistem hukum modern yang berorientasi pada keadilan sosial dan kepastian hukum. Dalam masyarakat yang menganut sistem ekonomi pasar bebas, konsumen seringkali berada pada posisi yang lemah dibanding pelaku usaha, baik dari segi informasi, daya tawar, maupun kemampuan memahami syarat transaksi. Oleh karena itu, negara melalui perangkat hukum hadir untuk memberikan jaminan perlindungan terhadap hak-hak konsumen sebagai bagian dari perlindungan hukum warga negara dalam kehidupan sosial dan ekonomi.

Menurut Satjipto Rahardjo, hukum berfungsi bukan hanya sebagai seperangkat aturan normatif, tetapi juga sebagai sarana rekayasa sosial (*social engineering*) untuk menciptakan masyarakat yang lebih adil dan seimbang. Dalam konteks ini, hukum perlindungan konsumen menjadi instrumen negara untuk menata hubungan ekonomi yang proporsional antara pelaku usaha dan konsumen.⁵

Secara yuridis, dasar hukum utama perlindungan konsumen di Indonesia adalah UU PK yang mendefinisikan perlindungan konsumen sebagai “segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.” Rumusan ini menegaskan keterkaitan erat antara perlindungan konsumen dan asas kepastian hukum dalam negara hukum (*rechtstaat*).

UU PK mengatur sejumlah hak konsumen sebagaimana tercantum dalam Pasal 4, antara lain: hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa; hak memperoleh informasi yang benar; hak didengar keluhannya; serta hak mendapatkan perlindungan hukum dan ganti rugi. Sementara itu, kewajiban pelaku usaha yang diatur dalam Pasal 7 meliputi kewajiban memberikan informasi yang benar dan jujur, menjamin mutu produk, serta memberikan kompensasi apabila konsumen mengalami kerugian.⁶

UU PK juga mengandung asas-asas pokok, yaitu Asas Manfaat, Asas Keadilan, Asas Keseimbangan, dan Asas Keamanan serta Kepastian Hukum. Asas-asas ini dilengkapi dengan prinsip universal perlindungan konsumen seperti tanggung jawab mutlak (*strict liability*), transparansi informasi, non-diskriminasi, dan akses terhadap keadilan (*access to justice*) yang menjadi landasan penting dalam mengantisipasi dinamika transaksi digital.⁷

Karakteristik lain yang menonjol adalah ketergantungan pada sistem digital dan penggunaan data pribadi konsumen, yang memunculkan isu keamanan siber dan penyalahgunaan data. Dalam transaksi elektronik, bukti hukum yang digunakan berupa dokumen elektronik seperti email, invoice digital, atau log transaksi, yang harus diakui sah secara hukum agar dapat digunakan sebagai alat bukti di pengadilan.⁸

⁵ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000).

⁶ M Yusriza, *Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020).

⁷ Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat Di Indonesia* (Surabaya: PT. Bima Ilmu, 1987).

⁸ Eko Soponyono, ‘Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Lintas Negara’, *Jurnal Mimbar Hukum*, 22.2 (2010).

Untuk menjawab kompleksitas tersebut, sistem hukum Indonesia membentuk struktur perlindungan berlapis melalui beberapa regulasi utama, yaitu:⁹

1. UUPK (UU No. 8 Tahun 1999) sebagai dasar hukum umum perlindungan konsumen;
2. UU PDP (UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi) sebagai perlindungan menyeluruh bagi warga negara, serta memastikan bahwa data pribadi dikelola dengan aman dan bertanggung jawab.
3. UU ITE (UU Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik) sebagai pengaturan khusus transaksi elektronik dan data pribadi;
4. (PP PMSE) PP No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik sebagai pelaksanaan teknis perlindungan konsumen dalam *e-commerce*.

UU PK memberikan landasan normatif terkait hak dan kewajiban konsumen serta pelaku usaha. Namun, karena disusun sebelum era digital berkembang, UU PK belum mencakup aspek teknis seperti kontrak elektronik dan perlindungan data pribadi. Oleh karena itu, UU ITE hadir melengkapi dengan pengaturan mengenai keabsahan perjanjian elektronik dan perlindungan data pribadi. Pasal 18 ayat (1) UU ITE menegaskan bahwa perjanjian elektronik sah apabila memenuhi syarat sahnya perjanjian menurut KUH Perdata, sementara Pasal 26 menegaskan bahwa penggunaan data pribadi seseorang harus didasarkan pada persetujuan pemiliknya.

Meskipun UU ITE memberikan legitimasi terhadap dokumen elektronik, ia belum mengatur secara rinci mekanisme perlindungan konsumen dalam transaksi digital, sehingga PP PMSE dikeluarkan untuk mengisi kekosongan tersebut. Dalam Pasal 10 PP PMSE ditegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang/jasa, sedangkan Pasal 13 mengakui keabsahan bukti elektronik dalam proses hukum. Pasal 15–19 menegaskan kewajiban menjaga keamanan sistem elektronik dan melindungi data pribadi konsumen, termasuk kewajiban memberi notifikasi jika terjadi kebocoran data.

Secara yuridis, pertanggungjawaban pelaku usaha *e-commerce* atas kebocoran data pribadi konsumen dapat dikaji melalui beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Pertama, UU PK memberikan dasar tanggung jawab perdata apabila terjadi kerugian akibat produk atau jasa, termasuk layanan digital. Pasal 19 UU PK menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat pelanggaran perjanjian atau kelalaian dalam menyediakan informasi atau layanan. Dengan demikian, kebocoran data pribadi yang menyebabkan kerugian pada konsumen seperti pencurian identitas, penipuan finansial, atau penyalahgunaan akun dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi atau perbuatan melawan hukum yang menimbulkan hak konsumen atas kompensasi.

Kedua, UU ITE, secara eksplisit mengatur perlindungan data pribadi dalam Pasal 26. Pasal ini menyatakan bahwa penggunaan informasi pribadi seseorang melalui media elektronik harus disertai dengan persetujuan dari yang bersangkutan. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat digugat secara perdata dan bahkan dapat dikenai sanksi pidana apabila terdapat unsur kesengajaan atau kelalaian yang menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, apabila pelaku usaha *e-commerce* lalai dalam menjaga sistem keamanannya sehingga terjadi kebocoran data, maka ia dapat dimintai pertanggungjawaban hukum baik secara perdata maupun pidana.

Ketiga, UU PDP terdiri dari 16 bab dan 76 pasal, dengan cakupan yang luas mulai dari definisi data pribadi, kewajiban pengendali data, hak subjek data, hingga sanksi bagi pelanggar. Regulasi ini dirancang untuk memberikan perlindungan menyeluruh bagi warga negara, serta memastikan bahwa data pribadi dikelola dengan aman dan bertanggung jawab.

Keempat, pengaturan teknis mengenai perlindungan data pribadi dalam transaksi *ecommerce*

⁹ Budi Agus Riswandi, *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2016).

dapat ditemukan dalam PP PMSE. Dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 19, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjaga kerahasiaan, integritas, dan keamanan data pribadi yang dikumpulkan, digunakan, dan disimpan selama proses transaksi elektronik berlangsung. Kewajiban ini mencakup penggunaan sistem elektronik yang andal dan memiliki fitur pengamanan yang memadai. Bahkan, Pasal 19 PP PMSE menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab apabila sistem yang digunakannya tidak mampu mencegah kebocoran data, kecuali dapat membuktikan bahwa kebocoran tersebut bukan akibat kelalaiannya.

Dari sisi teori hukum pertanggungjawaban, model yang digunakan dalam konteks *ecommerce* adalah tanggung jawab berbasis kelalaian (*negligence liability*) dan dalam beberapa kasus, strict liability, terutama jika terjadi kebocoran akibat kesalahan teknis sistem yang sepenuhnya dikuasai oleh pelaku usaha. Dalam konteks ini, beban pembuktian biasanya bergeser kepada pelaku usaha untuk membuktikan bahwa mereka telah menerapkan standar keamanan yang wajar dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Selain itu, dalam hukum konsumen modern, dikenal pula prinsip *accountability*, yaitu kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab penuh atas segala pengelolaan data yang berada di bawah kewenangannya, termasuk memberikan pemberitahuan apabila terjadi insiden kebocoran dan menyediakan mekanisme pemulihan kerugian.

Dengan demikian, pertanggungjawaban pelaku usaha *ecommerce* terhadap kebocoran data pribadi konsumen di Indonesia telah diatur secara normatif melalui UU PK, UU ITE, UU PDP dan PP PMSE. Regulasi tersebut memberikan dasar bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi dan mewajibkan pelaku usaha untuk menjamin keamanan data. Namun, efektivitas tanggung jawab tersebut masih memerlukan penguatan kelembagaan, harmonisasi regulasi, serta peningkatan literasi hukum digital bagi konsumen.

Sementara itu, dalam kerangka wanprestasi, pelaku usaha dianggap telah melanggar kewajibannya sebagaimana diatur dalam perjanjian atau syarat dan ketentuan layanan (*terms and conditions*) yang disepakati bersama konsumen. Hal ini relevan jika terdapat klausul perlindungan data yang menyatakan bahwa pelaku usaha akan menjaga kerahasiaan data pribadi. Pelanggaran terhadap ketentuan ini memungkinkan konsumen untuk menuntut pemenuhan perjanjian, penggantian kerugian, atau pemutusan hubungan hukum.

Secara normatif, karakter perlindungan hukum konsumen dalam e-commerce di Indonesia memiliki lima ciri utama:

1. Karakter Preventif, yang menekankan transparansi informasi agar konsumen dapat mengambil keputusan dengan sadar hukum. Kewajiban ini diatur dalam Pasal 10 PP PMSE.¹⁰
2. Karakter Represif, melalui mekanisme ganti rugi bagi konsumen yang dirugikan (Pasal 19 UU PK) serta kewajiban pelaku usaha menyediakan sarana pengaduan daring.
3. Prinsip Itikad Baik (*Good Faith*) dan Keterbukaan Informasi (*Transparency*), sebagaimana termaktub dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, yang menuntut pelaku usaha untuk bertindak jujur dan tidak menyesatkan.¹¹
4. Pengakuan Bukti Elektronik dan Perjanjian Digital, sebagaimana diatur dalam Pasal 5 dan 6 UU ITE, yang menegaskan kekuatan hukum dokumen elektronik setara dengan dokumen tertulis.
5. Akuntabilitas dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 15–19 PP PMSE, yang mewajibkan perlindungan data pribadi konsumen dan keamanan sistem elektronik.

Kelima karakter tersebut menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia mengadopsi pendekatan hybrid antara perlindungan hukum preventif dan represif, dengan menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang berhak atas kepastian hukum, keadilan, dan keamanan digital.

¹⁰ R Widodo. *Hukum Perdagangan Melalui Sistem Elektronik* (Jakarta: Prenada Media Group, 2020)

¹¹ R. Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2009).

2. Bentuk Tanggungjawab Hukum Platform E-Commerce terhadap Kebocoran Data Konsumen

Istilah konsumen berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yakni *consumer*, atau dalam bahasa Belanda “*consument*”, “konsumen”. Konsumen secara harfiah adalah “orang yang memerlukan membelanjakan atau menggunakan; pemakai atau pembutuh”. Pengertian tentang konsumen secara yuridis telah diletakan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, seperti UU PK Pasal 1 merumuskan sebagai berikut konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Marketplace selaku platform *ecommerce* merupakan sebuah tempat secara daring dimana penjual dapat membuat akun dan menjajakan barang dagangannya. Salah satu keuntungan berjualan di marketplace adalah penjual tidak perlu membuat situs atau toko online pribadi. Penjual hanya perlu menyediakan foto produk dan mengunggahnya yang kemudian dilengkapi dengan deskripsi produk tersebut. Selanjutnya, apabila ada pembeli yang ingin membeli produk yang ditawarkan tersebut, pihak penjual akan diberi notifikasi oleh sistem dari e-commerce tersebut. Sebagai saluran transaksi pemasaran yang masih tergolong baru, e-commerce lebih mengandung ketidakpastian dan risiko dibandingkan dengan transaksi yang dilakukan secara konvensional. Hal ini yang kemudian menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian secara online.¹²

Disamping kemudahan yang diberikan oleh pengguna jasa *ecommerce* terdapat pula kelemahan-kelemahan dari transaksi ini. Di dalam jual beli melalui internet sering kali terdapat kecurangan-kecurangan yang dilakukan baik oleh merchant maupun konsumen yang akan merugikan masyarakat. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 10 UU ITE, disebutkan bahwa transaksi elektronik adalah perbuatan hukum yang dilakukan dengan menggunakan komputer, jaringan komputer atau media elektronik lainnya. Transaksi jual beli secara elektronik merupakan salah satu perwujudan ketentuan di atas.¹³

Perkembangan teknologi elektronika yang sangat pesat telah menyebabkan perubahan perilaku masyarakat secara global. Segala sektor dalam kehidupan manusia dewasa ini, seakan tidak bisa lepas dari teknologi elektronika. Salah satu produk inovatif teknologi elektronika di bidang informasi dan komunikasi adalah internet (*interconnection networking*), yaitu suatu koneksi antar jaringan computer. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang telah menyebabkan dunia menjadi tanpa batas, pemasaran produk tidak hanya dilakukan melalui media massa seperti televisi, radio, koran, ataupun majalah, tetapi juga dapat dilakukan melalui dunia maya (*virtual world*). Penggunaan internet dan bisnis melalui internet berkembang sangat pesat, dan tentu juga diperlukan suatu aturan hukum untuk mengaturnya, sehingga dalam bisnis melalui internet atau dunia maya dapat dicapai ketertiban dan keamanan dalam berbisnis, dan tercapai pula keadilan bagi para pihak dalam berbisnis.¹⁴

Pertumbuhan belanja online membuktikan bahwa teknologi memberikan dampak positif terutama dalam bidang ekonomi dan bisnis. Teknologi tidak hanya membawa manfaat, tetapi teknologi juga membawa risiko keamanan. Dapat dikatakan orang Indonesia itu cepat melupakan sesuatu. Indonesia gerakan perlindungan konsumen mulai muncul dari sebuah lembaga konsumen yaitu YLKI, yang di anggap sebagai jembatan antara konsumen dan pelaku di Indonesia yang berdiri pada 11 mei 1973. Pergerakan lembaga ini cukup gesit pada saat itu bahkan mendahului Resolusi

¹² Ardiana Hidayah and Marsitiningasih, ‘Aspek Hukum Perlindungan Data Konsumen E-Commerce’, *Kosmik Hukum*, 20.1 (2020), 56–63 <<https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v20i1.8251>>.

¹³ *Ibid.*

¹⁴ Sutejo and Bertha Silvia, ‘Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran’, *Jurnal Manajemen*, 6.1 (2006), 123.

Dewan Ekonomi dan Sosial PBB (ECOSOC) No.2111 tahun 1978 tentang perlindungan konsumen.¹⁵

Tanggung jawab dalam KUH Perdata dapat bersumber dari wanprestasi dan perbuatan melawan hukum. Tanggung jawab yang bersumber dari wanprestasi seperti yang tertuang pada Pasal 1243 diawali oleh adanya perjanjian yang tentunya melahirkan hak dan kewajiban oleh para pihak yang terlibat. Apabila dalam melakukan hubungan hukum terhadap perjanjian tersebut terdapat salah satu pihak yang tidak melaksanakan atau melanggar kewajiban yang dibebankan maka pihak tersebut dapat dinyatakan telah melakukan wanprestasi dan atas perbuatannya tersebut maka dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum berdasarkan wanprestasi. Tanggung jawab yang bersumber pada perbuatan melawan hukum didasarkan adanya hubungan hukum yang berupa hak dan kewajiban yang bersumber pada hukum.

Tanggung jawab atas kerugian yang diderita pelaku usaha akibat dari pemakaian aplikasi jual beli online sudah seharusnya dibebankan kepada pihak penyedia aplikasi jual beli online. Tanggung jawab yang dimaksud ialah tanggung jawab dari adanya pelanggaran oleh pihak penyedia aplikasi yang dimana pelaku usaha dalam hal ini merchant merupakan konsumen dari platform e-commerce tersebut sehingga apa yang seharusnya menjadi hak dari pelaku usaha yang dimana dalam hal ini merupakan konsumen dari aplikasi jual beli online tidak terpenuhi sesuai dengan Pasal 6 UU PK yaitu hak untuk menerima pembayaran yang sesuai dengan kesepakatan mengenai kondisi dan nilai tukar barang dan/atau jasa yang diperdagangkan, hak untuk mendapat perlindungan hukum dari tindakan konsumen yang beritikad tidak baik, hak untuk melakukan pembelaan diri sepatutnya di dalam penyelesaian hukum sengketa konsumen, hak untuk rehabilitasi nama baik apabila terbukti secara hukum bahwa kerugian konsumen tidak diakibatkan oleh barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.¹⁶

Prinsip tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan adalah prinsip yang cukup umum berlaku dalam hukum perdata. Dalam KUH Perdata, khususnya pasal 1365, 1366, dan 1367, prinsip ini dipegang secara teguh. Prinsip ini menyatakan, seseorang baru dapat dimintakan pertanggung jawabannya secara hukum jika ada unsur kesalahan yang dilakukannya. Dalam pasal 1365 KUH Perdata yang lazim dikenal sebagai pasal tentang perbuatan melawan hukum, mengharuskan terpenuhinya empat unsur pokok, yaitu: a) Adanya perbuatan; b) Adanya unsur kesalahan; c) Adanya kerugian yang diterima; d) Adanya hubungan kausalitas antara kesalahan dan kerugian.

Terhadap beberapa kasus pelanggaran hak-hak konsumen, diperlukan kehati-hatian dalam menganalisa siapa saja yang bertanggung jawab dan seberapa jauh tanggung jawab yang di bebankan kepada pihak-pihak terkait Prinsip tanggung jawab hukum sebagaimana yang telah dikutip dari beberapa sumber dan ahli hukum maka merujuk kepada permasalahan mengenai ketidaksesuaian dan/atau kerusakan barang, maka teori tanggung jawab yang sudah seharusnya dibebankan terhadap pihak penyedia aplikasi jual beli online dalam memberikan kepastian hukum terhadap kerugian yang di derita konsumen ialah teori tanggung jawab berdasarkan unsur kesalahan atau liability based on fault yang demikian sejalan dengan ketentuan tentang ganti kerugian yang diatur dalam Pasal 19 huruf a Bab IV tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha dalam UU PK yang mengatur bahwa Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan".¹⁷

Pertanggungjawaban secara pidana merupakan sistem pertanggung jawaban menggunakan dua asas terpenting yaitu asas kesalahan dan asas legalitas dimana suatu pidana tidak ada bila tanpa adanya suatu kesalahan yang beriringan lurus. Pertanggungjawabannya berupa ancaman pidana penjara dan juga ancaman denda yang dijatuhkan kepada terdakwa yang bersalah dalam hal sengketa

¹⁵ Setia Putra, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce', *Jurnal Ilmu Hukum*, 4.2 (2014), 58.

¹⁶ Esther Dwi Magfirah, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce* (Jakarta: Grafikatama Jaya, 2007).

¹⁷ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2017).

ini. Adapun apabila pelaku usaha melanggar larangan memperdagangkan barang/jasa yang tidak sesuai dengan janji yang dinyatakan dalam label, etiket, keterangan, iklan atau promosi penjualan barang dan/ jasa tersebut, maka pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 ayat (1) UU PK dan bilamana pelaku usaha mengalami kerugian akibat perbuatan konsumen dapat melakukan gugatan sesuai dengan ketentuan wanprestasi diatur pada Pasal 1238 KUH Perdata.¹⁶

Dalam tataran yuridis, konsep pertanggungjawaban atas kebocoran data pribadi dalam transaksi e-commerce dapat dianalisis dari dua pendekatan: pertanggungjawaban berdasarkan perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) dan pertanggungjawaban berdasarkan wanprestasi (*breach of contract*). Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, seseorang yang karena kesalahannya telah menimbulkan kerugian pada orang lain, berkewajiban mengganti kerugian tersebut. Jika pelaku usaha e-commerce lalai dalam menyediakan sistem keamanan data yang layak, dan kelalaian itu menimbulkan kerugian pada konsumen, maka pelaku usaha tersebut dapat dianggap melakukan perbuatan melawan hukum.

Sementara itu, dalam kerangka wanprestasi, pelaku usaha dianggap telah melanggar kewajibannya sebagaimana diatur dalam perjanjian atau syarat dan ketentuan layanan (*terms and conditions*) yang disepakati bersama konsumen. Hal ini relevan jika terdapat klausul perlindungan data yang menyatakan bahwa pelaku usaha akan menjaga kerahasiaan data pribadi. Pelanggaran terhadap ketentuan ini memungkinkan konsumen untuk menuntut pemenuhan perjanjian, penggantian kerugian, atau pemutusan hubungan hukum.

Dari sisi teori hukum pertanggungjawaban, model yang digunakan dalam konteks e-commerce adalah tanggung jawab berbasis kelalaian (*negligence liability*) dan dalam beberapa kasus, *strict liability*, terutama jika terjadi kebocoran akibat kesalahan teknis sistem yang sepenuhnya dikuasai oleh pelaku usaha. Dalam konteks ini, beban pembuktian biasanya bergeser kepada pelaku usaha untuk membuktikan bahwa mereka telah menerapkan standar keamanan yang wajar dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Selain itu, dalam hukum konsumen modern, dikenal pula prinsip *accountability*, yaitu kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab penuh atas segala pengelolaan data yang berada di bawah kewenangannya, termasuk memberikan pemberitahuan apabila terjadi insiden kebocoran dan menyediakan mekanisme pemulihan kerugian.

Secara yuridis, pertanggungjawaban pelaku usaha e-commerce atas kebocoran data pribadi konsumen dapat dikaji melalui beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Pertama, UU PK memberikan dasar tanggung jawab perdata apabila terjadi kerugian akibat produk atau jasa, termasuk layanan digital. Pasal 19 UU PK menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat pelanggaran perjanjian atau kelalaian dalam menyediakan informasi atau layanan. Dengan demikian, kebocoran data pribadi yang menyebabkan kerugian pada konsumen seperti pencurian identitas, penipuan finansial, atau penyalahgunaan akun dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi atau perbuatan melawan hukum yang menimbulkan hak konsumen atas kompensasi.

Kedua, UU ITE, secara eksplisit mengatur perlindungan data pribadi dalam Pasal 26. Pasal ini menyatakan bahwa penggunaan informasi pribadi seseorang melalui media elektronik harus disertai dengan persetujuan dari yang bersangkutan. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat digugat secara perdata dan bahkan dapat dikenai sanksi pidana apabila terdapat unsur kesengajaan atau kelalaian yang menyebabkan kerugian. Oleh karena itu, apabila pelaku usaha e-commerce lalai dalam menjaga sistem keamanannya sehingga terjadi kebocoran data, maka ia dapat dimintai pertanggungjawaban hukum baik secara perdata maupun pidana.

Ketiga, pengaturan teknis mengenai perlindungan data pribadi dalam transaksi e-commerce dapat ditemukan dalam PP PMSE. Dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 19, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjaga kerahasiaan, integritas, dan keamanan data pribadi yang dikumpulkan, digunakan, dan disimpan selama proses transaksi elektronik berlangsung. Kewajiban ini mencakup

penggunaan sistem elektronik yang andal dan memiliki fitur pengamanan yang memadai. Bahkan, Pasal 19 PP PMSE menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab apabila sistem yang digunakannya tidak mampu mencegah kebocoran data, kecuali dapat membuktikan bahwa kebocoran tersebut bukan akibat kelalaiannya.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka bentuk pertanggungjawaban hukum platform *e-commerce* terhadap kebocoran data konsumen adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi teori hukum pertanggungjawaban, model yang digunakan dalam konteks *e-commerce* adalah tanggungjawab berbasis kelalaian (*negligence liability*) dan dalam beberapa kasus, terutama jika terjadi kebocoran akibat kesalahan teknis sistem yang sepenuhnya dikuasai oleh pelaku usaha. Selain itu, dalam hukum konsumen modern, dikenal pula prinsip *accountability*, yaitu kewajiban pelaku usaha untuk bertanggung jawab penuh atas segala pengelolaan data yang berada di bawah kewenangannya, termasuk memberikan pemberitahuan apabila terjadi insiden kebocoran dan menyediakan mekanisme pemulihan kerugian.
2. Pasal 19 UU PK memberikan dasar tanggungjawab perdata apabila terjadi kerugian akibat produk atau jasa, termasuk layanan digital. Menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat pelanggaran perjanjian atau kelalaian dalam menyediakan informasi atau layanan. Dengan demikian, kebocoran data pribadi yang menyebabkan kerugian pada konsumen seperti pencurian identitas, penipuan finansial, atau penyalahgunaan akun dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi atau perbuatan melawan hukum yang menimbulkan hak konsumen atas kompensasi.
3. UU ITE, secara eksplisit mengatur perlindungan data pribadi dalam Pasal 26. Pasal ini menyatakan bahwa penggunaan informasi pribadi seseorang melalui media elektronik harus disertai dengan persetujuan dari yang bersangkutan. Oleh karena itu, apabila pelaku usaha *e-commerce* lalai dalam menjaga sistem keamanannya sehingga terjadi kebocoran data, maka ia dapat dimintai pertanggungjawaban hukum baik secara perdata maupun pidana.
4. UU PDP memberikan aspek penting lainnya adalah mengenai kewajiban platform *e-commerce* untuk melakukan perekaman seluruh kegiatan pemrosesan data pribadi sebagaimana diatur dalam Pasal 31 UU PDP. Perekaman ini berfungsi sebagai alat bukti dan dokumentasi yang dapat digunakan untuk keperluan audit atau penyelesaian sengketa di kemudian hari. Selain itu, Pasal 32 UU PDP mewajibkan platform *e-commerce* untuk memberikan akses kepada subjek data atas data pribadinya serta rekam jejak pemrosesan dalam waktu paling lambat 3x24 jam sejak permintaan. Namun, berdasarkan Pasal 33, platform *e-commerce* dapat menolak akses perubahan data jika hal tersebut dapat membahayakan keamanan, kesehatan, atau kepentingan nasional.
5. Pengaturan teknis mengenai perlindungan data pribadi dalam transaksi *e-commerce* dapat ditemukan dalam PP PMSE. Dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 19, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjaga kerahasiaan, integritas, dan keamanan data pribadi yang dikumpulkan, digunakan, dan disimpan selama proses transaksi elektronik berlangsung. Kewajiban ini mencakup penggunaan sistem elektronik yang andal dan memiliki fitur pengamanan yang memadai. Bahkan, Pasal 19 PP PMSE menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab apabila sistem yang digunakannya tidak mampu mencegah kebocoran data, kecuali dapat membuktikan bahwa kebocoran tersebut bukan akibat kelalaiannya.

KESIMPULAN

Pertama. Secara normatif, karakter perlindungan hukum konsumen dalam *e-commerce* di Indonesia memiliki lima ciri utama:

1. Karakter Preventif, yang menekankan transparansi informasi agar konsumen dapat mengambil keputusan dengan sadar hukum. Kewajiban ini diatur dalam Pasal 10 PP PMSE.6

2. Karakter Represif, melalui mekanisme ganti rugi bagi konsumen yang dirugikan (Pasal 19 UU PK) serta kewajiban pelaku usaha menyediakan sarana pengaduan daring.
3. Prinsip Itikad Baik (*Good Faith*) dan Keterbukaan Informasi (*Transparency*), sebagaimana termaktub dalam Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata, yang menuntut pelaku usaha untuk bertindak jujur dan tidak menyesatkan.⁷
4. Pengakuan Bukti Elektronik dan Perjanjian Digital, sebagaimana diatur dalam Pasal 5 dan 6 UU ITE, yang menegaskan kekuatan hukum dokumen elektronik setara dengan dokumen tertulis.
5. Akuntabilitas dan Tanggung Jawab Hukum Pelaku Usaha, sebagaimana diatur dalam Pasal 15–19 PP PMSE, yang mewajibkan perlindungan data pribadi konsumen dan keamanan sistem elektronik.

Kedua. Bentuk pertanggungjawaban hukum platform *e-commerce* terhadap kebocoran data konsumen adalah sebagai berikut:

1. Dari sisi teori hukum pertanggungjawaban, model yang digunakan dalam konteks *e-commerce* adalah tanggungjawab berbasis kelalaian (*negligence liability*) dan dalam beberapa kasus, terutama jika terjadi kebocoran akibat kesalahan teknis sistem yang sepenuhnya dikuasai oleh pelaku usaha.
2. Pasal 19 UU PK memberikan dasar tanggungjawab perdata apabila terjadi kerugian akibat produk atau jasa, termasuk layanan digital. Menegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan ganti rugi atas kerugian konsumen akibat pelanggaran perjanjian atau kelalaian dalam menyediakan informasi atau layanan.
3. UU ITE secara eksplisit mengatur perlindungan data pribadi dalam Pasal 26. Pasal ini menyatakan bahwa penggunaan informasi pribadi seseorang melalui media elektronik harus disertai dengan persetujuan dari yang bersangkutan.
4. UU PDP memberikan aspek penting lainnya adalah mengenai kewajiban platform *e-commerce* untuk melakukan perekaman seluruh kegiatan pemrosesan data pribadi sebagaimana diatur dalam Pasal 31 UU PDP. Perekaman ini berfungsi sebagai alat bukti dan dokumentasi yang dapat digunakan untuk keperluan audit atau penyelesaian sengketa di kemudian hari.
5. Pengaturan teknis mengenai perlindungan data pribadi dalam transaksi *e-commerce* dapat ditemukan dalam PP PMSE. Dalam Pasal 15 sampai dengan Pasal 19, disebutkan bahwa pelaku usaha wajib menjaga kerahasiaan, integritas, dan keamanan data pribadi yang dikumpulkan, digunakan, dan disimpan selama proses transaksi elektronik berlangsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, 'Tanggung Jawab Penyedia Platform E-Commerce Dalam Melindungi Transaksi Jual Beli Melalui Platform E-Commerce', *Jurnal Notarus*, 2 (2023), 1–10 <<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/61c9230ccaf65/berapa-nilai-transaksi-e-commerce->>>
- Ardiana Hidayah, and Marsitiningasih, 'Aspek Hukum Perlindungan Data Konsumen E-Commerce', *Kosmik Hukum*, 20 (2020), 56–63 <<https://doi.org/10.30595/kosmikhukum.v20i1.8251>>
- Budi Agus Riswandi, *Hukum Informasi Dan Transaksi Elektronik* (Depok: Raja Grafindo Persada, 2016)
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2017)
- Eko Soponyono, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Elektronik Lintas Negara', *Jurnal Mimbar Hukum*, 22 (2010)
- Esther Dwi Magfirah, *Perlindungan Konsumen Dalam E-Commerce* (Jakarta: Grafikatama Jaya, 2007)
- M Yusriza, *Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi E-Commerce* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020)

- Muhamad Reza Ramadhan, Kurniawan, and Putri Raodah, 'Tanggung Jawab Penyedia Jasa E-Commerce Terhadap Kerugian Konsumen Atas Kebocoran Data Pribadi Responsibility of E-Commerce Service Providers for Consumer Losses Due to Personal Data Leaks', Universitas Mataram, 2025 <[https://www.hukumonline.com/berita/a/kasus-bocornya-data-pribadi-konsumen-belanja-online-marak->](https://www.hukumonline.com/berita/a/kasus-bocornya-data-pribadi-konsumen-belanja-online-marak-)
- Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, 2019
- Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Bagi Rakyat Di Indonesia* (Surabaya: PT. Bima Ilmu, 1987)
- R Widodo, *Hukum Perdagangan Melalui Sistem Elektronik* (Jakarta: Prenada Media Group, 2020)
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 2009)
- Sakti Nugraha, Dwi Andayani, and M.S Tumanggor, 'Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Atas Terjadinya Pencurian Data Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia Berdasarkan Pasal 19 Dan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen', 6 (2023) <<https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2>>
- Satjipto Raharjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000)
- Setia Putra, 'Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce', *Jurnal Ilmu Hukum*, 4 (2014), 58
- Sutejo, and Bertha Silvia, 'Internet Marketing: Konsep Dan Persoalan Baru Dunia Pemasaran', *Jurnal Manajemen*, 6 (2006), 123