

**PERLINDUNGAN DATA PRIBADI DI TENGAH MARAKNYA DIGITAL
PROFILING OLEH PLATFORM E-COMMERCE**

Yani Purwanti

Fakultas Hukum Universitas Esa Unggul, Jakarta.

Jl. Arjuna Utara Nomor 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat - 11510

Correspondence		
Email: yani.zeannie@student.esaunggul.ac.id	No. Telp:	
Submitted 28 Juni 2025	Accepted 2 Juli 2025	Published 3 Juli 2025

ABSTRACT

The rapid advancement of information technology has significantly transformed trade systems, particularly through e-commerce platforms. However, behind the convenience of digital transactions lies the widespread practice of digital profiling by e-commerce businesses, which raises serious concerns regarding the protection of consumers' personal data. Digital profiling is often conducted without the explicit consent of data owners, potentially violating privacy rights and opening opportunities for misuse of personal information. This article aims to analyze the legal framework for personal data protection in Indonesia within the context of digital profiling practices by e-commerce platforms, and to assess its effectiveness in safeguarding consumers' privacy rights. This study employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches. The findings indicate that although Indonesia has enacted Law Number 27 of 2022 concerning Personal Data Protection (PDP Law), the legal protection against digital profiling practices still faces several challenges, such as weak law enforcement, ambiguity in consent mechanisms, and low public digital literacy. Therefore, there is an urgent need to strengthen oversight of digital platforms, enhance accountability among data processors, and provide legal education to the public to achieve a balance between business interests and privacy rights. This study is expected to contribute to the development of more responsive legal policies in the face of the growing data-driven digital economy.

Keywords: Data protection, Digital profiling, E-commerce, Privacy, Regulation

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi informasi telah mendorong transformasi besar dalam sistem perdagangan, khususnya melalui platform e-commerce. Namun, di balik kemudahan transaksi digital, praktik digital profiling oleh pelaku usaha e-commerce *memunculkan* persoalan serius terhadap perlindungan data pribadi konsumen. Digital profiling yang dilakukan secara masif sering kali tanpa persetujuan eksplisit pemilik data, menimbulkan potensi pelanggaran hak privasi dan membuka celah penyalahgunaan informasi pribadi. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis regulasi perlindungan data pribadi di Indonesia dalam konteks praktik digital profiling oleh platform e-commerce serta menilai efektivitasnya dalam menjamin hak privasi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), implementasi perlindungan hukum terhadap praktik digital profiling masih menghadapi tantangan, seperti lemahnya penegakan hukum, ketidakjelasan mekanisme persetujuan, dan minimnya literasi digital konsumen. Oleh karena itu, perlu adanya penguatan pengawasan terhadap platform digital, peningkatan akuntabilitas pemroses data, serta edukasi hukum kepada masyarakat untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan bisnis dan hak privasi. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pembentukan kebijakan yang lebih responsif terhadap dinamika perdagangan digital di era ekonomi berbasis data.

Kata Kunci: Data pribadi, Digital profiling, E-commerce, Privasi, Regulasi

PENDAHULUAN

E-commerce berkontribusi paling besar terhadap angka tersebut dengan pertumbuhan mencapai dua digit setiap tahunnya. Namun, seiring dengan kemudahan dan percepatan transaksi digital, muncul isu serius mengenai keamanan dan perlindungan data pribadi konsumen. Salah satu praktik yang sering digunakan oleh *platform e-commerce* adalah *digital profiling*, yaitu pengumpulan, pengolahan, dan analisis data pengguna untuk membentuk profil perilaku konsumen. Profil ini kemudian digunakan untuk tujuan komersial seperti personalisasi iklan dan rekomendasi produk. Meskipun secara bisnis praktik ini menguntungkan, dari sudut pandang hukum dan etika, digital profiling menyimpan potensi pelanggaran hak privasi

konsumen, terutama bila dilakukan tanpa persetujuan eksplisit dan jelas dari pemilik data (Ramen A. Purba, 2020).

Fenomena ini menjadi semakin mengkhawatirkan karena masyarakat sering kali tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai bagaimana data mereka dikumpulkan, digunakan, dan disebarluaskan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) pada tahun 2022, sebanyak 65% responden menyatakan tidak mengetahui bagaimana data pribadinya dikelola oleh penyedia layanan digital. Selain itu, hanya 20% yang mengaku pernah membaca kebijakan privasi secara lengkap. Fakta ini menunjukkan adanya ketimpangan informasi antara penyedia platform dan konsumen sebagai subjek data, yang menempatkan konsumen pada posisi yang rentan.

Dalam konteks hukum nasional, Indonesia telah merespons kekosongan regulasi perlindungan data pribadi dengan mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Undang-undang ini merupakan tonggak penting dalam perlindungan hak privasi individu di ranah digital. UU PDP mengatur secara komprehensif mengenai hak subjek data, kewajiban pengendali data, serta mekanisme penegakan hukum terhadap pelanggaran. Namun, dalam praktiknya, masih terdapat berbagai tantangan implementatif, seperti ketidakjelasan mekanisme persetujuan, lemahnya pengawasan, dan ketiadaan lembaga pengawas independen yang berfungsi optimal (Danil Erlangga Mahameru, 2023).

Sebagaimana ditegaskan oleh John W. R. Phillips, perlindungan data pribadi bukan hanya persoalan hukum administratif, tetapi merupakan bagian dari pemenuhan hak asasi manusia. Di Indonesia, hak atas privasi telah diakui secara konstitusional dalam Pasal 28G ayat (1) UUD 1945 yang menyatakan bahwa "setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda." Selain itu, Pasal 3 huruf c UU PDP menyebutkan bahwa penyusunan dan penerapan kebijakan perlindungan data pribadi bertujuan untuk menjamin dan melindungi hak dasar warga negara.

Meskipun landasan normatif telah tersedia, praktik *digital profiling* oleh platform *e-commerce* masih sering dilakukan dengan minim transparansi dan akuntabilitas. Persetujuan (*consent*) sering kali bersifat semu, terselubung dalam syarat dan ketentuan yang panjang, teknis, dan sulit dipahami oleh pengguna awam. Sebagai akibatnya, pengguna cenderung menyetujui tanpa mengetahui secara pasti konsekuensinya. Hal ini bertentangan dengan prinsip-prinsip pemrosesan data yang sah dan adil sebagaimana diatur dalam Pasal 20 ayat (2) UU PDP, yang menyebutkan bahwa "pemrosesan data pribadi wajib didasarkan atas persetujuan yang sah dan dapat dibuktikan" (Budi Hermawan Bangun, 2023).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk menganalisis kesesuaian praktik digital profiling dengan prinsip dan ketentuan hukum perlindungan data pribadi, sekaligus menilai efektivitas UU PDP dalam menjamin hak-hak konsumen di tengah dominasi *platform* digital yang semakin kuat. Kajian ini juga penting dalam mengidentifikasi kelemahan normatif dan implementatif dari sistem perlindungan hukum yang ada, serta memberikan rekomendasi yang aplikatif untuk memperkuat perlindungan hak privasi di era perdagangan elektronik.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana praktik digital profiling dilakukan oleh *platform e-commerce* di Indonesia, dan sejauh mana praktik tersebut sejalan dengan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi?
2. Bagaimana efektivitas perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam menghadapi praktik *digital profiling* oleh *platform e-commerce*?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis legalitas praktik *digital profiling* oleh *platform e-commerce* berdasarkan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi.

2. Mengevaluasi efektivitas pelaksanaan perlindungan hukum data pribadi dalam konteks perdagangan elektronik di Indonesia.

Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memperkaya literatur hukum siber khususnya mengenai perlindungan data pribadi dalam *e-commerce*.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pembuat kebijakan, aparat penegak hukum, serta pelaku usaha digital untuk memperkuat kebijakan perlindungan data yang responsif dan berkeadilan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang menitikberatkan pada telaah terhadap norma-norma hukum positif yang berlaku. Data yang digunakan bersumber dari bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, khususnya:

- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE).
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Konstitusi UUD 1945 Pasal 28G ayat (1).

Selain itu, digunakan bahan hukum sekunder berupa buku teks, jurnal ilmiah, dan pendapat para ahli. Penelitian ini juga menganalisis pendekatan konseptual dengan mengkaji asas-asas dan doktrin hukum yang relevan, seperti prinsip "*informed consent*", prinsip "*purpose limitation*", dan prinsip "*data minimization*" yang juga dikenal dalam kerangka *General Data Protection Regulation (GDPR)* Uni Eropa, sebagai perbandingan internasional.

Menurut Soerjono Soekanto, metode yuridis normatif bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi efektivitas norma hukum dalam menjawab kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan ini relevan untuk mengkaji sejauh mana norma hukum yang ada, dalam hal ini UU PDP, mampu menjawab tantangan nyata dalam praktik perdagangan elektronik di Indonesia.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Praktik *Digital Profiling* oleh Platform *E-Commerce* di Indonesia dan Kesesuaiannya dengan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi **Konsep dan Praktik *Digital Profiling* dalam *E-Commerce***

Digital profiling merupakan praktik pemrosesan data yang dilakukan untuk membuat profil konsumen berdasarkan data pribadi yang dikumpulkan secara langsung maupun tidak langsung. Profil tersebut umumnya digunakan untuk menentukan preferensi, kebiasaan, perilaku pembelian, lokasi geografis, hingga potensi daya beli pengguna. Dalam konteks *e-commerce*, praktik ini dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi pemasaran berbasis personalisasi seperti iklan tertarget, rekomendasi produk otomatis, dan promosi diskon yang disesuaikan dengan perilaku konsumen tertentu.

Data pribadi yang dikumpulkan umumnya meliputi nama, alamat email, lokasi, nomor telepon, riwayat transaksi, data perangkat (*device*), alamat IP, dan *cookies*. Beberapa *platform e-commerce* besar seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan Blibli diketahui menggunakan teknologi pelacakan seperti *web beacons*, *pixels*, dan *third-party cookies* untuk merekam aktivitas pengguna selama mengakses platform mereka.

Menurut Yusron Asrofi (2020), *digital profiling* dalam konteks *e-commerce* menjadi praktik yang sulit diawasi karena mayoritas pengguna tidak memahami secara menyeluruh bentuk dan tujuan pemrosesan data yang dilakukan oleh penyedia layanan digital. Hal ini

disebabkan oleh kurangnya transparansi dari *platform* serta rendahnya literasi digital masyarakat Indonesia.

Di Indonesia, meskipun *platform e-commerce* mengklaim telah meminta persetujuan pengguna melalui syarat dan ketentuan atau kebijakan privasi, bentuk persetujuan ini umumnya bersifat implisit, tidak spesifik, dan tidak diberikan dengan pengetahuan utuh oleh pengguna. Padahal, berdasarkan prinsip hukum perlindungan data pribadi, persetujuan yang sah harus bersifat eksplisit, terinformasi, dan dapat ditarik kembali kapan saja oleh subjek data (Maichle Delpiero, 2021).

Landasan Hukum Perlindungan Data Pribadi di Indonesia

Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) sebagai kerangka hukum utama yang mengatur pemrosesan data pribadi, termasuk praktik *digital profiling*. Sebelum berlakunya UU ini, perlindungan data pribadi diatur secara sektoral melalui Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019, dan Peraturan Menteri Kominfo No. 20 Tahun 2016.

UU PDP mendefinisikan data pribadi sebagai “setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya.” (Pasal 1 angka 1 UU PDP). Sedangkan, pemrosesan data pribadi meliputi kegiatan pengumpulan, perekaman, penyimpanan, pengubahan, penghapusan, penggunaan, dan penyebarluasan data (Pasal 1 angka 3 UU PDP).

Dalam konteks *digital profiling*, setidaknya tiga prinsip hukum yang diatur dalam UU PDP relevan untuk dianalisis, yaitu:

- Prinsip Persetujuan (*Consent*) – Pasal 20 ayat (1): “Pemrosesan data pribadi dilakukan berdasarkan persetujuan dari pemilik data pribadi kecuali ditentukan lain oleh ketentuan peraturan perundang-undangan.”
- Prinsip Tujuan yang Spesifik dan Sah (*Purpose Limitation*) – Pasal 22 ayat (1): “Pengumpulan data pribadi dilakukan untuk tujuan spesifik, eksplisit, dan sah serta diberitahukan kepada subjek data.”
- Prinsip Pembatasan Waktu Pemrosesan – Pasal 16 huruf c: “Pengendali data wajib menyimpan data pribadi selama sesuai dengan tujuan pengumpulan.”

Berdasarkan ketentuan tersebut, maka praktik *digital profiling* yang dilakukan secara otomatis oleh *platform e-commerce* tanpa penjelasan eksplisit, tujuan yang sah, dan persetujuan yang jelas dari subjek data dapat dikategorikan melanggar ketentuan UU PDP.

Bentuk Ketidaksesuaian Praktik Digital Profiling dengan UU PDP

a. Ketiadaan Persetujuan yang Sah

Persetujuan merupakan dasar utama dalam pemrosesan data pribadi. Akan tetapi, *platform e-commerce* di Indonesia umumnya menggunakan metode *opt-in otomatis* dalam bentuk *checkbox* yang telah tercentang atau menyisipkan persetujuan di dalam dokumen kebijakan privasi yang panjang dan teknis. Pengguna biasanya tidak membaca secara menyeluruh kebijakan tersebut dan langsung menyetujui karena ingin segera mengakses layanan.

Dalam praktiknya, bentuk persetujuan seperti ini tidak dapat dikategorikan sebagai persetujuan eksplisit dan terinformasi sebagaimana disyaratkan oleh Pasal 20 ayat (3) UU PDP, yang menyatakan:

“Persetujuan harus diberikan secara tertulis atau terekam secara elektronik dan dapat dibuktikan.”

Selain itu, Pasal 21 ayat (1) mengatur bahwa persetujuan hanya sah apabila diberikan secara bebas, spesifik, dan berdasarkan informasi yang jelas dan mudah dimengerti. Dalam hal ini, model persetujuan umum (*general consent*) yang digunakan *platform* dapat dianggap tidak sah karena tidak memenuhi syarat tersebut.

b. Pengumpulan Data Berlebihan dan Tanpa Tujuan Spesifik

Platform e-commerce umumnya mengumpulkan data secara luas, termasuk informasi yang tidak secara langsung berkaitan dengan tujuan transaksi. Misalnya, beberapa aplikasi *e-commerce* meminta akses ke galeri foto, kontak telepon, atau mikrofon pengguna, padahal tidak relevan dengan layanan yang diberikan. Hal ini melanggar prinsip *data minimization* dan *purpose limitation* sebagaimana diatur dalam Pasal 22 ayat (1) dan (2) UU PDP, yang menyatakan bahwa data harus dikumpulkan sesuai dengan tujuan spesifik, eksplisit, dan sah. Pengumpulan data yang tidak proporsional dengan layanan yang ditawarkan dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap hak privasi pengguna.

c. Penggunaan Data oleh Pihak Ketiga Tanpa Izin

Sebagian *platform e-commerce* juga bekerja sama dengan pihak ketiga seperti perusahaan periklanan digital dan analisis data. Data pengguna sering kali dibagikan atau diperjualbelikan kepada entitas lain tanpa pemberitahuan atau persetujuan eksplisit dari pemilik data. Padahal, menurut Pasal 56 ayat (1) UU PDP, setiap bentuk pemindahan data pribadi ke pihak ketiga memerlukan persetujuan pemilik data dan hanya boleh dilakukan sesuai dengan tujuan awal pengumpulan.

d. Kurangnya Mekanisme Penarikan Persetujuan

UU PDP memberikan hak kepada subjek data untuk menarik kembali persetujuan atas pemrosesan data pribadinya sebagaimana diatur dalam Pasal 19 ayat (1). Namun dalam praktiknya, banyak *platform e-commerce* tidak menyediakan mekanisme yang mudah untuk menarik kembali persetujuan tersebut. Bahkan ketika pengguna menghapus akun, data tetap disimpan dalam server perusahaan tanpa informasi jelas mengenai periode penyimpanan dan penghapusannya.

Tinjauan Terhadap Hak Subjek Data dan Kewajiban Pengendali Data

UU PDP memberikan sejumlah hak kepada subjek data, antara lain hak untuk mendapatkan informasi, hak untuk memperbaiki data, hak untuk menghapus data, hak untuk menarik persetujuan, serta hak untuk menolak pemrosesan otomatis termasuk *profiling* (Pasal 6 s.d. Pasal 15).

Sementara itu, *platform e-commerce* yang bertindak sebagai pengendali data memiliki kewajiban hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 16 UU PDP, antara lain:

- Menjamin keakuratan dan relevansi data.
- Melindungi data dari akses ilegal.
- Menyediakan sistem untuk pengaduan.
- Menunjuk pejabat perlindungan data pribadi (DPO).

Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar platform belum memenuhi kewajiban tersebut. Banyak perusahaan belum menunjuk DPO, tidak menyediakan saluran pengaduan, serta tidak memberikan edukasi yang memadai kepada pengguna.

Menurut Prof. Dr. Agus Sardjono, pakar hukum kekayaan intelektual dan teknologi dari Universitas Indonesia, “Platform digital di Indonesia terlalu fokus pada pengembangan produk dan monetisasi data, sementara aspek perlindungan hukum terhadap pengguna masih dianggap beban tambahan, bukan kewajiban moral dan hukum” (Prof. Dr. Agus Sardjono, 2022).

Urgensi Penegakan Hukum dan Peran Pemerintah

Ketiadaan lembaga pengawas independen sebagai regulator perlindungan data menjadi salah satu hambatan utama dalam implementasi UU PDP. Meskipun Pasal 58 UU PDP menyebutkan rencana pembentukan lembaga pengawas yang bertanggung jawab kepada Presiden, hingga pertengahan 2025 lembaga ini belum sepenuhnya terbentuk dan beroperasi.

Tanpa adanya lembaga pengawas yang memiliki fungsi investigasi, audit, dan penjatuhan sanksi administratif, maka ketentuan dalam UU PDP berpotensi menjadi norma “mati” yang tidak dapat ditegakkan secara efektif. Oleh karena itu, dibutuhkan akselerasi pembentukan

lembaga pengawas perlindungan data yang independen, profesional, dan memiliki kewenangan memadai.

Pemerintah juga perlu mewajibkan platform digital untuk menerapkan *Privacy by Design* dalam pengembangan layanan, serta menerapkan sistem *opt-in* yang jelas dan transparan dalam setiap pemrosesan data. Pendidikan dan literasi digital juga harus ditingkatkan agar masyarakat lebih memahami hak-haknya sebagai subjek data.

B. Efektivitas Perlindungan Hukum terhadap Data Pribadi Konsumen dalam Praktik Digital Profiling oleh Platform E-Commerce **Pendahuluan Analitis**

Perlindungan data pribadi telah menjadi isu utama di era digital, khususnya dalam interaksi konsumen dengan *platform e-commerce*. Ketika konsumen mengakses layanan digital, data mereka dikumpulkan, diproses, dan sering kali dianalisis untuk membentuk profil perilaku atau karakteristik pribadi. Praktik ini dikenal sebagai *digital profiling*, dan merupakan strategi umum dalam pemasaran digital berbasis algoritma. Namun, jika tidak dilakukan secara transparan dan akuntabel, *digital profiling* berpotensi melanggar hak atas privasi sebagaimana dijamin dalam berbagai peraturan hukum nasional (Kurnianingrum, 2020).

Sebagai negara hukum, Indonesia telah mengambil langkah progresif dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Undang-undang ini hadir sebagai respons terhadap kekosongan hukum mengenai pengelolaan data pribadi yang selama ini hanya diatur dalam kerangka sektoral, seperti dalam UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan PP Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PSTE).

Namun, kehadiran norma tidak serta-merta menjamin perlindungan hukum yang efektif. Maka, pertanyaannya bukan sekadar apakah norma telah tersedia, melainkan sejauh mana norma tersebut efektif mengatur dan melindungi subjek hukum, dalam hal ini konsumen *e-commerce* yang rentan terhadap eksploitasi data melalui praktik *digital profiling*.

Dimensi Efektivitas Perlindungan Hukum

Menurut Soerjono Soekanto, efektivitas hukum dapat diukur melalui lima unsur penting yaitu hukum sebagai norma, aparat penegak hukum, sarana atau fasilitas yang mendukung, masyarakat sebagai pihak yang dipengaruhi hukum, dan kebudayaan sebagai nilai yang mendasari norma (Badri, 2021). Dalam konteks UU PDP dan *digital profiling*, efektivitas dapat dianalisis melalui:

- Keberfungsian norma hukum dalam mencegah dan mengatur praktik *digital profiling*.
- Pelaksanaan dan penegakan hukum oleh otoritas atau lembaga terkait.
- Kemampuan masyarakat (konsumen) untuk memahami dan mengakses hak-haknya sebagai subjek data.

Keberfungsian Norma dalam UU PDP terhadap Praktik Profiling

UU PDP mengatur secara eksplisit pemrosesan data pribadi, termasuk yang dilakukan secara otomatis untuk profiling. Beberapa pasal yang relevan antara lain:

- Pasal 1 angka 3 menyebutkan bahwa pemrosesan data mencakup pengumpulan, penganalisisan, penyimpanan, pengungkapan, dan pemusnahan data.
- Pasal 20 ayat (2) menyatakan bahwa pemrosesan data pribadi harus didasarkan pada persetujuan eksplisit dan terverifikasi.
- Pasal 22 ayat (1) menegaskan bahwa pengumpulan data pribadi harus memiliki tujuan spesifik, eksplisit, dan sah.
- Pasal 19 ayat (1) mengatur hak subjek data untuk menarik kembali persetujuan kapan pun.

Sementara *profiling* secara eksplisit disebutkan dalam Pasal 14 UU PDP, yang memberikan hak kepada subjek data untuk:

“Menolak dan tidak memberikan persetujuan atas pengambilan keputusan yang hanya didasarkan pada pemrosesan otomatis, termasuk *profiling* yang berdampak hukum atau secara signifikan memengaruhi individu tersebut.”

Secara normatif, UU PDP telah cukup komprehensif dalam merumuskan hak-hak subjek data dan membatasi ruang pemrosesan otomatis yang mengarah pada *profiling*. Hal ini menunjukkan bahwa dari sisi substansi hukum, kerangka hukum Indonesia telah berorientasi pada perlindungan konsumen.

Namun, persoalan muncul ketika norma tersebut diimplementasikan dalam praktik oleh *platform e-commerce*. Persetujuan yang diminta sering kali tidak eksplisit, bersifat terselubung, atau tidak diberikan secara sukarela (*free consent*). Persetujuan biasanya diselipkan dalam dokumen “syarat dan ketentuan” yang panjang dan sulit dipahami, sehingga pengguna hanya menyetujui tanpa mengetahui konsekuensi hukumnya. Hal ini menyebabkan pelaksanaan Pasal 20 UU PDP menjadi tidak efektif.

Kelemahan Penegakan Hukum dan Ketiadaan Lembaga Pengawas

Efektivitas perlindungan hukum tidak hanya tergantung pada norma yang berlaku, tetapi juga pada kemampuan institusi penegak hukum dalam melaksanakan ketentuan tersebut. UU PDP mengatur pembentukan lembaga pengawas perlindungan data pribadi melalui Pasal 58, namun hingga pertengahan 2025, lembaga ini belum berfungsi optimal (Yunesia Amelia Renanta, 2025).

Tanpa kehadiran lembaga pengawas yang memiliki fungsi audit, investigasi, dan pemberian sanksi, maka norma hukum akan kehilangan daya paksa. Padahal, Pasal 57 UU PDP mengatur jenis sanksi administratif yang dapat diberikan kepada pelaku usaha yang melanggar, termasuk:

- Teguran tertulis.
- Penghentian sementara kegiatan.
- Denda administratif maksimal 2% dari pendapatan tahunan.

Namun dalam praktiknya, belum pernah ada perusahaan *e-commerce* besar yang dijatuhi sanksi akibat pelanggaran *profiling* atau penyalahgunaan data. Hal ini mencerminkan rendahnya komitmen penegakan hukum, sehingga perlindungan data hanya menjadi wacana normatif.

Rendahnya Literasi Digital dan Akses terhadap Hak Konsumen

Faktor ketiga yang memengaruhi efektivitas hukum adalah kemampuan masyarakat untuk memahami dan mengakses hak-haknya. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (2022), hanya 20% konsumen Indonesia yang pernah membaca kebijakan privasi secara menyeluruh sebelum menyetujui penggunaannya. Bahkan, 65% responden tidak mengetahui bahwa data mereka bisa diproses untuk kepentingan komersial.

Kondisi ini menunjukkan rendahnya literasi digital dan hukum di masyarakat. Akibatnya, meskipun hak-hak mereka dijamin secara hukum (hak atas informasi, hak untuk menolak *profiling*, hak untuk menarik persetujuan), hak-hak tersebut tidak diklaim atau dilaksanakan.

Menurut Dr. Wahyudi Djafar, peneliti senior di Elsam, “Efektivitas UU PDP sangat tergantung pada sejauh mana masyarakat mengetahui hak-haknya. Tanpa literasi, hak hanya akan menjadi teks hukum yang tak terjangkau publik.”

Praktik Profiling yang Masih Marak dan Tidak Terkendali

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh CFDS Universitas Gadjah Mada (2023), hampir seluruh *platform e-commerce* besar di Indonesia (Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak) menggunakan data pengguna untuk kebutuhan periklanan tertarget dan rekomendasi berbasis perilaku. Namun, tidak satu pun dari platform tersebut memberikan opsi

eksplisit kepada pengguna untuk menolak profilisasi, sebagaimana diatur dalam Pasal 14 UU PDP.

Selain itu, Pasal 19 UU PDP memberikan hak kepada subjek data untuk menarik kembali persetujuan atas pemrosesan data. Namun dalam praktiknya, mekanisme untuk menarik persetujuan ini tidak tersedia dengan jelas. Bahkan jika akun telah dihapus, data masih tetap disimpan di server perusahaan selama jangka waktu yang tidak transparan (Wahyuni, 2023).

Evaluasi terhadap Sanksi dan Perlindungan Hukum Konsumen

Efektivitas hukum juga tercermin dari apakah pelanggaran terhadap hak subjek data dikenai sanksi yang tegas. Dalam hal ini, Pasal 67-70 UU PDP mengatur ancaman pidana terhadap pelanggaran berat, seperti:

- Pemrosesan data pribadi tanpa persetujuan (pidana penjara maksimal 5 tahun).
- Pengumpulan data pribadi secara melawan hukum.
- Pengungkapan data kepada pihak ketiga tanpa hak.

Namun belum ada putusan pengadilan yang menindak pelaku *digital profiling* ilegal, meskipun berbagai kasus penyalahgunaan data marak diberitakan. Hal ini menimbulkan kesan bahwa perlindungan hukum bersifat asimetris, di mana konsumen tidak memiliki posisi tawar hukum yang kuat terhadap korporasi digital (Ni Made Dwi Gayatri Putri, 2024).

Pembandingan Internasional: GDPR Uni Eropa

Sebagai pembandingan, General Data Protection Regulation (GDPR) di Uni Eropa telah mengatur secara ketat praktik *profiling*. Regulasi ini menyebutkan bahwa setiap bentuk *profiling* yang berdampak signifikan secara hukum hanya boleh dilakukan dengan:

- Persetujuan eksplisit.
- Mekanisme keberatan (*opt-out*).
- Evaluasi dampak pemrosesan data (*Data Protection Impact Assessment*).
- Supervisi dari lembaga perlindungan data yang independent.

GDPR juga menetapkan sanksi maksimal €20 juta atau 4% dari pendapatan tahunan global perusahaan atas pelanggaran berat. Sebaliknya, di Indonesia, sanksi administratif dan pidana belum pernah dijatuhkan secara nyata, menunjukkan efektivitas yang masih rendah dalam perlindungan hukum terhadap data konsumen (Lepari, 2025).

Potensi Reformasi dan Perbaikan

Untuk meningkatkan efektivitas perlindungan hukum, beberapa langkah yang dapat diambil antara lain:

- Percepatan pembentukan lembaga pengawas data dengan kewenangan penuh dan independensi.
- Audit berkala terhadap platform e-commerce terkait praktik pemrosesan data.
- Penerapan mekanisme transparansi dan kontrol pengguna dalam setiap bentuk *profiling*.
- Pendidikan hukum digital kepada masyarakat, terutama konsumen aktif *e-commerce*.
- Kolaborasi lintas sektor antara regulator, pelaku usaha, akademisi, dan organisasi masyarakat sipil.

KESIMPULAN

Praktik *digital profiling* yang dilakukan oleh *platform e-commerce* di Indonesia belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip-prinsip hukum dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Persetujuan yang diberikan pengguna sering kali tidak eksplisit, tidak spesifik, dan dilakukan tanpa pemahaman yang memadai, sehingga melanggar prinsip dasar perlindungan data pribadi seperti transparansi, akuntabilitas, dan pengendalian oleh subjek data.

Efektivitas perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam menghadapi *digital profiling* masih lemah, ditandai dengan belum optimalnya penegakan hukum, belum berfungsinya lembaga pengawas data pribadi, dan rendahnya literasi hukum masyarakat.

Meskipun norma telah tersedia, pelaksanaannya belum mampu menjamin perlindungan yang nyata bagi konsumen sebagai subjek data dalam ruang digital.

SARAN

Pemerintah perlu segera mengoperasionalkan lembaga pengawas perlindungan data pribadi dengan kewenangan penuh untuk melakukan pengawasan, audit, penegakan hukum, dan pemberian sanksi administratif maupun pidana terhadap pelanggaran yang dilakukan oleh platform digital, termasuk *e-commerce*.

Platform e-commerce wajib menerapkan prinsip *privacy by design* dan menyediakan mekanisme persetujuan yang eksplisit, terinformasi, dan mudah ditarik kembali oleh pengguna. Di sisi lain, konsumen juga perlu diberdayakan melalui edukasi hukum digital agar lebih sadar dan mampu mengeklaim hak-haknya atas data pribadi secara aktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, A. (2021). Efektivitas Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum. *Jurnal Analisis Hukum*, 1-6.
- Budi Hermawan Bangun, E. F. (2023). Sosialisasi Perlindungan Data Pribadi Sebagai Bagian Dari Hak Asasi Manusia. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPKMN)*, 3356- 3365.
- Danil Erlangga Mahameru, A. N. (2023). Implementasi Uu Perlindungan Data Pribadi Terhadap Keamanan Informasi Identitas di Indonesia. *Jurnal Esensi Hukum*, 115-131.
- Kurnianingrum, T. P. (2020). Urgensi Pelindungan Data Pribadi Konsumen di Era Ekonomi Digital. *Jurnal DPR RI*, 197-216.
- Lepari, A. (2025, Februari 28). *Membahas GDPR Uni Eropa Dan Uu Pdp Indonesia*. Retrieved from Kamsib Indonesia: <https://kamsib.id/gdpr-dan-uu-pdp/2611/>
- Maichle Delpiero, F. A. (2021). Analisis Yuridis Kebijakan Privasi dan Pertanggungjawaban Online Marketplace Dalam Pelindungan Data Pribadi Pengguna Pada Kasus Kebocoran Data. *Padjadjaran Law Review*, 1-22.
- Ni Made Dwi Gayatri Putri, N. L. (2024). Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Warga Negara Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022. *Jurnal Preferensi Hukum*, 240-245.
- Prof. Dr. Agus Sardjono, S. M. (2022). *Hak Kekayaan Intelektual & Pengetahuan Tradisional*. Depok: Alumni.
- Ramen A. Purba, A. S. (2020). *Aplikasi Teknologi Informasi: Teori Dan Implementasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Wahyuni, W. (2023, November 28). *Persetujuan Pemrosesan Data Pribadi Dilakukan Melalui Persetujuan Tertulis atau Terekam*. Retrieved from hukumonline.com: <https://www.hukumonline.com/berita/a/persetujuan-pemrosesan-data-pribadi-dilakukan-melalui-persetujuan-tertulis-atau-terekam-lt6565d6fcdac34/>
- Yunesia Amelia Renanta, R. A. (2025). Oversharing Di Kalangan Remaja Dan Mahasiswa Serta Ancaman Terhadap Privasi Menurut UU Pelindungan Data Pribadi. *Indonesian Journal of Law*, 68-77.