

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi yang semakin signifikan telah menciptakan beragam inovasi baru di berbagai bidang kehidupan manusia, salah satu di antaranya adalah di bidang ekonomi, yang melahirkan suatu sistem perdagangan elektronik atau yang biasa dikenal sebagai *e-commerce* (*electronic commerce*). *E-commerce* dapat diartikan sebagai segala bentuk aktivitas perdagangan atau transaksi jual beli yang dilakukan dengan memanfaatkan media elektronik atau internet.¹

Beberapa tahun belakangan ini, *e-commerce* telah mengalami perkembangan yang begitu pesat di berbagai negara termasuk Indonesia, dan telah memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap sektor perekonomian.² Salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan *e-commerce* di Indonesia adalah peningkatan jumlah pengguna internet.³

Berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 telah menyentuh angka 79,5% atau sekitar 221.563.479 jiwa.⁴ Jumlah tersebut meningkat sekitar 1,4% dari survei pada periode tahun sebelumnya, yaitu pada tahun 2023 yang mencatat angka 78,19% atau sekitar 215.626.156 jiwa.⁵

Hal tersebut menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat yang memberikan kemudahan akses serta memungkinkan siapa pun untuk dapat terhubung tanpa adanya batasan jarak

¹ Agus Rodani, 2023, "Peran Lelang DJKN Dalam Penguatan Perdagangan Digital Dalam Mendukung Program Utama Ketekunan Indonesia di ASEAN", Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Kementerian Keuangan Republik Indonesia, diakses pada laman <https://www.djkn.kemendiknas.go.id/artikel/baca/15885/PERAN-LELANG-DJKN-DALAM-PENGUATAN-PERDAGANGAN-DIGITAL-DALAM-MENDUKUNG-PROGRAM-UTAMA-KEKETUNAN-INDONESIA-DI-ASEAN.html>, tanggal 31 Januari 2024, pukul 03.19 WITA.

² Rais Agil Bahtiar, 2020, *Potensi, Peran Pemerintah dan Tantangan Dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia*, Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, Volume 11 Nomor 1, Pusat Penelitian Badan Keahlian Sekretariat Jenderal DPR RI, Jakarta, hlm. 14.

³ *Ibid.*

⁴ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024, "APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang", diakses pada laman <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>, tanggal 23 Juli 2024, pukul 22.52 WITA.

⁵ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023, "Survei APJII Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215 Juta Orang", diakses pada laman <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>, tanggal 24 Januari 2024, pukul 03.35 WITA.

dan waktu.⁶ Terlebih setelah adanya *e-commerce*, masyarakat juga semakin memudahkan karena tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja.⁷

Adapun bentuk *e-commerce* yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah *marketplace*. Dalam Pasal 1 angka 13 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik mengatur bahwa:⁸

“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 bagi pedagang (*merchant*) untuk dapat memasang penawaran barang dan/atau jasa”.

Salah satu *marketplace* yang ada di Indonesia adalah Shopee. Pada tahun 2023, berdasarkan data yang dihimpun dari *Momentum Works*, Shopee merupakan *marketplace* yang memiliki nilai transaksi tertinggi di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari *Gross Merchandise Value* (GMV) atau pendapatan *marketplace* dari hasil belanja total masyarakat, yang dimana GMV di Indonesia yang berasal dari sektor *marketplace* mencapai sekitar Rp. 752 triliun. Shopee berkontribusi sebanyak 40% atas GMV di Indonesia dan jumlah tersebut merupakan jumlah yang paling tinggi dibandingkan dengan *marketplace* lain yang ada di Indonesia.⁹

Selain itu, pada bulan Oktober tahun 2024, menurut data dari *Similarweb*, Shopee mendapatkan kunjungan sebesar 124,9 juta pengunjung, sedangkan *marketplace* lainnya, seperti Tokopedia mendapatkan kunjungan sebesar 70,4 juta pengunjung, dan Lazada sebesar 23,6 juta pengunjung. Hal tersebut menunjukkan bahwa Shopee memiliki pengunjung terbanyak dibandingkan dengan *marketplace* lainnya di Indonesia.¹⁰

Untuk dapat melakukan transaksi pada Shopee, calon pengguna diwajibkan untuk menyetujui Syarat Layanan dan Kebijakan Privasi yang telah dibuat oleh pihak Shopee. Syarat Layanan mengatur terkait hak dan kewajiban hukum para pengguna Shopee, sedangkan Kebijakan Privasi mengatur terkait pemrosesan

⁶ Yusuf Arif Utomo, Carissa Kirana Eka Putri, dan Hilda Yunita Sabrie, 2020, *Tanggung Gugat Shopee Sebagai Online Marketplace Provider Dalam Pengiriman Barang*, Jurnal Bina Mulia Hukum, Volume 4 Nomor 2, Fakultas Hukum Universitas Padjajaran, Bandung, hlm. 348.

⁷ Ni Putu Octa Putri Yuliasitiwi, 2023, *Pengaturan Transaksi Melalui Marketplace Dalam Perspektif Hukum Perdata di Indonesia*, Jurnal Kertha Desa, Volume 11 Nomor 6, Fakultas Hukum Universitas Udayana, Bali, hlm. 2683.

⁸ Pasal 1 angka 13 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha Dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.

⁹ Desy Setyowati, 2024, “Transaksi Shopee Rp. 897 Triliun, 3,5 Kali Lipat Tiktok Shop”, Katadata, diakses pada laman <https://katadata.co.id/digital/e-commerce/6694ea530cc73/transaksi-shopee-rp-897-triliun-3-5-kali-lipat-tiktok-shop>, tanggal 24 Juli 2024, pukul 00.05 WITA.

¹⁰ Similarweb, 2024, “Shopee.co.id Website Analysis for October 2024”, diakses pada laman <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/>, tanggal 24 Juli 2024, pukul 00.18 WITA.

data pribadi para pengguna Shopee. Syarat Layanan dan Kebijakan Privasi tersebut kemudian berlaku sebagai kontrak elektronik bagi para pengguna Shopee.

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (selanjutnya disebut UU PDP), yang dimaksud dengan data pribadi adalah:¹¹

“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”.

Salah satu objek yang termasuk dalam perlindungan data pribadi adalah foto. Foto khususnya yang memuat gambar wajah ataupun fisik merupakan data pribadi yang bersifat spesifik berupa data biometrik. Adapun yang dimaksud dengan data biometrik adalah “Data yang berkaitan dengan fisik, fisiologis, atau karakteristik perilaku individu, seperti gambar wajah atau data daktiloskopi”.¹²

Dalam Kebijakan Privasi Shopee telah diatur bahwa “Salah satu data pribadi yang memungkinkan untuk dikumpulkan oleh Shopee adalah foto, termasuk foto yang diambil untuk tujuan penyerahan bukti pengiriman secara elektronik”.¹³ Begitupun dalam Syarat Layanan Shopee, juga telah diatur bahwa:¹⁴

“Saat pengantaran barang dilakukan, perusahaan layanan logistik yang bekerja sama dengan Shopee dapat mewajibkan adanya bukti pengantaran secara elektronik berupa foto saat penyerahan barang dilakukan, dan apabila diminta maka pembeli harus bersedia untuk difoto semata-mata untuk tujuan penyerahan bukti pengiriman secara elektronik.”

Sebagai salah satu pihak yang turut terlibat dalam mendukung pelaksanaan transaksi elektronik melalui Shopee, perusahaan layanan logistik berperan untuk menyerahkan barang dari penjual kepada pembeli dan mewajibkan kurir yang bertugas untuk mengambil foto pembeli saat proses penyerahan barang dilakukan, sebagai bukti bahwa barang telah diantar dan diterima oleh pembeli.

Meskipun segala transaksi elektronik yang dilakukan telah terintegrasi dengan sistem yang dikelola oleh Shopee, namun pengambilan foto bukti penyerahan yang dilakukan oleh kurir dapat berpotensi untuk disalahgunakan. Contohnya adalah kejadian yang terjadi pada bulan April tahun 2022, dimana salah satu kurir perusahaan layanan logistik SPX Express menyebarluaskan foto bukti penyerahan yang memuat wajah pengguna Shopee beserta label resi

¹¹ Pasal 1 angka 1 UU PDP.

¹² Penjelasan Pasal 4 ayat 2 huruf b UU PDP

¹³ Sea Group, 2020, “Kebijakan Privasi Shopee”, Pusat Bantuan Shopee, diakses pada laman <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71188>, tanggal 24 Januari 2024, pukul 04.00 WITA.

¹⁴ Sea Group, 2020, “Syarat Layanan”, Pusat Bantuan Shopee, diakses pada laman <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/71187>, tanggal 24 Januari 2024, pukul 04.05 WITA.

pengiriman di media sosial Twitter atau X tanpa persetujuan pihak yang bersangkutan, serta tanpa maksud dan tujuan yang jelas.¹⁵

Selain itu, pada tanggal 24 Oktober 2024, kurir lain dari perusahaan layanan logistik SPX Express menyebarluaskan foto bukti penyerahan yang memuat titik lokasi beserta wajah pengguna Shopee tanpa sepengetahuan yang bersangkutan sebagai konten hiburan di media sosial Tiktok.¹⁶ Kemudian pada tanggal 24 Desember 2024, salah satu kurir dari perusahaan layanan logistik J&T Express juga menyebarluaskan foto bukti penyerahan yang memuat wajah beserta alamat pengguna Shopee di media sosial Tiktok tanpa sepengetahuan yang bersangkutan.¹⁷

Proses pengambilan dan penyebaran foto pengguna Shopee termasuk dalam bentuk pemrosesan data pribadi. Tindakan kurir yang mengunggah foto bukti penyerahan di media sosial Twitter atau X dan Tiktok tentunya tidak sesuai dengan tujuan pemrosesan data pribadi yang telah disepakati oleh pengguna Shopee dalam Syarat Layanan dan Kebijakan Privasi. Hal tersebut melanggar salah satu Prinsip Perlindungan Data Pribadi yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (selanjutnya disebut PP PSTE), yang mengatur bahwa pemrosesan data pribadi harus dilakukan sesuai dengan tujuannya.¹⁸

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti terkait bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee atas tindakan kurir yang menyebarluaskan foto bukti penyerahan di media sosial serta bentuk pertanggungjawaban perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi yang dilakukan oleh kurir sehubungan dengan pengambilan foto bukti penyerahan secara elektronik. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan wawasan dan meningkatkan kesadaran hukum terkait hak privasi sebagai bentuk perlindungan data pribadi terutama dalam era digital yang semakin berkembang.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee atas tindakan kurir yang menyebarluaskan foto bukti penyerahan di media sosial?

¹⁵ Kalis Mardiasih, 2022, Postingan Twitter (X), diakses pada laman https://x.com/mardiasih/status/1605334375650168832?s=46&t=UvPLNqFfy_fOWPL_cISzA, tanggal 24 Januari 2024, pukul 03.15 WITA.

¹⁶ Amang Paket, 2024, Postingan Tiktok, diakses pada laman <https://vt.tiktok.com/ZSMLrGjCj/>, tanggal 15 Januari 2025, pukul 02.48 WITA.

¹⁷ Scp Kurir, 2024, Postingan Tiktok, diakses pada laman <https://vt.tiktok.com/ZS6VGpuux/>, tanggal 15 Januari 2025, pukul 03.31 WITA.

¹⁸ Pasal 14 ayat 1 Huruf b PP PSTE.

2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengkaji bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee atas tindakan kurir yang menyebarluaskan foto bukti penyerahan di media sosial.
 - b. Untuk mengkaji bentuk pertanggungjawaban perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir.
2. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Manfaat teoritis, diharapkan dapat bermanfaat sebagai literatur dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang hukum, khususnya menyangkut terkait perlindungan data pribadi.
 - b. Manfaat praktis, diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan pengetahuan baik bagi penulis maupun para pembaca agar lebih memahami terkait perlindungan data pribadi.

D. Keaslian Penelitian

Setelah penulis melakukan penelusuran terhadap judul dan permasalahan serupa di Perpustakaan Universitas Hasanuddin dan *repository online* dari beberapa perguruan tinggi di Indonesia, ditemukan sejumlah penelitian yang relevan dengan judul penelitian ini, di antaranya adalah:

Nama Penulis	: Ramadinata Tri Setiawan	
Judul Tulisan	: Pertanggungjawaban Hukum Atas Tindakan Kurir Ekspedisi Shopee Xpress yang Menyebarluaskan Foto Konsumen di Media Sosial Twitter	
Kategori	: Skripsi	
Tahun	: 2023	
Perguruan Tinggi	: UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta	
Uraian	Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis

Isu dan Permasalahan	1. Bagaimana pertanggungjawaban hukum atas tindakan kurir ekspedisi Shopee Xpress yang menyebarluaskan foto konsumen di media sosial? 2. Bagaimana pertanggungjawaban dari pihak Shopee atas tindakan kurir ekspedisi Shopee Xpress yang telah melakukan pelanggaran?	1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee atas tindakan kurir yang menyebarluaskan foto bukti penyerahan di media sosial? 2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir?
Metode Penelitian	Hukum Normatif	Hukum Empiris
Hasil dan Pembahasan	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa berdasarkan peraturan terkait perlindungan data pribadi, pertanggungjawaban hukum atas pengaturan hak privasi dari penyebaran data pribadi di media sosial dilakukan dengan memperhatikan kerugian yang dapat ditimbulkan, dan pihak Shopee dengan serius bertanggung jawab berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Kebijakan Privasi Shopee.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee telah diatur baik dalam kebijakan internal Shopee, maupun dalam peraturan perundang-undangan nasional. Namun, pelaksanaannya dalam lingkup perusahaan layanan logistik masih belum merata dan belum optimal. Perusahaan layanan logistik turut bertanggung jawab atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir, terlepas dari status hubungan kerja kurir tersebut. Adapun bentuk pertanggungjawaban yang diberikan mencakup ganti rugi materiil dan/atau immateriil, serta non-kompensatoris.

Nama Penulis	: Syafiq Muhammad Al Fahri	
Judul Tulisan	: Implementasi Kebijakan Privasi Terhadap Data Pribadi Pengguna <i>E-Commerce</i> Ditinjau dari UU No 27 Tahun 2022 Tentang Perlindungan Data Pribadi (Studi Kasus Lazada)	
Kategori	: Skripsi	
Tahun	: 2023	
Perguruan Tinggi	: UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta	
Uraian	Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis
Isu dan Permasalahan	1. Bagaimana implementasi kebijakan privasi Lazada dalam melindungi data pribadi pengguna? 2. Bagaimana tanggung jawab <i>e-commerce</i> Lazada dalam upaya melindungi data pribadi menurut Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi?	1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee atas tindakan kurir yang menyebarluaskan foto bukti penyerahan di media sosial? 2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir?
Metode Penelitian	Hukum Normatif	Hukum Empiris
Hasil dan Pembahasan	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kebijakan privasi Lazada belum sepenuhnya menerapkan norma yang ada di Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, dan bentuk pertanggungjawaban dari Lazada berupa sanksi administratif dan ganti rugi terhadap pengguna yang data pribadinya mengalami kebocoran.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee telah diatur baik dalam kebijakan internal Shopee, maupun dalam peraturan perundang-undangan nasional. Namun, pelaksanaannya dalam lingkup perusahaan layanan logistik masih belum merata dan belum optimal. Perusahaan layanan logistik turut bertanggung jawab atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna

		Shopee yang dilakukan oleh kurir, terlepas dari status hubungan kerja kurir tersebut. Adapun bentuk pertanggungjawaban yang diberikan mencakup ganti rugi materiil dan/atau immateriil, serta non-kompensatoris.
--	--	--

Nama Penulis	: Nadya Nurhamdiah Purnamasari	
Judul Tulisan	: Perlindungan Hukum Terhadap Data Pribadi Pengguna Marketplace	
Kategori	: Skripsi	
Tahun	: 2021	
Perguruan Tinggi	: Universitas Hasanuddin, Makassar	
Uraian	Penelitian Terdahulu	Penelitian Penulis
Isu dan Permasalahan	1. Apakah pengaturan hukum terhadap perlindungan data pribadi di Indonesia? 2. Apakah bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen apabila terjadi penyalahgunaan data pribadi?	1. Bagaimana bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee atas tindakan kurir yang menyebarluaskan foto bukti penyerahan di media sosial? 2. Bagaimana bentuk pertanggungjawaban perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir?
Metode Penelitian	Hukum Normatif	Hukum Empiris

Hasil dan Pembahasan	Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa regulasi-regulasi tentang perlindungan data pribadi yang ada di Indonesia masih belum optimal dalam melindungi kerahasiaan data pribadi pengguna <i>marketplace</i>. Selain itu, bentuk perlindungan hukum terhadap konsumen apabila terjadi penyalahgunaan data pribadi dapat berupa tindakan preventif maupun represif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee telah diatur baik dalam kebijakan internal Shopee, maupun dalam peraturan perundang-undangan nasional. Namun, pelaksanaannya dalam lingkup perusahaan layanan logistik masih belum merata dan belum optimal. Perusahaan layanan logistik turut bertanggung jawab atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir, terlepas dari status hubungan kerja kurir tersebut. Adapun bentuk pertanggungjawaban yang diberikan mencakup ganti rugi materiil dan/atau immateriil, serta non-kompensatoris.
-----------------------------	---	---

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas, penelitian terdahulu dan penelitian penulis memiliki kesamaan, yaitu membahas terkait perlindungan data pribadi, namun memiliki fokus dan objek kajian yang berbeda. Pada penelitian milik Nadya Nurhamdiah Purnamasari, fokus yang dikaji adalah bentuk-bentuk aturan hukum yang mengatur terkait data pribadi di Indonesia. Selanjutnya pada penelitian milik Ramadinata Tri Setiawan, fokus yang dikaji adalah pertanggungjawaban atas tindakan kurir ekspedisi Shopee Xpress yang menyebarkan foto konsumen di media sosial Twitter. Kemudian pada penelitian milik Syafiq Muhammad Al Fahri, fokus yang dikaji adalah implementasi kebijakan privasi dalam melindungi data pribadi, dan objek penelitiannya adalah *marketplace* Lazada. Adapun penelitian penulis memiliki fokus kajian pada perlindungan data pribadi khususnya bagi pengguna Shopee atas tindakan penyalahgunaan data pribadi yang dilakukan oleh kurir di media sosial Twitter (X) dan Tiktok.

E. Landasan Teori

1. Teori Perlindungan Hukum

Teori perlindungan hukum merupakan teori yang berfokus pada upaya perlindungan hukum yang diberikan kepada masyarakat, utamanya bagi mereka yang kedudukannya berada dalam posisi lemah, baik dari aspek yuridis maupun ekonomis.¹⁹ Perlindungan hukum merupakan suatu perlindungan yang diberikan kepada semua subjek hukum melalui berbagai perangkat hukum, baik yang bersifat preventif ataupun represif, serta yang berbentuk tertulis maupun tidak tertulis.²⁰ Perlindungan hukum tersebut mencerminkan fungsi hukum, yakni sebagai kondisi dimana hukum mampu memberikan keadilan, ketertiban, kepastian, kemanfaatan, dan kedamaian bagi masyarakat.²¹

Menurut teori perlindungan hukum Salmond sebagaimana yang dijabarkan oleh Fitzgerald, hukum bertujuan untuk mengintegrasikan dan mengoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat. Hal tersebut dikarenakan dalam suatu lalu lintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan tertentu hanya dapat dilakukan dengan cara memberikan batasan terhadap berbagai kepentingan di lain pihak.²²

Adapun definisi perlindungan hukum menurut pendapat para ahli, di antaranya adalah:

a) Menurut Satjipto Rahardjo

Perlindungan hukum merupakan perlindungan terhadap kepentingan seseorang yang dilakukan dengan cara mengalokasikan kekuasaan kepadanya agar dapat bertindak dalam rangka kepentingannya tersebut. Adapun yang dimaksud dengan kekuasaan adalah suatu hak asasi manusia, yang dimana kekuasaan tersebut hanya diberikan oleh hukum kepada seseorang.²³

b) Menurut Muchsin

Perlindungan hukum merupakan kegiatan untuk melindungi setiap individu dengan menyelaraskan hubungan nilai-nilai dan kaidah-kaidah yang terwujud dalam sikap dan tindakan guna menciptakan ketertiban dalam pergaulan hidup antar sesama manusia.²⁴

¹⁹ Jonathan Elkana Soritua Aruan, 2024, *Perlindungan Data Pribadi Ditinjau Dari Teori Perlindungan Hukum dan Teori Perlindungan Hak Atas Privasi*, Jurnal Globalisasi Hukum, Volume 1 Nomor 1, Fakultas Hukum Universitas Trisakti, hlm. 5.

²⁰ Indar, 2020, *Etikolegal Dalam Pelayanan Kesehatan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hlm. 371-372.

²¹ *Ibid.*

²² Satjipto Rahardjo, 2014, *Ilmu Hukum*, Bandung: PT Citra Aditya Bakti, hlm. 53.

²³ *Ibid.*

²⁴ Muchsin, 2003, *Perlindungan dan Kepastian Hukum Bagi Investor di Indonesia*, Tesis, Magister Ilmu Hukum Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret, hlm. 14.

2. Teori Pertanggungjawaban Hukum

Teori pertanggungjawaban hukum adalah teori yang membahas terkait suatu keadaan yang memberikan kewajiban untuk menanggung segala sesuatunya (apabila terdapat hal yang boleh dituntut, dipersalahkan, dan sebagainya), atau fungsi menerima pembebanan sebagai akibat dari suatu perbuatan sendiri maupun pihak lain.²⁵ Menurut teori tanggung jawab Hans Kelsen, pertanggungjawaban diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis, yaitu:²⁶

- a) Pertanggungjawaban individu, dimana setiap orang bertanggung jawab atas pelanggaran hukum yang dilakukannya secara pribadi;
- b) Pertanggungjawaban kolektif, dimana seseorang bertanggung jawab atas suatu pelanggaran yang dilakukan oleh orang lain;
- c) Pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan, dimana seseorang bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena sengaja dan diperkirakan dengan tujuan untuk menimbulkan kerugian; dan
- d) Pertanggungjawaban mutlak, dimana seseorang bertanggung jawab atas pelanggaran yang dilakukannya karena tidak sengaja dan tidak diperkirakan.

Dalam ilmu hukum perdata dikenal beberapa jenis prinsip tanggung jawab hukum, yang di antaranya adalah:²⁷

- a. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Kesalahan atau Kelalaian (*Negligence*)

Prinsip tanggung jawab berdasarkan kesalahan/kelalaian merupakan suatu prinsip tanggung jawab yang sifatnya subjektif. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tanggung jawab ditentukan oleh perilaku seseorang.²⁸ Dalam prinsip ini, suatu perbuatan dianggap sebagai kesalahan/kelalaian jika bertentangan dengan standar tingkah laku sebagaimana yang telah ditetapkan dalam undang-undang guna melindungi masyarakat dari risiko yang tidak wajar.²⁹

²⁵ Ahmad Perdana Putra, 2021, *Pertanggungjawaban Hukum Notaris Terhadap Pembatalan Isi Akta Melalui Putusan Hakim*, Tesis, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin, hlm.51.

²⁶ Hans Kelsen, 2006, *Teori Hukum Murni*, (terjemahan Raisal Muttaien), Bandung: Nuansa & Nusa Media, hlm. 140.

²⁷ Renata Christha Auli, 2022, "3 Prinsip dan 5 Asas Hukum Perlindungan Konsumen", Hukum Online, diakses pada laman <https://www.hukumonline.com/klinik/a/3-prinsip-dan-5-asas-hukum-perlindungan-konsumen-lt62e0d9cc75e23/>, tanggal 17 November 2024, pukul 05.40 WITA.

²⁸ Zulham, 2013, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, hlm. 83.

²⁹ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2019, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Depok: Rajawali Pers, hlm. 151.

Tanggung jawab yang didasarkan pada terpenuhinya unsur kesalahan biasanya dikenal dengan perbuatan melawan hukum (*onrechtmatige daad*) sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 1365 BW yang mengatur bahwa:³⁰

“Tiap perbuatan yang melanggar hukum dan membawa kerugian kepada orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian itu karena kesalahannya untuk mengganti kerugian tersebut.”

Adapun tanggung jawab yang didasarkan pada unsur kelalaian juga telah diatur dalam Pasal 1366 BW yang mengatur bahwa “Setiap orang bertanggung jawab, bukan hanya atas kerugian yang disebabkan perbuatan-perbuatan, melainkan juga atas kerugian yang disebabkan kelalaian atau kesembroonoannya”. Kesalahan/kelalaian yang berakibat pada kerugian seseorang merupakan faktor penentu adanya hak seseorang untuk mengajukan gugatan ganti rugi.³¹ Kesalahan/kelalaian dapat digunakan sebagai dasar gugatan apabila memenuhi ketentuan sebagai berikut:³²

- 1) Suatu perbuatan yang menimbulkan kerugian, tidak sesuai dengan sikap hati-hati yang normal;
 - 2) Harus dibuktikan bahwa tergugat lalai dalam kewajiban berhati-hatinya terhadap penggugat;
 - 3) Perbuatan tersebut merupakan penyebab yang nyata (*proximate cause*) dari kerugian yang timbul.
- b. Prinsip Tanggung Jawab Berdasarkan Wanprestasi (*Breach of Warranty*)

Gugatan ganti kerugian yang didasarkan pada *breach of warranty* dapat diterima meskipun tanpa adanya hubungan kontrak, tetapi dengan pertimbangan bahwa dalam praktik perdagangan yang modern, proses distribusi dan iklan ditujukan langsung kepada konsumen melalui media massa serta pemasangan etiket.³³ Prinsip tanggung jawab berdasarkan wanprestasi ini dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis, yaitu:³⁴

- 1) Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tertulis (*express warranty*);

³⁰ Pasal 1365 BW.

³¹ Zulham, *Op.Cit*, hlm. 84.

³² Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 151-152.

³³ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 152.

³⁴ Renata Christha Auli, *Loc.Cit*.

- 2) Tanggung jawab berdasarkan jaminan produk yang tidak tertulis (*implied warranty*).

c. Prinsip Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability*)

Prinsip tanggung jawab mutlak merupakan manifestasi khusus dari perbuatan melawan hukum, yang dimana dalam prinsip ini pertanggungjawaban terhadap perbuatan melawan hukum tidak didasarkan pada kesalahan sebagaimana perbuatan melawan hukum pada umumnya. Prinsip ini tidak lagi mempermasalahkan terkait ada atau tidaknya kesalahan, melainkan pelaku usaha bertanggung jawab secara langsung atas kerugian yang timbul akibat perbuatan melawan hukum, beserta kerugian yang timbul karena produknya yang cacat, pelaku usaha yang kurang hati-hati, atau karena pelaku usaha yang harus mencegah kerugian tersebut.³⁵

Prinsip tanggung jawab mutlak ini telah diatur dalam Pasal 1367 ayat (1) BW yang mengatur bahwa:³⁶

“Seseorang tidak hanya bertanggungjawab atas kerugian yang disebabkan perbuatannya sendiri, melainkan juga atas kerugian yang disebabkan perbuatan-perbuatan orang-orang yang menjadi tanggungannya atau disebabkan barang-barang yang berada di bawah pengawasannya”.

Adapun bentuk-bentuk tanggung jawab dari pelaku usaha menurut hukum perlindungan konsumen terdiri atas:

a. *Contractual Liability*

Contractual liability atau pertanggung jawaban kontraktual merupakan tanggung jawab perdata atas dasar perjanjian atau kontrak, dari pelaku usaha terhadap kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang yang dihasilkan ataupun memanfaatkan jasa yang diberikannya. Dalam *contractual liability*, terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen.³⁷

b. *Product Liability*

Product liability atau pertanggung jawaban produk merupakan tanggung jawab perdata secara langsung yang diberikan oleh pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat menggunakan produk (baik barang ataupun jasa) yang dihasilkan, yang didasarkan

³⁵ Hidayati Nur Karima, 2020, *Tanggung Jawab Hukum PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk Atas Kelalaian Pramugari yang Mengakibatkan Cacat Tetap Penumpang Dihubungkan dengan Pasal 1367 KUHPerdata Jo. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*, Skripsi, Universitas Pasundan, Bandung, hlm. 34.

³⁶ Pasal 1367 ayat (1) BW.

³⁷ Hidayati Nur Karima, *Op.Cit.*, hlm. 37.

pada perbuatan melanggar hukum. Dalam *product liability*, tidak terdapat hubungan perjanjian antara pelaku usaha dengan konsumen.³⁸ Ketentuan mengenai *product liability* dapat dilihat dalam Pasal 19 ayat (1) UUPK, yang mengatur bahwa:³⁹

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

Berdasarkan Pasal 19 ayat (1) UUPK tersebut di atas, dapat dilihat bahwa tanggung jawab pelaku usaha bukan hanya terbatas pada keberadaan produk barang dan/atau jasa yang cacat, tetapi juga meliputi segala kerugian yang dialami konsumen. Tanggung jawab tersebut meliputi:⁴⁰

- 1) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerusakan;
- 2) Tanggung jawab ganti kerugian atas pencemaran; dan
- 3) Tanggung jawab ganti kerugian atas kerugian konsumen.

c. *Criminal Liability*

Criminal liability adalah wujud pertanggungjawaban pidana yang harus dipikul oleh pelaku usaha, sebagai hubungan antara pelaku usaha dengan negara.⁴¹

d. *Professional Liability*

Professional liability atau tanggung jawab profesional merupakan tanggung jawab hukum sehubungan dengan jasa profesional yang diberikan kepada klien, yang muncul karena para penyedia jasa profesional tidak melakukan kontrak sesuai dengan apa yang telah disepakati bersama klien, atau akibat dari kelalaian penyedia jasa yang menyebabkan terjadinya kerugian atau perbuatan melanggar hukum. Adapun jenis jasa yang diberikan dalam hubungan antara profesional dengan kliennya terdiri atas:⁴²

- 1) Jasa yang diperjanjikan menghasilkan sesuatu; dan
- 2) Jasa mengupayakan sesuatu.

Dalam menentukan adanya tindakan yang menyalahi tanggung jawab profesional, maka harus ada parameter yang ditetapkan dalam menentukan standar pelayanan yang wajib diberikan kepada klien dari

³⁸ *Ibid.*

³⁹ Pasal 19 ayat (1) UUPK.

⁴⁰ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, *Op.Cit*, hlm. 129-130.

⁴¹ Hidayati Nur Karima, *Op.Cit*, hlm. 38.

⁴² *Ibid*, hlm. 39.

setiap tenaga profesional. Selain standar profesi yang bersifat teknis, juga terdapat aturan-aturan moral yang dimuat dalam kode etik.⁴³ Kode etik merupakan norma dan asas yang digunakan oleh kelompok tertentu sebagai pedoman tingkah laku.⁴⁴

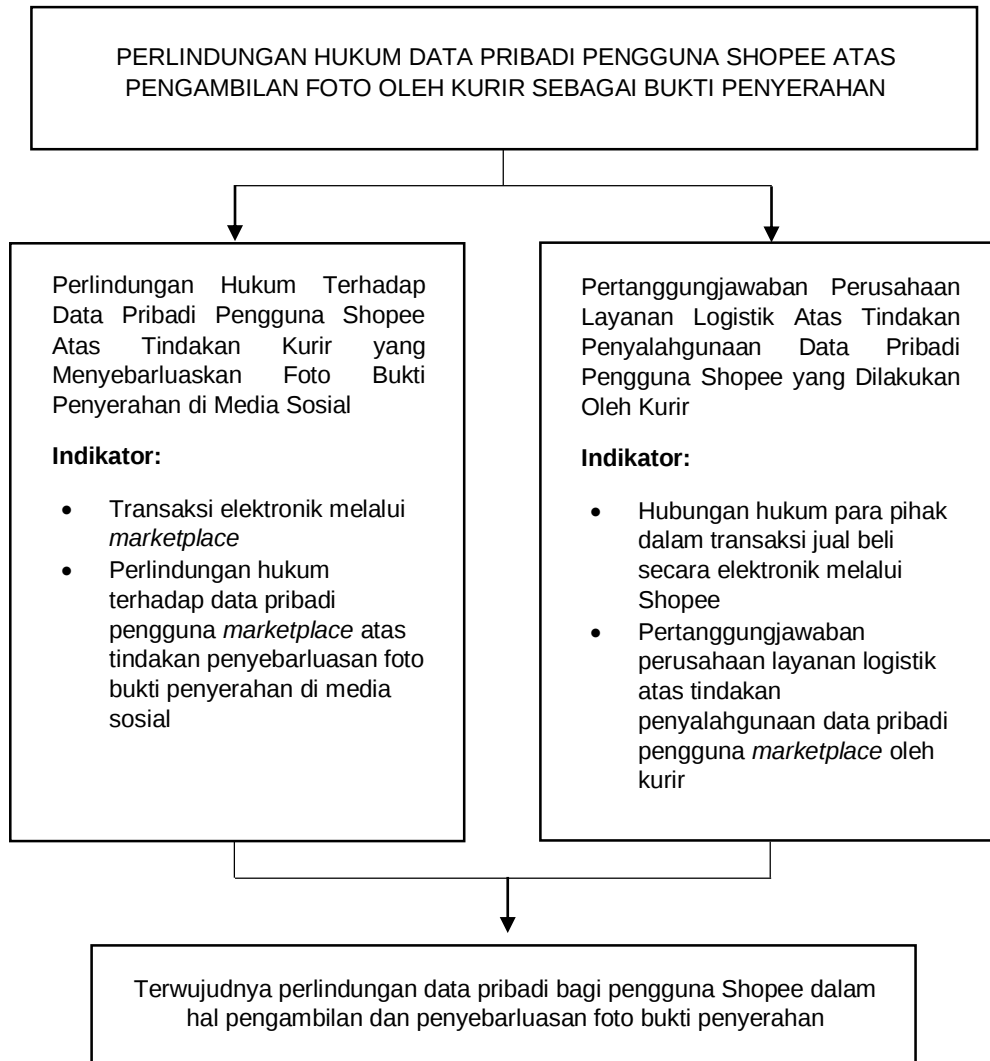
F. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dalam penelitian ini berangkat dari pentingnya perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee, khususnya menyangkut terkait pengambilan foto oleh kurir sebagai bukti penyerahan barang. Dengan menggunakan teori perlindungan hukum, penelitian ini menganalisis regulasi yang mengatur terkait perlindungan data pribadi bagi pengguna Shopee. Selanjutnya, melalui teori pertanggungjawaban hukum, penelitian ini menganalisis terkait bentuk pertanggungjawaban beserta kewajiban hukum perusahaan layanan logistik atas tindakan penyalahgunaan data pribadi pengguna Shopee yang dilakukan oleh kurir di media sosial. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah terwujudnya kepastian hukum terkait perlindungan data pribadi bagi pengguna Shopee dalam hal pengambilan dan penyebarluasan foto bukti penyerahan barang.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, 2016, "*Kode Etik*", KBBI VI Daring, diakses pada laman <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kode%20etik>, tanggal 17 November 2024, pukul 09.50 WITA.

BAGAN KERANGKA PIKIR



BAB II

METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian empiris. Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, penelitian empiris adalah penelitian hukum yang dilakukan dengan mengkaji data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari masyarakat.⁴⁵ Penelitian empiris merupakan salah satu metode penelitian hukum yang berupaya untuk melihat hukum dalam kondisi yang nyata dan bagaimana hukum bekerja dalam masyarakat.⁴⁶ Penelitian empiris dilakukan dengan mengkaji bentuk perlindungan hukum terhadap data pribadi pengguna Shopee, khususnya menyangkut terkait pengambilan foto sebagai bukti penyerahan elektronik.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Makassar dengan pertimbangan bahwa Kota Makassar merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang menjadi sumber utama kunjungan terbanyak ke berbagai *marketplace*, sehingga terdapat beberapa kantor cabang perusahaan layanan logistik yang bekerja sama dengan *marketplace* khususnya Shopee dan mengaktifkan fitur “lihat bukti pengiriman” yang dapat mewakili populasi.⁴⁷ Adapun lokasi penelitian terdiri atas:

1. Kantor Cabang SPX Express;
2. Kantor Cabang J&T Express;
3. Kantor Cabang SiCepat Ekspres.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan layanan logistik, kurir, dan pengguna *marketplace*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan sampel sebagai berikut:

1. Perwakilan perusahaan layanan logistik masing-masing 1 (satu) orang tiap perusahaan.
2. Kurir masing-masing 1 (satu) orang tiap perusahaan.

⁴⁵ Irwansyah dan Ahsan Yunus, 2020, *Penelitian Hukum: Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*, Edisi Revisi, Yogyakarta: Mirra Buana Media, hlm. 43.

⁴⁶ Jonaedi Efendi dan Johnny Ibrahim, 2016, *Metode Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Depok: Prenadamedia Group, hlm. 150.

⁴⁷ Antonius Purwanto, 2022, “Kota Makassar: Pusat Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Timur”, Kompas Pedia, diakses pada laman <https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-makassar-pusat-pertumbuhan-ekonomi-indonesia-timur>, tanggal 6 Desember 2024, pukul 02.45 WITA.

3. Pengguna *marketplace* sebanyak 30 (tiga puluh) orang.

D. Jenis dan Sumber Data

Data penelitian terdiri atas:

1. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat melalui wawancara dan kuesioner kepada narasumber, yang dalam hal ini adalah perwakilan perusahaan layanan logistik, kurir, dan pengguna *marketplace*.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui kajian pustaka, baik berupa literatur seperti buku-buku dan karya ilmiah, dokumen-dokumen dan peraturan perundang-undangan, internet, dan sumber lainnya yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (*interview*), yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada pihak terkait, yaitu kepada karyawan perusahaan layanan logistik dan kurir.
2. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan untuk diisi langsung oleh responden, yaitu para pengguna *marketplace*.
3. Studi kepustakaan (*library research*), yaitu teknik pengumpulan data sekunder yang bersumber dari berbagai literatur, karya ilmiah, peraturan perundang-undangan, dan bahan bacaan lainnya.

F. Analisis Data

Data yang diperoleh baik data primer maupun data sekunder, selanjutnya dianalisis menggunakan metode kualitatif, dan kemudian disajikan secara deskriptif dengan menguraikan dan menjelaskan sesuai dengan permasalahan yang diteliti, agar dapat memberikan suatu kesimpulan yang jelas dan terarah dalam menjawab permasalahan pada penelitian ini.