

PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI BISNIS DIGITAL

Yuherman¹, Annisa Retno Utami^{2*}, Aglinnya Callista Andini⁴, M. Ady
Soehatman⁴

¹⁻³Universitas Sahid, Jakarta

⁴Sekolah Pascasarjana, Universitas Sahid, Jakarta

Email Korespondensi: annisa_utami@usahid.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi bisnis digital yang semakin berkembang seiring dengan transformasi teknologi informasi. Peningkatan aktivitas e-commerce dan layanan berbasis digital menimbulkan berbagai risiko terkait keamanan data, seperti kebocoran informasi, penyalahgunaan data, serta lemahnya pengelolaan privasi oleh pelaku usaha. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui studi literatur dan analisis regulasi, khususnya terkait implementasi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi konsumen masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain rendahnya kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya keamanan data, keterbatasan infrastruktur keamanan digital, serta lemahnya penegakan hukum. Selain itu, konsumen juga belum sepenuhnya memahami hak-haknya terkait perlindungan data pribadi. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat dalam meningkatkan literasi digital, memperkuat sistem keamanan informasi, serta mengoptimalkan implementasi regulasi yang ada. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian terkait perlindungan data pribadi serta menjadi referensi bagi pengembangan kebijakan dan praktik bisnis digital yang lebih aman dan terpercaya.

Kata Kunci: Perlindungan Data Pribadi, Transaksi Bisnis Digital, Keamanan Informasi, Privasi Konsumen, Regulasi Digital

ABSTRACT

This study aims to analyze the protection of consumer personal data in digital business transactions, which are increasingly evolving along with the transformation of information technology. The increase in e-commerce activity and digital-based services poses various risks related to data security, such as information leaks, data misuse, and weak privacy management by business actors. This study uses a qualitative approach with descriptive methods through literature review and regulatory analysis, specifically related to the implementation of the Personal Data Protection Law in Indonesia. The results show that consumer personal data protection still faces various challenges, including low business awareness of the importance of data security, limited digital security infrastructure, and weak law enforcement. Furthermore, consumers do not fully understand their rights regarding personal data protection. Therefore, synergy is needed between the government, business actors, and the public to improve digital literacy, strengthen information security systems, and optimize the implementation of existing regulations. This research contributes to enriching studies related to personal data protection and serves as a reference for the development of safer and more reliable digital business policies and practices.

Keywords: Personal Data Protection, Digital Business Transactions, Information Security, Consumer Privacy, Digital Regulation

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam aktivitas ekonomi global, khususnya melalui munculnya bisnis digital dan transaksi berbasis elektronik (*e-commerce*). Digitalisasi telah mengubah pola transaksi konvensional menjadi transaksi elektronik yang lebih cepat, efisien, dan tanpa batas geografis. Melalui platform *e-commerce* dan layanan digital, konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi tanpa harus bertemu secara langsung dengan pelaku usaha. Namun, kemudahan ini juga menghadirkan konsekuensi berupa meningkatnya risiko terhadap keamanan data pribadi konsumen yang menjadi bagian penting dalam proses transaksi digital (Rosidah & Karjoko, 2025). Data pribadi kini menjadi aset strategis dalam ekosistem digital karena dimanfaatkan untuk personalisasi layanan, strategi pemasaran, hingga pengambilan keputusan bisnis (Nguyen & Binh, 2025).

Transaksi bisnis digital tidak hanya memberikan manfaat, tetapi juga menimbulkan berbagai permasalahan baru, terutama terkait perlindungan data pribadi. Konsumen sering kali diminta untuk memberikan akses terhadap data pribadi tanpa pemahaman yang jelas mengenai penggunaan data tersebut. Bahkan, dalam beberapa kasus seperti layanan pinjaman online dan aplikasi digital, data pribadi konsumen dapat diakses secara luas, termasuk daftar kontak, yang berpotensi disalahgunakan untuk kepentingan tertentu (Wahyuningsih, 2023). Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa meningkatnya transaksi digital juga diiringi dengan meningkatnya kasus kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi. Data pribadi seperti identitas, alamat, dan informasi keuangan sering menjadi sasaran kejahatan siber. Di Indonesia, perlindungan data pribadi masih menghadapi berbagai tantangan, antara lain rendahnya literasi digital masyarakat, lemahnya pengawasan, serta belum optimalnya implementasi regulasi yang ada (Rahmawati, 2024). Selain itu, tingginya pengaduan konsumen dalam transaksi digital menunjukkan masih adanya kelemahan dalam sistem perlindungan konsumen, terutama terkait penipuan dan ketidaksesuaian produk (Amaanulloh et al., 2025). Selain itu, ketidakseimbangan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen juga menjadi masalah serius, di mana konsumen cenderung hanya menerima klausula baku tanpa memiliki ruang negosiasi dalam transaksi digital.

Dari sisi regulasi, perlindungan konsumen dalam transaksi digital masih menghadapi berbagai keterbatasan. Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi dasar hukum utama di Indonesia disusun sebelum era digital berkembang pesat, sehingga belum mampu mengakomodasi secara komprehensif permasalahan yang muncul dalam transaksi elektronik. Meskipun terdapat Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), regulasi tersebut belum mengatur secara teknis mengenai perlindungan konsumen dalam bisnis digital, khususnya terkait perlindungan data pribadi (Novita & Santoso, 2021). Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi dengan kesiapan regulasi dalam melindungi hak-hak konsumen.

Penelitian terdahulu menegaskan bahwa perlindungan data pribadi merupakan faktor kunci dalam membangun kepercayaan konsumen dalam ekosistem digital, karena keamanan data yang terjamin akan meningkatkan persepsi keandalan dan kredibilitas platform digital (Prastyanti & Sharma, 2024; Nguyen & Binh, 2025). Tanpa adanya jaminan keamanan data, konsumen cenderung ragu untuk melakukan transaksi secara online, yang pada akhirnya dapat menghambat perkembangan ekonomi digital karena menurunnya tingkat kepercayaan terhadap platform digital (Rosidah & Karjoko, 2025; Prastyanti & Sharma, 2024). Selain itu, penelitian lain menunjukkan bahwa meskipun

regulasi telah tersedia, implementasi perlindungan data pribadi masih belum optimal, terutama dalam hal pengawasan dan penegakan hukum (Rahmawati, 2024; Prastyanti & Sharma, 2024). Studi global juga mengungkapkan bahwa perlindungan data dalam transaksi e-commerce masih menghadapi tantangan serius, termasuk akses tidak sah, penyalahgunaan data, serta lemahnya mekanisme kompensasi bagi konsumen yang dirugikan (Gugava et al., 2024; Nguyen & Binh, 2025). Adanya perkembangan teknologi yang pesat tidak selalu diimbangi dengan kesiapan sistem hukum, sehingga menimbulkan celah perlindungan terhadap konsumen dalam transaksi digital (Hidayat, 2025). Secara global, perlindungan data pribadi dalam *e-commerce* juga menjadi isu krusial karena meningkatnya risiko akses tidak sah dan penyalahgunaan data dalam kontrak digital berbasis B2C (Gugava et al., 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, terdapat kesenjangan antara perkembangan pesat bisnis digital dengan efektivitas perlindungan data pribadi konsumen, baik dari sisi regulasi maupun implementasinya. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini untuk menganalisis perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi bisnis digital, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam implementasi regulasi, serta merumuskan upaya strategis untuk meningkatkan keamanan dan perlindungan data pribadi konsumen di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian yuridis normatif (*normative legal research*) yang bertujuan untuk menganalisis perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi bisnis digital berdasarkan perspektif hukum yang berlaku. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis regulasi, norma hukum, serta konsep perlindungan konsumen dalam ekosistem digital. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan mengkaji berbagai regulasi yang relevan, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep perlindungan data pribadi, hak privasi, serta teori kepercayaan konsumen dalam transaksi digital.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh melalui studi kepustakaan (*library research*). Data sekunder terdiri dari bahan hukum primer (peraturan perundang-undangan), bahan hukum sekunder (artikel jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian terdahulu), serta bahan hukum tersier (kamus hukum dan sumber pendukung lainnya). Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dengan menelaah berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara mengidentifikasi, mengklasifikasikan, dan menginterpretasikan data yang diperoleh untuk kemudian dianalisis secara sistematis. Analisis dilakukan menggunakan metode analisis deduktif, yaitu menarik kesimpulan dari konsep umum ke permasalahan khusus terkait perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi bisnis digital.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan bisnis digital di Indonesia menunjukkan peningkatan seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transaksi bisnis digital, seperti *e-commerce* dan layanan berbasis aplikasi, sangat bergantung pada pengumpulan dan pemrosesan data pribadi konsumen, mulai dari identitas, informasi kontak, hingga data keuangan. Kondisi ini menjadikan data pribadi sebagai aset strategis dalam mendukung aktivitas bisnis digital. Namun, di sisi lain, meningkatnya penggunaan data tersebut juga memperbesar potensi risiko kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan Rosidah dan Karjoko (2025) yang menyatakan bahwa transaksi elektronik memiliki potensi kerugian bagi konsumen apabila tidak diimbangi dengan sistem perlindungan yang memadai.

Dari aspek regulasi, Indonesia telah memiliki beberapa perangkat hukum yang mengatur perlindungan data pribadi dan konsumen, seperti 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), serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi regulasi tersebut masih belum optimal dalam menghadapi kompleksitas transaksi digital. UUPK, misalnya, disusun sebelum era digital berkembang pesat, sehingga belum mampu mengakomodasi berbagai permasalahan baru seperti penyalahgunaan data pribadi dan transaksi lintas negara (Novita & Santoso, 2021). Selain itu, masih terdapat celah dalam pengawasan dan penegakan hukum yang menyebabkan perlindungan konsumen belum berjalan secara efektif.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah rendahnya transparansi dalam pengelolaan data pribadi oleh pelaku usaha. Konsumen sering kali dihadapkan pada klausula baku (*standard contract*) yang mengharuskan mereka menyetujui penggunaan data tanpa pemahaman yang memadai. Kondisi ini mencerminkan adanya ketidakseimbangan posisi tawar antara pelaku usaha dan konsumen, sebagaimana diungkapkan oleh Wahyuningsih (2023) bahwa dalam praktik bisnis digital, konsumen cenderung tidak memiliki pilihan selain menerima ketentuan yang ditetapkan oleh pelaku usaha. Dalam perspektif *Privacy Concern*, kondisi ini meningkatkan persepsi risiko konsumen terhadap keamanan data pribadi mereka.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen (*consumer trust*) dalam transaksi digital. Berdasarkan *Trust Theory*, kepercayaan konsumen dipengaruhi oleh kemampuan sistem dalam menjaga keamanan data (*ability*), integritas pelaku usaha (*integrity*), serta itikad baik dalam melindungi kepentingan konsumen (*benevolence*). Penelitian terdahulu menegaskan bahwa perlindungan data pribadi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan menjadi keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha dalam ekosistem digital (Prastyanti & Sharma, 2024; Nguyen & Binh, 2025). Sebaliknya, tanpa adanya jaminan keamanan data, konsumen cenderung ragu untuk melakukan transaksi secara online, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan ekonomi digital.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital masyarakat menjadi salah satu faktor yang memperburuk perlindungan data pribadi. Banyak konsumen belum memahami hak-haknya terkait privasi data, sehingga rentan terhadap penyalahgunaan data oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Oleh karena itu, diperlukan upaya komprehensif yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha, dan

masyarakat dalam meningkatkan perlindungan data pribadi. Penguatan regulasi melalui implementasi UU PDP, peningkatan pengawasan, serta edukasi literasi digital menjadi langkah strategis dalam menciptakan ekosistem bisnis digital yang aman dan terpercaya. Hasil penelitian penelitian ini menegaskan bahwa perlindungan data pribadi tidak hanya merupakan aspek hukum semata, tetapi juga menjadi faktor strategis dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis digital di era ekonomi digital.

Kerangka Regulasi Perlindungan Data Pribadi di Indonesia

Indonesia memiliki kerangka regulasi yang cukup komprehensif dalam mengatur perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi bisnis digital. Regulasi utama yang menjadi dasar hukum meliputi Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Selain itu, terdapat regulasi turunan seperti Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik yang memperkuat pengaturan dalam konteks bisnis digital.

UU PDP merupakan regulasi terbaru yang secara khusus mengatur perlindungan data pribadi, termasuk prinsip pemrosesan data, hak subjek data, kewajiban pengendali data, serta sanksi terhadap pelanggaran. Dalam konteks ini, UU PDP berperan sebagai landasan utama dalam menjamin hak privasi konsumen, seperti hak atas persetujuan (*consent*), hak untuk mengakses, memperbaiki, dan menghapus data pribadi. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi UU PDP masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal kesiapan pelaku usaha, infrastruktur keamanan data, serta mekanisme pengawasan yang belum optimal.

Sementara itu, UU ITE mengatur aspek transaksi elektronik, termasuk keabsahan transaksi digital dan tanggung jawab penyelenggara sistem elektronik. Namun, UU ITE belum secara spesifik mengatur perlindungan data pribadi secara komprehensif, sehingga masih terdapat keterbatasan dalam memberikan perlindungan maksimal bagi konsumen. Hal ini sejalan dengan temuan Novita dan Santoso (2021) yang menyatakan bahwa regulasi perlindungan konsumen di Indonesia belum sepenuhnya mampu mengakomodasi kompleksitas permasalahan dalam era bisnis digital karena sebagian regulasi disusun sebelum digitalisasi berkembang pesat.

Lebih lanjut, UUPK sebagai regulasi dasar perlindungan konsumen juga memiliki keterbatasan dalam mengatur perlindungan data pribadi, karena fokus utamanya adalah pada perlindungan terhadap barang dan jasa, bukan pada aspek data digital. Kondisi ini menyebabkan adanya tumpang tindih dan kekosongan hukum (*regulatory gap*) dalam perlindungan data pribadi konsumen. Penelitian Wahyuningsih (2023) menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum mampu mengimbangi dinamika bisnis digital, terutama dalam menghadapi praktik klausula baku dan penyalahgunaan data oleh pelaku usaha.

Dalam perspektif teoritis, kerangka regulasi ini berfungsi sebagai mekanisme pembentuk *institutional trust*, di mana keberadaan hukum yang kuat dan implementatif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap sistem digital. Namun, apabila regulasi tidak berjalan efektif, maka kepercayaan tersebut akan menurun. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta menjadi keunggulan kompetitif dalam bisnis digital (Prastyanti & Sharma, 2024; Nguyen & Binh, 2025). Sebaliknya, lemahnya regulasi dan

penegakan hukum akan meningkatkan *privacy concern* konsumen, yang berdampak pada rendahnya minat transaksi digital.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah tersedia, mekanisme perlindungan konsumen dalam praktik masih belum efektif. Konsumen yang mengalami kerugian akibat kebocoran data atau penyalahgunaan informasi sering kali menghadapi kesulitan dalam menuntut haknya, baik melalui jalur litigasi maupun non-litigasi. Hal ini diperkuat oleh temuan Rosidah dan Karjoko (2025) yang menyatakan bahwa meskipun hukum telah mengatur perlindungan konsumen, proses pemulihan hak konsumen dalam transaksi elektronik masih belum efisien dan mudah diakses.

Secara umum kerangka regulasi perlindungan data pribadi di Indonesia secara normatif sudah cukup memadai, namun secara implementatif masih menghadapi berbagai tantangan. Oleh karena itu, diperlukan harmonisasi regulasi, penguatan penegakan hukum, serta peningkatan literasi digital untuk memastikan perlindungan data pribadi konsumen dapat berjalan secara efektif dalam mendukung pertumbuhan bisnis digital.

Analisis Risiko dan Permasalahan Perlindungan Data Pribadi Konsumen

Hasil kajian menunjukkan bahwa meningkatnya transaksi bisnis digital di Indonesia berbanding lurus dengan meningkatnya risiko terhadap perlindungan data pribadi konsumen. Risiko utama yang teridentifikasi meliputi kebocoran data (*data breach*), penyalahgunaan data oleh pihak ketiga, serta lemahnya sistem keamanan informasi pada platform digital. Data pribadi seperti identitas, nomor telepon, alamat, hingga informasi keuangan menjadi sangat rentan ketika tidak dikelola dengan standar keamanan yang memadai. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rosidah dan Karjoko (2025) yang menyatakan bahwa transaksi elektronik berpotensi menimbulkan kerugian finansial bagi konsumen apabila tidak diimbangi dengan sistem perlindungan yang efektif.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah lemahnya transparansi dalam pengelolaan data pribadi serta praktik persetujuan (*consent*) yang tidak sepenuhnya dipahami oleh konsumen. Dalam banyak kasus, konsumen dihadapkan pada klausula baku (*standard contract*) yang mengharuskan mereka menyetujui akses data tanpa penjelasan yang jelas mengenai tujuan penggunaannya. Padahal, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) menegaskan bahwa pemrosesan data harus didasarkan pada persetujuan yang sah, spesifik, dan diinformasikan. Namun, dalam praktiknya, persetujuan tersebut seringkali bersifat formalitas tanpa pemahaman substansial dari konsumen. Hal ini juga diperkuat oleh Wahyuningsih (2023) yang menyatakan bahwa konsumen cenderung berada pada posisi lemah dan hanya menerima ketentuan yang ditetapkan oleh pelaku usaha.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa lemahnya penegakan hukum dan mekanisme penyelesaian sengketa menjadi salah satu faktor utama yang memperburuk perlindungan data pribadi konsumen. Meskipun terdapat regulasi seperti Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), implementasi perlindungan konsumen dalam transaksi digital masih belum optimal. Novita dan Santoso (2021) menyatakan bahwa regulasi yang ada belum mampu mengakomodasi kompleksitas permasalahan di era digital karena sebagian besar regulasi tersebut disusun sebelum perkembangan teknologi digital yang pesat. Akibatnya, konsumen yang dirugikan sering menghadapi kesulitan dalam menuntut haknya secara efektif.

Dari perspektif teoritis, permasalahan ini dapat dijelaskan melalui *Privacy Concern Theory*, di mana meningkatnya kekhawatiran konsumen terhadap privasi akan meningkatkan persepsi risiko (*perceived risk*) dalam penggunaan layanan digital. Kondisi ini berdampak pada menurunnya kepercayaan konsumen (*consumer trust*) serta rendahnya minat untuk melakukan transaksi digital. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingginya risiko privasi dapat menghambat adopsi teknologi digital dan menurunkan partisipasi dalam ekonomi digital (Nguyen & Binh, 2025; Prastyanti & Sharma, 2024). Oleh karena itu, perlindungan data pribadi tidak hanya memerlukan regulasi yang kuat, tetapi juga implementasi yang efektif melalui peningkatan literasi digital, penguatan pengawasan, serta penerapan sistem keamanan informasi yang memadai.

Peran Perlindungan Data Pribadi dalam Membangun Kepercayaan Konsumen (*Trust Theory*)

Berdasarkan hasil kajian bahwa perlindungan data pribadi memiliki peran yang sangat penting dalam membangun kepercayaan konsumen (*consumer trust*) dalam transaksi bisnis digital. Dalam ekosistem digital, kepercayaan menjadi faktor utama yang menentukan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu platform atau layanan. Konsumen cenderung akan melakukan transaksi apabila mereka merasa bahwa data pribadi mereka dikelola dengan aman dan tidak disalahgunakan. Hal ini sejalan dengan temuan Prastyanti dan Sharma (2024) yang menyatakan bahwa perlindungan data pribadi dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kepercayaan konsumen.

Dalam perspektif *Trust Theory*, kepercayaan konsumen dibangun melalui tiga dimensi utama, yaitu *ability* (kemampuan sistem dalam menjaga keamanan data), *integrity* (kejujuran dan konsistensi pelaku usaha dalam mengelola data), serta *benevolence* (itikad baik pelaku usaha dalam melindungi kepentingan konsumen). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika platform digital mampu menjamin keamanan data melalui sistem yang andal, transparansi kebijakan privasi, serta perlindungan terhadap penyalahgunaan data, maka tingkat kepercayaan konsumen akan meningkat. Sebaliknya, kegagalan dalam menjaga keamanan data akan berdampak langsung pada penurunan kepercayaan serta reputasi pelaku usaha.

Dari aspek regulasi, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen melalui jaminan perlindungan hukum terhadap data pribadi. UU PDP memberikan hak kepada konsumen sebagai subjek data, seperti hak atas persetujuan, hak untuk mengakses dan memperbaiki data, serta hak untuk menghapus data pribadi. Selain itu, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga memberikan dasar hukum bagi perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun regulasi telah tersedia, implementasinya masih belum optimal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen secara menyeluruh.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi keamanan data dan risiko privasi. Nguyen dan Binh (2025) menemukan bahwa perlindungan data yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong intensi penggunaan layanan digital. Sebaliknya, apabila konsumen memiliki tingkat kekhawatiran yang tinggi terhadap privasi (*privacy concern*), maka mereka cenderung mengurangi interaksi dengan platform digital atau bahkan

menghindari transaksi secara online. Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi memiliki hubungan langsung dengan keberlanjutan bisnis digital dan pertumbuhan ekonomi digital secara keseluruhan.

Hasil penelitian lain juga menunjukkan bahwa transparansi dan akuntabilitas pelaku usaha dalam pengelolaan data pribadi menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Konsumen tidak hanya membutuhkan jaminan keamanan teknis, tetapi juga kejelasan mengenai bagaimana data mereka digunakan, disimpan, dan dilindungi. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara regulasi, teknologi, dan kesadaran pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem digital yang aman dan terpercaya. Dengan demikian, perlindungan data pribadi tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Strategi Penguatan Perlindungan Data Pribadi: Integrasi *Trust* dan *Privacy Concern*

Berdasarkan hasil analisis penguatan perlindungan data pribadi dalam transaksi bisnis digital memerlukan pendekatan yang tidak hanya berbasis regulasi, tetapi juga mengintegrasikan aspek kepercayaan (*trust*) dan kekhawatiran privasi (*privacy concern*) konsumen. Dalam konteks ini, perlindungan data pribadi tidak hanya berfungsi sebagai kewajiban hukum, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap platform digital. Penelitian terdahulu menegaskan bahwa tingkat kepercayaan konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi keamanan data, sehingga pelaku usaha perlu memastikan bahwa sistem pengelolaan data dilakukan secara transparan dan akuntabel (Prastyanti & Sharma, 2024).

Dari perspektif *Trust Theory*, strategi penguatan perlindungan data pribadi dapat dilakukan melalui peningkatan tiga dimensi utama, yaitu *ability*, *integrity*, dan *benevolence*. Pelaku usaha perlu meningkatkan *ability* melalui penerapan teknologi keamanan informasi seperti enkripsi dan autentikasi berlapis untuk melindungi data konsumen. Selain itu, *integrity* dapat dibangun melalui transparansi kebijakan privasi serta konsistensi dalam penggunaan data sesuai dengan tujuan yang telah disepakati. Sementara itu, *benevolence* dapat diwujudkan melalui komitmen pelaku usaha dalam melindungi kepentingan konsumen, termasuk menyediakan mekanisme pengaduan dan kompensasi apabila terjadi pelanggaran data. Pendekatan ini terbukti mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dalam ekosistem digital (Nguyen & Binh, 2025).

Di sisi lain, dari perspektif *Privacy Concern*, strategi penguatan perlindungan data pribadi harus mampu menurunkan tingkat kekhawatiran konsumen terhadap penggunaan data mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan kontrol yang lebih besar kepada konsumen terhadap data pribadi mereka, seperti hak untuk mengakses, memperbaiki, dan menghapus data sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Selain itu, penyederhanaan kebijakan privasi agar mudah dipahami oleh konsumen juga menjadi langkah penting dalam mengurangi *privacy concern*. Penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat transparansi dan kontrol yang dimiliki konsumen, maka semakin rendah tingkat kekhawatiran terhadap privasi (Prastyanti & Sharma, 2024).

Dari aspek regulasi, penguatan perlindungan data pribadi juga harus didukung oleh implementasi yang efektif dari berbagai peraturan yang ada, seperti UU PDP, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Regulasi ini berfungsi sebagai fondasi dalam menciptakan *institutional trust* yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen

terhadap sistem digital. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan dalam implementasi regulasi, seperti lemahnya pengawasan dan penegakan hukum. Novita dan Santoso (2021) menegaskan bahwa regulasi perlindungan konsumen di Indonesia masih perlu disesuaikan dengan perkembangan teknologi digital agar lebih adaptif dan efektif.

Lebih lanjut, strategi penguatan perlindungan data pribadi juga memerlukan pendekatan kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah berperan dalam memperkuat regulasi dan pengawasan, pelaku usaha bertanggung jawab dalam menerapkan sistem keamanan data yang memadai, sementara masyarakat perlu meningkatkan literasi digital agar lebih memahami hak-haknya terkait perlindungan data pribadi. Dengan integrasi antara *Trust Theory* dan *Privacy Concern*, perlindungan data pribadi dapat menjadi fondasi utama dalam menciptakan ekosistem bisnis digital yang aman, terpercaya, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi bisnis digital merupakan aspek krusial yang tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan hukum, tetapi juga berperan strategis dalam membangun kepercayaan konsumen dan keberlanjutan bisnis digital. Meskipun Indonesia telah memiliki kerangka regulasi yang relatif komprehensif, seperti Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK), implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan, seperti lemahnya penegakan hukum, rendahnya literasi digital, serta kurangnya transparansi dalam pengelolaan data oleh pelaku usaha. Selain itu, tingginya tingkat *privacy concern* konsumen akibat risiko kebocoran dan penyalahgunaan data juga berdampak pada menurunnya kepercayaan (*consumer trust*) terhadap platform digital. Oleh karena itu, perlindungan data pribadi harus dipandang sebagai integrasi antara aspek regulasi, teknologi, dan perilaku konsumen dalam menciptakan ekosistem digital yang aman dan terpercaya.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan perlunya strategi penguatan perlindungan data pribadi melalui pendekatan kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah perlu memperkuat implementasi dan pengawasan regulasi, termasuk optimalisasi penerapan UU PDP serta penyempurnaan regulasi turunan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Pelaku usaha diharapkan meningkatkan sistem keamanan informasi, transparansi kebijakan privasi, serta akuntabilitas dalam pengelolaan data konsumen guna membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Sementara itu, masyarakat perlu didorong untuk meningkatkan literasi digital agar lebih memahami hak dan risiko terkait data pribadi. Dengan demikian, integrasi antara *Trust Theory* dan *Privacy Concern* dapat menjadi landasan dalam merumuskan kebijakan dan praktik bisnis yang tidak hanya melindungi konsumen, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaanulloh, I. S., Haq, B., & Satrio, M. D. (2025). Tantangan dan solusi perlindungan konsumen dalam transaksi digital: Perspektif hukum bisnis di Indonesia. *Media Riset Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan*, 3(2), 9–16.
- Gugava, N., Kobaladze, L., Kenia, T., & Kobakhidze, O. (2024). A comparative analysis of data protection in e-commerce B2C contracts in Georgia and the European Union. *Review of European and Comparative Law*, 59(4), 47–76.
- Hidayat, R. S. (2025). Transformasi hukum bisnis di ekosistem digital: Studi atas perlindungan data pribadi konsumen. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 3(4), 46–52.
- Nguyen, L. M., & Binh, H. T. T. (2025). Enhancing personal data protection on e-commerce platforms: A case study in Vietnam. *Veredas do Direito*, 22(2), e223116.
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi pembaharuan regulasi perlindungan konsumen di era bisnis digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46–58.
- Panjaitan, H., & Pramono, N. (2023). Legal protection of consumers in digital transactions. *Russian Law Journal*, 11(3), 1431–1437.
- Prastyanti, R. A., & Sharma, R. (2024). Establishing consumer trust through data protection law as a competitive advantage in Indonesia and India. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 4(2), 354–390.
- Rahmawati, H. (2024). Aspek hukum dalam transaksi bisnis digital serta upaya perlindungan data pribadi konsumen dalam era teknologi. *JISPENDIORA: Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan dan Humaniora*, 3(3), 133–141.
- Republik Indonesia. (1999). *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58.
- Republik Indonesia. (2016). *Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251.
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185.
- Republik Indonesia. (2019). *Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222.
- Republik Indonesia. (2022). *Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi*. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196.
- Republik Indonesia. (2023). *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik*.
- Rosidah, Z. N., & Karjoko, L. (2025). Enhancing consumer protection in electronic transactions in Indonesia. *Sriwijaya Law Review*, 9(1), 194–207.

Wahyuningsih, W. T. (2023). Perlindungan hukum terhadap konsumen dan pelaku bisnis dalam bisnis digital e-commerce. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 1(1), 40–48.