

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini tidak dapat luput dari berkembangnya jaringan internet, dimana dampaknya sedemikian hebat, dimana perkembangan internet menciptakan terbentuknya suatu dunia baru yang biasa disebut dengan dunia maya. Sebelumnya manusia hanya membayangkan bahwa itu adalah suatu globalisasi dunia. Fakta ketika batasan geografis yang membagi bumi menjadi beberapa negara akan pudar dan hilang. Secara perlahan-lahan usaha tersebut mulai dilakukan yaitu dengan cara membuka perdagangan dunia seluas-luasnya tanpa proteksi dari pemerintah atau pihak lain yang mengatur mekanisme jual beli. Perkembangan internet dalam intensitas tinggi, peningkatan kapasitas, kemudahan mengakses dan semakin murah biaya penggunaan internet menyebabkan perubahan revolusioner dalam penggunaannya di berbagai bidang, seperti komunikasi, hiburan, pariwisata dan bidang lainnya. Namun dari sekian banyak tersebut, bidang perdagangan yang mengalami perkembangan paling signifikan dalam penggunaan media internet di masyarakat.¹

Perkembangan saat ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi jual beli melalui media elektronik. Pada prinsipnya *e-commerce* menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan

¹ Priliasari, E. (2023). PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE MENURUT PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN DI INDONESIA (Legal Protection of Consumer Personal Data in E-Commerce According To Laws dan Regulations in Indonesia). Jurnal Rechts Vinding, 12(2), 261–279.

ruang (*time and space*) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jaringan dengan berbagai institusi lain harus dimanfaatkan karena pada perkembangan teknologi masa kini persaingan sesungguhnya terletak bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya²

Transaksi *e-commerce* memberikan banyak keuntungan bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, *e-commerce* memberikan kemudahan dalam berbelanja tanpa harus datang langsung ke toko fisik. Mereka dapat membandingkan harga dan produk dari berbagai penjual, menghemat waktu dan biaya transportasi. Bagi penjual, *e-commerce* memungkinkan mereka untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih luas, meningkatkan visibilitas produk, dan mengoptimalkan proses penjualan dan distribusi. Namun, dalam transaksi *e-commerce*, sering terjadi kebocoran data pribadi konsumen. Kebocoran data pribadi konsumen dalam transaksi *e-commerce* merupakan masalah serius yang dapat mengancam privasi dan keamanan informasi konsumen. Kebocoran data dapat terjadi ketika informasi pribadi seperti nama, alamat, nomor telepon, alamat email, nomor kartu kredit, dan data sensitif lainnya yang seharusnya dijaga kerahasiaannya jatuh ke tangan pihak yang tidak berwenang.³

Dalam lima tahun terakhir, transaksi *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, nilai transaksi *e-commerce* terus meningkat dari Rp 205,5 triliun pada 2019 menjadi Rp 487,01 triliun pada 2024. Sejak 2019, *e-*

² Coryka, P. W., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Kartu Elektronik dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2(3), 641–645. <https://doi.org/10.22225/juinhum.2.3.4164.641-645>

³ Nugraha, S., Andayani, D., & Tumanggor, M. . (2023). Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha E-Commerce Atas Terjadinya Pencurian Data Konsumen Melalui Aplikasi Tokopedia Berdasarkan Pasal 19 dan Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *UNES Law Review*, 6(2), 4896–4909. <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i2.1165>

commerce di Indonesia menunjukkan tren positif dengan pertumbuhan sebagai berikut: 2019: Rp 205,5 triliun; 2020: Rp 266,3 triliun (+29,6%); 2021: Rp 401,1 triliun (+50,7%); 2022: Rp 476,3 triliun (+18,7%); 2023: Rp 453,75 triliun (-4,7%); 2024: Rp 487,01 triliun (+7,3%). Dari data ini, terlihat bahwa lonjakan terbesar terjadi pada tahun 2021, dengan peningkatan lebih dari 50% dibanding tahun sebelumnya. Hal ini kemungkinan besar didorong oleh perubahan perilaku belanja masyarakat akibat pandemi COVID-19, yang membuat transaksi online semakin populer. Namun, pada tahun 2023, transaksi *e-commerce* mengalami sedikit penurunan sebesar 4,7%. Penurunan ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti pemulihan ekonomi pasca-pandemi, perubahan kebijakan impor, dan persaingan yang semakin ketat di industri ini. Meski demikian, pada tahun 2024, transaksi kembali meningkat menjadi Rp 487,01 triliun, menunjukkan bahwa sektor ini masih memiliki prospek cerah di masa depan. ⁴

Perkembangan modern saat ini sangat terkenal dengan penggunaan digital. Dalam perekonomian Indonesia terdapat Layanan jasa keuangan, warga dapat melakukan akses layanan jasa keuangan dan menjadi konsumen dalam memakai jasa layanan keuangan digital demi efisiensi transaksi seperti halnya yang diperoleh dalam Kartu Kredit dimana dalam hal ini diperlukan untuk transaksi online karena hampir semua teknologi yang tersedia saat ini memerlukan pembayaran kartu kredit. Dalam opsi pembayaran menggunakan kartu kredit, banyak *e-commerce* yang melakukan Kerjasama dengan pihak 3 yang biasa disebut Perusahaan *payment gateway*, Dimana perusahaan *payment gateway* ini menjadi salah satu jembatan bagi *e-commerce* dengan bank penerbit kartu dan Skema kartu.

Saat melakukan pembayaran online, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan khususnya dalam transaksi dengan pembayaran menggunakan kartu kredit, antara lain:

⁴ <https://pusatdata.kontan.co.id/infografik/88/Transaksi-Ecommerce-Indonesia-2019-2024>

- a. *Security*: Kata sandi dan informasi kartu kredit, misalnya, tidak boleh "dicuri" oleh orang yang tidak berwenang karena nantinya dapat digunakan untuk tujuan jahat.
- b. *Confidentiality*: Korporasi harus dapat memastikan bahwa tidak ada orang yang mengetahui transaksi tersebut, selain orang-orang yang diwajibkan oleh undang-undang untuk mengetahui informasi tersebut (misalnya bank).
- c. *Integrity*: Sistem harus dapat memverifikasi keabsahan transaksi jual beli, yaitu bahwa harga yang disebutkan dan dibayarkan hanya berlaku untuk barang dan jasa yang benar-benar diperoleh dan disepakati.
- d. *Authentication*: proses pengecekan kebenaran secara khusus. Menurut pernyataan masing-masing pihak, pembeli dan penjual adalah satu-satunya pihak dalam situasi ini yang dapat berdagang secara legal.
- e. *Authorization*: sarana untuk menentukan keandalan dan daya beli pelanggan (ada dana yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi jual beli).

Dalam keamanan data nasabah tampaknya belum ada yang mampu memberikan perlindungan menyeluruh atas hak dan kepentingan konsumen terkait privasi dan data pribadinya. Ketiadaan peraturan yang komprehensif ditambah dengan minimnya tindakan pencegahan teknis membuat konsumen di Indonesia rentan terhadap pelanggaran data pribadi, seperti kebocoran data dan penyalahgunaan data pribadi. Dalam hal ini dibutuhkan sebuah metode pembayaran yang dapat memudahkan para pengguna dengan aman dalam melakukan transaksi pembayaran yaitu dengan *payment gateway*.⁵

⁵ Coryka, P. W., Budiarta, I. N. P., & Ujianti, N. M. P. (2021). Perlindungan Hukum Bagi Pemilik Kartu Elektronik dalam Transaksi E-Commerce. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2(3), 641–645. <https://doi.org/10.22225/juinhum.2.3.4164.641-645>

Payment gateway adalah sebuah sistem penyedia layanan e-commerce yang bertindak sebagai jembatan antara situs web pedagang dan lembaga keuangan yang memproses transaksi secara online. *Payment gateway* memberikan layanan transaksi secara mudah, efisien, dan aman. Salah satu layanan *payment gateway* yang sering digunakan adalah midtrans. Midtrans adalah sistem pembayaran yang dapat memfasilitasi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi.