

JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar
Volume 2, Nomor 2, June 2023, Halaman 67-70
Licenced by CC BY-SA 4.0
ISSN: 2302-6219
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.12350706>

Analisis Pencegahan Penyalahgunaan Data Pribadi di Aplikasi Belanja Online

Gilang Dwi Prasetyo¹, Muhammad Irwan Padli Nasution²

^{1,2}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: gilangdwiprasetyo364@gmail.com¹, irwannst@uinsu.ac.id²

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membuka pintu bagi maraknya aktivitas belanja online di seluruh dunia. Namun, di balik kemudahan yang ditawarkan oleh belanja *online*, muncul pula kekhawatiran yang berkaitan dengan keamanan data pribadi pengguna. Kekhawatiran ini tidaklah tanpa dasar, karena data pribadi yang disalahgunakan dapat memiliki konsekuensi yang sangat serius. Dari pencurian identitas hingga penipuan finansial, ancaman terhadap privasi pengguna semakin meningkat seiring dengan meningkatnya aktivitas belanja online. Oleh karena itu, perlindungan terhadap data pribadi menjadi sangat penting dalam ekosistem digital yang semakin kompleks ini. Paper ini bertujuan menganalisis pencegahan penyalahgunaan data pribadi di aplikasi belanja *online*. Penelitian ini menggunakan studi Pustaka dan telaah literatur, dimana dengan menggabungkan jurnal jurnal dan teori yang ada digabungkan menjadi satu kesatuan yang dimana menjadi satu kesimpulan yang ada.

Kata Kunci: Belanja *Online*, Data Pribadi, Penyalahgunaan

Abstract

The development of digital technology has opened the door to the rise of online shopping activities throughout the world. However, behind the convenience offered by online shopping, concerns also arise regarding the security of users' personal data. These concerns are not without foundation, as misuse of personal data can have very serious consequences. From identity theft to financial fraud, threats to user privacy are increasing as online shopping activity increases. Therefore, protection of personal data is very important in this increasingly complex digital ecosystem. This paper aims to analyze the prevention of misuse of personal data in online shopping applications. This research uses literature studies and literature reviews, where by combining journals and existing theories they are combined into one whole which results in one conclusion.

Keywords: Online Shopping, Personal Data, Abuse

Article Info

Received date: 08 June 2024

Revised date: 18 June 2024

Accepted date: 22 June 2024

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi tiba-tiba mengubah cara berpikir dan berperilaku masyarakat Indonesia. Dengan semakin mudahnya Internet, masyarakat dapat mengakses informasi dan layanan dari mana saja di dunia, membuka jalan menuju dunia tanpa batas. Meskipun perkembangan ini membawa peluang baru yang tidak terbatas, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan yang berbeda-beda. Jika dimanfaatkan secara optimal, manfaat luas ini berpotensi besar untuk mempermudah kehidupan sehari-hari dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Belanja *online* adalah metode di mana pelanggan dapat membeli barang atau layanan melalui internet menggunakan perangkat komputer atau ponsel mereka. Keunggulan utama dari belanja online adalah kemudahan bagi pelanggan; berbeda dengan metode konvensional yang mengharuskan pembeli untuk hadir di toko fisik, belanja *online* dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja. Kemajuan teknologi telah mengubah cara kita berbelanja. Belanja daring, juga dikenal sebagai belanja *online*, memungkinkan pelanggan untuk membeli barang atau jasa melalui internet menggunakan perangkat seperti komputer atau ponsel. Belanja *online* tidak memerlukan Anda untuk hadir di toko atau tempat jual beli fisik. Ini adalah perbedaan utamanya dengan belanja tradisional. Konsumen sangat fleksibel karena mereka dapat berbelanja dari mana saja dan kapan saja tanpa harus bertemu dengan penjual langsung.

Belanja *online* telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern. Kemudahan dan ragam pilihan produk yang ditawarkan menjadi daya tarik utama. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat potensi penyalahgunaan data pribadi pengguna. Data pribadi pengguna,

seperti nama, alamat, nomor telepon, dan data keuangan, rentan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Penyalahgunaan data pribadi dapat berakibat fatal, seperti pencurian identitas, penipuan finansial, hingga pelanggaran privasi. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku usaha di bidang *e-commerce* untuk menerapkan berbagai langkah pencegahan penyalahgunaan data pribadi pengguna.

METODE

Penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka yang mengambil dari berbagai jurnal dan teori terkait dalam literatur yang relevan. Dengan menggabungkan informasi dari berbagai sumber tersebut, penelitian ini menciptakan suatu kesatuan yang komprehensif untuk mendukung pembentukan kesimpulan yang kuat. Dalam prosesnya, berbagai pendekatan dan temuan dari literatur digunakan untuk memperkaya pemahaman tentang topik yang diteliti. Sehingga, kesimpulan yang dihasilkan merupakan hasil sintesis yang mendalam dari beragam perspektif dan penelitian sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Belanja *Online*

Belanja *online* merupakan proses yang memungkinkan pelanggan berinteraksi langsung dengan penjual secara interaktif dan real-time serta membeli barang dan jasa melalui Internet. *Platform e-commerce* memungkinkan pembeli mengakses berbagai iklan yang ditawarkan penjual sehingga mereka dapat melihat dan mengevaluasi produk atau layanan sebelum membeli. Aktivitas pembelian ini menciptakan suatu bentuk komunikasi baru yang memungkinkan terjadinya komunikasi antara pembeli dan penjual tanpa harus berada di tempat yang sama. Semua itu dapat dengan mudah dilakukan dari berbagai perangkat seperti laptop, komputer atau telepon seluler yang terhubung dengan Internet, membuka akses berbelanja dimana saja dan kapan saja di seluruh dunia.

Irwantoko mencatat bahwa *e-commerce* lebih dari sekedar membeli barang atau jasa melalui Internet; ini adalah perubahan besar dalam cara kami beroperasi. Toko online ini mengubah paradigma lama, dimana berbelanja seringkali dibatasi oleh hal-hal seperti keberadaan retailer, lokasi toko fisik, atau kunjungan ke mall. Berkat belanja online, kehadiran fisik tidak lagi penting dalam proses jual beli. Kita tidak perlu bertemu langsung dengan penjual atau melihat langsung produknya di pasaran. Kita bisa bertransaksi dengan cepat dan nyaman dari mana saja berkat layar yang memadai dan koneksi internet yang stabil. Hal ini mendorong konsumen masa kini untuk berbelanja lebih lancar dan efisien.

Belanja *online* adalah salah satu aspek dari konsep yang lebih luas, yaitu *e-commerce*, yang mencakup segala aktivitas bisnis yang memanfaatkan teknologi komunikasi seperti internet sebagai medium utamanya. *e-commerce*, pada dasarnya, merujuk pada segala bentuk transaksi perdagangan atau perniagaan barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik, tanpa memerlukan interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Dengan demikian, *e-commerce* memungkinkan para pelaku bisnis untuk menjalankan operasi mereka secara efisien dan memperluas jangkauan pasar mereka melalui *platform online*, yang pada gilirannya meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

Keuntungan dan Kerugian Belanja *Online*

Ada banyak keuntungan dan kerugian berbelanja online. Beberapa hal yang membuat belanja online bermanfaat:

- a. Membuat kita dapat berbelanja dari rumah kita sendiri, tidak perlu pergi ke toko atau pasar untuk membeli apa yang kita butuhkan; yang dibutuhkan hanyalah memesan dari aplikasi belanja *online*.
- b. Dengan berbelanja dari rumah, maka bisa menghemat tenaga saat mencari barang yang ingin dibeli.
- c. Belanja *online* merupakan hal yang mudah, hanya mengunjungi aplikasi toko *online*, mencari barang yang diinginkan lalu memesan dan membelinya.
- d. Tidak perlu mengecek ke satu toko ke toko lainnya untuk mencari barang yang dibutuhkan karena toko *online* sudah memiliki banyak pilihan. Ini adalah salah satu fitur terbaik dari toko *online*.

Beberapa kerugian saat berbelanja *online* adalah:

- a. Ada potensi penipuan di mana seseorang dapat mengalami kerugian finansial karena kecurangan yang dilakukan oleh pihak lain.
- b. Ada kemungkinan bahwa data dan informasi pribadi serta informasi berharga dapat dicuri, yang dapat menyebabkan kerugian finansial yang signifikan bagi korban.
- c. Ada risiko terjadinya kehilangan peluang bisnis atau kerugian pelanggan yang disebabkan oleh gangguan sistem, seperti kesalahan manusia atau pemadaman listrik yang tiba-tiba.
- d. Potensi kerugian yang mungkin timbul karena kesalahan manusia, baik disengaja maupun tidak, serta kerusakan pada sistem elektronik, seperti gangguan sinyal atau sinyal yang tidak bagus.

Kebijakan Privasi (*Privacy Policy*) dalam Belanja Online

Menurut Simon Ginkhaef, prinsip-prinsip yang mendasari kebijakan privasi memainkan peran penting dalam mengarahkan penyedia sistem belanja online untuk menjauhi pelanggaran sejak tahap awal penggunaan *e-commerce*. Dengan fokus yang tajam pada privasi dan keamanan data, mereka telah berhasil membangun kepercayaan yang kokoh di antara pengguna mereka, sekaligus mematuhi dengan sungguh-sungguh segala peraturan yang berlaku. Langkah ini tidak hanya berdampak pada hubungan bisnis yang positif antara penyedia dan konsumen, tetapi juga mempromosikan lingkungan bisnis yang sehat dan terpercaya secara keseluruhan, di mana semua pihak merasa nyaman dan yakin dalam bertransaksi secara online. Berikut langkah-langkah dalam *privacy police* sebagai berikut:

- a. Dibutuhkan sistem pencatatan data yang sangat terjaga kerahasiaannya.
- b. Sehubungan dengan data privasi yang disimpan, penting bagi pemilik data untuk memiliki akses ke data tersebut dan pemahaman yang jelas tentang bagaimana data mereka digunakan.
- c. Pemilik data privasi harus memiliki aksesibilitas yang efektif dalam mencegah penggunaan data mereka yang tidak sesuai dengan persetujuan yang telah disepakati dalam kebijakan privasi.
- d. Bagi pihak penyedia *e-commerce* harus menyediakan fitur bagi konsumen untuk bisa mengubah data pribadi dan memperbaiki identitasnya.
- e. Untuk pihak yang melanggar ketentuan kebijakan privasi dengan mengumpulkan, menyalahgunakan, atau menyebarkan data privasi harus bertanggung jawab atas tindakan mereka. Mereka harus mengambil langkah pemulihan, memberikan ganti rugi yang sesuai, dan menegakkan kepatuhan dengan ketentuan privasi di masa mendatang.
- f. Prinsip-prinsip ini menjadi panduan yang penting bagi konsumen dan penyedia layanan *e-commerce* serta sistem *online marketplace*. Setiap awal interaksi dalam aktivitas *e-commerce* harus didasarkan pada kesepakatan atas kebijakan privasi yang menjadi standar dalam setiap transaksi ekonomi.

Tujuan utama kebijakan perlindungan data dalam *e-commerce* adalah untuk memberikan kepastian hukum kepada konsumen mengenai data pribadi yang mereka kirimkan dan preferensi yang mereka tetapkan di toko *online*. Tujuannya adalah untuk mencegah penyalahgunaan dan menjaga kerahasiaan data, yang tidak hanya terkait dengan hak asasi konsumen, namun juga upaya penyedia layanan sistem pembelian elektronik dan belanja online untuk menjamin keamanan, kenyamanan dan martabat konsumen.

Selain ketentuan-ketentuan yang harus digunakan untuk memandu konsumen ketika berbelanja di toko online, konsumen juga diharapkan untuk mengikuti kebijakan privasi, karena bertujuan untuk melindungi terhadap pelanggaran privasi konsumen yang disebabkan oleh penggunaan *cookie* teknologi dalam sistem pemasaran online. Jika kebijakan privasi platform *e-commerce* dianggap rentan, konsumen disarankan untuk menghindari penggunaan sumber daya tersebut untuk melindungi privasi dan keamanan informasi pribadi mereka.

PEMBAHASAN

Berikut adalah beberapa metode pencegahan penyalahgunaan data pribadi di aplikasi belanja *online*:

1. Aspek Hukum

- Perkuat regulasi perlindungan data pribadi: Diperlukan regulasi yang tegas dan komprehensif terkait perlindungan data pribadi di Indonesia. Hal ini untuk memastikan hak pengguna atas data pribadinya dan memberikan sanksi yang jelas bagi pelanggar.

- Terapkan prinsip-prinsip perlindungan data pribadi: Prinsip-prinsip seperti transparansi, akuntabilitas, dan pembatasan tujuan pengumpulan data harus diterapkan dalam pengelolaan data pribadi pengguna.
2. Aspek Teknologi
- Gunakan teknologi enkripsi data: Data pribadi pengguna harus dienkripsi untuk mencegah akses yang tidak sah.
 - Terapkan sistem keamanan yang kuat: Sistem keamanan aplikasi belanja online harus kuat dan teruji untuk mencegah peretasan dan kebocoran data.
 - Gunakan mekanisme autentifikasi yang aman: Mekanisme autentifikasi, seperti *two-factor authentication*, harus digunakan untuk memastikan keabsahan identitas pengguna.
3. Aspek Edukasi Pengguna
- Tingkatkan edukasi pengguna tentang keamanan data pribadi: Pengguna perlu diedukasi tentang pentingnya menjaga keamanan data pribadi dan cara-cara untuk menghindari penyalahgunaan data.
 - Berikan informasi yang jelas tentang kebijakan privasi: Aplikasi belanja *online* harus menyediakan informasi yang jelas tentang kebijakan privasi mereka, termasuk jenis data yang dikumpulkan, bagaimana data digunakan, dan dengan siapa data dibagikan.

SIMPULAN

Pencegahan penyalahgunaan data pribadi dalam aplikasi belanja *online* memerlukan kolaborasi yang komprehensif dari berbagai pihak, mulai dari pemerintah hingga pelaku usaha dan pengguna itu sendiri. Melalui penerapan metode-metode pencegahan yang efektif, seperti enkripsi data, sistem keamanan yang kuat, serta peningkatan kesadaran dan pendidikan kepada pengguna tentang praktik keamanan digital, kita dapat memastikan bahwa keamanan data pribadi pengguna terjaga dengan baik. Dengan demikian, kepercayaan masyarakat terhadap *platform* belanja *online* dapat ditingkatkan, sehingga meningkatkan adopsi dan pertumbuhan ekosistem perdagangan digital secara keseluruhan.

REFERENSI

- Aryani, Almira Putri, dan Liana Endah Susanti, "Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen," *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2.1 (2022), 20–29 <<https://doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>>
- Dedy A, H, Dita Amanah, "Perilaku Belanja Online Di Indonesia: Studi Kasus", *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol.9/No.2/2018, h.201.
- Febiyola, D (2021). "Perlindungan Konsumen Atas Keamanan Data Pribadi Pada Pengguna Aplikasi Belanja Online" repository.upnjatim.ac.id
- Masitoh I, Nilam Andaria Kusuma Sari, Satria Unggul W.P., "Perlindungan Privasi dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace System", *Justitia Jurnal Hukum*, Vol.1/No.2/Oktober2017,h.203.
- Tridipta, K. P. A., Sujana, I. N., & Ujianti, N. M. P. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Pelanggar Privasi Konsumen Dalam Jual Beli Online. *Jurnal Analogi Hukum*. <https://doi.org/10.22225/ah.2.3.2579.356-360>