

**ANALISIS CITRA MARKET PLACE PT TOKOPEDIA DALAM MENINGKATKAN
KEPERCAYAAN KONSUMEN PASCA KEBOCORAN DATA PENGGUNA**

Wildan Fauzi Harahap

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Wildanharahap27@gmail.com

Aldi Raihan Ramadhan Daulay

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

aldidolay30@gmail.com

Putri Nur Alfisyahri

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

putrinuralfi24@gmail.com

Purnama Ramadanil Silalahi

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Purnamaramadanisilalahi@uinsu.ac.id

Alamat: Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli
Serdang, Sumatera Utara 20371

Korespondensi penulis : Wildanharahap27@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to review the market place of PT Tokopedia in maintaining the image and trust of consumers after the leakage of customer data. The research method used in this study is a qualitative method, the data I use is in the form of writing I & I, not numbers. I have reviewed this data. Based on Ijournals, my mother, Iwebsite, and other official documents, PT Tokopedia informs about user data leaks. Tokopedia requires the necessary policies. Utilizing a new data security method, namely blockchain, as well as establishing special laws for the protection of personal data, is necessary to minimize the amount of business personal data. a significant impact on consumer confidence thereby influencing consumer purchasing power for sales made on the PT Tokopedia marketplace.

Keywords: PT.Tokopedia, Market Place Image, Trust

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk meninjau market place PT Tokopedia dalam menjaga citra serta kepercayaan konsumen pasca kebocoran data pelanggan, Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif, data yang dipakai berwujud tulisan & tidak angka-angka. Seluruh yang berkumpul merupakan kunci kepada apa yang ditelaah. Data itu berdasar dari jurnal, buku, website, serta dokumen resmi lainnya, Memanfaatkan metode keamanan data baru, yaitu blockchain, serta pembentukan undang-undang khusus untuk perlindungan data pribadi, diperlukan untuk meminimalkan jumlah data pribadi bisnis. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka hasil penelitian ini diperoleh bahwa citra pada marketplace PT Tokopedia ialah mengalami penurunan yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen sehingga mempengaruhi daya beli konsumen terhadap penjualan yang dilakukan pada marketplace PT Tokopedia tersebut.

Kata Kunci: PT Tokopedia, Citra Market Place, Kepercayaan

PENDAHULUAN

Saat ini, kemajuan teknologi berpengaruh pada manusia dan banyak aspek kehidupan. Akibat kemajuan teknologi digital, manusia terdorong untuk terus memajukan teknologi guna dapat memberikan pelayanan kepada manusia lainnya. Di Indonesia, pasar e-commerce berkembang tanpa mengalami keraguan. Banyaknya masyarakat yang menggunakan internet untuk melakukan aktivitas jual beli barang secara online, dimana aktivitas tersebut akan menghasilkan profit kepada beberapa orang yang ikut serta dalam aktivitas bisnis. Tokopedia, salah satu startup setingkat unicorn, dengan memiliki sejumlah layanan yang tersedia di aplikasinya untuk memudahkan konsumen ketika sedang menjalankan kegiatan bisnis yaitu dalam transaksi jual beli (Endra & Hermawan, 2017).

Menggunakan uang jaminan sebagai mediator, Tokopedia itu menyatukan pembeli dan penjual secara pribadi. Sehingga, sangat kecil kemungkinan penipuan di marketplace yaitu Tokopedia. Pada 6 Februari 2009, PT Tokopedia, sebuah marketplace teknologi Indonesia, didirikan oleh Leontinus Alpha Edison dan William Tanuwijaya. PT Tokopedia berperan sebagai organisasi yang berfungsi untuk bisnis baru yang keberlanjutan serta inovatif dan Tokopedia juga terus bergerak untuk mencapai tujuannya. Indonesia memiliki 175,2 juta pengguna internet, atau hampir 64% dari jumlah penduduk, menjadikannya sebagai negara dengan basis pengguna internet yang besar, dan terdapat faktor lain yang berkontribusi terhadap pesatnya ekspansi sektor marketplace. Kekhawatiran mengenai perlindungan data pribadi konsumen adalah salah satu yang dibawa oleh pesatnya ekspansi industri ini. (Dianne, 2022)

Data pribadi adalah salah satu asset yang berharga. Potensi penggunaan informasi pribadi yang dikumpulkan oleh pasar termasuk penargetan iklan, serta tindakan yang telah diambil perusahaan dan industri untuk menjual barang atau jasa dengan berfokus pada pelanggan yang potensial. Tentu saja, merupakan salah satu kewajiban pasar untuk melindungi informasi pribadi dari kebocoran dan penyalahgunaan data diri oleh pihak yang tidak berwenang. (Andira, 2021)

Karena banyak terjadi kebocoran data pribadi, dapat dipahami bahwa publik sangat prihatin. Sebab, selain membahayakan keamanan informasi pribadi dan privasi, hal ini dapat merugikan konsumen yang melakukan transaksi e-commerce. Beberapa operator baik pemerintah maupun swasta mendaftarkan data pribadi untuk menggunakan suatu layanan pada

tahun 2020–2021, seperti halnya Tokopedia, Bukalapak, Data Pasien Covid-19, BPJS, dan operator lainnya. Jika tidak ada lagi tindakan untuk menjamin kepastian hukum, kasus ini dapat meningkat dan menimbulkan keberatan publik. Kebocoran data pribadi di Indonesia sendiri adalah yang terjadi di pasar Tokopedia pada di bulan Mei tahun 2020. Diperkirakan sekitar 91 juta akun konsumen Tokopedia disusupi, dan data tersebut diperjualkan dengan harga sekitar US\$ 5.000 di *darkweb*. Tokopedia, perusahaan e-commerce Indonesia, diduga kehilangan informasi dan deskripsi khusus pengguna. Setelah dilakukan riset bahwa ditemukan sekitar 91 juta keping data diambil, termasuk email pengguna, nama konsumen, serta password yang telah tersimpan di arsip database PostgreSQL, berlawanan dengan 15 juta keping data dan informasi unik pengguna yang awalnya diungkapkan oleh Kompas. com. Informasi yang dikumpulkan juga mencakup nama akun pengguna, tanggal lahir, login terakhir, nomor telepon, kode aktivasi email, kode setel ulang kata sandi, dan informasi tambahan seperti lokasi, ID Messenger, minat, pendidikan, dan tanggal pembuatan akun. Tampaknya tak terelakkan bahwa Whysodank (penjual akun data pengguna toko pedia di Raid forums menggunakan nama whysodank) akan membocorkan informasi berdasarkan 91 juta informasi pribadi unik pengguna Tokopedia. Tokopedia yang mengekspos data pengguna menggunakan tahapan penyembuhan sebagai metode untuk memperbaiki reputasinya dan memenangkan kembali kepercayaan pengguna. (Whysodank, 2020)

Pemilik akun Tokopedia menerima email blast dari CEO PT Tokopedia William Tanuwijaya yang mempertimbangkan bahwa data yang telah dicuri oleh pihak ketiga yang tidak berwenang. William mengatakan, PT Tokopedia telah melakukan penyelidikan untuk menjamin bahwa akun pengguna akan tetap aman dan transaksi tetap terlaksana. dan telah bekerja sama dalam proses investigasi. (Naufal, 2020)

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tentang Perlindungan Konsumen

Perlindungan konsumen diartikan sebagai “segala upaya yang menjamin kepastian hukum untuk memberikan perlindungan kepada konsumen”, sebagaimana tercantum dalam Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Yang dimaksud dengan "perlindungan konsumen" adalah berbagai tindakan, mulai dari langkah-langkah yang diambil untuk mendapatkan barang dan jasa hingga hasil penggunaan barang atau jasa tersebut. (Adlin, 2022)

Operasi bisnis dilakukan secara sehat harus mencakup perlindungan konsumen. Adanya keseimbangan antara perlindungan hukum konsumen dan produsen dalam kegiatan bisnis yang

baik. Konsumen berada dalam situasi rentan karena kurangnya perlindungan konsumen yang seimbang. Selain itu, jika produk produsen termasuk dalam kategori produk tertentu, mereka dapat menyalahgunakan posisi monopoli mereka. Tentu saja, konsumen akan mengalami penderitaan. Perlindungan hukum yang dimaksud dengan frasa “perlindungan konsumen”. Akibatnya, perlindungan konsumen melibatkan masalah hukum yang terlibat. Perlindungan yang ditawarkan oleh undang-undang tentang hak-hak konsumen berkaitan erat dengan perlindungan konsumen. Yang dimaksud konsumen dalam artian disini merujuk pada mereka yang berbelanja secara online.

Di Indonesia, pemerintah membuat peraturan yang mengatur konstitusi dengan melindungi kepentingan konsumen dalam pembelian produk dan/atau layanan. Pembentukan undang-undang merupakan salah satu komponen pelaksanaan negara kesejahteraan karena selain sebagai dokumen politik, UUD 1945 juga mewujudkan konsep negara kesejahteraan dalam ketentuan ekonominya.

B. Tentang Hak Privasi

Dalam semua undang-undang dan peraturan, serta dalam norma-norma masyarakat, privasi adalah konsep yang diterima secara universal. Menurut Warren dan Brandeis, privasi perlu dihormati dan ditegakkan dengan alasan sebagai berikut: (LUBIS, 2022)

1. Seseorang harus menyembunyikan beberapa aspek kehidupan pribadinya ketika menjalin hubungan dengan orang lain untuk menjaga kedudukannya pada tingkat tertentu.
2. Seseorang dalam hidupnya membutuhkan ruang untuk berefleksi (kesendirian), dan seseorang lainnya membutuhkan privasi.
3. Hak privasi tidak tergantung pada hak lain dan berdiri sendiri, namun akan dilanggar jika seseorang membuat informasi pribadinya tersedia untuk umum.
4. Hak privasi melibatkan kemampuan untuk terlibat dalam kegiatan rumah tangga, seperti memelihara perkawinan dan membangun keluarga, tanpa sepengetahuan orang lain. Inilah mengapa Warren kemudian menyebut privasi sebagai "hak terhadap dunia".
5. Karena sulitnya memperkirakan kerugian yang ditimbulkan, privasi menjamin perlindungan hukum. Mengingat hal itu telah mempengaruhi kehidupan pribadinya, kerugian yang dirasakan jauh lebih tinggi daripada kerugian fisik, dan akibatnya, penderita harus diberi kompensasi jika kerugian tersebut berkelanjutan.

Menurut Alan Westin, hak orang, kelompok, atau institusi yang berfungsi untuk mengontrol apakah orang lain memiliki akses informasi ke mereka atau tidak. Kewajiban atas informasi pribadi termasuk dalam hak privasi (*information privacy*). Kemajuan teknologi

informasi memudahkan pencarian informasi, termasuk informasi dalam konteks pribadi. Perkembangan teknologi informasi yang telah mengumpulkan, menyimpan, serta menganalisis data yang sebelumnya tidak terbayangkan, menciptakan kesulitan bagi perkembangan hak atas privasi. (Sopiyanti, 2022)

C. Perlindungan Data Pribadi

Definisi data pribadi ditampilkan dalam PP No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Menurut PP, “setiap data seseorang, baik yang diidentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara terpisah atau digabungkan dengan informasi lain, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui Sistem Elektronik dan/atau non-Elektronik” dianggap sebagai data pribadi. Definisi ini memperjelas bahwa data dianggap pribadi jika dapat digunakan untuk mengidentifikasi pemilik data. (Winarsih, 2020) Perlindungan informasi pribadi adalah komponen untuk mencapai kewajiban atas privasi (*information privacy*). (Westin, 1967) mengklasifikasikan bahwa privasi terbagi menjadi empat kategori, antara lain: (1) Solitude, yaitu kewajiban untuk menyendiri tanpa gangguan seperti suara, bau, atau getaran keras. (2) Intimacy, Tanpa campur tangan pihak ketiga, seseorang berhak menjalin hubungan intim dengan orang-orang terdekatnya, seperti keluarga, suami istri, dan rekan kerja. (3) Anonymity, yaitu hak untuk tetap tidak diketahui mengenai keberadaan dan identitasnya, (4) Reserve, Memelihara kewajiban individu untuk mengontrol kesenjangan dalam kepentingan umum dan pribadi.

Hak konstitusional yang dilindungi adalah hak privasi, yang terkait erat dengan perlindungan data pribadi. Perlindungan terhadap hak tersebut diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “Setiap orang berhak atas perlindungan diri pribadi, keluarga, kehormatan, martabat, dan harta benda yang di bawah kekuasaannya, serta berhak atas rasa aman. dan dilindungi dari ancaman ketakutan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang merupakan hak asasi manusia.” Hak atas perlindungan pribadi ini mencakup perlindungan atas informasi pribadi. (Mutiar, 2020)

D. Tanggung Jawab Perusahaan

Perseroan Terbatas (PT) merupakan suatu jenis persekutuan modal yang diakui sebagai badan hukum menurut undang-undang. Itu dibuat sebagai hasil dari perjanjian, dan beroperasi sebagai perusahaan yang mematuhi semua kriteria hukum dan peraturan dan telah menyetujui modal yang telah dibagikan seluruhnya menjadi saham.

Perseroan Terbatas memiliki kewajiban hukum perdata, termasuk kewajiban kontrak dan kewajiban untuk kegiatan yang melanggar hukum, sebagai badan hukum. Tanggung jawab kontrak mengacu pada kewajiban badan hukum untuk menegakkan akhir kontraknya dengan

pihak ketiga dalam menjalankan bisnisnya. Jika PT wanprestasi, diwajibkan untuk melakukan kewajiban atau membayar ganti rugi, termasuk bunga, sesuai dengan pasal 1243 dan 1267 KUHPerdara. Dalam Buku III KUHPerdara perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 yang berbunyi "Setiap perbuatan yang melawan hukum dan merugikan orang lain, mewajibkan orang yang menimbulkan kerugian untuk salah, akan menerima kompensasi kerugian."

Menurut pasal tersebut, syarat-syarat berikut harus dipenuhi agar suatu perbuatan dianggap melanggar hukum:

- a. perbuatan;
- b. perbuatan melawan hukum;
- c. kesalahan di pihak pelaku;
- d. kerugian yang diderita oleh korban; dan
- e. hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai kajian pustaka maupun library research sebagai pendekatan deskriptif yang sebagaimana belahan dari kualitatif. Data yang dipakai berwujud tulisan & tidak angka-angka. Seluruh yang berkumpul merupakan kunci kepada apa yang ditelaah. Data itu berdasar dari jurnal, buku, website, serta dokumen resmi lainnya. Penulis memanfaatkan pendekatan deskriptif sebab mengupas tentang perlindungan serta hak-hak konsumen serta metode mempertahankan kepercayaan konsumen oleh pihak Tokopedia pasca kebocoran data pengguna PT. Tokopedia Indonesia. Metode kualitatif seperti prosedur penelitian yang menyimpulkan data deskriptif berwujud kata-kata tertulis serta lisan yang bisa diperhatikan serta mendasarkan perhatian ketika prinsip umum yang melandasi perwujudan dari kejadian yang terjadi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Citra Market Place PT Tokopedia

Berdasarkan penelitian Putri, dkk dalam penelitiannya mengatakan bahwa citra yang baik adalah perusahaan yang dikenal dan orang di dalam perusahaan terus berkembang baik secara kreativitas dan bermanfaat bagi banyak orang. Sebaliknya citra perusahaan adalah kesan yang terbentuk dari hal-hal yang dilakukan oleh organisasi di depan publiknya yang diterima publik berdasarkan pengetahuan dan pengalaman.

Setiap tahun, ada lebih banyak contoh data pribadi pengguna e-niaga yang disusupi. Simak insiden kebocoran data pribadi yang dialami Tokopedia. Garis tersebut tentunya harus digunakan sebagai salah satu tujuan utama pemerintah Indonesia untuk menjaga hak-hak pribadi warga negaranya, mengingat banyaknya kasus kebocoran data pribadi yang terjadi. Karena mekanisme keamanan data Tokopedia yang lemah, peretas memiliki akses mudah ke informasi pribadi pengguna dan dapat mencurinya. Hal ini menyebabkan kebocoran data pribadi. Selain itu, kasus kebocoran data pribadi dapat diakibatkan oleh kurangnya undang-undang yang spesifik dan lebih ketat yang mengatur keamanan data pribadi. Oleh karena itu, Tokopedia memerlukan kebijakan yang diperlukan. Memanfaatkan metode keamanan data baru, yaitu blockchain, serta pembentukan undang-undang khusus untuk perlindungan data pribadi, diperlukan untuk meminimalkan jumlah data pribadi bisnis.

Disisi lain, kebocoran data pengguna aplikasi Tokopedia banyak diberitakan oleh media media online sehingga membuat citra pada ecommerce tersebut menurun dan banyak media yang memaparkan mengenai kebocoran data pengguna dari aplikasi tersebut dikarenakan perusahaan PT Tokopedia yang semena” dan kurangnya privasi detection terhadap data pengguna aplikasi tokoprda. Dalam kasus ini, ada 91 juta data pengguna aplikasi Tokopedia serta 7 juta data penjual per bulan maret 2020 yang datanya yang bocor dan dijual di situs dark web dengan harga jual sebesar 5000 dollar Amerika Serikat. Meskipun diperjualbelikan secara bebas, namun orang yang ingin mengunduh data tersebut harus menggunakan VPN karena data tersebut ada di server Amerika. Terhitung sudah ada lebih dari 50 pengguna sudah mengunduh data tersebut, dilansir dari narasi Angie Amanda Putri Mahasiswi Fakultas Ilmu Administrasi UI. Ia juga mengatakan dalam narasinya bahwa “Selain itu kebocoran data yang dialami pengguna tokopedia ini merupakan salah satu akibat dari pelanggaran etika bisnis yang dilakukan oleh tokopedia. Hal ini dapat menjadi sebuah pelanggaran sebab berdasarkan dasar etika bisnis, etika bisnis dibutuhkan untuk membuat bisnis yang dijalankan lebih *sustainable* dengan dasar moral untuk menumbuhkan *customer trust* yang mana akan berefek pada loyalitas pengguna. Ketika terjadi kebocoran data Tokopedia mungkin tidak lagi dipercaya oleh customer dan akibat terburuk yang dapat dirasakan Tokopedia adalah bisnis mereka dapat kehilangan kepercayaan pengguna juga dapat menurunnya citra pada Tokopedia itu sendiri”.

Menurut Kriyantono pada bukunya menjabarkan bahwa media memiliki kuasa untuk membentuk opini publik, dengan kemampuannya untuk mengendalikan pesan secara tepat, simultan, dan jangkauan khalayaknya yang besar. Maka dari itu, sukses atau tidaknya sebuah

perusahaan dalam mengendalikan krisis dipengaruhi oleh bagaimana cara perusahaan tersebut berkomunikasi dengan media.

Kecenderungan media membahas orang-orang yang terlibat dalam kasus kebocoran data pengguna Tokopedia dibandingkan dengan produk dan jasa maupun kebijakan perusahaan merupakan salah satu upaya media untuk menarik pembaca dengan menginformasikan pihak-pihak yang terlibat dalam kasus Tokopedia dan orang yang perlu mengklarifikasi terkait kasus tersebut.

Demikian pula untuk Tokopedia yang perlu mengevaluasi kegiatan media relations dengan media online khususnya, karena kualitas dari manajemen Tokopedia dikatakan oleh Salmiah pada bukunya yang berjudul “Online Marketing”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka hasil penelitian ini diperoleh bahwa citra pada marketplace PT Tokopedia ialah mengalami penurunan yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen sehingga mempengaruhi daya beli konsumen terhadap penjualan yang dilakukan pada marketplace PT Tokopedia tersebut.

B. Upaya Peningkatan Kepercayaan Konsumen Tokopedia Pasca Kebocoran Data Pengguna

Adapun beberapa hal yang dilakukan dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pasca kebocoran data pengguna dengan menggunakan beberapa upaya, diantaranya:

1. PT Tokopedia menginformasikan mengenai kebocoran data pengguna

Tentunya hal ini perlu diperlukan agar konsumen percaya bahwa PT Tokopedia tetap akan menjalankan kewajibannya dan mempertanggung jawabkan apa yang terjadi dalam marketplaceny.

Mengenai persyaratan pemberitahuan, Tokopedia memberi tahu pengguna melalui email atas nama CEO Tokopedia William Tanuwijaya. CEO Tokopedia pada dasarnya membuat pernyataan berikut dalam email:

- 1) Bahwa Tokopedia mengetahui pencurian data pada 2 Mei 2020 dan telah memulai proses investigasi untuk membuat akun dan transaksi dipertahankan;
- 2) Bahwa Tokopedia telah berkomunikasi dan bekerja sama dengan pemerintah, termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Badan Siber dan Sandi Negara untuk melakukan investigasi dan melindungi informasi pribadi.
- 3) Menyarankan kepada seluruh pengguna Tokopedia untuk secara rutin mengganti kata sandi dan berhati-hati saat mengungkapkan kode OTP mereka.

PT Tokopedia dengan sengaja mengambil tindakan tanpa pemberitahuan sebagaimana mestinya setelah mendengar tentang proses hukum dan mengetahui akibatnya. Tindakan seperti itu pasti akan memiliki beberapa efek. Meskipun PT Tokopedia menyadari bahwa tindakan tersebut kemungkinan akan menyebabkan kerugian bagi pengguna, PT Tokopedia tidak berkeinginan untuk merugikan korban.

2. Menyelesaikan kasus kebocoran data pengguna PT Tokopedia

Pihak PT Tokopedia membayar denda administrasi sebesar Rp 100 miliar yang nantinya akan diserahkan pada kas negara dengan kurun waktu paling lama 1 bulan atau 30 hari setelah putusan perkara. Kemudian, David Tobing bertindak selaku kuasa hukum Masyarakat Konsumen Indonesia (KKI) yang menggugat Tokopedia dan Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo). Pihak yang berwenang melindungi data pribadi adalah Menteri Komunikasi dan Informatika yang disebut sebagai Tergugat 1 dalam pengaduan ini. Dengan Nomor Register 235/PDT.G/2020/PN.JKT/PST, gugatan ini diajukan secara elektronik di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, dan sidang digelar di sana pada Juni 2020. Masyarakat kemudian mengadukan pencurian tersebut ke KKI dan kepemilikan data pribadi milik pengguna Tokopedia. Pengaduan ini dilakukan karena dikhawatirkan akan terjadi aktivitas ilegal dan merugikan pengguna Tokopedia. Menteri Komunikasi dan Informatika diminta mencabut Tanda Daftar Sistem Elektronik Tokopedia, sesuai tuntutan yang juga disampaikan KKI.

3. Mengikuti dan mentaati konsep pengaturan regulatory blockchain dalam mengatasi kasus kebocoran data pribadi milik pengguna Tokopedia.

Setiap pemilik e-commerce atau Tokopedia diwajibkan oleh undang-undang untuk menerapkan sistem blockchain ke pengaturan keamanan data mereka. Ini dikenal sebagai blockchain regulasi. Peraturan dari Menteri Komunikasi dan Informatika akan digunakan untuk mengimplementasikan kebijakan tersebut karena Kominfo adalah organisasi yang memiliki kewenangan untuk itu. Hal ini karena sejalan dengan tugas pokok dan fungsi Kominfo yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016 untuk menjaga keamanan data pribadi individu secara online. Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN) akan mendukung penempatan Kominfo sebagai penguji dan pengelola. metode keamanan untuk belanja online. Pemilihan BSSN sebagai penguji dan pengawas sistem dilakukan sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor

28 Tahun 2021 tentang Badan Siber Negara sebagai bagian dari penyelenggaraan keamanan siber.

Hasilnya, BSSN diakui sebagai fasilitas yang memenuhi syarat untuk menguji sistem e-commerce berbasis blockchain. Prosedur e-commerce yang terdaftar seperti Tokopedia, Jika Tokopedia telah terdaftar di Kominfo dan menjalankan bisnis secara sah, maka cara ini diikuti. Tahapan dari proses ini adalah sebagai berikut:

- 1) BSSN mengawasi penerapan sistem blockchain yang telah diterapkan oleh e-commerce; sebuah E-commerce diharuskan mengganti sistem keamanan yang sebelumnya digunakan dengan sistem blockchain;
- 2) Selain itu, BSSN mengawasi penerapan sistem blockchain yang telah diterapkan oleh e-commerce;
- 3) Dalam penerapan sistem blockchain, BSSN berhak melakukan pengujian secara berkala (setahun sekali) untuk memastikan sistem keamanan blockchain tetap dapat menyimpan data pribadi dengan aman; dan Jika tidak berhasil, e-commerce harus memperbarui sistem keamanannya dan mengirimkannya kembali dalam waktu paling lama 60 hari.

Kustoro mengatakan pada bukunya yang berjudul Ekonomi Bisnis Digital bahwa penanda uji status kelayakan Tokopedia dalam sistem keamanan digunakan oleh BSSN sebagai berikut:

- 1) Tata kelola sistem keamanan data pribadi;
- 2) Sumber daya manusia TI (informasi dan teknologi) yang memadai;
- 3) Manajemen risiko untuk penanganan insiden kebocoran data; dan
- 4) faktor esensial tambahan.

Pendekatan tersebut diharapkan dapat menjadi strategi alternatif bagi pemerintah dan pihak terkait lainnya untuk mengatasi insiden kebocoran data pribadi, khususnya yang melibatkan pelanggan e-commerce. Keberadaan regulasi blockchain akan memungkinkan Indonesia untuk mematuhi undang-undang perlindungan data negara. Selain itu, proses ini memastikan bahwa konsumen e-niaga terlindungi saat memberikan informasi pribadi. Akibatnya, aturan formal diperlukan untuk mengatur peraturan blockchain Kominfo.

TEMUAN PENELITIAN

PT Tokopedia menginformasikan mengenai kebocoran data pengguna. Tentunya hal ini perlu diperlukan agar konsumen percaya bahwa PT Tokopedia tetap akan menjalankan

kewajibannya dan mempertanggung jawabkan apa yang terjadi dalam marketplaceny. Mengenai persyaratan pemberitahuan, Tokopedia memberi tahu pengguna melalui email atas nama CEO Tokopedia William Tanuwijaya. CEO Tokopedia pada dasarnya membuat pernyataan berikut dalam email: Bahwa Tokopedia mengetahui pencurian data pada 2 Mei 2020 dan telah memulai proses investigasi untuk membuat akun dan transaksi dipertahankan, Bahwa Tokopedia telah berkomunikasi dan bekerja sama dengan pemerintah, termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Badan Siber dan Sandi Negara untuk melakukan investigasi dan melindungi informasi pribadi, Menyarankan kepada seluruh pengguna Tokopedia untuk secara rutin mengganti kata sandi dan berhati-hati saat mengungkapkan kode OTP mereka. Tokopedia memerlukan kebijakan yang diperlukan. Memanfaatkan metode keamanan data baru, yaitu blockchain, serta pembentukan undang-undang khusus untuk perlindungan data pribadi, diperlukan untuk meminimalkan jumlah data pribadi bisnis. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka hasil penelitian ini diperoleh bahwa citra pada marketplace PT Tokopedia ialah mengalami penurunan yang signifikan terhadap kepercayaan konsumen sehingga mempengaruhi daya beli konsumen terhadap penjualan yang dilakukan pada marketplace PT Tokopedia tersebut.

KESIMPULAN

Bahwasanya demi citra market place PT.Tokopedia dalam melindungi kepercayaan pelanggan, pihak Tokopedia mulai melakukan usaha untuk hal tersebut, yakni diantaranya dengan membayar denda administrasi sebesar Rp 100 miliar yang nantinya akan diserahkan pada kas negara dengan kurun waktu paling lama 1 bulan atau 30 hari setelah putusan perkara. Kemudian PT Tokopedia menginformasikan mengenai kebocoran data pengguna. Tentunya hal ini perlu diperlukan agar konsumen percaya bahwa PT Tokopedia tetap akan menjalankan kewajibannya dan mempertanggung jawabkan apa yang terjadi dalam marketplaceny. Mengenai persyaratan pemberitahuan, Tokopedia memberi tahu pengguna melalui email atas nama CEO Tokopedia William Tanuwijaya. CEO Tokopedia pada dasarnya membuat pernyataan berikut dalam email: Bahwa Tokopedia mengetahui pencurian data pada 2 Mei 2020 dan telah memulai proses investigasi untuk membuat akun dan transaksi dipertahankan, Bahwa Tokopedia telah berkomunikasi dan bekerja sama dengan pemerintah, termasuk Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Badan Siber dan Sandi Negara untuk melakukan investigasi dan melindungi informasi pribadi, Menyarankan kepada seluruh pengguna Tokopedia untuk secara rutin mengganti kata sandi dan berhati-hati saat mengungkapkan kode OTP mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, H. (2022). Perlindungan Konsumen Terhadap Hak Atas Informasi Harga Menu Makanan Perspektif UU. No. 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Jl. Bukit Barisan, Kecamatan Tenayan Raya, Kelurahan Tangkerang Timur, Kota Pekanbaru). Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau .
- Andira, A. (2021). ANALISIS SWOT USAHA KREDIT PADA BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDES) DI DESA PATTONGKO KECAMATAN TELLULIMPOE KABUPATEN SINJAI. Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM MUHAMMADIYAH SINJAI.
- Apriyanti, Putri Djasuro Surya, dan Lutfi. 2017. *Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang)*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa: Vol. 1 No 2.
- Budiarta, Kustoro. 2020. *Ekonomi Bisnis Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Desi Sommaliagustina. 2018. "Perlindungan Hukum terhadap Konsumen E-Commerce di Indonesia", Jurnal Equitable, Vol. 3, 2.
- Dianne, E. R. (2022). Monograf hukum dan era digital.
- Endra, R. Y., & Hermawan, D. 2017. Analisis dan Uji Kualitas Pengguna Website Tokopedia. Com Menggunakan Metode Webqual (case: Pengguna Tokopedia. com di Universitas Bandar Lampung).
- Faidol, Moh Juddi. 2019. *Komunikasi Budaya Dan Dokumentasi Kontemporer*. Sumedang: Unpad Press.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teori public relations perspektif barat dan lokal: Aplikasi penelitian dan praktik*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- LUBIS, P. R. (2022). PERLINDUNGAN HAK ASASI MANUSIA ATAS DATA PRIBADI DI ERA DIGITAL DALAM PRINSIP NEGARA HUKUM BERDASARKAN PANCASILA. (Doctoral dissertation).
- M. Yahya Harahap. 2016. Hukum Perseroan Terbatas. Sinar Grafika. Jakarta
- Mutiara, U. &. (2020). Perlindungan Data Pribadi Sebagai Bagian Dari Hak Asasi Manusia Atas Perlindungan Diri Pribadi. Indonesian Journal of Law and Policy Studies , 42-54.
- Naufal, R. A. (2020). Tanggung Jawab Pt Tokopedia Dalam Kasus Kebocoran Data Pribadi Pengguna. 56.

Salmiah, Salmiah. 2020. *Online Marketing*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Sinta Dewi, dkk. 2018 .“Perlindungan Privasi dan Data Pribadi dalam Ekonomi Digital Indonesia”, Veritas et Justitia Vol. 4 No. 1. Universitas Parahyangan.

Siswanto, Agus B. 2019. *Manajemen Proyek*. Semarang: CV. Pilar Nusantara.