



Homepage Journal: <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>

Legalitas Monetisasi Data Pengguna Oleh Perusahaan Teknologi: Analisis Perlindungan Konsumen Dan Hukum Perekonomian Nasional

The Legality of Monetizing User Data by Technology Companies: An Analysis of Consumer Protection and National Economic Law

Christina Bagenda¹, Dwi Anindya Harimurti², Ana Maria Gadi Djou³, Rustam⁴, Yohanes Don Bosco Watu⁵

Universitas Flores¹, STIE Mahaputra Riau², Universitas Flores³, Universitas Pohuwato⁴, Universitas Flores⁵

***Corresponding Author: E-mail: bagendatitin@gmail.com**

Artikel Penelitian

Article History:

Received: 10 Sep, 2025

Revised: 11 Dec, 2025

Accepted: 20 Dec, 2025

Kata Kunci:

Monetisasi Data Pengguna,
Perlindungan Konsumen,
Hukum Perekonomian, Digital
Platform, Regulasi Data

Keywords:

*user data monetization,
consumer protection, economic
law, digital platforms, data
regulation*

DOI: [10.56338/jks.v8i12.7939](https://doi.org/10.56338/jks.v8i12.7939)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perusahaan teknologi untuk menjadikan data pengguna sebagai salah satu aset ekonomi utama melalui praktik monetisasi data. Praktik ini mencakup pengumpulan, pengolahan, dan pemanfaatan data pribadi pengguna untuk kepentingan bisnis, seperti periklanan berbasis perilaku, analisis pasar, dan kerja sama dengan pihak ketiga. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis legalitas monetisasi data pengguna oleh perusahaan teknologi di Indonesia dengan menitikberatkan pada aspek perlindungan konsumen serta implikasinya terhadap hukum perekonomian nasional. Pembahasan difokuskan pada kerangka regulasi perlindungan data pribadi, prinsip-prinsip hukum perlindungan konsumen, tanggung jawab hukum perusahaan teknologi, serta tantangan penegakan hukum di era ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan konseptual, serta didukung oleh kajian pustaka terhadap jurnal-jurnal nasional yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun Indonesia telah memiliki regulasi khusus mengenai perlindungan data pribadi, implementasinya masih menghadapi berbagai kendala, baik dari sisi kepatuhan pelaku usaha maupun efektivitas pengawasan. Praktik monetisasi data yang tidak disertai transparansi dan persetujuan yang sah berpotensi melanggar hak konsumen serta menciptakan ketimpangan dalam ekosistem ekonomi digital. Selain itu, dominasi perusahaan teknologi berbasis data juga dapat berdampak pada persaingan usaha yang tidak sehat dan melemahkan prinsip keadilan dalam hukum perekonomian nasional. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, sinkronisasi antar-peraturan, serta peningkatan kesadaran hukum baik bagi pelaku usaha maupun konsumen guna menciptakan sistem monetisasi data yang legal, beretika, dan berorientasi pada perlindungan kepentingan publik.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has encouraged technology companies to treat user data as a key economic asset through data monetization practices. These practices include the collection, processing, and commercial use of personal data for business purposes, such as behavioral advertising, market analytics, and partnerships with third parties. This article aims to examine the legality of user data monetization by technology companies in Indonesia, with particular emphasis on consumer protection and its implications for national economic law. The analysis focuses on the regulatory framework for personal data protection, the principles of consumer protection law, the legal responsibilities of technology companies, and the challenges of law enforcement in the digital economy era. This study employs a normative juridical method using statutory and conceptual approaches, supported by a literature review of relevant national academic journals. The findings indicate that although Indonesia has introduced specific regulations governing personal data protection, significant implementation gaps remain, particularly in terms of corporate compliance and regulatory oversight. Data monetization practices that lack transparency and valid user consent have the potential to infringe consumer rights and undermine legal certainty in digital transactions. Moreover, the dominance of data-driven technology companies may negatively affect fair competition and weaken the principle of economic justice within the national economic law framework. These conditions demonstrate the need for stronger regulatory enforcement, harmonization among existing legal instruments, and increased legal awareness among both business actors and consumers. Such measures are essential to ensure that data monetization practices operate within a lawful, ethical, and consumer-oriented digital economic system.

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan mendasar dalam struktur sosial, ekonomi, dan hukum di Indonesia. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan platform digital, telah menciptakan model bisnis baru yang sangat bergantung pada pengelolaan dan pemanfaatan data pengguna. Dalam ekosistem ekonomi digital, data pribadi tidak lagi dipandang sekadar sebagai informasi administratif, melainkan telah berkembang menjadi aset ekonomi strategis yang memiliki nilai komersial tinggi. Perusahaan teknologi, seperti penyedia media sosial, e-commerce, aplikasi keuangan digital, dan layanan berbasis platform lainnya, menjadikan data pengguna sebagai fondasi utama dalam pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan layanan. Fenomena ini kemudian dikenal sebagai praktik monetisasi data pengguna, yaitu proses mengubah data menjadi sumber keuntungan ekonomi.

Praktik monetisasi data pengguna umumnya dilakukan melalui berbagai mekanisme, antara lain pemanfaatan data untuk iklan berbasis perilaku, analisis preferensi konsumen, pengembangan algoritma kecerdasan buatan, hingga kerja sama dengan pihak ketiga dalam bentuk pertukaran atau penjualan data. Di satu sisi, praktik tersebut dinilai mampu mendorong efisiensi bisnis, meningkatkan kualitas layanan, serta mempercepat inovasi dalam ekonomi digital. Namun, di sisi lain, monetisasi data juga menimbulkan persoalan hukum yang kompleks, terutama terkait dengan perlindungan hak konsumen, privasi data pribadi, serta keseimbangan kepentingan dalam hukum perekonomian nasional.

Dalam konteks hukum Indonesia, perlindungan konsumen merupakan salah satu prinsip fundamental yang dijamin oleh Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Undang-undang ini menegaskan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa, termasuk dalam transaksi berbasis teknologi digital. Namun, perkembangan praktik ekonomi digital yang sangat cepat sering kali tidak diimbangi

dengan pemahaman hukum yang memadai, baik oleh konsumen maupun oleh pelaku usaha. Akibatnya, konsumen kerap berada pada posisi yang lemah ketika data pribadinya dikumpulkan, diproses, dan dimonetisasi tanpa persetujuan yang jelas dan transparan (Setiawan et al., 2020).

Permasalahan perlindungan data pribadi semakin mengemuka seiring dengan meningkatnya kasus kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pengguna di Indonesia. Berbagai insiden kebocoran data yang melibatkan platform digital berskala besar telah menimbulkan kekhawatiran publik terhadap keamanan data pribadi dan akuntabilitas perusahaan teknologi. Kondisi ini menunjukkan bahwa data pribadi tidak hanya memiliki dimensi ekonomi, tetapi juga dimensi hak asasi manusia yang harus dilindungi oleh negara. Oleh karena itu, negara memiliki kewajiban konstitusional untuk menjamin perlindungan data pribadi sebagai bagian dari perlindungan hak warga negara dalam era digital (Mansawan et al, 2025).

Sebagai respons terhadap tantangan tersebut, pemerintah Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Kehadiran UU PDP menandai langkah penting dalam memperkuat rezim hukum perlindungan data di Indonesia. Undang-undang ini mengatur secara lebih komprehensif mengenai hak subjek data, kewajiban pengendali dan prosesor data, serta sanksi administratif dan pidana terhadap pelanggaran data pribadi. Meskipun demikian, dalam praktiknya, implementasi UU PDP masih menghadapi berbagai kendala, termasuk rendahnya tingkat kepatuhan pelaku usaha, keterbatasan pengawasan, serta belum optimalnya koordinasi antar-lembaga terkait (Setiawan et al., 2020).

Dalam konteks monetisasi data, UU PDP secara normatif mensyaratkan adanya persetujuan yang sah dari pemilik data sebelum data tersebut diproses atau dimanfaatkan untuk tujuan komersial. Namun, dalam praktik bisnis digital, persetujuan tersebut sering kali diberikan melalui mekanisme syarat dan ketentuan (*terms and conditions*) yang panjang, kompleks, dan sulit dipahami oleh konsumen. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai validitas persetujuan konsumen serta sejauh mana prinsip keadilan dan keseimbangan para pihak benar-benar terpenuhi. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara norma hukum yang ideal dengan praktik ekonomi digital yang berlangsung di lapangan.

Selain aspek perlindungan konsumen, monetisasi data pengguna juga memiliki implikasi signifikan terhadap hukum perekonomian nasional. Dalam ekonomi berbasis data, perusahaan teknologi yang mampu mengumpulkan dan mengelola data dalam jumlah besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang sangat kuat. Keunggulan ini berpotensi menciptakan posisi dominan di pasar digital dan menimbulkan praktik persaingan usaha tidak sehat. Data sebagai sumber daya ekonomi dapat menjadi alat eksklusif yang menghambat masuknya pelaku usaha baru, sehingga menciptakan ketimpangan struktural dalam pasar digital nasional (Taufiqurrohman, Lita, & Pah, 2025).

Hukum perekonomian nasional pada dasarnya bertujuan untuk menciptakan sistem ekonomi yang adil, berkelanjutan, dan berpihak pada kepentingan masyarakat luas. Oleh karena itu, pengaturan terhadap monetisasi data tidak dapat dilepaskan dari prinsip keadilan ekonomi, persaingan usaha sehat, serta perlindungan terhadap kepentingan publik. Ketika data pengguna dimonetisasi tanpa regulasi yang jelas dan pengawasan yang efektif, potensi penyalahgunaan kekuatan ekonomi oleh perusahaan teknologi semakin besar. Hal ini dapat berdampak pada melemahnya kedaulatan data nasional serta ketergantungan ekonomi terhadap platform digital tertentu.

Ketimpangan relasi antara perusahaan teknologi dan konsumen juga memperlihatkan adanya asimetri informasi yang signifikan. Konsumen sering kali tidak memiliki pemahaman yang cukup mengenai bagaimana data mereka dikumpulkan, diproses, dan dimanfaatkan. Di sisi lain, perusahaan teknologi memiliki kemampuan teknis dan sumber daya yang jauh lebih besar dalam mengelola dan mengeksploitasi data. Kondisi ini menempatkan konsumen dalam posisi rentan terhadap praktik bisnis yang tidak transparan dan berpotensi merugikan (Mansawan et al., 2025).

Dari perspektif penegakan hukum, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa regulasi yang ada dapat diterapkan secara efektif di tengah kompleksitas teknologi

digital. Keterbatasan sumber daya aparat penegak hukum, kurangnya keahlian teknis, serta belum terbentuknya budaya kepatuhan hukum di kalangan pelaku usaha digital menjadi hambatan serius dalam melindungi konsumen. Selain itu, karakter lintas batas (*borderless*) dari platform digital juga menyulitkan penegakan hukum nasional terhadap perusahaan teknologi yang beroperasi secara global (Siregar, 2021).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penguatan regulasi semata tidak cukup tanpa disertai dengan peningkatan literasi hukum dan kesadaran masyarakat mengenai hak atas data pribadi. Konsumen perlu didorong untuk lebih kritis terhadap penggunaan layanan digital dan lebih memahami implikasi hukum dari pemberian data pribadi. Di sisi lain, pelaku usaha harus didorong untuk mengadopsi prinsip perlindungan data sebagai bagian dari tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*) (Putri & Ramli, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa monetisasi data pengguna oleh perusahaan teknologi merupakan fenomena yang tidak terelakkan dalam perkembangan ekonomi digital. Namun, praktik tersebut harus diatur secara jelas dan adil agar tidak merugikan konsumen dan tidak bertentangan dengan tujuan hukum perekonomian nasional. Oleh karena itu, diperlukan kajian hukum yang komprehensif untuk menganalisis legalitas monetisasi data pengguna dalam perspektif perlindungan konsumen dan hukum perekonomian nasional.

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam kerangka hukum yang mengatur monetisasi data pengguna di Indonesia, menilai efektivitas perlindungan konsumen dalam praktik ekonomi digital, serta menganalisis implikasi monetisasi data terhadap sistem hukum perekonomian nasional. Dengan pendekatan yuridis normatif dan kajian pustaka terhadap jurnal nasional, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam pengembangan kebijakan hukum yang lebih responsif terhadap tantangan ekonomi digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu metode penelitian hukum yang berfokus pada pengkajian norma, asas, dan kaidah hukum yang berlaku dalam sistem hukum nasional. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dikaji berkaitan dengan legalitas monetisasi data pengguna oleh perusahaan teknologi, yang pada dasarnya merupakan isu normatif mengenai kesesuaian praktik bisnis digital dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di Indonesia. Penelitian yuridis normatif memungkinkan peneliti untuk menganalisis hukum sebagai suatu sistem norma yang mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen dalam konteks ekonomi digital (Saebani, 2021).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan peraturan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan peraturan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai regulasi yang berkaitan dengan perlindungan data pribadi, perlindungan konsumen, serta hukum perekonomian nasional, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep monetisasi data, hak konsumen atas data pribadi, serta prinsip keadilan dan keseimbangan dalam hukum perekonomian nasional sebagaimana dikembangkan dalam doktrin dan literatur hukum.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan yang relevan dengan topik penelitian, sedangkan bahan hukum sekunder mencakup jurnal ilmiah nasional, buku hukum, dan artikel akademik yang membahas isu perlindungan data pribadi, perlindungan konsumen, serta ekonomi digital. Penggunaan jurnal nasional bertujuan untuk memperoleh analisis yang kontekstual dengan kondisi hukum dan praktik bisnis digital di Indonesia.

Teknik pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan menelusuri dan mengkaji literatur hukum yang relevan secara sistematis. Selanjutnya, bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif normatif, yaitu dengan menafsirkan ketentuan hukum yang berlaku dan mengaitkannya dengan praktik monetisasi data pengguna oleh perusahaan teknologi. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana regulasi yang ada mampu memberikan perlindungan hukum bagi konsumen serta mendukung terciptanya sistem hukum perekonomian nasional yang adil dan berkelanjutan. Metode ini dinilai tepat karena mampu memberikan pemahaman komprehensif mengenai hubungan antara norma hukum dan realitas praktik ekonomi digital.

PEMBAHASAN

Konsep Monetisasi Data Pengguna dan Landasan Hukum di Indonesia

Monetisasi data pengguna merupakan praktik ekonomi digital yang menempatkan data pribadi sebagai sumber daya strategis bernilai ekonomi. Dalam konteks perusahaan teknologi, data pengguna tidak hanya digunakan untuk keperluan operasional internal, tetapi juga diolah dan dimanfaatkan untuk kepentingan komersial, seperti penargetan iklan berbasis perilaku, personalisasi layanan, analisis pasar, hingga kerja sama bisnis dengan pihak ketiga. Data yang awalnya bersifat personal dan privat kemudian mengalami transformasi fungsi menjadi komoditas ekonomi yang dapat menghasilkan keuntungan finansial bagi pelaku usaha digital. Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam ekonomi modern, di mana data diperlakukan setara dengan aset ekonomi lainnya (Nugroho, 2021).

Dari perspektif hukum, monetisasi data pengguna tidak dapat dilepaskan dari prinsip perlindungan data pribadi dan perlindungan konsumen. Di Indonesia, pengesahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) menjadi tonggak penting dalam memberikan kepastian hukum terkait pengelolaan data pribadi. UU PDP menegaskan bahwa data pribadi merupakan hak subjek data yang harus dilindungi, serta hanya dapat diproses berdasarkan dasar hukum yang sah, salah satunya adalah persetujuan eksplisit dari pemilik data. Ketentuan ini menempatkan perusahaan teknologi sebagai pengendali data yang memiliki kewajiban hukum untuk menjamin keamanan, kerahasiaan, dan transparansi dalam setiap bentuk pemanfaatan data pengguna, termasuk dalam kegiatan monetisasi (Setiawan et al., 2020).

Meskipun UU PDP telah memberikan kerangka normatif yang cukup komprehensif, dalam praktiknya masih terdapat kekosongan pengaturan terkait batasan dan mekanisme monetisasi data pengguna secara spesifik. Regulasi yang ada belum secara tegas mengatur model bisnis berbasis data, seperti penjualan data anonim, pertukaran data lintas platform, atau penggunaan data untuk kepentingan algoritmik dan kecerdasan buatan. Kondisi ini menyebabkan terjadinya ketidaksesuaian antara praktik bisnis digital dengan prinsip perlindungan privasi konsumen. Perusahaan teknologi sering kali berlindung di balik klausul persetujuan umum dalam syarat dan ketentuan layanan, yang pada kenyataannya sulit dipahami oleh konsumen dan berpotensi mengaburkan makna persetujuan yang bebas dan sadar (Putri & Ramli, 2022).

Selain itu, keterkaitan antara UU PDP dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) juga belum sepenuhnya terintegrasi secara sistematis. UUPK menempatkan konsumen sebagai pihak yang harus dilindungi dari praktik usaha yang merugikan, termasuk dalam hal penyalahgunaan informasi. Namun, dalam konteks monetisasi data, posisi tawar konsumen masih relatif lemah akibat asimetri informasi dan ketergantungan pada layanan digital. Ketidakjelasan batasan hukum ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum yang berdampak pada menurunnya kepercayaan publik terhadap ekosistem ekonomi digital nasional.

Perlindungan Konsumen dalam Praktik Monetisasi Data oleh Perusahaan Teknologi

Perlindungan konsumen dalam praktik monetisasi data pengguna merupakan isu krusial dalam perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Konsumen digital tidak hanya berperan sebagai pengguna

layanan, tetapi juga sebagai pemilik data pribadi yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Dalam hubungan hukum antara konsumen dan perusahaan teknologi, terdapat ketidakseimbangan posisi tawar (*unequal bargaining position*), di mana konsumen cenderung berada pada posisi yang lebih lemah akibat keterbatasan informasi dan ketergantungan terhadap layanan digital. Kondisi ini menimbulkan risiko terjadinya penyalahgunaan data pribadi yang berdampak langsung pada hak dan kepentingan konsumen.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) menegaskan bahwa konsumen berhak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Dalam konteks layanan digital, hak tersebut mencakup perlindungan atas data pribadi yang diserahkan kepada pelaku usaha. Data pribadi merupakan bagian dari identitas konsumen yang apabila disalahgunakan dapat menimbulkan kerugian ekonomi maupun non-ekonomi, seperti pelanggaran privasi, pencurian identitas, hingga kerugian finansial. Oleh karena itu, praktik monetisasi data oleh perusahaan teknologi harus tunduk pada prinsip kehati-hatian, transparansi, dan akuntabilitas sebagaimana diamanatkan dalam hukum perlindungan konsumen (Setiawan et al., 2020).

Namun demikian, dalam praktiknya, perlindungan konsumen terhadap monetisasi data masih menghadapi berbagai hambatan. Salah satu permasalahan utama adalah penggunaan klausul baku dalam perjanjian layanan digital yang sering kali memberikan kewenangan luas kepada perusahaan untuk mengolah dan memanfaatkan data pengguna. Klausul tersebut umumnya disusun secara sepihak dan sulit dipahami oleh konsumen, sehingga persetujuan yang diberikan cenderung bersifat formalitas dan tidak mencerminkan kehendak yang benar-benar bebas dan sadar. Kondisi ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan keseimbangan yang menjadi dasar perlindungan konsumen dalam hukum nasional (Putri & Ramli, 2022).

Selain itu, rendahnya literasi hukum dan literasi digital masyarakat turut memperburuk posisi konsumen. Banyak pengguna layanan digital yang belum memahami hak-haknya terkait perlindungan data pribadi, termasuk hak untuk mengetahui tujuan pemrosesan data, hak untuk menarik persetujuan, serta hak untuk menuntut ganti rugi apabila terjadi pelanggaran. Situasi ini dimanfaatkan oleh sebagian pelaku usaha digital untuk menjalankan praktik monetisasi data tanpa pengawasan yang memadai, sehingga berpotensi menimbulkan praktik usaha yang merugikan konsumen (Mansawan et al., 2025).

Dalam konteks Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP), perlindungan konsumen diperkuat melalui pengakuan hak subjek data dan kewajiban pengendali data. UU PDP mewajibkan perusahaan teknologi untuk menjamin keamanan data pribadi dan memastikan bahwa setiap bentuk pemanfaatan data, termasuk monetisasi, dilakukan secara sah dan bertanggung jawab. Namun, tanpa mekanisme pengawasan yang efektif dan penegakan hukum yang tegas, norma-norma tersebut berpotensi hanya bersifat deklaratif dan belum sepenuhnya memberikan perlindungan nyata bagi konsumen.

Implikasi Monetisasi Data Pengguna terhadap Hukum Perekonomian Nasional

Monetisasi data pengguna tidak hanya berdampak pada hubungan hukum antara perusahaan teknologi dan konsumen, tetapi juga memiliki implikasi yang signifikan terhadap struktur dan arah hukum perekonomian nasional. Dalam ekonomi digital, data telah menjadi faktor produksi baru yang menentukan daya saing dan dominasi pelaku usaha di pasar. Perusahaan teknologi yang mampu mengumpulkan, mengolah, dan memonetisasi data dalam skala besar cenderung memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditandingi oleh pelaku usaha lain. Kondisi ini menimbulkan konsentrasi kekuatan ekonomi pada segelintir perusahaan berbasis data, yang berpotensi mengganggu prinsip keadilan dan pemerataan dalam sistem perekonomian nasional.

Dari perspektif hukum perekonomian, praktik monetisasi data perlu dianalisis dalam kerangka persaingan usaha yang sehat. Penguasaan data dalam jumlah besar dapat menciptakan hambatan masuk (*barrier to entry*) bagi pelaku usaha baru, karena data menjadi sumber utama dalam pengembangan

algoritma, inovasi produk, dan penguasaan pasar. Ketimpangan akses terhadap data ini berpotensi menimbulkan penyalahgunaan posisi dominan oleh perusahaan teknologi besar, baik melalui praktik eksklusivitas data maupun eksploitasi pasar digital secara berlebihan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa data tidak lagi bersifat netral, melainkan memiliki dimensi kekuasaan ekonomi yang perlu diatur oleh hukum (Taufiqurrohman et al, 2025).

Selain itu, monetisasi data pengguna juga berimplikasi pada arah kebijakan ekonomi nasional yang berorientasi pada keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat. Hukum perekonomian nasional pada prinsipnya bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan publik. Namun, apabila data pengguna dimanfaatkan secara eksploitatif tanpa perlindungan yang memadai, maka nilai ekonomi yang dihasilkan dari data tersebut hanya akan terkonsentrasi pada perusahaan teknologi, sementara konsumen sebagai pemilik data tidak memperoleh manfaat yang proporsional. Kondisi ini berpotensi memperlebar kesenjangan ekonomi digital dan melemahkan peran negara dalam menjamin distribusi keadilan ekonomi (Nugroho, 2021).

Implikasi lain yang tidak kalah penting adalah terkait dengan kedaulatan data nasional. Dalam praktiknya, banyak perusahaan teknologi yang beroperasi lintas negara dan menyimpan serta memproses data pengguna Indonesia di luar wilayah hukum nasional. Monetisasi data lintas batas ini menimbulkan tantangan bagi negara dalam mengawasi aliran data dan memastikan bahwa pemanfaatan data tidak merugikan kepentingan nasional. Apabila tidak diatur secara ketat, monetisasi data dapat melemahkan kontrol negara terhadap sumber daya strategis di sektor digital, yang pada akhirnya berdampak pada ketahanan ekonomi nasional (Siregar, 2021).

Oleh karena itu, pengaturan monetisasi data pengguna harus dipandang sebagai bagian integral dari kebijakan hukum perekonomian nasional. Negara perlu memastikan bahwa pemanfaatan data sebagai sumber ekonomi dilakukan secara adil, transparan, dan berkelanjutan. Sinkronisasi antara regulasi perlindungan data pribadi, hukum persaingan usaha, dan kebijakan ekonomi digital menjadi langkah strategis untuk mencegah penyalahgunaan kekuatan ekonomi berbasis data. Dengan demikian, monetisasi data tidak hanya menjadi sarana akumulasi keuntungan bagi perusahaan teknologi, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan berkeadilan.

Tantangan Penegakan Hukum dan Arah Kebijakan Regulasi Monetisasi Data

Penegakan hukum terhadap praktik monetisasi data pengguna oleh perusahaan teknologi di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang bersifat struktural, normatif, dan teknis. Meskipun Indonesia telah memiliki Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) sebagai dasar hukum utama, implementasi norma-norma yang diatur dalam undang-undang tersebut belum sepenuhnya berjalan secara efektif. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan kesiapan institusional, baik dari sisi sumber daya manusia, infrastruktur pengawasan, maupun koordinasi antar-lembaga yang berwenang dalam pengelolaan dan perlindungan data pribadi.

Dari aspek normatif, tantangan penegakan hukum juga muncul akibat belum adanya aturan turunan yang secara rinci mengatur mekanisme pengawasan dan sanksi terhadap pelanggaran monetisasi data. Ketiadaan pedoman teknis yang jelas menyebabkan interpretasi yang beragam dalam penerapan UU PDP, khususnya terkait dengan batasan pemanfaatan data untuk kepentingan komersial. Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum bagi pelaku usaha dan melemahkan perlindungan bagi konsumen sebagai subjek data (Siregar, 2021).

Selain itu, karakteristik bisnis digital yang bersifat lintas batas (cross-border) turut menyulitkan penegakan hukum nasional. Banyak perusahaan teknologi beroperasi secara global dengan pusat pengolahan data berada di luar wilayah Indonesia. Hal ini menyulitkan aparat penegak hukum untuk melakukan pengawasan dan penindakan terhadap pelanggaran data yang melibatkan entitas asing. Tanpa kerja sama internasional dan mekanisme penegakan hukum lintas negara yang efektif, praktik monetisasi data berpotensi lepas dari jangkauan hukum nasional dan merugikan kepentingan konsumen Indonesia (Taufiqurrohman et al., 2025).

Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah rendahnya tingkat literasi hukum dan literasi digital masyarakat. Banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya sebagai subjek data, termasuk hak untuk memberikan atau menarik persetujuan atas pemrosesan data pribadi. Kondisi ini menyebabkan konsumen cenderung pasif dan menerima begitu saja praktik monetisasi data tanpa melakukan upaya perlindungan hukum. Di sisi lain, pelaku usaha digital juga belum sepenuhnya menjadikan perlindungan data sebagai bagian dari budaya kepatuhan hukum dan tata kelola perusahaan yang baik (Putri & Ramli, 2022).

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, arah kebijakan regulasi monetisasi data perlu difokuskan pada penguatan penegakan hukum yang bersifat preventif dan represif. Pemerintah perlu mempercepat pembentukan lembaga pengawas perlindungan data pribadi yang independen dan berwenang, serta memastikan adanya sanksi yang tegas dan proporsional bagi pelaku pelanggaran. Selain itu, harmonisasi antara UU PDP, UUPK, hukum persaingan usaha, dan kebijakan ekonomi digital harus dilakukan secara sistematis agar tercipta kepastian hukum dan perlindungan konsumen yang efektif.

Dengan demikian, keberhasilan pengaturan monetisasi data tidak hanya ditentukan oleh keberadaan regulasi formal, tetapi juga oleh efektivitas penegakan hukum dan kesadaran seluruh pemangku kepentingan. Arah kebijakan regulasi yang responsif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta berorientasi pada kepentingan publik menjadi kunci dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang adil, aman, dan berkelanjutan di Indonesia.

KESIMPULAN

Praktik monetisasi data pengguna oleh perusahaan teknologi merupakan fenomena yang tidak terpisahkan dari perkembangan ekonomi digital di Indonesia. Data pribadi telah bertransformasi menjadi aset ekonomi strategis yang memiliki nilai komersial tinggi dan berperan penting dalam pengembangan layanan digital serta inovasi bisnis. Namun, pemanfaatan data sebagai komoditas ekonomi juga menimbulkan berbagai persoalan hukum, khususnya terkait dengan perlindungan konsumen dan implikasinya terhadap hukum perekonomian nasional. Oleh karena itu, monetisasi data tidak dapat dipandang semata-mata sebagai aktivitas bisnis, melainkan sebagai praktik hukum yang harus tunduk pada prinsip perlindungan hak asasi, keadilan, dan kepastian hukum.

Dari perspektif perlindungan konsumen, praktik monetisasi data masih menunjukkan adanya ketimpangan posisi antara perusahaan teknologi dan pengguna layanan digital. Konsumen kerap berada pada posisi yang lemah akibat keterbatasan informasi, rendahnya literasi hukum, serta penggunaan klausul baku dalam perjanjian layanan yang tidak sepenuhnya mencerminkan persetujuan yang bebas dan sadar. Meskipun Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi telah memberikan penguatan normatif terhadap hak subjek data, implementasinya masih menghadapi kendala serius, baik dari sisi kepatuhan pelaku usaha maupun efektivitas pengawasan. Kondisi ini menyebabkan perlindungan konsumen atas data pribadi belum sepenuhnya terwujud secara optimal.

Dalam kerangka hukum perekonomian nasional, monetisasi data pengguna memiliki implikasi terhadap struktur pasar dan persaingan usaha. Penguasaan data dalam skala besar oleh perusahaan teknologi berpotensi menciptakan dominasi pasar dan menghambat persaingan yang sehat, sehingga bertentangan dengan prinsip keadilan ekonomi dan pemerataan. Selain itu, praktik monetisasi data lintas batas juga menimbulkan tantangan terkait kedaulatan data dan kepentingan ekonomi nasional. Tanpa pengaturan yang jelas dan terintegrasi, data pengguna dapat menjadi sumber ketimpangan ekonomi digital dan melemahkan peran negara dalam mengendalikan sumber daya strategis.

Oleh karena itu, diperlukan penguatan kebijakan hukum yang komprehensif dan berkelanjutan dalam mengatur monetisasi data pengguna. Harmonisasi antara Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, hukum persaingan usaha, serta kebijakan ekonomi digital menjadi langkah strategis untuk menciptakan kepastian hukum dan perlindungan konsumen

yang efektif. Selain itu, peningkatan literasi hukum masyarakat, penguatan lembaga pengawas, dan penegakan hukum yang tegas merupakan kunci dalam mewujudkan sistem monetisasi data yang legal, etis, dan berorientasi pada kepentingan publik serta pembangunan ekonomi nasional yang berkeadilan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. S. (2019). Perlindungan data pribadi dalam sistem hukum Indonesia. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 16(4), 411–424.
- Harahap, M. Y., & Nasution, L. (2020). Perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik berbasis platform digital. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 50(2), 356–373.
- Mansawan, I. S. K., Sassan, J., & Bernard, J. (2025). Legal protection of e-commerce consumers' personal data under Indonesian law. *Jurnal Ilmu Hukum dan Kebijakan*, 9(1), 45–60.
- Nugroho, A. (2021). Aspek hukum pemanfaatan data pribadi dalam bisnis digital. *Jurnal Rechtsvinding*, 10(2), 189–205. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v10i2.XXX>
- Pratama, A. R., & Sari, N. P. (2021). Klausula baku dalam perjanjian layanan digital dan implikasinya terhadap perlindungan konsumen. *Jurnal Hukum Prioris*, 8(1), 22–38.
- Putri, R. A., & Ramli, T. S. (2022). Perlindungan konsumen dalam ekosistem ekonomi digital. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM*, 29(2), 215–232. <https://doi.org/10.20885/iustum.vol29.iss2.art4>
- Rahmawati, I. (2022). Urgensi penguatan perlindungan data pribadi dalam ekonomi digital. *Jurnal Konstitusi*, 19(2), 289–307.
- Saebani, B. A. (2021). Metode Penelitian Hukum Pendekatan Yuridis Normatif.
- Setiawan, H., Ghufon, M., & Mochtar, D. A. (2020). Perlindungan hukum terhadap data pribadi konsumen dalam transaksi e-commerce. *Merdeka Law Journal*, 4(2), 150–164.
- Siregar, R. (2021). Tantangan penegakan hukum perlindungan data pribadi di era ekonomi digital. *Jurnal Legislasi Indonesia*, 18(3), 345–360.
- Sutanto, H., & Wibowo, A. (2023). Data sebagai aset ekonomi dalam perspektif hukum perekonomian nasional. *Jurnal Ilmu Hukum*, 12(1), 67–84.
- Taufiqurrohman, M., Lita, H. N., & Pah, G. G. A. (2025). Digital markets and data exploitation: Addressing abuse of dominance under Indonesian competition law. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 25(1), 1–15.
- Widodo, T. A. (2020). Asimetri informasi dan perlindungan konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Yuridika*, 35(3), 401–420.
- Yulianti, E., & Kurniawan, B. (2021). Kedaulatan data dan tantangan regulasi ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Hukum Negara dan Pembangunan*, 1(2), 95–112.