

ABSTRACT

CONSUMER DATA PROTECTION IN UTILIZING BIG DATA FOR CUSTOMER PROFILING (CASE STUDY: PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA TBK)

Oleh: Fidelia Yemima Jabanto¹ dan Sulistiowati²

This study aims to determine and analyze the PT XYZ in utilizing big data in profiling consumers, analyzing Ministry of Communication and Information regulation number 20 of 2016 regarding legal protection for the use of big data in terms of consumer profiles, and comparing and analyzing GDPR and LGPD in regulating data protection on consumer profiles.

The research method used is normative-empirical study of literature through analysis based on relevant legal instruments, books and journals and combined with field studies in the form of interviews with PT XYZ as telecommunication companies that use big data for profiles of consumers, academics and consumers ABC. After getting related material from library studies and field studies, it will be analyzed on the issue in question.

Regarding the results of the research and discussion in Legal Research, three conclusions were obtained. First, there are allegations of deviation on Article 9 and Article 12 of the Regulation of the Minister of Communication and Information of the Republic of Indonesia Number 20 of 2016 because PT XYZ collects data outside of privacy policies and does not provide a purpose for processing and analyzing data. Second, even though Indonesia has the Minister of Communication and Information Technology Regulation Number 20 of 2016, the author states that this is not enough to give legal protection for consumer. There are 2 (two) main reasons, the first is consumer profile actions that are not specifically regulated which can be abused by business people, and the second is the form of regulation itself merely in the level of ministerial regulation. Third, LGPD and GDPR in regulating data protection do not have significant difference, both regulations regulate consumer profiling.

Keywords: Personal Data, Consumer Profiling, Telecommunications Company.

¹ Undergraduate students (S-1) at the Department of Commerce in the Faculty of Law, Gadjah Mada University, Yogyakarta

² Lecturer at the Department of Business Law at the Faculty of Law, Gadjah Mada University, Yogyakarta

ABSTRAK

PERLINDUNGAN DATA KONSUMEN DALAM PEMANFAATAN *BIG DATA* UNTUK PENGGOLONGAN KONSUMEN (STUDI KASUS: PT XYZ TBK)

Oleh: Fidelia Yemima Jabanto¹ dan Sulistiowati²

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa PT XYZ dalam memanfaatkan big data dalam melakukan penggolongan konsumen, menganalisa kepadaan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informasi nomor 20 tahun 2016 mengenai perlindungan hukum dalam penggolongan konsumen, dan membandingkan dan menganalisa GDPR dan LGPD dalam mengatur perlindungan data pada penggolongan konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah normatif-empiris meliputi studi kepustakaan melalui analisis berdasarkan pada instrumen hukum yang relevan, buku dan jurnal serta dikombinasikan dengan studi lapangan berupa wawancara dengan PT XYZ selaku perusahaan telekomunikasi yang menggunakan big data untuk profil konsumen, akademisi, dan konsumen ABC. Setelah mendapat materi terkait dari studi kepustakaan dan studi lapangan, akan dianalisis mengenai masalah yang bersangkutan.

Terhadap hasil penelitian dan pembahasan dalam Penulisan Hukum ini, diperoleh tiga kesimpulan. Pertama, ada dugaan penyimpangan Pasal 9 dan Pasal 12 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 karena PT XYZ mengumpulkan data di luar kebijakan privasi dan tidak menyediakan tujuan untuk memproses dan menganalisis data dalam kebijakan privasi. Kedua, walaupun Indonesia memiliki Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 20 Tahun 2016, namun Penulis menyatakan bahwa itu tidak cukup untuk memberikan perlindungan hukum. Ada 2 (dua) alasan utama, yang pertama adalah tindakan penggolongan konsumen yang tidak diatur secara khusus yang dapat disalahgunakan oleh pelaku bisnis, dan yang kedua adalah bentuk regulasi itu sendiri yang berada di tingkat peraturan menteri. Ketiga, pengaturan LGPD and GDPR tidak memiliki perbedaan signifikan, kedua peraturan tersebut mengatur tentang penggolongan konsumen.

Kata Kunci: Data Pribadi, Consumer Profiling, Perusahaan Telekomunikasi.

¹ Mahasiswa Strata-1 (S-1) pada Departemen Hukum Dagang di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta

² Dosen pada Departemen Hukum Dagang di Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta