

Analisis Penyalahgunaan Data Pribadi Pelanggan dalam Perspektif Routine Activity Theory di Internet Service Provider X

Az Zahra Fitria Suwondo¹, Lucky Nurhadiyanto²

^{1,2}Universitas Budi Luhur, Jl. Ciledug Raya, Petukangan Utara, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia

2043500608@student.budiluhur.ac.id¹, lucky.nurhadiyanto@budiluhur.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine and analyze personal data protection regulations as a form of privacy rights in Indonesia and companies that use personal data for administrative purposes of a purchase of a company's services or products as well as to provide information to readers to anticipate the spread of personal data and remind that personal data is a privacy right of a person to be protected from cybercrime and reputation damage. The research method used in this research is qualitative research method. The data collection technique used was to conduct direct interviews with sources and secondary data from various journals related to data abuse, articles from government websites, and articles from other official websites. The subjects of the research are the sources who work in one office, namely the sales and supervisory area. The objective of the investigation is the regulation on the security of personal data of customers of company X. The motivation of the perpetrators is to seek personal gain, the target of the right perpetrator is the old customer, and the lack of effective supervision is an important factor in the occurrence of customer data brokers. The area of supervisor as the closest guardian must tighten the supervision and ensure SOPs are observed to prevent data abuse. Company X needs to focus on improving service quality, effective employee management, and strict supervision of customer personal data protection. Protecting personal data is not only about preventing financial or legal losses, but also about respecting and protecting individual rights, ining security, social well-being, and building confidence in business and social interactions.

Keywords: *consumen; personal data misuse; protection; routine activity theory*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis peraturan perlindungan data pribadi sebagai bentuk hak privasi di Indonesia dan perusahaan yang menggunakan data pribadi untuk kepentingan administratif suatu pembelian jasa atau produk perusahaan serta untuk memberikan informasi kepada para pembaca agar mengantisipasi penyebaran data pribadi dan mengingatkan bahwa data pribadi merupakan hak privasi seseorang yang harus dilindungi dari kejahatan siber dan merusak reputasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah melakukan wawancara langsung kepada para narasumber dan data sekunder dari berbagai jurnal yang berhubungan dengan penyalahgunaan data, artikel dari *website* pemerintah, dan artikel dari *website* resmi lainnya. Subjek penelitian adalah para narasumber yang bekerja disatu kantor, yaitu sales dan area supervisor. Objek penelitian adalah peraturan keamanan data pribadi pelanggan diperusahaan X. Motivasi pelaku adalah mencari keuntungan pribadi, target pelaku yang tepat adalah pelanggan lama, dan kurangnya pengawasan yang efektif menjadi faktor penting dalam terjadinya broker data pelanggan. Area supervisor sebagai penjaga yang paling dekat harus memperketat pengawasan dan memastikan SOP dipatuhi untuk mencegah penyalahgunaan data. Perusahaan X perlu fokus

pada peningkatan kualitas layanan, manajemen karyawan yang efektif, dan pengawasan ketat perlindungan data pribadi pelanggan. Melindungi data pribadi bukan hanya tentang mencegah kerugian finansial atau hukum, tetapi juga tentang menghormati dan melindungi hak individu, menjaga keamanan, kesejahteraan sosial, dan membangun kepercayaan dalam interaksi bisnis dan sosial.

Kata kunci: konsumen; penyalahgunaan data pribadi; perlindungan; teori aktivitas rutin

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi saat ini semakin pesat dan berhasil mengubah kebutuhan serta gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi. Perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari – hari masyarakat ditunjukkan melalui berbagai aktivitas, terutama pada masa pandemi *Covid-19* beberapa tahun lalu. Manfaat teknologi dan informasi dapat dirasakan baik dalam bidang pendidikan, perekonomian, industri, dan lain-lain, serta di bidang yang berkaitan dengan pengembangan ilmu pengetahuan dan lainnya yang dapat diakses dengan mudah oleh siapa pun dan dimana pun. Dalam bidang pendidikan, pengelolaan data dalam jumlah besar dapat dikelola secara efisien, cepat, dan efektif dengan meminimalkan kesalahan. Di masa pandemi *Covid-19* ini tentu memiliki perbedaan dan goals yang berbeda dibanding dengan di era normal sebelum pandemi, yang tentunya teknologi sangat dibutuhkan dan sangat berperan dalam proses pendidikan di masa pandemi *Covid-19* seperti ini (Salsabila & dkk, 2020). Di dalam sektor ekonomi, iklan yang disertai promosi mempunyai kemampuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara cepat tanpa batasan lokasi atau wilayah dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat dimanapun. Dalam kehidupan sehari – hari, banyak orang kini menggunakan *e-wallet* atau dompet digital untuk pembayaran dan *e-commerce* untuk membeli suatu barang serta jasa yang diperlukan. Jadi, internet sangat penting karena berperan sentral dalam pendidikan, perekonomian, kehidupan sosial, dan pemenuhan kebutuhan dasar. Selama pandemi, internet terbukti menjadi penghubung utama antara individu dan berbagai layanan penting, menjadikannya kebutuhan yang tak tergantikan.

Interconnected network atau disebut juga internet merupakan jaringan global komputer yang bisa digunakan dimanapun dan kapanpun tanpa batasan geografis, untuk mendapatkan informasi atau pertukaran data secara cepat. Pengguna dapat mencari berbagai informasi, pembelajaran *online* juga dapat dilakukan melalui internet. *Internet Service Provider* (ISP) adalah perusahaan yang menyediakan layanan akses internet kepada konsumen. Di Indonesia terdapat beberapa ISP yang sudah banyak dikenal masyarakat seperti IndiHome, Biznet, MyRepublic, Firstmedia, CBN, Oxygen, MNC Play, dan lain – lain. Untuk berlangganan atau menggunakan layanan ISP sangat sederhana namun bergantung pada perusahaan ISP masing – masing. Biasanya syarat utama untuk mendaftar berlangganan adalah Kartu Tanda Penduduk (KTP), alamat tempat tinggal, dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Syarat dan ketentuan yang berlaku terkait data pribadi bersifat penting dan tidak dapat disebarluaskan dengan mudah. Pelaku usaha internet dapat mengumpulkan data pribadi dari pelanggan atau prospek secara *online* atau *offline*. Dalam mengumpulkan data pribadi pelanggan atau prospek adalah tanggungjawab

departemen *sales* dan *marketing*. *Sales* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sebuah aktivitas penjualan barang atau jasa dari setiap perusahaan (Kemenperin, 2022). *Sales* akan bergerak setelah mengetahui peta area penjualan dari *area supervisor* sehingga mereka tahu dimana akan menjual jasa atau barang yang disediakan oleh perusahaan. Tugas seorang *sales* lainnya adalah memahami barang atau jasa yang akan dijual. Tugas utama seorang *sales* adalah mencapai target penjualan yang telah ditentukan berdasarkan situasi dan kebutuhan perusahaan.

Pekerjaan sebagai *sales* tentu saja harus bekerja dibawah tekanan perusahaan. Dengan adanya tekanan karena target penjualan, beberapa cara dilakukan oleh *sales* untuk mencapai target penjualan. Salah satunya yang menjadi fenomena di sebuah perusahaan *provider X* adalah menyalahgunakan data pribadi pelanggan lain untuk prospek atau pelanggan lama guna mendapatkan harga yang lebih murah (bagi pelanggan) ataupun untuk mencapai target penjualan *sales*. Beberapa tindakan ilegal di bidang teknologi informasi antara lain penyalahgunaan data, pencurian data, dan penjualan data pribadi. Pelanggaran ini juga dapat dianggap sebagai pelanggaran hak asasi manusia, karena data pribadi merupakan hak privasi seseorang yang perlu dilindungi.

Salah satu kasus yang pernah terjadi pada tahun 2023 di daerah Semarang, mantan karyawan bank terkemuka menyalahgunakan data pribadi nasabah untuk membuka rekening dan mengajukan alat EDC yang dimana untuk transaksi gestun atau gesek tunai. Korban mengalami kerugian berupa pajak transaksi yang harus dibayar karena tindakan gestun tersebut, kerugian mencapai miliaran rupiah. Data pribadi yang digunakan pelaku berupa KTP. Untuk para pelaku mantan karyawan bank tersebut saat itu mendapatkan bonus insentif dari setiap mesin EDC yang diterbitkan. Para pelaku dijerat dengan Undang-Undang Perbankan dan Undang-Undang ITE, dengan ancaman maksimal pidana penjara paling lama 12 tahun dan atau denda paling banyak Rp12 miliar (Tim iNewsSoloRaya.id, 2023).

Undang - Undang Perlindungan Data Pribadi dirancang oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI untuk mengatur peraturan hukum terkait dengan data pribadi di berbagai bidang. Data pribadi merupakan aset penting yang berharga di era *big data* dan ekonomi digital. Berdasarkan UU PDP, data pribadi didefinisikan sebagai setiap data tentang seseorang baik yang teridentifikasi dan/atau dapat diidentifikasi secara tersendiri atau dikombinasi dengan informasi lainnya baik secara langsung maupun tidak langsung melalui sistem elektronik dan/atau non-elektronik (KOMINFO, 2020). Data pribadi mempunyai 2 (dua) jenis, antara lain:

1. Data pribadi khusus, yaitu data dan informasi kesehatan, data biometrik, data genetik, catatan kriminalitas, data anak, data keuangan pribadi atau data lainnya yang sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan perundang – undangan.
2. Data pribadi umum, berupa nama, jenis kelamin, kebangsaan, agama, status perkawinan atau data pribadi lainnya yang digabungkan untuk mengidentifikasi seseorang.

UU Perlindungan Data Pribadi yang disahkan pada tahun 2022 dan setidaknya terdapat 32 undang-undang terkait pengaturan data pribadi warga negara, salah satunya UU ITE yang diatur dalam Peraturan Menteri Kominfo No. 20 Tahun 2016

Tentang Perlindungan Data Pribadi di Dalam Sistem Elektronik. Berdasarkan artikel Kominfo, RUU PDP merupakan inisiatif Pemerintah yang menjadi prioritas untuk dibahas di DPR pada tahun 2019 berdasarkan Keputusan DPR RI Nomor 19/DPR RI/I/2018-2019 tentang Program Legislasi Nasional RUU Prioritas Tahun 2019 dan Perubahan Program Legislasi Nasional RUU Tahun 2015-2019. Status RUU PDP per Oktober 2019 telah menyelesaikan proses harmonisasi dan finalisasi antar kementerian atau lembaga (Agustini, 2019).

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat metadata berupa data pribadi yang disediakan untuk berbagai keperluan, khususnya mencapai target penjualan. Penyalahgunaan data pribadi merupakan perbuatan yang memenuhi unsur – unsur kejahatan, seperti unsur tindak pidana pencurian dan unsur tindak pidana penipuan serta tindak pidana lainnya, baik dari sisi unsur objektif maupun unsur subjektif (Situmeang, 2021). Perlu diketahui bahwa ada dua metode yang dikenal untuk menjamin perlindungan data pribadi, yaitu:

1. Keamanan terhadap data pribadi bersifat fisik;
2. Peraturan perlindungan data pribadi yang bertujuan untuk memberikan jaminan kepada pengguna data pribadi maupun kepada pihak pengelola (*provider*) atas potensi pelanggaran yang dilakukan di dunia *cyberspace* yang didasarkan pada penggunaan data pribadi sebagai aset komoditi yang menguntungkan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Endah Pertiwi, dkk (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "*Analisis Yuridis Terhadap Penyalahgunaan Data Pribadi Pengguna Media Sosial*" dengan tipe penelitian yuridis normatif (*legal research*) dan metode penelitian kualitatif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- Objek yang diteliti adalah sama – sama penyalahgunaan data pribadi.
- Metode penelitian yang digunakan sama, menggunakan metode kualitatif. Sedangkan, perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah, sebagai berikut:
 - Subjek dalam penelitian sebelumnya adalah penyalahgunaan data pribadi pengguna media sosial, sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah penyalahgunaan data pribadi pelanggan ISP.
 - Fokus penelitian sebelumnya adalah perlindungan hukum terhadap data pribadi dalam media sosial dan perlindungan hukum bagi pemilik data pribadi jika terjadi kebocoran. Sedangkan, penelitian ini fokus kepada pengaturan perlindungan data pribadi di perusahaan ISP.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Selvina Nur Amalia (2016) dalam penelitian skripsinya yang berjudul "*Analisis Perlindungan Data Pribadi Nasabah pada Bank Syariah Mandiri terhadap Regulasi*" dengan tipe penelitian deskriptif analisis dan metode penelitian kualitatif. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- Objek yang diteliti adalah sama – sama penyalahgunaan data pribadi.
- Metode penelitian yang digunakan sama, menggunakan metode kualitatif. Sedangkan, perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- Subjek dalam penelitian sebelumnya adalah penyalahgunaan data pribadi nasabah bank, sedangkan dalam penelitian ini yang menjadi subjeknya adalah penyalahgunaan data pribadi pelanggan ISP.
- Fokus penelitian sebelumnya adalah perlindungan hukum terhadap data pribadi nasabah bank yang diikuti dengan regulasi keamanan yang ada. Sedangkan, penelitian ini fokus kepada pengaturan perlindungan data pribadi di perusahaan ISP.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu “bagaimana *sales* nakal melancarkan aksi penyalahgunaan data pribadi pelanggan yang dianalisis dengan *Routine Activity Theory*?” Analisis ini dibuat dengan tujuan untuk memahami dan menganalisis peraturan perlindungan data pribadi sebagai bentuk hak perlindungan privasi di Indonesia dan pada perusahaan yang menggunakan data pribadi untuk keperluan administratif guna pembelian jasa atau produk dari perusahaan, serta untuk memberikan informasi kepada pembaca agar mengantisipasi penyebaran informasi data pribadi dan mengingatkan bahwa informasi data pribadi bukanlah hal yang sepele namun hal yang penting untuk disimpan dan tidak dibagikan secara luas jika memang tidak diperlukan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode Kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas (Nanda, 2024). Subjek dari penelitian ini total terdiri dari 4 orang narasumber, yaitu 1 orang diantaranya merupakan korban (FR), 2 orang *sales* (AG & TK) dan 1 orang *area supervisor* (MG). Objek yang diobservasi pada penelitian ini adalah pengaturan keamanan data pribadi pelanggan di perusahaan X. Alur penelitian dimulai dari identifikasi masalah, studi literatur, pengumpulan data, wawancara narasumber, analisis hasil penelitian, kesimpulan, dan saran. Pengumpulan data dilakukan dari 12 April 2024 sampai dengan 01 Juni 2024. Lokasi penelitian berada di Kota Tangerang, Banten. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah secara langsung dari objek yang diteliti dengan metode data primer yang digunakan adalah melakukan wawancara langsung kepada para narasumber dan data sekunder dari berbagai jurnal yang berhubungan dengan penyalahgunaan data, artikel dari *website* pemerintah, dan artikel dari *website* resmi lainnya.

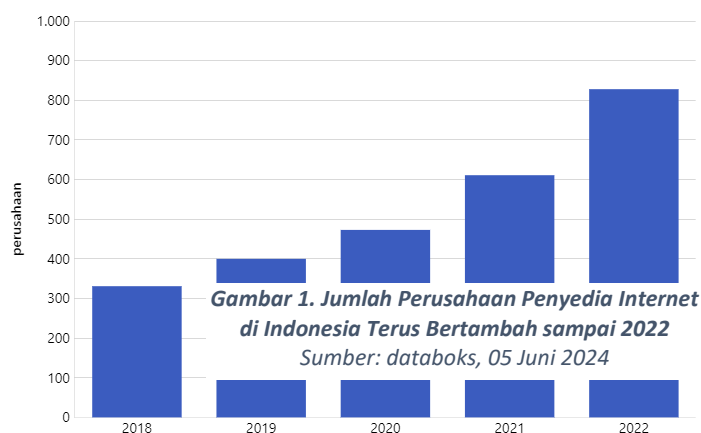
HASIL DAN PEMBAHASAN

Bisnis *Internet Service Provider* dan Persaingan Pasar

Bisnis *Internet Service Provider* merupakan jenis usaha yang sangat dibutuhkan masyarakat di era digital saat ini. Singkatnya, perusahaan ISP adalah perusahaan yang menyediakan layanan internet kepada pelanggannya. ISP memiliki banyak layanan berbeda dalam menyediakan layanan internet, seperti:

- a. *Mobile broadband*, khusus teknologi sinyal berbasis kabel seperti 2G, 3G, 4G, dan 5G. Layanan ini untuk menyalurkan internet ke pengguna telepon seluler, misalnya Indosat dan Telkomsel.
- b. *Wireless Radio Link*, ISP ini menggunakan radio nirkabel PTP atau PTMP untuk menyalurkan internet ke pelanggan dan sering digunakan di daerah pedesaan. Contoh ISP ini tersebut Nusanet dan Astinet.
- c. *Fiber Optic* (Kabel), untuk menyalurkan internet, ISP ini menggunakan jaringan kabel serat optik. ISP ini sering digunakan di daerah yang infrastruktur internetnya sudah baik, seperti perkotaan. Contoh ISP ini tersebut adalah MyRepublic, CBN, Oxygen, Firstmedia, IndiHome.
- d. VSAT/Satelit, adalah teknologi nirkabel yang didasarkan pada sinyal dengan frekuensi khusus satelit dan ditangkap oleh antena parabola gelombang mikro. ISP ini hanya fokus pada saluran internet terestrial dan pelanggannya adalah pengguna internet yang bertempat tinggal di daerah terpencil. Contoh ISP tersebut adalah Pasifik Satelit Nusantara (PSN) dan Telkomsat.

Jumlah perusahaan ISP di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data grafik dari artikel databoks.katadata.co.id, pada tahun 2022 terdapat 828 perusahaan ISP, sedangkan tahun lalu hanya ada 611 perusahaan ISP di Indonesia. BPS juga melaporkan bahwa pada tahun 2022, jumlah perusahaan ISP di Indonesia akan meningkat sebesar 35,52%. Dibawah ini adalah data grafis perusahaan ISP di Indonesia pada tahun 2018 hingga 2022.



Banyaknya perusahaan ISP di Indonesia membuat persaingan pasar yang ketat antar perusahaan ISP semakin ketat. Jika tidak pandai membuat strategi pemasaran untuk menjual jasa atau barang maka bisnis tidak akan berkembang dan kalah bersaing dengan bisnis lainnya. Survei ISP yang dilakukan APJII dari kuesioner *online* yang disebar kepada 239 anggota APJII di seluruh Indonesia menunjukkan adanya peningkatan penilaian terhadap kematangan industri ISP di Indonesia. Berikut hasil survei yang diungkap APJII pada tahun 2023.



Gambar 2. Lanskap Industri dan Tingkat Pertumbuhan ISP Indonesia

Sumber: tekno.kompas, 05 Juni 2024

Survei APJII menunjukkan tingkat pertumbuhan penjualan ISP pada tahun 2021 – 2022 meningkat dari 0 – 2%, dan pada tahun 2023 tingkat pertumbuhan penjualan ISP mencapai 0 – 50%. Untuk tahun 2024, APJII belum melakukan survei. Tercatat, jumlah pelanggan internet *fixed broadband* pada tahun 2023 mencapai 14,91 juta. Pada tahun 2024 diharapkan dapat menjangkau 18,30 juta pelanggan. Berdasarkan survei APJII tahun 2023, ISP IndiHome mendominasi pasar layanan *fixed broadband* di Indonesia dengan *market share* sebesar 54,21%, jauh mengungguli pesaing terdekatnya seperti Firstmedia 31,9% dan MyRepublic 2,92%. Adapun jumlah total pelanggan di masing – masing *provider* menurut data APJII:

- IndiHome 8,08 juta pelanggan.
- Firstmedia 475.000 pelanggan.
- MyRepublic 435.000 pelanggan.
- ICONNET 398.000 pelanggan.
- Vision 368.000 pelanggan.
- Biznet 349.000 pelanggan.
- CBN 227.000 pelanggan.
- XL Home 222.000 pelanggan.

Persaingan dalam industri ini semakin ketat, menunjukkan pertumbuhan yang kuat dan pengembangan jaringan yang signifikan dari sejumlah *provider*. Menurut Direktur Utama APJII Muhammad Arif (Usman, 2023), fokus utama kompetisi industri ini adalah peningkatan kualitas layanan yang inovatif untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Tantangan utama yang dihadapi perusahaan ISP adalah persaingan harga yang ketat, kebutuhan untuk meningkatkan infrastruktur dan kualitas layanan jaringan. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan ISP berharap agar biaya infrastruktur tidak meningkat secara signifikan di berbagai wilayah. Selain itu, poin utama yang harus selalu dipatuhi oleh ISP adalah mengelola pelanggan yang sudah ada dalam kelompok “pelanggan bernilai tinggi”. ISP perlu mengenal “pelanggan bernilai tinggi” sehingga mereka dapat menawarkan layanan yang jauh lebih baik dibandingkan pelanggan biasa, karena mereka adalah pelanggan yang paling menguntungkan bagi perusahaan. Pelanggan tipe ini biasanya

adalah seseorang yang selalu merasa teknologi membuat hidup lebih mudah dan selalu mengeluh namun tidak pernah berhenti berlangganan.

Fenomena Penyalahgunaan Data Pribadi yang Dilakukan Oleh Oknum Sales

Fenomena adalah suatu fakta sosial yang kita temukan di lapangan (Freddy Rangkuti: 2011). Dalam penelitian ini, fenomena yang akan dibahas adalah fenomena penyalahgunaan data pribadi pelanggan. Mengapa hal tersebut dikatakan sebagai fenomena? Hal tersebut dikatakan sebagai fenomena karena maraknya kejadian dilapangan terkait penyalahgunaan data untuk kepentingan pribadi dan aktivitas ini dilakukan berulang kali dengan motif yang sama. Penyalahgunaan data seringkali dilakukan oleh sales nakal perusahaan X adalah perubahan NIK, penjualan KTP dan nomer telepon serta alamat dengan teman sesama sales, perubahan KK, dan penyantunan tandatangan dalam surat kontrak layanan. Beberapa contoh dilapangan yang terjadi pada pernyataan diatas, paling sering dilaporkan oleh konsumen adalah pencantuman tandatangan pada surat kontrak layanan perusahaan X. Surat kontrak tersebut berisi tentang ketentuan berlangganan seperti masa berlaku harga promo, fasilitas yang disewakan, denda pemutusan jika pemakaian dibawah satu tahun. Terkait adanya surat kontrak ini, konsumen harus tahu dan menandatangani secara langsung bukan malah ditandatangani oleh sales dengan cara menjiplak tandatangan konsumen.

Sedangkan, perubahan NIK dan KK ini dilakukan oleh sales senior. Perubahan tersebut tidak dilakukan langsung oleh sales, tetapi dilakukan oleh orang lain yang membuka layanan perubahan data dan para sales tidak mengetahui siapa orang tersebut.

“Saya pernah melakukan perubahan KK, itu buat konsumen yang lama gitu. Maksudnya itu biar konsumen lama yang sudah putus berlangganan bisa daftar kembali tanpa membayar denda yang ada di surat kontrak mbak. Perubahan itu gak saya kasih tau ke konsumen, kalau dikasih malah gajadi berlangganan lagi dan saya gajadi nambah target dong”. Hasil wawancara dengan mantan sales perusahaan X.

Pernyataan diatas menjelaskan bahwasannya perubahan NIK pada KK dan KTP itu untuk mendaftarkan kembali pelanggan lama yang sudah putus berlangganan. Perubahan tersebut dilakukan, karena peraturan dalam perusahaan X jika NIK yang pernah mendaftar dalam Kartu Keluarga masih ada tagihan yang belum dibayarkan maka tidak bisa daftar lagi dengan Kartu Keluarga yang sama sebelum tagihan dibayar lunas. Dalam kasus ini, perusahaan mengalami kerugian finansial karena banyak tagihan konsumen yang tidak terbayar akibat strategi penjualan para sales nakal. Di sisi lain, konsumen dirugikan karena dokumen pribadi dibagikan kepada orang keempat yang tidak ada hubungannya dengan pendaftaran berlangganan layanan. Selain disebarluaskan, data konsumen juga di ubah dari NIK pada KK asli dengan NIK orang lain. Secara otomatis konsumen telah berganti nama dengan pemilik data yang telah diubah.

Setelah memperoleh perspektif dari pihak pelaku mengenai motif dan cara penyalahgunaan data pribadi, penelitian ini juga menggali dampak nyata dari

peristiwa tersebut melalui wawancara langsung dengan korban. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memahami sejauh mana penyalahgunaan data pribadi berdampak secara emosional, sosial, dan finansial terhadap individu yang terdampak. Responden dalam wawancara ini seorang karyawan swasta yang pernah menjadi korban penyalahgunaan data pribadinya pada akhir tahun 2023. Ia menyadari adanya kejanggalan setelah menerima pesan lewat aplikasi *Whats'app* terkait tagihan cicilan dari lembaga keuangan yang tidak pernah ia ajukan sebelumnya. Dalam sesi wawancara, korban menyampaikan:

“Awalnya saya kira itu cuma pesan penipuan biasa, tapi ketika saya cek lebih lanjut ke lembaga pembiayaan yang bersangkutan, ternyata benar ada pinjaman atas nama saya. Padahal saya gak pernah merasa mengajukan pinjaman apa pun ke aplikasi itu.”

Korban menjelaskan bahwa data yang digunakan dalam pengajuan tersebut mencakup NIK, nama lengkap, alamat rumah, dan nomor telepon yang aktif. Dirinya mencurigai bahwa data pribadinya bocor melalui salah satu aplikasi digital tempat ia pernah melakukan registrasi, karena dalam kurun waktu yang sama ia menerima sejumlah panggilan penawaran pinjaman dari nomor yang tidak dikenal.

“Setelah kejadian itu saya jadi ngerasa waswas gitu neng. Saya takut data saya digunakan lagi. Bahkan saya pernah sampai lapor ke OJK dan Kominfo, tapi prosesnya lama banget dan bertele-tele,” ujarnya.

Akibat kejadian ini, korban mengaku mengalami tekanan psikologis, kesulitan mengajukan pinjaman legal karena Namanya sudah tercatat memiliki utang, serta harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mengurus pelaporan dan klarifikasi hukum. Ia juga menyampaikan harapannya agar perlindungan terhadap data pribadi di Indonesia ditingkatkan, khususnya dari sisi pengawasan *platform* digital dan transparansi penggunaan data pengguna.

“Pesen saya sih satu ya neng pengen tau kejelasannya ajh gitu, dan semoga kejadian kayak gini nggak terulang ke orang lain. Karena sekali data kita bocor, susah untuk ngatasin efeknya,” tutupnya.

Mekanisme Perlindungan Data Pribadi Pelanggan

Beberapa sektor seperti perbankan dan telekomunikasi memiliki peraturan terkait perlindungan data nasabah atau pelanggan. Begitu juga dengan perusahaan X juga memiliki peraturan perlindungan data pribadi pelanggan yang berlangganan internet di perusahaan X. Berikut hasil wawancara dengan *area supervisor* perusahaan X terkait regulasi perlindungan data pribadi pelanggan.

“Untuk aturan sendiri dari perusahaan itu ada dua data. Data pertama itu data fisik yang dipegang sama sales untuk pendaftaran. Nah data itu disetorkan ke area supervisornya masing – masing. Setelah itu area supervisor akan input data pelanggan ke pc kantor dan itu dijadikan data digital buat salinan dari data fisik sewaktu – waktu ada case penyalahgunaan data ataupun komplain konsumen lainnya. Data fisik yang disetorkan itu sesuai peraturan perusahaan akan dihancurkan, tapi sama sales gak dihancurkan. Data digital juga kita simpan di pc kantorkan pakai intranet web, yang dimana itu akses terbatas. Cuma karyawan

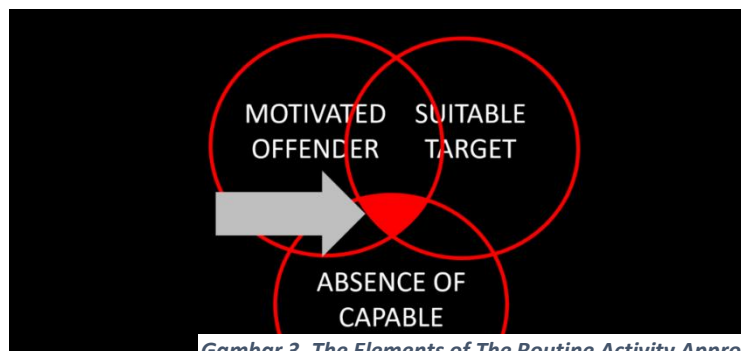
yang sudah diinfokan aksesnya ". Hasil wawancara dengan satu (1) *area supervisor*.

Data fisik yang dimiliki *sales* harusnya dihancurkan, jika sesuai prosedur peraturan perlindungan keamanan data pribadi pelanggan pada perusahaan X. Namun seringkali, *sales* yang nakal masih menyimpan formulir, syarat pendaftaran (KTP, nomor telepon, dan alamat) dan surat kontrak layanan pelanggan kepada *supervisor* masing – masing tim. Seperti kita ketahui juga, jika aplikasi intranet merupakan sistem jaringan lokal yang privat dan lebih aman karena akses terbatas. Dengan keamanan yang dibuat perusahaan X, seharusnya komplain terkait penyalahgunaan data pribadi sangat minim. Berikut wawancara peneliti dengan *area supervisor* mengenai komplain konsumen perusahaan X.

"Kalau kasus yang parah banget sih nggak ada, paling sering konsumen laporan terkait tandatangannya dipalsukan. Maksudnya, konsumen pernah mendaftar tapi tidak pernah menandatangani surat kontrak apapun untuk pendaftaran pemasangan jaringan. Nah biasanya kayak begini itu kerjanya sales yang nakal maksudnya males gamau kasih tau ke konsumen kalau persyaratan mendaftar itu ada surat ini dan itu". Hasil wawancara dengan satu (1) *area supervisor*.

Pernyataan diatas disebabkan adanya oknum atau sales nakal yang mengejar angka penjualan dengan cara mendaftarkan pelanggan tanpa memberitahukan adanya surat kontrak layanan. Selain dua langkah pengamanan diatas yang dilakukan perusahaan X, ada juga penjelasan SOP yang wajib dipahami dan dipatuhi saat sales masuk masa training. Hal tersebut merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan X untuk pencegahan penyalahgunaan data pribadi pelanggan. Selain itu, meskipun sales telah berhasil menyelesaikan masa training, *supervisor* masing – masing tim akan tetap mengingatkan anggota timnya terkait SOP perusahaan. Jika sales nakal ketangkap basah dan terbukti melakukan pelanggaran atau kesalahan terkait penyalahgunaan data pribadi, maka mereka akan langsung dipecat tanpa gaji karena perusahaan merasa telah dirugikan.

Analisis *Routine Activity Theory* dengan Fenomena Penyalahgunaan Data Pribadi



Gambar 3. The Elements of The Routine Activity Approach

Teori aktivitas rutin atau *routine activity theory* dikemukakan oleh Lawrence E. Cohen dan Marcus Felson pada tahun 1979. Teori ini digambarkan dengan model

gambar diatas yang menetapkan tiga (3) elemen, berikut penjelasan mengenai tiga (3) elemen tersebut beserta analisis penelitian penyalahgunaan data pribadi:

1. *Motivated offender* atau pelaku yang termotivasi, Cohen dan Felson hanya berasumsi bahwa pelaku mempunyai motivasi untuk melakukan sesuatu. Hipotesis tersebut dalam penelitian ini benar adanya, bahwa ada suatu motivasi yang diciptakan oleh *sales* nakal. Motif pelaku adalah mencari keuntungan pribadi berupa *fresh money* yang dilakukan dengan cara menjual data pribadi (KTP, nomor HP, dan alamat) serta memalsukan data pribadi. Penjualan data pribadi berkaitan dengan mencapai target angka penjualan dengan menginput data pribadi yang sudah dibeli dari *sales* lain, dan melakukan perubahan NIK bagi pelanggan lama yang memiliki tagihan dikarenakan mahalnya harga layanan perusahaan X dan denda jika pemutusan layanan dibawah satu tahun.
2. *Suitable target* atau target yang sesuai, dalam elemen kedua ini pelaku akan melihat nilai target, inersia, visibilitas target, dan aksesibilitas target. Ini adalah faktor penting dalam elemen kedua ini. Kesesuaian target tidak hanya berfokus pada harta benda saja, namun target kepada manusia bisa menjadi korban pelaku. Dalam penelitian ini, target *sales* nakal seringkali adalah pelanggan lama. Pelanggan lama biasanya suka memutuskan layanan secara sepihak sebelum satu (1) tahun tanpa membayar tagihan dan denda. Pelaku akan memberikan penawaran dengan iming – iming *cashback* dan proses registrasi ulangnya pun tidak sulit. Padahal, pelaku akan melakukan perubahan NIK korban dengan NIK orang lain agar bisa melakukan registrasi ulang.
3. *Absence of Capable Guardians* atau tidak adanya penjaga yang mampu melindungi target. Penjaga yang dimaksud bukan hanya Kepolisian atau aparat penegak hukum lainnya, namun masyarakat juga bisa menjadi penjaga dalam upaya pencegahan terjadinya kejahatan. Dalam kasus penyalahgunaan data pribadi pada perusahaan X, dapat terlihat adanya kelemahan sistem, kurangnya pengawasan, sehingga data pribadi dapat disalahgunakan dan beresiko merugikan pemilik data, bahkan merugikan perusahaan. Dalam hal ini, *area supervisor* merupakan penjaga yang paling dekat dengan *sales* dikarenakan *area supervisor* atasan langsung dan yang bertanggung jawab atas kinerja *sales*. Perusahaan X telah memberikan SOP yang harus dipatuhi oleh setiap departemen. Namun jika dilihat dari fenomena tersebut, penjaga yang paling dekat atau yang memantau langsung kinerja para *sales* justru lemah. Tidak semua *area supervisor* lemah dalam perlindungan data pribadi konsumen, memang faktanya permasalahan utama terletak pada *sales* itu sendiri karena target penjualan dan tekanan yang didapat *sales*.

Rekomendasi Mekanisme Penjualan yang Efektif

Manajemen penjualan berperan penting dalam mencapai target angka penjualan serta pertumbuhan bisnis dan hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan. Manajemen penjualan yang efektif akan membawa hasil positif dalam dunia bisnis. Hati-hati, analisa pasar sangat penting bagi sebuah perusahaan, untuk mengetahui apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Perusahaan X berada dalam

bidang telekomunikasi, artinya perusahaan X harus mampu bersaing dengan pesaing lainnya bukan dari segi harga melainkan dari kualitas pelayanan kepada para pelanggan. Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah kualitas jaringan internet yang tidak terus menerus bermasalah, saat hujan lebat pun masih bisa dipakai tanpa eror, dan lain sebagainya.

“Kualitas layanan harus diperbaiki, karena sering banget konsumen komplain tentang jaringan layanan yang kita berikan. Bahkan sering banget jaringan eror dan juga konsumen paling sering komplain terkait harga yang naik tanpa pemberitahuan. Miisal, dia berlangganan paket A gitu nah S&K nya itu harga promo berlaku 6 bulan tapi gak sampai 6 bulan harga sudah naik dengan alasan kalau sudah tidak promo.” Hasil wawancara dengan dua (2) narasumber sales.

Dari pernyataan narasumber diatas, maka perusahaan X perlu meningkatkan kualitas jaringan produknya agar sales tidak terlalu kesulitan mencari pelanggan dan bisa mencapai target penjualan. Selain itu juga, perusahaan X seringkali menaikkan harga dengan cara sepihak saja yang dimana ini juga termasuk salah satu buruknya kualitas pelayanan perusahaan. Perusahaan harus bisa membangun hubungan yang baik kepada para pelanggannya. Selain menjalin hubungan baik dengan pelanggan, perusahaan juga harus menjaga hubungan baik dengan karyawan. Perusahaan X dalam hal pemberian upah atau gaji dan bonus insentif sangatlah baik menurut para narasumber ketika wawancara berlangsung.

“Untuk masalah gaji, perusahaan sudah cukup bahkan lebih dari cukup daripada gaji sebagai sales di perusahaan lain. Disini kami mendapat gaji pokok sesuai dengan UMR dan juga ada bonus jika target bulanan terpenuhi.” Hasil wawancara dengan dua (2) sales dan satu (1) area supervisor.

Selain menuntut kewajiban kepada karyawan, perusahaan juga harus memiliki strategi agar suatu divisi dapat beroperasi secara efektif. Adapun cara untuk mengevaluasi keefektifan dalam struktur organisasi sales dan marketing, dikutip dari beberapa referensi jurnal berikut metode untuk mengevaluasi:

1. Melakukan analisis SWOT, merupakan suatu metode yang memuat perencanaan strategis dengan tujuan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat digunakan dalam suatu proyek atau bisnis (Maulidasari & dkk, 2024).
2. Melakukan evaluasi kinerja tim, untuk menghindari tim yang tidak efektif dibutuhkan peran aktif dari para karyawan dalam membentuk tim yang produktif sehingga tujuan tim dapat tercapai. Selain dari peran aktif tim, peran dari atasan dalam mengelola anggota tim juga sangat diperlukan, baik dari segi mengarahkan tugas, komunikasi dengan anggota tim dan mengembangkan sumber daya anggota tim secara profesional dalam hal ini mengetahui dengan jelas kinerja dari masing – masing anggota timnya (Oktari, 2024).
3. Evaluasi strategi promosi dan penjualan, strategi promosi akan bisa berjalan dengan optimal apabila di susun dengan perencanaan yang terstruktur dan di evaluasi pada setiap tahunnya. Evaluasi dilakukan agar perusahaan dapat menilai sejauh mana strategi promosi yang di rencanakan berjalan dengan baik dan

perusahaan tetap dapat menguasai pangsa pasar perusahaan (Pondaag & Soegoto, 2016).

Secara keseluruhan, perusahaan X perlu fokus pada peningkatan kualitas layanan, manajemen karyawan yang efektif, serta pengawasan ketat terhadap perlindungan data pribadi pelanggan untuk mencapai keberhasilan dalam industri telekomunikasi yang kompetitif. Mengatasi penanganan data pelanggan pada sebuah perusahaan telekomunikasi merupakan tugas yang penting dan memerlukan pendekatan komprehensif. Berikut beberapa saran yang dapat diterapkan:

1. Kebijakan perlindungan data yang kuat dan prosedur penghapusan data yang ketat;
2. Pelatihan dan kesadaran karyawan dengan evaluasi kinerja;
3. Pengawasan dan penegakan hukum yang ketat;
4. Kerjasama dengan audit keamanan oleh pihak ketiga;
5. Peningkatan kepercayaan pelanggan dengan transparansi dan layanan respon cepat;
6. Peningkatan proses rekrutmen dan pengawasan karyawan.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut, perusahaan telekomunikasi dapat memperkuat perlindungan data pribadi pelanggan dan meminimalkan risiko perlindungan data yang dapat merugikan perusahaan serta pelanggannya. Adapun saran untuk mengatasi masalah target penjualan yang dapat menyebabkan tekanan berlebihan pada karyawan dan potensi tindakan kriminal, perusahaan telekomunikasi dapat mengambil langkah – langkah berikut:

1. Evaluasi target secara berkala dan memberikan target penjualan yang adil dan realistis;
2. Pelatihan keterampilan penjualan dan pengembangan karir karyawan;
3. Insentif yang sepadan berdasarkan kinerja dan apresiasi karyawan;
4. Pengawasan dan kontrol internal yang ketat dengan sistem pemantauan dan pelaporan;
5. Evaluasi dan masukkan pendapat dari karyawan juga harus didengarkan dan pertimbangkan;
6. Penggunaan teknologi dan analisis data penjualan.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, perusahaan telekomunikasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan etis, serta mengurangi tekanan pada tim penjualan dan pemasaran, sehingga mereka dapat mencapai target tanpa merasa perlu melakukan tindakan yang melanggar hukum dan merugikan perusahaan. Selain itu juga, data pribadi seperti KTP, Kartu Keluarga, nomor telepon, dan lain – lain yang berkaitan dengan identitas diri sangatlah penting untuk dijaga. Jika sampai orang lain mengetahui segala hal terkait data pribadi kita, pasti akan disalahgunakan. Data pribadi merupakan hak privasi seseorang yang harus dilindungi dari kejahatan siber dan perusakan reputasi seseorang. Melindungi data pribadi bukan hanya tentang mencegah kerugian finansial atau hukum, tetapi juga tentang menghormati dan melindungi hak – hak individu, menjaga keamanan dan kesejahteraan sosial, serta membangun kepercayaan dalam interaksi bisnis dan sosial. Perlindungan yang efektif

terhadap data pribadi membantu menciptakan lingkungan yang aman dan terpercaya bagi semua pihak yang terlibat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan teknologi dan informasi yang pesat telah mengubah kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi. Hal ini terlihat pada masa pandemi *Covid-19*, di mana manfaat teknologi terasa di berbagai bidang seperti pendidikan, ekonomi, dan industri. Dalam bidang pendidikan, teknologi memungkinkan pengelolaan data dalam jumlah besar secara efisien, cepat, dan efektif. Di sektor ekonomi, teknologi memungkinkan periklanan dan promosi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa batasan lokasi. Namun, di balik kemajuan teknologi tersebut, muncul tantangan terkait konektivitas data pribadi. Kasus yang mencakup data pribadi yang sering terjadi di perusahaan ISP, seperti pemalsuan tandatangan dan penjualan KTP, menunjukkan bahwa data pribadi sering kali disalahgunakan untuk mencapai target penjualan. Hal ini merupakan pelanggaran terhadap hak privasi dan pelanggaran undang – undang perlindungan data pribadi di Indonesia.

UU Perlindungan Data Pribadi, yang disahkan pada tahun 2022, mengatur perlindungan data pribadi yang merupakan aset penting di era big data dan ekonomi digital. UU ini mengklasifikasikan data pribadi menjadi dua jenis: data pribadi khusus (seperti data kesehatan dan data keuangan) dan data pribadi umum (seperti nama dan jenis kelamin). Undang – undang ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada pengguna data pribadi dan pengelola data atas potensi pelanggaran. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa data pribadi merupakan masalah yang serius dan memerlukan perlindungan hukum yang kuat. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis peraturan perlindungan data pribadi sebagai bentuk hak perlindungan privasi di Indonesia, khususnya pada perusahaan yang menggunakan data pribadi untuk keperluan administratif. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan informasi kepada pembaca agar mengantisipasi penyebarluasan informasi data pribadi dan mengingatkan pentingnya menjaga data pribadi.

Bisnis *Internet Service Provider* (ISP) sangat dibutuhkan di era digital saat ini. ISP adalah perusahaan yang menyediakan layanan internet kepada pelanggan dengan berbagai jenis layanan, seperti *mobile broadband*, *wireless radio link*, *fiber optic*, dan VSAT/satelit. Jumlah perusahaan ISP di Indonesia terus meningkat setiap tahun, menciptakan persaingan pasar yang semakin ketat. Pada tahun 2022, terdapat 828 perusahaan ISP di Indonesia, meningkat 35,52% dibanding tahun sebelumnya. Survei APJII menunjukkan peningkatan keunggulan industri ISP di Indonesia, dengan pertumbuhan penjualan ISP mencapai 0-50% pada tahun 2023. Jumlah pelanggan internet *fixed broadband* pada tahun 2023 mencapai 14,91 juta dan diharapkan meningkat menjadi 18,30 juta pelanggan pada tahun 2024. IndiHome mendominasi pasar layanan *fixed broadband* di Indonesia dengan pangsa pasar sebesar 54,21%, diikuti oleh Firstmedia dan MyRepublic.

Persaingan yang ketat dalam industri ini memaksa perusahaan ISP untuk fokus pada peningkatan kualitas layanan yang inovatif guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Tantangan utama yang dihadapi perusahaan ISP adalah persaingan harga, kebutuhan untuk meningkatkan infrastruktur, dan kualitas layanan jaringan. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan ISP perlu mengenali dan mengelola pelanggan bernilai tinggi dengan menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan pelanggan biasa. Pelanggan tipe ini adalah yang paling menguntungkan bagi perusahaan dan cenderung setia meski sering mengeluh.

Manajemen penjualan sangat penting untuk mencapai target penjualan dan perkembangan bisnis serta menjalin hubungan baik jangka panjang dengan pelanggan. Dalam telekomunikasi bisnis, seperti yang dihadapi oleh perusahaan X, persaingan tidak hanya pada harga, tetapi juga pada kualitas layanan. Kualitas jaringan yang baik dan stabil sangat penting untuk kepuasan pelanggan. Berdasarkan wawancara dengan beberapa narasumber, perusahaan X perlu meningkatkan kualitas jaringannya karena banyak keluhan dari pelanggan tentang seringnya masalah jaringan dan kenaikan harga secara sepihak. Meningkatkan kualitas layanan ini akan membantu penjualan dalam mencapai target penjual.

Selain itu, meskipun perusahaan X memberikan gaji dan bonus yang cukup baik kepada karyawan, perusahaan harus memiliki strategi yang efektif untuk mengelola tim penjualan dan pemasaran. Metode evaluasi kinerja, alur komunikasi, dan mendengarkan masukan tim sangat penting untuk memastikan efektivitas penjualan yang dilakukan tim penjualan dan pemasaran.

Perlindungan data pribadi pelanggan juga menjadi isu penting bagi perusahaan X. Meskipun perusahaan memiliki peraturan perlindungan data, ada kasus di mana data fisik yang seharusnya dihapus oleh *sales* namun masih disimpan dan disalahgunakan. Hal ini menimbulkan risiko penyalahgunaan data pribadi, seperti perubahan NIK, penjualan KTP, dan pemalsuan tandatangan. Fenomena penyalahgunaan data pribadi ini dapat dianalisis menggunakan teori aktivitas rutin yang dikemukakan oleh Cohen dan Felson. Motivasi pelaku adalah mencari keuntungan pribadi, target yang tepat adalah pelanggan lama, dan kurangnya pengawasan yang efektif menjadi faktor penting dalam terjadinya penyalahgunaan data. *Area supervisor* sebagai penjaga yang paling dekat harus memperketat pengawasan dan memastikan SOP dipatuhi untuk mencegah penyalahgunaan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Pratiwi. (2019). Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP). Diakses dari portal <https://aptika.kominfo.go.id/2019/09/rancangan-undang-undang-perlindungan-data-pribadi/> pada 26 Mei 2024 pukul 21.00.
- Amalia, Selviana Nur. (2016). *Analisis Perlindungan Data Pribadi Nasabah pada Bank Syariah Mandiri terhadap Regulasi*. [Skripsi. Universitas Islam Negeri Starif Hidayatullah Jakarta]. SELVINA NUR AMALIA-FSH.pdf (uinjkt.ac.id)
- Annur, Cindy Mutia. (2023). Jumlah Perusahaan Internet *Service Provider*. Diakses dari portal <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/08/jumlah-perusahaan-penyedia-internet-di-indonesia-terus-bertambah-sampai-2022/> pada 05 Juni 2024 pukul 22.45.
- Anwar, Ilham C. (2021). Pengertian dan Sejarah Internet serta Bedanya dengan Intranet. Diakses dari portal <https://tirto.id/pengertian-dan-sejarah-internet-serta-bedanya-dengan-intranet-geQT/> pada 03 Juni 2024 pukul 20.00.
- Bestari, Novina P. (2022). Heboh Jual Foto KTP jadi NFT, Ini Bahaya Besar yang Mengancam. Diakses dari portal <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220117122945-37-307919/heboh-jual-foto-ktp-jadi-nft-ini-bahaya-besar-yang-mengancam/> pada 06 Juni 2024 pukul 13.00.
- Bizhare. (2023). Manajemen Penjualan: Pengertian, Tujuan, & Tahapannya. Diakses dari portal <https://www.bizhare.id/media/bisnis/manajemen-penjualan/> pada 06 Juni 2024 pukul 16.10.
- Fauzan, Rahmad. (2023). Jumlah ISP Melesat pada 2022, Terbanyak dalam 6 Tahun Terakhir. Diakses dari portal <https://teknologi.bisnis.com/read/20230920/101/1696996/jumlah-isp-melesat-pada-2022-terbanyak-dalam-6-tahun-terakhir/> pada 04 Juni 2024 pukul 22.34.
- Finaka, Andrian W. (2023). Ragam Ancaman Pidana Perlindungan Data Pribadi. Diakses dari portal <https://indonesiabaik.id/infografis/ragam-ancaman-pidana-perlindungan-data-pribadi/> pada 26 Mei 2024 pukul 22.40.
- Hermawan, Rhondy. (2019). Routine Activity Theory untuk Menganalisa Kejahatan. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/routine-activity-theory-untuk-menganalisa-kejahatan/> pada 07 Juni 2024 pukul 21.00.
- Hernandez, Arelys M., & Bonnie S. Fisher. (2012). *The Oxford Handbook of Criminological Theory Chapter 27*. Oxford University Press.
- Maulidasari, Diyan., dkk. (2024). Analisis SWOT Dalam Strategi Sales Call Pada Sales Dan Marketing Department Di Hotel All Seasons Jakarta Thamrin. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*, 9(1), 51-62. DOI: <https://doi.org/10.56743/jstp.v9i1.356>

- Mirna, Mirnayanti. (2023). Analisis Pengaturan Keamanan Data Pribadi di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Living Law*, 15(1), 16-30. DOI: <https://doi.org/10.30997/jill.v15i1.4726>
- Mustajab, Ridhwan. (2023). Perusahaan Penyedia Internet di Indonesia Meningkatkan pada 2022. *Data Indonesia*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/perusahaan-penyedia-internet-di-indonesia-meningkat-pada-2022/> pada 05 Juni 2024 pukul 20.48.
- Nanda, Salsabila. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Pengertian, Jenis, & Contoh. *Brain Academy*. <https://www.brainacademy.id/blog/metode-penelitian-kualitatif/> pada 06 Juni 2023 pukul 15.25.
- No Name. (2015). Apa Itu Sales? Berikut Pengertian, Istilah, Jenis, Skill, dan Gajinya. Diakses dari portal <https://cdcbpsdmi.kemenperin.go.id/article/detail/apa-itu-sales-berikut-pengertian-istilah-jenis-skill-dan-gajinya/> pada 26 Mei 2024 pukul 22.59.
- No Name. (2021). Apa Itu Internet *Service Provider* (ISP) dan Penjelasan Lengkap. Diakses dari portal https://www.techsains.com/internet-service-provider-isp-dan-penjelasan-lengkap/2021%2007%2012147#google_vnette pada 04 Juni 2024 pukul 21.45.
- No Name. (2024). Routine Activities Theory: Definition of The Routine Activity Approach to Crime. *Criminologyweb*. Diakses dari portal <https://criminologyweb.com/routine-activities-theory-definition-of-the-routine-activity-approach-to-crime/> pada 07 Juni 2024 pukul 22.35.
- Oktari, Mayana Dinta. (2024). Efektivitas Tim Pada Divisi Pemasaran Melalui Intervensi Training Komunikasi Dan Personal Selling. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 4(1), 18-26. DOI: <https://doi.org/10.55182/jtp.v4i1.365>
- Pertiwi, Endah., dkk. (2021). Analisis Yuridis Terhadap Penyalahgunaan Data Pribadi Pengguna Media Sosial. *Jurnal Rechten: Riset Hukum Dan Hak Asasi Manusia*, 3 (3), 10 - 15. DOI: <https://doi.org/10.52005/rechten.v3i3.65>
- Pondaag, Trivena Octaviana. (2016). Evaluasi Strategi Promosi Dan Penjualan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada PT. Astragraphia, Tbk Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2), 121-265. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.4.2.2016.12542>
- Putra, Dwi Aditya. (2024). Peta Persaingan Industri Telekomunikasi bila Starlink Beroperasi. *Tirto.id*. <https://tirto.id/peta-persaingan-industri-telekomunikasi-bila-starlink-beroperasi-gYfm/> pada 01 Juni 2024 pukul 17.00.
- Puwa, Suryani I Pratiwi., dkk. (2023). Gagasan Ideal Pengaturan Perlindungan Data Pribadi Sebagai Bentuk Hak Privasi di Indonesia. *Jurnal UNPAK: Pakuan Law Review (PALAR)*, 9(2), 25-37. DOI: <https://doi.org/10.33751/palar.v9i2>
- Riyanto, Galuh Putra., dan Reza Wahyudi. (2023). APJII Ungkap Kondisi Industri dan Tantangan Penyedia Layanan Internet di Indonesia. *Tekno.kompas.com*. https://tekno.kompas.com/read/2023/03/31/14310027/apjii-ungkap-kondisi-industri-dan-tantangan-penyedia-layanan-internet-di-google_vignette/ pada 05 Juni 2024 pukul 23.50.

- Situmeang, Sahat Maruli Tua. (2021). Penyalahgunaan Data Pribadi Sebagai Bentuk Kejahatan Sempurna Dalam Perspektif Hukum Siber. *SASI*, Vol. 27, No. 1. DOI: <https://doi.org/10.47268/sasi.v27i1.394>
- Suari, Kadek R Anggen., dan I Made Sarjana. (2023). Menjaga Privasi di Era Digital: Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. *Jurnal Analisis Hukum (JAH)*, 6(1), 132-142. DOI:10.38043/jah.v6i1.448 4
- Tim Hukumonline. (2022). Sanksi Pemalsuan Tanda Tangan dan Cara Melaporkannya. *Hukumonline*. <https://www.hukumonline.com/berita/a/pemalsuan-tanda-tangan-lt61ea6c95dc965/> pada 26 Mei 2024 pukul 20.00.
- Twin, Alexandra. (2024). *Internet Service Provider (ISP): What They Do and Examples*. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/i/isp.asp#/> pada 05 Juni 2024 pukul 17.45.
- Usman, Rashif., dan Khomarul Hiadayat. (2021). Persaingan Bisnis Layanan Internet Makin Ketat di Indonesia. *Industri.kontan.co.id*. <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-bisnis-layanan-internet-makin-ketat-di-indonesia> pada 01 Juni 2024 pukul 20.00.
- Yati, Rahmi. (2022). Langgan Layanan Internet dan Dijual Kembali, Bagaimana Hukumnya? Diakses dari portal <https://teknologi.bisnis.com/read/20220412/101/1521844/langganan-layanan-internet-dan-dijual-kembali-bagaimana-hukumnya/> pada 05 Juni 2024 pukul 18.20.