

Penerapan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi Nomor 27 Tahun 2022: Studi Kasus Pada Industri FMCG

Gilis Fadhil Hisyam¹, Muhammad Afdan Rojabi²

¹ Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana, Jakarta, Indonesia

² Universitas Sains Indonesia, Bekasi, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Februari 11, 2025

Revised Februari 11, 2025

Accepted Februari 15, 2025

Kata Kunci:

Perlindungan Data Pribadi,
UU PDP Nomor 27 Tahun
2022,

Keamanan Data,

FCMG,

Kepatuhan Regulasi,

IT Governance

Keywords:

Personal Data Protection,

Law PDP Number 27 of 2022,

Data Security,

FCMG,

Regulatory Compliance,

IT Governance

ABSTRAK

Digitalisasi di industri Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) meningkatkan penggunaan data pribadi pelanggan, menuntut kepatuhan terhadap Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Penelitian ini menganalisis implementasi UU PDP di sektor FMCG, tantangan yang dihadapi, dan strategi perusahaan dalam menjaga keamanan data. Menggunakan metode kualitatif dengan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara, analisis kebijakan, dan observasi sistem keamanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap Undang-Undang PDP bervariasi; beberapa anak perusahaan PT. XYZ telah menerapkan standar tinggi, sementara lainnya menghadapi kendala pada infrastruktur IT, kepatuhan mitra bisnis, dan kesadaran internal. Strategi peningkatan kepatuhan mencakup pelatihan, enkripsi data, kebijakan privasi transparan, dan audit berkala. Meskipun menantang, UU PDP meningkatkan kepercayaan pelanggan dan daya saing. Penelitian merekomendasikan penguatan kebijakan, edukasi internal, adopsi teknologi keamanan, dan kepatuhan di seluruh rantai pasok untuk memastikan keseimbangan antara regulasi dan efisiensi bisnis.

ABSTRACT

The digitalization of the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry has increased the use of customer personal data, requiring compliance with Law No. 27 of 2022 on Personal Data Protection (PDP Law). This study analyzes the implementation of the PDP Law in the FMCG sector, the challenges faced, and corporate strategies for ensuring data security. Using a qualitative case study approach, data were collected through interviews, policy analysis, and security system observations. The findings indicate that compliance with the PDP Law varies; some companies have adopted high standards, while others face challenges related to IT infrastructure, business partner compliance, and internal awareness. Strategies to enhance compliance include employee training, data encryption, transparent privacy policies, and regular audits. Despite its challenges, the PDP Law enhances customer trust and competitiveness. This study recommends strengthening policies, internal education, adopting advanced security technologies, and ensuring compliance across the supply chain to balance regulatory adherence with business efficiency.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author:

Gilis Fadhil Hisyam
Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana
Jakarta, Indonesia
Email: gilissaliti@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan. Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mendorong transformasi dalam berbagai sektor industri, termasuk *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG). Industri FMCG, yang bergerak di bidang produksi dan distribusi barang konsumsi sehari-hari seperti makanan, minuman, serta produk perawatan rumah tangga dan pribadi, kini semakin bergantung pada teknologi dalam berbagai aspek operasionalnya [1]. Digitalisasi di sektor ini memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan rantai pasokan, mengelola transaksi digital, serta menerapkan strategi pemasaran berbasis data guna meningkatkan pengalaman pelanggan dan efisiensi bisnis [2]. Namun, seiring dengan pemanfaatan teknologi, muncul tantangan baru terkait pengelolaan data pribadi. Perusahaan FMCG mengumpulkan data pelanggan melalui berbagai kanal, seperti aplikasi loyalitas, transaksi e-commerce, survei kepuasan pelanggan, serta interaksi di media sosial [3]. Volume data yang besar ini memerlukan sistem pengelolaan yang aman dan sesuai dengan regulasi guna mencegah penyalahgunaan data, pelanggaran privasi, serta risiko kebocoran informasi [4]. Tanpa adanya regulasi yang jelas dan mekanisme perlindungan yang kuat, pemrosesan data dalam industri ini berpotensi menimbulkan masalah hukum dan reputasi bagi perusahaan yang gagal memenuhi standar perlindungan data [5].

Untuk menjawab tantangan ini, pemerintah Indonesia telah mengesahkan Undang-Undang No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Regulasi ini bertujuan untuk memberikan perlindungan hukum bagi individu atas pemrosesan data pribadinya dan mengatur aspek-aspek penting, termasuk pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penggunaan, hingga penghapusan data pribadi [6]. Dalam konteks industri FMCG, penerapan UU PDP memiliki implikasi yang luas, mengingat sektor ini melibatkan banyak pihak, seperti konsumen, distributor, penyedia layanan digital, serta mitra bisnis yang mengelola data pelanggan [7]. Meskipun regulasi ini telah diberlakukan, implementasi UU PDP di sektor FMCG masih menghadapi berbagai hambatan dan tantangan. Beberapa perusahaan multinasional yang telah menerapkan standar perlindungan data global, seperti *General Data Protection Regulation* (GDPR) di Eropa, memiliki tingkat kepatuhan yang lebih tinggi [8]. Namun, sebagian besar perusahaan lokal masih dalam tahap penyesuaian kebijakan dan infrastruktur IT untuk memenuhi standar keamanan yang diwajibkan dalam UU PDP [9]. Kurangnya pemahaman mendalam mengenai ketentuan hukum di kalangan pelaku industri menjadi salah satu faktor yang menghambat penerapan regulasi ini, terutama bagi perusahaan yang belum memiliki tim khusus yang menangani kepatuhan data [10]. Selain itu, tingginya biaya implementasi sistem keamanan data, yang mencakup enkripsi informasi, pembaruan infrastruktur IT, serta penerapan *Data Protection Officer* (DPO), menjadi tantangan tersendiri bagi banyak perusahaan, terutama bagi pelaku usaha menengah dan kecil yang memiliki keterbatasan sumber daya [11].

Kompleksitas dalam mengelola kepatuhan vendor dan mitra bisnis juga menjadi tantangan signifikan, terutama dalam memastikan bahwa seluruh pihak yang memiliki akses terhadap data pelanggan mematuhi regulasi yang sama [12]. Selain itu, kesadaran konsumen mengenai hak-hak mereka atas data pribadi masih relatif rendah, sehingga mekanisme pengaduan dan transparansi penggunaan data sering kali belum berjalan secara optimal [13]. Di tengah berbagai tantangan tersebut, perusahaan FMCG seperti PT. XYZ perlu menyusun strategi yang tepat guna meningkatkan kepatuhan terhadap UU PDP. Upaya ini dapat dilakukan melalui peningkatan kesadaran dan pelatihan internal bagi karyawan mengenai regulasi perlindungan data pribadi [14], implementasi teknologi keamanan data seperti *multi-factor authentication* (MFA), enkripsi data, serta sistem deteksi kebocoran data (*Data Loss*

Prevention/DLP) [15], serta penyusunan kebijakan privasi yang lebih transparan, termasuk pemberian opsi opt-in dan opt-out bagi pelanggan dalam penggunaan data pribadi mereka. Selain itu, audit dan evaluasi kepatuhan secara berkala perlu dilakukan guna mengidentifikasi potensi risiko serta meningkatkan ketahanan sistem terhadap ancaman keamanan siber. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan UU Perlindungan Data Pribadi No. 27 Tahun 2022 di industri FMCG, dengan fokus pada tingkat kepatuhan perusahaan terhadap regulasi, tantangan yang dihadapi dalam implementasi, serta strategi yang diterapkan oleh PT. XYZ dalam menjaga keamanan data pribadi konsumen. Studi kasus ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai efektivitas penerapan UU PDP dalam industri FMCG serta memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kepatuhan terhadap regulasi perlindungan data pribadi.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis penerapan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi No. 27 Tahun 2022 di industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG). Studi ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai tingkat kepatuhan, tantangan implementasi, serta strategi yang diterapkan oleh Perusahaan PT. XYZ dalam menjaga keamanan data pribadi konsumen. Penelitian ini dilakukan pada anak perusahaan dan perusahaan induk PT. XYZ yang telah menerapkan atau sedang dalam proses menyesuaikan kebijakan perlindungan data pribadinya dengan UU PDP. Subjek penelitian mencakup manajer IT dan keamanan informasi yang bertanggung jawab terhadap kebijakan serta sistem perlindungan data, departemen hukum atau *compliance* yang mengelola aspek hukum dan kepatuhan regulasi, serta tim marketing dan *customer service* yang berperan dalam pengelolaan data pelanggan.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan di perusahaan PT. XYZ yang terkait dengan perlindungan data pribadi, analisis dokumen terhadap kebijakan privasi, prosedur keamanan data, serta laporan kepatuhan perusahaan, serta observasi terhadap implementasi teknologi dan sistem keamanan yang digunakan dalam pengelolaan data pelanggan. Selanjutnya, data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik yang terdiri dari beberapa tahapan, yaitu koding data untuk mengidentifikasi pola dan kategori utama dalam penerapan UU PDP, analisis kategori guna memahami tantangan serta strategi yang diterapkan oleh Perusahaan PT. XYZ, serta interpretasi hasil untuk menarik kesimpulan mengenai efektivitas implementasi UU PDP dalam industri FMCG. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menerapkan strategi triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, dokumen kebijakan, dan observasi langsung. Selain itu, dilakukan validasi hasil penelitian melalui konfirmasi kepada responden terkait temuan yang diperoleh guna meningkatkan reliabilitas serta memastikan bahwa hasil yang didapatkan mencerminkan kondisi sebenarnya di lapangan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Tingkat Kepatuhan Perusahaan PT. XYZ Terhadap UU PDP

Berdasarkan hasil wawancara dan analisis dokumen, ditemukan bahwa tingkat kepatuhan perusahaan *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) terhadap UU Perlindungan Data Pribadi No. 27 Tahun 2022 masih bervariasi. Beberapa anak perusahaan dengan regulasi ketat telah menerapkan standar perlindungan data yang selaras dengan UU PDP, seperti penggunaan *Data Protection Officer* (DPO), enkripsi data, serta kebijakan transparansi dalam pengelolaan data pelanggan. Namun, Sebagian anak perusahaan masih berada dalam tahap penyesuaian. Beberapa tantangan utama yang dihadapi dalam mencapai kepatuhan penuh meliputi kurangnya pemahaman mendalam mengenai ketentuan UU PDP di kalangan pelaku industri, keterbatasan anggaran untuk menerapkan sistem keamanan data yang

memadai, serta rendahnya kesadaran konsumen terhadap hak-hak mereka terkait data pribadi, sehingga mekanisme pengaduan masih belum optimal.

3.2. Tantangan Dalam Implementasi UU PDP di Industri FMCG

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) menghadapi sejumlah tantangan dalam menerapkan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Salah satu tantangan utama adalah pengelolaan data pelanggan dalam skala besar. Industri FMCG sering kali mengumpulkan data pelanggan melalui berbagai kanal, seperti aplikasi loyalitas, transaksi daring, dan survei pasar. Volume data yang besar ini menimbulkan kesulitan dalam pengelolaannya, terutama dalam aspek keamanan dan aksesibilitas. Selain itu, integrasi sistem keamanan data juga menjadi hambatan. Banyak anak perusahaan dari PT. XYZ masih menggunakan *legacy system* yang tidak sepenuhnya mendukung prinsip keamanan data sesuai UU PDP. Diperlukan investasi tambahan untuk memperbarui infrastruktur IT agar lebih aman dan sesuai regulasi. Tantangan lainnya adalah kepatuhan vendor dan mitra bisnis. Sebagian besar perusahaan FMCG bekerja sama dengan pihak ketiga, seperti distributor dan platform e-commerce. Namun, belum semua mitra bisnis memiliki standar keamanan data yang sejalan dengan UU PDP, sehingga meningkatkan risiko kebocoran data.

3.3. Strategi yang Diterapkan oleh Perusahaan PT. XYZ

Beberapa anak perusahaan telah menerapkan strategi tertentu untuk meningkatkan kepatuhan terhadap Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Salah satu langkah yang dilakukan adalah peningkatan kesadaran dan pelatihan internal, di mana perusahaan mulai memberikan edukasi kepada karyawan mengenai pentingnya perlindungan data pribadi serta cara mematuhi regulasi yang berlaku. Selain itu, perusahaan juga mulai mengimplementasikan teknologi keamanan data, seperti enkripsi data, *multi-factor authentication* (MFA), dan sistem deteksi kebocoran data (DLP - *Data Loss Prevention*) untuk melindungi informasi pelanggan dari ancaman kebocoran atau penyalahgunaan. Di sisi kebijakan, perusahaan telah memperbarui kebijakan privasi pelanggan agar lebih transparan, termasuk menyediakan mekanisme opt-in dan opt-out dalam proses pengumpulan serta penggunaan data pribadi. Selain itu, untuk memastikan kepatuhan secara berkelanjutan, beberapa anak perusahaan juga mulai melakukan audit internal secara berkala guna menilai tingkat kepatuhan terhadap UU PDP serta mengidentifikasi potensi risiko yang perlu diperbaiki.

3.4. Dampak Implementasi UU PDP Terhadap Industri FMCG

Beberapa anak perusahaan telah menerapkan strategi tertentu untuk meningkatkan kepatuhan terhadap Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP). Salah satu langkah yang dilakukan adalah peningkatan kesadaran dan pelatihan internal, di mana perusahaan mulai memberikan edukasi kepada karyawan mengenai pentingnya perlindungan data pribadi serta cara mematuhi regulasi yang berlaku. Selain itu, perusahaan juga mulai mengimplementasikan teknologi keamanan data, seperti enkripsi data, *multi-factor authentication* (MFA), dan sistem deteksi kebocoran data (DLP - *Data Loss Prevention*) untuk melindungi informasi pelanggan dari ancaman kebocoran atau penyalahgunaan. Di sisi kebijakan, perusahaan telah memperbarui kebijakan privasi pelanggan agar lebih transparan, termasuk menyediakan mekanisme *opt-in* dan *opt-out* dalam proses pengumpulan serta penggunaan data pribadi. Selain itu, untuk memastikan kepatuhan secara berkelanjutan, beberapa anak perusahaan juga mulai melakukan audit internal secara berkala guna menilai tingkat kepatuhan terhadap UU PDP serta mengidentifikasi potensi risiko yang perlu diperbaiki.

4. KESIMPULAN

Penerapan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi No. 27 Tahun 2022 dalam industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) merupakan langkah penting dalam memastikan keamanan dan

privasi data pelanggan di era digital. Penelitian ini telah mengonfirmasi bahwa implementasi regulasi ini di sektor FMCG masih menghadapi tantangan, sebagaimana diidentifikasi dalam pendahuluan, terutama dalam kesadaran regulasi, kesiapan infrastruktur IT, dan kepatuhan mitra bisnis. Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa beberapa anak perusahaan telah mulai menerapkan standar kepatuhan yang lebih baik melalui pelatihan internal, peningkatan keamanan teknologi, kebijakan privasi yang lebih transparan, dan audit berkala. Namun, kendala utama masih berpusat pada pengelolaan data dalam skala besar, integrasi sistem keamanan, serta kepatuhan vendor dan mitra bisnis.

Dampak implementasi UU PDP terhadap industri FMCG bersifat dua sisi. Di satu sisi, regulasi ini meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat daya saing perusahaan, serta mendorong inovasi dalam keamanan data. Di sisi lain, terdapat tantangan seperti peningkatan biaya infrastruktur IT serta perubahan dalam strategi pemasaran digital. Sebagai langkah ke depan, penelitian ini merekomendasikan penguatan edukasi internal, adopsi teknologi keamanan yang lebih canggih, peningkatan kepatuhan di seluruh rantai pasok, serta pelaksanaan audit berkala untuk mengukur efektivitas kebijakan perlindungan data. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi studi lanjutan mengenai efektivitas UU PDP dalam industri lain atau pengembangan strategi implementasi yang lebih optimal. Dengan strategi yang tepat, industri FMCG dapat mencapai keseimbangan antara kepatuhan regulasi dan efisiensi bisnis, sekaligus memberikan perlindungan yang lebih baik bagi data pelanggan.

REFERENSI

- [1] K. Kuzmina *et al.*, "Future scenarios for fast-moving consumer goods in a circular economy," *Futures*, vol. 107, pp. 74–88, 2019, doi: 10.1016/j.futures.2018.12.001.
- [2] H. Hasanudin, "Analisa Cash Ratio pada Perusahaan Manufaktur Bidang Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2019–2023," *J. Inf. Syst. Appl. Manag. Account. Res.*, vol. 9, no. 1, pp. 1–14, 2025, doi: 10.52362/jisamar.v9i1.1648.
- [3] T. Kurniawan, "Urgensi Pengesahan Rancangan Undang Undang Perlindungan Data Pribadi Dalam Digitalisasi Pelayanan Publik Guna Mewujudkan Smart Government", *IPMHI*, vol. 2, no. 2, pp. 264–281, 2022, doi: 10.15294/ipmhi.v2i2.55032.
- [4] Erna Priliasari, "Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Dalam Transaksi Pinjaman Online", *maj. huk. nas.*, vol. 49, no. 2, pp. 1–27, 2019, doi: 10.33331/mhn.v49i2.44.
- [5] A. Ramadhan and R. Takaya, "Analisis Proses Logistik Pt. Unilever Indonesia, Tbk : Evaluasi Tantangan, Strategi, Dan Teknologi Untuk Meningkatkan Efisiensi Dan Keberlanjutan", *JRPP*, vol. 7, no. 4, pp. 18592–18598, 2024, doi: 10.31004/jrpp.v7i4.40464.
- [6] P. Widyantari and A. Sulistiyono, "Pelaksanaan Harmonisasi Rancangan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (RUU PDP)," *J. Privat Law*, vol. 8, no. 1, pp. 117–123, 2020, doi: 10.20961/privat.v8i1.40384.
- [7] K. I. Sari, M. C. Abigael, and A. K. Putri, "Perlindungan hukum nasabah terhadap bocornya rahasia data M-Banking di era digital," *J. Multidisiplin Ilmu Akademik*, vol. 1, no. 6, pp. 335–347, 2024, doi: 10.61722/jmia.v1i6.3039.
- [8] V. Katiandagho, D. D. Putong, and I. J. Melo, "Undang–Undang Perlindungan Data Pribadi memperkuat Undang–Undang Perbankan dalam menjaga rahasia data nasabah dan untuk melindungi data pribadi masyarakat Indonesia," *J. Hukum To-Ra: Hukum Untuk Mengatur dan Melindungi Masyarakat*, vol. 9, no. 1, pp. 106–114, 2023, doi: 10.55809/tora.v9i1.212.
- [9] F. Febriani and A. D. Manuputty, "Evaluasi tata kelola guna meningkatkan kinerja manajemen teknologi informasi menggunakan framework COBIT 5," *J. Tek. Inform. Sist. Inform.*, vol. 7, no. 1, 2021, doi: 10.28932/jutisi.v7i1.3260.
- [10] N. A. Alfitri, R. Rahmawati, and F. Firmansyah, "Perlindungan terhadap data pribadi di era digital berdasarkan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022," *J. Soc. Soc.*, vol. 4, no. 2, pp. 92–111, 2024, doi: 10.54065/jss.4.2.2024.511.
- [11] S. Yuniarti, "Perlindungan hukum data pribadi di Indonesia," *Bus. Econ. Commun. Soc. Sci. J. (BECOSS)*, vol. 1, no. 1, pp. 147–154, 2019, doi: 10.21512/becossjournal.v1i1.6030.
- [12] H. S. Disemadi, "Urgensi regulasi khusus dan pemanfaatan artificial intelligence dalam

- mewujudkan perlindungan data pribadi di Indonesia," *J. Wawasan Yuridika*, vol. 5, no. 2, pp. 177–199, 2021, doi: 10.25072/jwy.v5i2.460.
- [13] K. Yitawati, Sarjiyati, Y. Purwati, and B. Sukarjono, "Implikasi dan sosialisasi Undang-Undang tentang perlindungan data pribadi dalam menjaga kerahasiaan data pribadi seseorang," *Dymas*, vol. 7, no. 2, pp. 90–95, 2022, doi: 10.33319/dymas.v7i2.92.
- [14] E. M. C. Sinaga and M. C. Putri, "Formulasi legislasi perlindungan data pribadi dalam revolusi industri 4.0," *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, vol. 9, no. 2, p. 237, 2020. doi: 10.33331/rechtsvinding.v9i2.428.
- [15] C. S. A. Teddy Lesmana, E. Elis, and S. Hamimah, "Urgensi Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi dalam menjamin keamanan data pribadi sebagai pemenuhan hak atas privasi masyarakat Indonesia," *Jurnal Rechten: Riset Hukum dan Hak Asasi Manusia*, vol. 3, no. 2, pp. 1–6, 2022, doi: 10.52005/rechten.v3i2.78.