

Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Praktik *Dark Pattern* dalam Transaksi *E-Commerce* di Indonesia

Muh. Rizki¹, Sahril Fadli², Ruli Purwanto³, Harti Winarni⁴, Almi Jera⁵

*Universitas Cokroaminoto Yogyakarta*¹²³⁴

*UIN Sutan Syarif Kasim Riau*⁵

Corresponding Author: muh_rizki@ucy.ac.id

Abstract

The rapid development of electronic commerce (e-commerce) in Indonesia has transformed consumer transaction patterns into a faster, more accessible, and technology-driven ecosystem. However, behind this convenience, there has emerged a manipulative digital interface design practice known as dark patterns, namely design strategies intentionally created to influence consumer decisions through psychological manipulation, obscured information, visual pressure, and consent mechanisms that are not fully understood by users. Such practices have the potential to undermine consumers' autonomy in decision-making and generate economic losses as well as violations of the right to accurate and transparent information. This study aims to analyze the forms of dark pattern practices in e-commerce transactions in Indonesia and examine the effectiveness of legal protection available to consumers within the existing national legal framework. This research employs a normative legal method using statutory, conceptual, and comparative approaches. Data were collected through library research and qualitatively analyzed by examining legal regulations, legal doctrines, and contemporary developments in digital transaction practices. The findings reveal that dark pattern practices are closely associated with violations of the principles of transparency, good faith, consumers' right to information, and the balance of legal relations between business actors and consumers as regulated under Indonesian consumer protection and electronic transaction laws. Although the current legal framework provides a general basis for consumer protection, there are no specific regulations explicitly addressing the classification, indicators, and enforcement mechanisms related to dark pattern practices. Therefore, regulatory reinforcement is necessary through the establishment of consumer-oriented digital design standards, enhancement of platform accountability in e-commerce, and integration of supervisory mechanisms to prevent technology-based manipulative practices.

Keywords: *Consumer Protection; Dark Patterns; E-Commerce*

Abstrak

Perkembangan perdagangan elektronik di Indonesia telah mendorong transformasi pola transaksi konsumen menjadi lebih cepat, mudah, dan berbasis teknologi digital. Namun, di balik kemudahan tersebut muncul praktik manipulatif dalam desain antarmuka digital yang dikenal sebagai dark pattern, yaitu strategi desain yang secara sengaja memengaruhi keputusan konsumen melalui teknik manipulasi psikologis, pengaburan informasi, tekanan visual, maupun persetujuan yang tidak sepenuhnya

disadari oleh pengguna. Praktik ini berpotensi mereduksi kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan serta menimbulkan kerugian ekonomi maupun pelanggaran terhadap hak atas informasi yang benar dan transparan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk-bentuk praktik dark pattern dalam transaksi e-commerce di Indonesia serta mengkaji efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen berdasarkan kerangka hukum nasional. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan komparatif (comparative approach). Data diperoleh melalui studi kepustakaan yang dianalisis secara kualitatif terhadap regulasi, doktrin hukum, dan perkembangan praktik digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik dark pattern memiliki keterkaitan erat dengan pelanggaran terhadap prinsip transparansi, itikad baik, hak atas informasi, dan keseimbangan hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen sebagaimana diatur dalam rezim perlindungan konsumen dan transaksi elektronik di Indonesia. Meskipun ketentuan hukum yang berlaku telah memberikan dasar perlindungan secara umum, belum terdapat pengaturan khusus yang secara eksplisit mengatur klasifikasi, indikator, serta mekanisme penegakan hukum terhadap praktik dark pattern. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi melalui pembentukan standar desain digital yang berorientasi pada perlindungan konsumen, peningkatan tanggung jawab platform e-commerce, serta integrasi pengawasan terhadap praktik manipulatif berbasis teknologi.

Kata kunci: Perlindungan Konsumen, Dark Pattern; E-Commerce

A. Pendahuluan

Transformasi digital dalam sektor perdagangan telah membawa perubahan mendasar terhadap pola hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Perkembangan teknologi informasi dan penetrasi internet yang semakin luas telah mendorong pertumbuhan transaksi perdagangan elektronik (*electronic commerce/e-commerce*) sebagai salah satu instrumen utama dalam aktivitas ekonomi modern. Model transaksi digital menawarkan berbagai kemudahan berupa efisiensi waktu, aksesibilitas yang tinggi, kemudahan perbandingan harga, serta fleksibilitas dalam melakukan pembelian tanpa batas geografis. Namun demikian, di balik berbagai keuntungan tersebut, perkembangan *e-commerce* juga melahirkan bentuk-bentuk risiko baru yang menempatkan konsumen pada posisi yang semakin rentan akibat penggunaan teknologi digital yang tidak selalu berorientasi pada prinsip perlindungan konsumen.¹

Perubahan karakter transaksi dari model konvensional menuju transaksi digital tidak hanya mengubah media transaksi, tetapi juga menggeser pola pengambilan keputusan konsumen. Dalam praktik perdagangan digital, desain antarmuka (*user interface*) dan pengalaman pengguna (*user experience*) menjadi instrumen strategis yang dapat memengaruhi perilaku konsumen secara signifikan. Perusahaan digital tidak lagi sekadar menawarkan produk dan jasa, tetapi juga membentuk preferensi serta keputusan konsumen melalui pendekatan berbasis algoritma dan desain perilaku (*behavioral design*).² Dalam kondisi tertentu, desain tersebut berkembang menjadi

¹ OECD, *Consumers and Digital Transformation: Trends, Opportunities and Challenges* (Paris: OECD Publishing, 2020).hlm. 14–18

² Ryan Calo, "Digital Market Manipulation," *George Washington Law Review* 82 1, no. 4

[Creative Commons Attribution 4.0 International License](#)

Muhammadiyah Law Review Vol. 10 No. 2 (2026) - 353



praktik manipulatif yang dikenal dengan istilah *dark pattern*.

Istilah *dark pattern* pertama kali diperkenalkan oleh Harry Brignull pada tahun 2010 untuk menggambarkan pola desain antarmuka yang secara sengaja dibuat untuk mendorong pengguna mengambil keputusan yang sebenarnya tidak mereka kehendaki.³ Praktik ini dapat berbentuk penyembunyian informasi penting, pemberian pilihan yang menyesatkan, penggunaan tekanan waktu (*false urgency*), pengaturan persetujuan otomatis (*pre-selected consent*), hingga proses pembatalan transaksi yang dibuat lebih sulit dibandingkan proses pembelian (*roach motel*). Dalam konteks *e-commerce*, praktik tersebut berpotensi menurunkan kualitas persetujuan konsumen (*consumer consent*) karena keputusan yang diambil tidak sepenuhnya didasarkan pada informasi yang jelas, benar, dan bebas dari tekanan psikologis.

Fenomena *dark pattern* menjadi isu global dalam rezim perlindungan konsumen karena dinilai menggeser paradigma pelanggaran konsumen dari bentuk konvensional menuju bentuk manipulasi digital yang lebih sulit dideteksi. Berbeda dengan praktik penipuan tradisional yang umumnya dilakukan secara eksplisit, *dark pattern* bekerja melalui rekayasa perilaku yang terselubung dan sering kali tidak disadari oleh pengguna.⁴ Situasi tersebut menyebabkan konsumen tetap memberikan persetujuan secara formal, tetapi secara substantif kehilangan kebebasan dalam menentukan pilihan. Dengan demikian, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen menjadi tidak seimbang.

Dalam konteks Indonesia, perlindungan hukum terhadap konsumen dalam transaksi digital secara umum masih bertumpu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta sejumlah regulasi sektor perdagangan elektronik. Regulasi tersebut pada dasarnya telah mengatur hak konsumen atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur.⁵ Akan tetapi, ketentuan tersebut belum secara eksplisit mengatur bentuk, indikator, maupun mekanisme penegakan hukum terhadap praktik *dark pattern* yang berkembang melalui teknologi digital dan desain antarmuka.

Persoalan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan praktik bisnis digital dengan perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Ketika regulasi masih berfokus pada aspek informasi dan kontrak elektronik secara umum, praktik manipulasi berbasis desain digital justru berkembang melalui mekanisme yang lebih kompleks dan tidak mudah dikualifikasikan sebagai pelanggaran hukum konvensional.⁶ Akibatnya, terdapat ruang abu-abu (*grey area*) dalam penegakan hukum yang berpotensi melemahkan posisi konsumen dan memperluas peluang pelaku usaha melakukan praktik yang tidak sesuai dengan prinsip itikad baik.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik dari berbagai perspektif. Penelitian yang dilakukan oleh

(2014), hlm. 995–1051.

³ Harry Brignull, *Dark Patterns: Inside the Interfaces Designed to Trick You* (London: Dark Patterns Project, 2010).

⁴ Colin M. Gray et Al., “The Dark (Patterns) Side of UX Design,” (2018).,” *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* 1, no. 1 (2018): 1–14.

⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen; Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik

⁶ Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), *Dark Commercial Patterns* (Paris: OECD Publishing, 2022). hlm. 22–30.



Helberger, Sax, dan Reisch menitikberatkan pada relasi antara desain digital dan perilaku konsumen dalam ekonomi digital.⁷ Sementara itu, Mathur dkk. mengidentifikasi klasifikasi *dark pattern* pada berbagai platform digital dan menunjukkan bahwa praktik tersebut menjadi strategi bisnis yang semakin sistematis.⁸ Di Indonesia, kajian yang berkembang masih dominan membahas perlindungan konsumen pada aspek keamanan transaksi elektronik, tanggung jawab pelaku usaha, dan perlindungan data pribadi. Penelitian yang secara khusus menghubungkan praktik *dark pattern* dengan konstruksi hukum perlindungan konsumen Indonesia masih relatif terbatas.

Berangkat dari kondisi tersebut, artikel ini mengambil posisi yang berbeda dari penelitian terdahulu. Apabila penelitian sebelumnya cenderung memandang *dark pattern* sebagai persoalan etika desain digital atau perlindungan data, maka penelitian ini menempatkan *dark pattern* sebagai bentuk pelanggaran terhadap hak-hak konsumen yang memiliki implikasi langsung terhadap keabsahan persetujuan, keseimbangan hubungan hukum, serta tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi *e-commerce*. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan perspektif baru melalui integrasi pendekatan hukum perlindungan konsumen dengan analisis terhadap desain digital sebagai instrumen yang memengaruhi kehendak hukum konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada dua persoalan utama, yaitu: (1) bagaimana bentuk dan karakteristik praktik *dark pattern* dalam transaksi *e-commerce* di Indonesia; dan (2) bagaimana efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen atas praktik tersebut dalam sistem hukum nasional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual bagi pengembangan hukum perlindungan konsumen sekaligus menjadi rekomendasi normatif bagi pembentukan regulasi yang lebih adaptif terhadap dinamika ekonomi digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin berkembangnya praktik manipulasi digital dalam transaksi *e-commerce* yang belum diimbangi dengan konstruksi perlindungan hukum konsumen yang memadai di Indonesia. Perkembangan teknologi perdagangan elektronik telah menghasilkan perubahan pola hubungan antara pelaku usaha dan konsumen yang tidak lagi semata-mata bergantung pada kualitas barang dan jasa, tetapi juga dipengaruhi oleh desain antarmuka digital yang mampu membentuk preferensi serta perilaku konsumen. Dalam konteks tersebut, praktik *dark pattern* muncul sebagai bentuk baru manipulasi yang bekerja melalui rekayasa pilihan (*choice architecture*) sehingga konsumen tetap memberikan persetujuan secara formal namun berpotensi kehilangan kebebasan substantif dalam menentukan keputusan transaksi.⁹ Kondisi ini menjadikan penelitian mengenai *dark pattern* penting dilakukan karena terdapat kebutuhan untuk menguji apakah kerangka hukum perlindungan konsumen di Indonesia telah mampu menjangkau bentuk-bentuk pelanggaran yang berkembang dalam ekonomi digital.

Urgensi penelitian ini juga didasarkan pada adanya kesenjangan antara perkembangan praktik bisnis digital dengan perkembangan regulasi nasional. Meskipun hukum positif Indonesia telah mengatur hak konsumen atas informasi yang

⁷ Lucia Reisch Natali Helberger, Marijn Sax, "Consumer Protection in the Age of the Platform Economy," *Journal of Consumer Policy* 44, no. 2 (2021), hlm. 181–200.

⁸ Arunesh Mathur et Al, "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11,000 Shopping Websites," *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 3 1, no. 1 (2019), hlm. 1–32.

⁹ Harry Brignull, "Deceptive Patterns in Digital Interfaces," *Journal of Digital Ethics* 5, no. 2 (2021), hlm. 33–45



benar, transparansi, dan perlakuan yang adil, pengaturan tersebut masih dirumuskan secara umum dan belum secara eksplisit mengidentifikasi praktik manipulatif berbasis desain digital sebagai objek pengaturan tersendiri.¹⁰ Di sisi lain, berbagai yurisdiksi internasional mulai mengembangkan pendekatan regulasi terhadap *dark pattern* sebagai bagian dari perlindungan konsumen digital dan tata kelola platform elektronik.¹¹ Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk memberikan landasan konseptual dalam membaca ulang hubungan antara desain digital, persetujuan konsumen, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam sistem hukum Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*), pendekatan konseptual (*conceptual approach*), dan pendekatan komparatif (*comparative approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis pengaturan perlindungan konsumen dalam sistem hukum Indonesia, terutama yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, transaksi elektronik, dan tata kelola perdagangan digital. Pendekatan konseptual digunakan untuk membangun kerangka teoritis mengenai *dark pattern* sebagai bentuk manipulasi digital dalam hubungan hukum konsumen. Sementara itu, pendekatan komparatif digunakan untuk melihat perkembangan pengaturan dan praktik perlindungan konsumen digital di beberapa yurisdiksi sebagai bahan refleksi bagi penguatan regulasi nasional.¹² Data penelitian diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, artikel ilmiah, laporan kelembagaan, serta doktrin hukum yang relevan dan dianalisis secara kualitatif melalui metode interpretasi hukum.

Kontribusi penelitian ini terletak pada upaya memperluas perspektif kajian hukum perlindungan konsumen yang selama ini lebih banyak menitikberatkan pada aspek keamanan transaksi, tanggung jawab kontraktual, dan perlindungan data pribadi. Berbeda dengan penelitian terdahulu, artikel ini menempatkan *dark pattern* sebagai persoalan hukum yang berkaitan langsung dengan validitas persetujuan konsumen, keseimbangan posisi para pihak, serta pemenuhan prinsip transparansi dan itikad baik dalam transaksi elektronik.¹³ Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur mengenai *dark pattern* dalam konteks hukum Indonesia, tetapi juga menawarkan dasar argumentatif bagi pembentukan standar perlindungan konsumen yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Penelitian ini diarahkan untuk membuktikan argumentasi bahwa praktik *dark pattern* dalam transaksi *e-commerce* pada hakikatnya merupakan bentuk pelanggaran terhadap hak konsumen yang belum sepenuhnya terakomodasi dalam rezim perlindungan hukum nasional. Berdasarkan asumsi tersebut, penelitian ini berhipotesis bahwa penguatan perlindungan hukum tidak cukup dilakukan melalui perluasan interpretasi norma yang telah ada, tetapi memerlukan pengaturan yang lebih spesifik mengenai standar desain digital, kewajiban transparansi platform, serta mekanisme pengawasan terhadap praktik manipulatif berbasis teknologi.

¹⁰ European Commission, *Behavioural Study on Unfair Commercial Practices in the Digital Environment* (Brussels: European Union Publications, 2022). hlm. 18–31.

¹¹ (OECD), *Dark Commercial Patterns*. hlm. 12–27.

¹² Austin Toombs Colin M. Gray, Yubo Kou, Bryan Battles, Joseph Hoggatt, “The Emerging Landscape of Dark Pattern Research,” *Interactions* 30 1, no. 1 (2023). hlm. 52–57.

¹³ Natali Helberger dan Frederik Zuiderveen Borgesius, “Protecting Consumers in the Age of Digital Choice Architecture,” *Journal of Consumer Policy* 44 1, no. 4 (2021), hlm. 623–647.



C. Konseptualisasi Praktik *Dark Pattern* Dalam Transaksi *E-Commerce* dan Implikasinya Terhadap Hak Konsumen

Perkembangan teknologi digital telah mengubah struktur hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen dari pola transaksi yang sebelumnya berbasis interaksi langsung menjadi hubungan yang dimediasi oleh sistem elektronik dan desain antarmuka digital. Dalam konteks *e-commerce*, keberhasilan transaksi tidak lagi semata ditentukan oleh kualitas produk atau harga, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana informasi, pilihan, dan pengalaman pengguna disusun melalui desain platform digital. Fenomena tersebut melahirkan bentuk baru pengaruh terhadap perilaku konsumen yang dikenal sebagai *choice architecture*, yaitu pengaturan lingkungan pengambilan keputusan yang dapat memengaruhi pilihan individu tanpa menghilangkan kebebasan formal untuk memilih.¹⁴ Dalam praktiknya, pendekatan ini berkembang menjadi instrumen yang tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk mendorong keputusan yang menguntungkan pelaku usaha melalui teknik manipulasi perilaku.

Salah satu bentuk manipulasi tersebut adalah praktik *dark pattern*, yaitu desain antarmuka digital yang secara sengaja dirancang untuk mengarahkan, memengaruhi, atau memaksa pengguna mengambil keputusan tertentu yang kemungkinan besar tidak akan dipilih apabila informasi disampaikan secara transparan dan netral.¹⁵ Konsep ini pertama kali diperkenalkan dalam diskursus desain digital sebagai kritik terhadap penggunaan teknik antarmuka yang mengeksploitasi keterbatasan kognitif pengguna. Berbeda dengan pemasaran konvensional yang masih memberikan ruang pertimbangan rasional kepada konsumen, *dark pattern* bekerja melalui rekayasa perilaku yang memanfaatkan aspek psikologis, keterbatasan perhatian, kebiasaan pengguna, serta kecenderungan manusia mengambil keputusan secara cepat dalam lingkungan digital.¹⁶ Oleh karena itu, praktik ini tidak selalu tampak sebagai bentuk penipuan yang eksplisit, tetapi sering hadir dalam bentuk desain yang secara visual dan fungsional terlihat sah.

Dalam transaksi *e-commerce*, praktik *dark pattern* muncul dalam berbagai bentuk yang semakin kompleks. Literatur mutakhir mengidentifikasi sejumlah pola dominan, antara lain *false urgency*, yaitu penciptaan tekanan waktu palsu agar konsumen segera melakukan pembelian; *confirmshaming*, yaitu penggunaan bahasa yang menimbulkan rasa bersalah ketika konsumen menolak suatu penawaran; *forced continuity*, yaitu perpanjangan layanan otomatis tanpa persetujuan yang jelas; *hidden costs*, yaitu penambahan biaya pada tahap akhir transaksi; serta *obstruction*, yaitu desain yang mempersulit konsumen untuk membatalkan langganan atau menghapus akun.¹⁷ Variasi lain yang juga berkembang adalah penggunaan tombol persetujuan yang lebih dominan secara visual dibandingkan pilihan penolakan (*visual interference*), pemberian persetujuan otomatis (*pre-selected options*), dan penyajian

¹⁴ Richard H. Thaler and Cass R. Sunstein, *Nudge: The Final Edition* (New Haven: Yale University Press, 2021)

¹⁵ Colin M. Gray et al, "The Dark (Patterns) Side of UX Design," in *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2018, hlm. 1–14.

¹⁶ H. Susser, D., Roessler, B., and Nissenbaum, "Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World," *Georgetown Law Technology Review* 4, no. 1 (2019), hlm. 1–45.

¹⁷ AI, "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11,000 Shopping Websites," 2019.



informasi penting secara tersembunyi dalam syarat dan ketentuan yang sulit dipahami pengguna.¹⁸

Keberadaan praktik *dark pattern* menimbulkan persoalan mendasar terhadap konsep persetujuan (*consent*) dalam hukum perlindungan konsumen. Secara teoritis, hubungan hukum dalam transaksi lahir dari adanya kehendak bebas para pihak yang diwujudkan melalui persetujuan yang diberikan secara sadar dan berdasarkan informasi yang cukup. Akan tetapi, dalam praktik *dark pattern*, persetujuan konsumen sering kali hanya terpenuhi secara formal, sementara secara substantif keputusan tersebut terbentuk melalui tekanan psikologis dan pengondisian perilaku digital.¹⁹ Dengan demikian, legitimasi transaksi tidak lagi semata diukur dari keberadaan tindakan klik atau persetujuan elektronik, melainkan juga perlu mempertimbangkan apakah persetujuan tersebut diperoleh melalui mekanisme yang adil, transparan, dan bebas dari manipulasi.

Perspektif hukum perlindungan konsumen memandang bahwa konsumen pada dasarnya merupakan pihak yang secara struktural memiliki posisi lebih lemah dibanding pelaku usaha. Ketimpangan tersebut semakin nyata dalam ekonomi digital karena pelaku usaha memiliki akses yang lebih besar terhadap data, teknologi, algoritma, dan kemampuan memengaruhi perilaku pengguna secara real time.²⁰ Dalam kondisi demikian, praktik *dark pattern* tidak dapat dipandang semata sebagai persoalan etika bisnis atau desain antarmuka, melainkan telah masuk ke wilayah perlindungan hukum karena menyangkut hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, hak untuk menentukan pilihan secara bebas, serta hak untuk diperlakukan secara jujur dan tidak diskriminatif.

Dalam konteks hukum Indonesia, hak-hak tersebut pada prinsipnya telah memperoleh dasar normatif melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menjamin hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Namun, perkembangan praktik *dark pattern* menunjukkan bahwa pelanggaran terhadap hak konsumen tidak lagi selalu dilakukan melalui pemberian informasi palsu secara eksplisit, tetapi juga melalui pengaturan informasi dan desain yang memengaruhi cara konsumen memahami serta menggunakan informasi tersebut.²¹ Dengan kata lain, pelanggaran dalam transaksi digital tidak hanya terjadi pada substansi informasi, tetapi juga pada cara informasi disajikan dan keputusan dibentuk.

Beberapa penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan *dark pattern* dalam platform digital memiliki hubungan langsung dengan meningkatnya pembelian impulsif, rendahnya tingkat pembacaan syarat dan ketentuan, meningkatnya persetujuan yang tidak disadari, serta tingginya kesulitan konsumen untuk keluar dari layanan berlangganan digital.²² Temuan tersebut memperlihatkan bahwa dampak praktik *dark pattern* tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga menyentuh aspek otonomi individu dan integritas hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan perluasan pendekatan perlindungan konsumen yang tidak

¹⁸ (OECD), *Dark Commercial Patterns*.

¹⁹ Borgesius, "Protecting Consumers in the Age of Digital Choice Architecture."

²⁰ Karen Yeung, "Recommendation of the Council on Artificial Intelligence (OECD)," *International Legal Materials* 59, no. 1 (2020), hlm. 27–34, <https://doi.org/10.1017/ilm.2020.5>.

²¹ Jan Trzaskowski, "Behavioural Sciences and Consumer Law in the Digital Economy," *Journal of European Consumer and Market Law* 10 1, no. 6 (2021), hlm. 265–273.

²² L Luguri, J, Strahilevitz, "Shining a Light on Dark Patterns," *Journal of Legal Analysis* 1, no. 3 (2021), hlm. 43–109.



hanya berfokus pada isi kontrak dan keamanan transaksi, tetapi juga mencakup pengawasan terhadap desain digital yang berpotensi menyesatkan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa *dark pattern* merupakan bentuk evolusi baru praktik yang merugikan konsumen dalam ekonomi digital. Karakter manipulatif yang bekerja melalui desain perilaku menempatkan konsumen dalam posisi yang secara formal bebas memilih, tetapi secara substantif diarahkan menuju keputusan tertentu. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, kondisi tersebut menimbulkan kebutuhan untuk merekonstruksi standar perlindungan hukum dari pendekatan berbasis informasi menuju pendekatan yang juga mempertimbangkan transparansi desain dan keadilan digital (*digital fairness*). Pendekatan ini menjadi penting agar hukum tetap mampu menjalankan fungsi perlindungannya di tengah transformasi transaksi elektronik yang semakin kompleks.

D. Analisis Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Praktik Dark Pattern Dalam Sistem Hukum Indonesia

Perkembangan praktik *dark pattern* dalam transaksi *e-commerce* menimbulkan tantangan baru bagi sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Berbeda dengan bentuk pelanggaran konvensional yang umumnya dapat diidentifikasi melalui unsur penipuan, cacat informasi, atau wanprestasi, praktik *dark pattern* beroperasi melalui desain antarmuka digital yang memengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen secara tidak langsung. Akibatnya, konsumen tetap memberikan persetujuan (*consent*) dan menyelesaikan transaksi secara formal, namun keputusan tersebut sering kali tidak sepenuhnya lahir dari kehendak yang bebas dan rasional. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana kerangka hukum Indonesia mampu memberikan perlindungan terhadap bentuk manipulasi digital yang tidak selalu tampak sebagai pelanggaran hukum secara eksplisit.²³

Dalam sistem hukum Indonesia, dasar perlindungan terhadap konsumen pada prinsipnya telah diatur melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-undang tersebut menempatkan konsumen sebagai subjek hukum yang memiliki hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta hak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa. Selain itu, konsumen juga memiliki hak untuk memilih barang dan/atau jasa sesuai nilai tukar dan kondisi yang dijanjikan.²⁴ Apabila ditelaah secara substantif, prinsip-prinsip tersebut sesungguhnya telah mengandung dasar perlindungan terhadap praktik *dark pattern*, terutama ketika desain digital digunakan untuk mengaburkan informasi, mempersulit pilihan, atau mendorong keputusan yang tidak sepenuhnya dikehendaki konsumen.

Hak atas informasi menjadi salah satu instrumen paling relevan dalam membaca praktik *dark pattern* dari perspektif hukum perlindungan konsumen. Dalam transaksi digital, informasi tidak hanya dipahami sebagai keberadaan data atau penjelasan mengenai produk, tetapi juga mencakup cara informasi tersebut disampaikan kepada konsumen. Pelaku usaha dapat saja memenuhi kewajiban formal dengan menyediakan informasi yang lengkap, namun secara bersamaan menyembunyikan informasi penting melalui ukuran huruf yang tidak proporsional, penempatan yang sulit diakses, atau penggunaan desain visual yang mengalihkan perhatian pengguna. Dengan demikian, pelanggaran terhadap hak atas informasi tidak

²³ Helen Nissenbaum Daniel Susser, Beate Roessler, "Technology, Autonomy, and Manipulation," *Internet Policy Review* 8 1, no. 2 (2019), hlm. 1–22.

²⁴ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.



selalu berbentuk ketidakbenaran informasi, tetapi juga dapat berupa manipulasi terhadap keterbacaan dan keterpahaman informasi.²⁵

Dalam konteks tersebut, praktik *dark pattern* menunjukkan bahwa paradigma perlindungan konsumen perlu bergeser dari pendekatan *information disclosure* menuju pendekatan *effective transparency*. Pendekatan lama berasumsi bahwa konsumen yang menerima informasi telah berada dalam posisi yang cukup untuk mengambil keputusan secara rasional. Namun perkembangan ekonomi digital memperlihatkan bahwa konsumen sering kali mengalami *information overload*, keterbatasan perhatian, dan pengaruh psikologis dari desain antarmuka yang mengarahkan keputusan secara tidak sadar.²⁶ Oleh karena itu, keberadaan informasi saja tidak cukup untuk menjamin perlindungan hukum apabila informasi tersebut disusun melalui pola yang menyesatkan.

Selain UUPK, perlindungan terhadap konsumen digital juga memperoleh dasar normatif melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Regulasi ini menegaskan prinsip kepastian hukum, itikad baik, dan tanggung jawab dalam penyelenggaraan sistem elektronik. Dalam transaksi elektronik, persetujuan para pihak merupakan unsur penting dalam pembentukan hubungan hukum. Akan tetapi, praktik *dark pattern* menunjukkan bahwa persetujuan elektronik tidak selalu identik dengan persetujuan yang sah secara substantif apabila diperoleh melalui tekanan visual, manipulasi pilihan, atau mekanisme persetujuan yang dirancang untuk menguntungkan salah satu pihak.²⁷ Dengan demikian, validitas persetujuan elektronik dalam transaksi digital perlu ditafsirkan tidak hanya berdasarkan tindakan klik (*click consent*), tetapi juga berdasarkan kualitas proses pembentukan persetujuan tersebut.

Penguatan perlindungan konsumen digital juga dapat ditelusuri melalui Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang mewajibkan pelaku usaha menyediakan informasi yang lengkap, benar, dan bertanggung jawab dalam transaksi elektronik. Regulasi ini memperlihatkan bahwa negara telah mengakui adanya kebutuhan untuk melindungi konsumen dalam ruang digital. Namun demikian, pengaturan tersebut masih berfokus pada aspek substansi informasi dan belum menyentuh persoalan desain digital yang secara sengaja mengarahkan perilaku konsumen.²⁸ Akibatnya, ruang regulasi terhadap praktik *dark pattern* masih bersifat implisit dan bergantung pada interpretasi norma umum.

Kelemahan pengaturan tersebut terlihat dari belum adanya parameter hukum yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kapan suatu desain digital dikategorikan sebagai praktik manipulatif dan kapan desain tersebut masih dianggap sebagai strategi pemasaran yang sah. Ketidadaan indikator normatif menyebabkan pembuktian kerugian konsumen menjadi lebih kompleks karena pelanggaran sering kali tidak menghasilkan kerugian langsung yang dapat diukur secara konvensional. Dalam banyak kasus, kerugian yang timbul berupa hilangnya kebebasan memilih, pembelian impulsif, atau pemberian persetujuan yang sebenarnya tidak diinginkan

²⁵ Carl E. Schneider Omri Ben-Shahar, *More Than You Wanted to Know: The Failure of Mandated Disclosure* (Princeton: Princeton University Press, 2021)

²⁶ Cass R. Sunstein, *Too Much Information: Understanding What You Don't Want to Know* (Cambridge: MIT Press, 2020).

²⁷ Woodrow Hartzog, *Privacy's Blueprint: The Battle to Control the Design of New Technologies* (Cambridge: Harvard University Press, 2018).

²⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.



konsumen.²⁹ Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum yang hanya bertumpu pada kerugian ekonomi sudah tidak lagi memadai dalam menghadapi karakter transaksi digital.

Perkembangan hukum internasional menunjukkan kecenderungan untuk memperluas konsep perlindungan konsumen menuju perlindungan terhadap manipulasi perilaku (*behavioural manipulation*). Pendekatan ini menempatkan desain digital sebagai objek regulasi karena dianggap memiliki pengaruh langsung terhadap kualitas persetujuan konsumen. Beberapa yurisdiksi mulai menggunakan konsep *fairness by design*, yaitu kewajiban pelaku usaha untuk memastikan bahwa antarmuka digital tidak mengarahkan konsumen secara tidak adil menuju keputusan tertentu.³⁰ Pendekatan tersebut dapat menjadi rujukan penting bagi Indonesia dalam memperkuat konstruksi hukum perlindungan konsumen digital.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dipahami bahwa sistem hukum Indonesia pada dasarnya telah memiliki fondasi normatif untuk melindungi konsumen dari praktik *dark pattern*, terutama melalui prinsip transparansi, itikad baik, hak atas informasi, dan perlakuan yang adil. Namun perlindungan tersebut masih bersifat umum dan belum mampu menjawab kompleksitas manipulasi digital yang berkembang dalam ekosistem *e-commerce*. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi melalui pengakuan eksplisit terhadap praktik *dark pattern*, penyusunan indikator desain yang menyesatkan, perluasan konsep persetujuan elektronik yang substantif, serta pembentukan mekanisme pengawasan terhadap desain antarmuka platform digital. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen di Indonesia tidak hanya melindungi konsumen dari informasi yang salah, tetapi juga dari cara informasi dan pilihan tersebut dibentuk.

E. Kelemahan Regulasi Nasional dan Perbandingan Dengan Pendekatan Internasional

Perkembangan praktik *dark pattern* dalam ekosistem *e-commerce* memperlihatkan bahwa sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia masih menghadapi berbagai keterbatasan normatif dan kelembagaan dalam menjangkau bentuk manipulasi digital yang berkembang secara cepat. Meskipun Indonesia telah memiliki sejumlah regulasi yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, konstruksi hukum yang ada pada dasarnya masih dirancang untuk menghadapi model pelanggaran konvensional yang berfokus pada cacat produk, informasi palsu, wanprestasi, atau penipuan secara eksplisit. Sementara itu, praktik *dark pattern* berkembang melalui mekanisme yang lebih subtil dan tersembunyi karena bekerja melalui rekayasa desain antarmuka dan perilaku pengguna.³¹ Kondisi tersebut menyebabkan banyak praktik manipulatif dalam platform digital belum dapat dikualifikasikan secara tegas sebagai pelanggaran hukum meskipun secara substantif merugikan konsumen.

Kelemahan utama regulasi nasional terletak pada belum adanya pengaturan eksplisit mengenai definisi, klasifikasi, dan indikator praktik *dark pattern* dalam sistem hukum Indonesia. Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun regulasi perdagangan elektronik memang telah mengatur kewajiban pelaku usaha untuk

²⁹ Alex Rosenblat Ryan Calo, "The Taking Economy: Uber, Information, and Power," *Columbia Law Review* 120 1, no. 6 (2020), hlm. 1623–1690.

³⁰ European Data Protection Board, *Guidelines 03/2022 on Deceptive Design Patterns in Social Media Platform Interfaces* (Brussels: EDPB, 2022).

³¹ Arunesh Mathur et Al, "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11,000 Shopping Websites," in *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 3, 2019, hlm. 1–32.



memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, namun norma tersebut masih berorientasi pada substansi informasi dan belum menyentuh aspek desain digital yang memengaruhi cara konsumen memahami informasi tersebut.³² Akibatnya, praktik seperti tombol persetujuan otomatis (*pre-selected consent*), manipulasi visual, tekanan waktu semu (*false urgency*), serta desain pembatalan layanan yang dipersulit belum memiliki dasar pengaturan yang spesifik dalam hukum nasional.

Ketiadaan pengaturan khusus tersebut menyebabkan perlindungan hukum terhadap konsumen digital di Indonesia masih sangat bergantung pada interpretasi umum terhadap prinsip itikad baik dan transparansi. Pendekatan ini memiliki keterbatasan karena karakter *dark pattern* sering kali berada pada area abu-abu antara strategi pemasaran dan manipulasi perilaku. Dalam praktiknya, pelaku usaha dapat berargumentasi bahwa konsumen tetap memiliki kebebasan untuk memilih karena seluruh tindakan dilakukan melalui persetujuan elektronik. Padahal, berbagai penelitian menunjukkan bahwa desain digital tertentu mampu memengaruhi keputusan pengguna secara signifikan melalui eksploitasi bias kognitif dan kelemahan psikologis konsumen.³³ Dengan demikian, pendekatan hukum yang hanya bertumpu pada persetujuan formal tidak lagi memadai untuk menjamin keadilan dalam transaksi digital.

Selain itu, kelemahan regulasi nasional juga terlihat dari belum adanya mekanisme pengawasan khusus terhadap desain antarmuka digital dalam platform *e-commerce*. Pengawasan pemerintah selama ini lebih menitikberatkan pada legalitas pelaku usaha, keamanan sistem elektronik, dan perlindungan data pribadi, sementara desain pengalaman pengguna (*user experience design*) belum dipandang sebagai objek pengawasan hukum.³⁴ Padahal, dalam ekonomi digital modern, desain antarmuka justru menjadi instrumen utama yang membentuk perilaku konsumen dan menentukan arah keputusan transaksi. Akibatnya, banyak praktik manipulatif tetap dapat berjalan tanpa adanya mekanisme evaluasi maupun sanksi yang jelas.

Persoalan lain yang turut memperlemah perlindungan konsumen adalah belum optimalnya harmonisasi regulasi digital di Indonesia. Pengaturan mengenai transaksi elektronik, perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, dan perdagangan digital masih tersebar dalam berbagai instrumen hukum yang belum sepenuhnya terintegrasi. Fragmentasi regulasi tersebut menimbulkan kesulitan dalam menentukan dasar hukum yang paling relevan ketika praktik *dark pattern* menyebabkan kerugian konsumen.³⁵ Dalam kondisi tertentu, praktik manipulatif bahkan tidak dapat dikategorikan secara langsung sebagai pelanggaran karena tidak memenuhi unsur penipuan atau kerugian material secara nyata.

Berbeda dengan Indonesia, sejumlah yurisdiksi internasional mulai mengembangkan pendekatan regulasi yang lebih progresif terhadap praktik *dark pattern*. Uni Eropa menjadi salah satu kawasan yang paling aktif membangun kerangka perlindungan konsumen digital melalui pendekatan *digital fairness* dan *privacy by design*. Melalui *General Data Protection Regulation* (GDPR), Uni Eropa menekankan bahwa persetujuan pengguna harus diberikan secara bebas, spesifik,

³² Shahar Avinadav, "Consumer Protection in Digital Markets: New Challenges for Modern Regulation," *Journal of Consumer Policy* 45 1, no. 3 (2022), hlm. 411–428.

³³ Daniel Kahneman, *Noise: A Flaw in Human Judgment* (New York: Little, Brown Spark, 2021).

³⁴ Neil Richards Woodrow Hartzog, "Privacy's Constitutional Moment and the Limits of Data Regulation," *Boston University Law Review* 102 1, no. 6 (2022), hlm. 1871–1905.

³⁵ Graham Greenleaf, *Asian Data Privacy Laws: Trade and Human Rights Perspectives* (Oxford: Oxford University Press, 2021).



jasas, dan tidak diperoleh melalui manipulasi desain antarmuka.³⁶ Prinsip tersebut kemudian diperkuat oleh pedoman dari European Data Protection Board (EDPB) yang secara khusus mengidentifikasi *deceptive design patterns* sebagai bentuk praktik yang dapat melanggar hak-hak pengguna dalam platform digital.

Pendekatan Uni Eropa menunjukkan perubahan paradigma penting dalam hukum perlindungan konsumen digital. Regulasi tidak lagi hanya menilai isi informasi yang diberikan kepada pengguna, tetapi juga menilai bagaimana desain sistem memengaruhi kualitas persetujuan dan kebebasan memilih konsumen.³⁷ Dengan demikian, desain antarmuka diposisikan sebagai bagian dari tanggung jawab hukum pelaku usaha. Praktik seperti penggunaan tombol penolakan yang disamarkan, pilihan yang tidak seimbang secara visual, atau proses penghentian layanan yang dipersulit dipandang sebagai bentuk pelanggaran terhadap prinsip keadilan digital.

Di Amerika Serikat, perhatian terhadap *dark pattern* juga semakin meningkat melalui pendekatan perlindungan konsumen dan persaingan usaha. Federal Trade Commission (FTC) menilai bahwa praktik manipulatif dalam platform digital dapat dikategorikan sebagai *unfair or deceptive acts or practices* apabila menyebabkan konsumen mengambil keputusan yang tidak sepenuhnya dikehendaki.³⁸ Pendekatan ini memperlihatkan bahwa manipulasi desain tidak lagi dianggap sekadar strategi pemasaran, melainkan bagian dari praktik bisnis yang berpotensi melanggar hukum perlindungan konsumen.

Sementara itu, beberapa negara Asia mulai mengadopsi pendekatan yang lebih adaptif terhadap tata kelola platform digital. India, misalnya, telah mengeluarkan pedoman khusus mengenai *dark patterns* dalam transaksi elektronik yang mengidentifikasi berbagai bentuk praktik manipulatif seperti *bait and switch*, *drip pricing*, dan *subscription traps* sebagai tindakan yang dilarang dalam perdagangan digital.³⁹ Langkah tersebut menunjukkan adanya kecenderungan global untuk membangun standar perlindungan konsumen yang lebih responsif terhadap perkembangan teknologi dan desain perilaku digital.

Perbandingan tersebut menunjukkan bahwa kelemahan utama sistem hukum Indonesia bukan terletak pada ketiadaan prinsip perlindungan konsumen, melainkan pada belum berkembangnya pendekatan regulasi yang mampu membaca manipulasi digital sebagai bentuk pelanggaran hukum yang berdiri sendiri. Sistem hukum Indonesia masih cenderung menempatkan konsumen sebagai pihak yang rasional dan mampu memahami seluruh informasi yang tersedia, sementara praktik *dark pattern* justru bekerja dengan memanfaatkan keterbatasan rasionalitas tersebut.⁴⁰ Oleh karena itu, diperlukan perubahan paradigma hukum dari pendekatan perlindungan berbasis informasi menuju pendekatan perlindungan berbasis keadilan digital dan perlindungan terhadap manipulasi perilaku konsumen.

Berdasarkan analisis tersebut, dapat dipahami bahwa penguatan perlindungan hukum terhadap praktik *dark pattern* di Indonesia memerlukan langkah reformasi regulasi yang lebih komprehensif. Reformasi tersebut dapat dilakukan melalui pengakuan eksplisit terhadap praktik *dark pattern* dalam regulasi nasional,

³⁶ European Union, *General Data Protection Regulation (GDPR)*, Regulation (EU) 2016/679

³⁷ European Data Protection Board, *Guidelines 03/2022 on Deceptive Design Patterns in Social Media Platform Interfaces* (Brussels: EDPB, 2022).

³⁸ Federal Trade Commission, *Bringing Dark Patterns to Light: An FTC Workshop* (Washington D.C.: FTC Report, 2021).

³⁹ Government of India, *Guidelines for Prevention and Regulation of Dark Patterns 2023* (New Delhi: Ministry of Consumer Affairs, 2023).

⁴⁰ Luciano Floridi, *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities* (Oxford: Oxford University Press, 2023).



penyusunan standar desain antarmuka yang adil (*fair interface standards*), pembentukan mekanisme audit desain digital pada platform *e-commerce*, serta penguatan kewenangan lembaga pengawas dalam menilai praktik manipulatif berbasis teknologi. Dengan demikian, hukum perlindungan konsumen di Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai instrumen represif setelah terjadinya kerugian, tetapi juga menjadi mekanisme preventif dalam menjaga kebebasan dan otonomi konsumen di era ekonomi digital.

F. Rekonstruksi Konsep Ideal Perlindungan Konsumen Terhadap Praktik Dark Pattern di Indonesia

Perkembangan ekonomi digital telah menunjukkan bahwa model perlindungan konsumen konvensional tidak lagi sepenuhnya memadai dalam menghadapi kompleksitas hubungan hukum berbasis teknologi. Dalam transaksi *e-commerce*, kerugian konsumen tidak selalu lahir dari cacat produk atau informasi palsu secara langsung, tetapi juga muncul melalui manipulasi perilaku yang dibentuk melalui desain antarmuka digital. Praktik *dark pattern* memperlihatkan bahwa pelaku usaha dapat memengaruhi pilihan konsumen melalui pengaturan visual, tekanan psikologis, dan rekayasa pengalaman pengguna tanpa harus memberikan informasi yang secara eksplisit salah.⁴¹ Oleh karena itu, perlindungan hukum konsumen di Indonesia perlu direkonstruksi agar tidak hanya berorientasi pada kebenaran informasi (*information accuracy*), tetapi juga pada keadilan desain digital (*digital fairness*) dan perlindungan terhadap kebebasan memilih konsumen.

Rekonstruksi konsep perlindungan konsumen terhadap praktik *dark pattern* harus dimulai dari perubahan paradigma hukum dalam memandang posisi konsumen di ruang digital. Selama ini, sistem hukum perlindungan konsumen masih didasarkan pada asumsi bahwa konsumen merupakan subjek rasional yang mampu memahami informasi dan mengambil keputusan secara bebas apabila informasi telah diberikan secara lengkap. Padahal, perkembangan teknologi digital menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh desain antarmuka, algoritma, dan mekanisme perilaku yang dibangun oleh platform digital.⁴² Dalam konteks tersebut, persetujuan konsumen tidak dapat lagi dipahami secara sempit sebagai tindakan formal berupa klik atau persetujuan elektronik, melainkan harus dipandang sebagai kehendak yang lahir melalui proses yang transparan, proporsional, dan bebas dari manipulasi.

Berdasarkan perspektif tersebut, konsep ideal perlindungan konsumen di Indonesia perlu mengadopsi pendekatan *substantive consent* atau persetujuan substantif. Pendekatan ini menempatkan kualitas proses persetujuan sebagai unsur penting dalam menilai keabsahan hubungan hukum digital. Dengan demikian, pelaku usaha tidak cukup hanya menyediakan informasi dan memperoleh persetujuan formal, tetapi juga wajib memastikan bahwa desain antarmuka tidak menyesatkan, tidak menekan, dan tidak mengarahkan konsumen secara tidak wajar menuju keputusan tertentu.⁴³ Prinsip ini penting karena praktik *dark pattern* pada dasarnya bekerja melalui eksploitasi keterbatasan perhatian dan bias kognitif pengguna, sehingga persetujuan yang diberikan sering kali tidak mencerminkan kehendak bebas yang sesungguhnya.

Dalam kerangka regulasi nasional, rekonstruksi perlindungan hukum dapat dilakukan melalui reformasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan regulasi

⁴¹ Helen Nissenbaum Susser, Daniel, Beate Roessler, "Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World," *Georgetown Law Technology Review* 4, no. 1 (2019), hlm. 6–11.

⁴² Yeung, "Recommendation of the Council on Artificial Intelligence (OECD)."

perdagangan elektronik dengan memasukkan pengaturan eksplisit mengenai praktik *dark pattern*. Pengaturan tersebut setidaknya harus memuat definisi normatif, klasifikasi bentuk-bentuk *dark pattern*, indikator desain manipulatif, serta mekanisme pengawasan dan sanksi administratif terhadap pelaku usaha digital.⁴³ Kejelasan norma menjadi penting untuk menghindari ketidakpastian hukum dalam membedakan antara strategi pemasaran yang sah dan praktik manipulatif yang melanggar hak konsumen.

Selain itu, konsep ideal perlindungan konsumen juga perlu mengintegrasikan prinsip *fair by design* dalam tata kelola platform digital. Prinsip ini menekankan bahwa desain antarmuka harus dibangun berdasarkan standar keadilan, transparansi, dan kemudahan bagi pengguna. Dalam praktiknya, platform *e-commerce* harus dilarang menggunakan desain yang menyamarkan pilihan penolakan, mempersulit pembatalan layanan, menyembunyikan biaya tambahan, atau memanfaatkan tekanan waktu palsu untuk memengaruhi keputusan konsumen.⁴⁴ Dengan demikian, desain digital tidak lagi diposisikan sekadar sebagai persoalan teknis perusahaan, tetapi sebagai bagian dari tanggung jawab hukum pelaku usaha terhadap perlindungan konsumen.

Penguatan perlindungan hukum juga memerlukan pembentukan mekanisme pengawasan digital yang lebih adaptif. Selama ini, pengawasan transaksi elektronik di Indonesia masih lebih berorientasi pada legalitas usaha dan keamanan sistem elektronik. Padahal, praktik *dark pattern* justru berkembang melalui aspek pengalaman pengguna (*user experience*) yang belum tersentuh secara optimal dalam pengawasan regulasi.⁴⁵ Oleh karena itu, pemerintah perlu membentuk standar audit antarmuka digital (*digital interface audit*) terhadap platform *e-commerce* yang beroperasi di Indonesia. Audit tersebut dapat dilakukan melalui kerja sama antara otoritas perlindungan konsumen, regulator digital, akademisi, dan pakar teknologi informasi guna menilai apakah suatu desain platform mengandung unsur manipulatif terhadap konsumen.

Di samping aspek regulasi, rekonstruksi konsep ideal perlindungan konsumen juga perlu didukung oleh penguatan literasi digital masyarakat. Praktik *dark pattern* sering kali berhasil karena konsumen tidak menyadari bahwa keputusan yang mereka ambil telah diarahkan melalui desain tertentu. Oleh karena itu, edukasi mengenai hak-hak konsumen digital, keamanan transaksi elektronik, dan bentuk-bentuk manipulasi digital perlu menjadi bagian dari kebijakan perlindungan konsumen nasional.⁴⁶ Pendekatan ini penting agar perlindungan hukum tidak hanya bersifat represif melalui pemberian sanksi, tetapi juga preventif melalui peningkatan kesadaran hukum masyarakat.

Dalam perspektif yang lebih luas, rekonstruksi perlindungan konsumen terhadap praktik *dark pattern* harus diarahkan pada pembentukan ekosistem ekonomi digital yang berkeadilan. Ekonomi digital tidak dapat hanya dibangun atas dasar efisiensi dan keuntungan bisnis semata, tetapi juga harus menjamin penghormatan terhadap otonomi individu dan kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan.⁴⁷ Oleh karena itu, hukum harus hadir sebagai instrumen yang menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi dan perlindungan hak-hak konsumen.

⁴³ Borgesius, "Protecting Consumers in the Age of Digital Choice Architecture."

⁴⁴ Board, *Guidelines 03/2022 on Deceptive Design Patterns in Social Media Platform Interfaces*.

⁴⁵ Al., "The Dark (Patterns) Side of UX Design," (2018):"

⁴⁶ Sunstein, *Too Much Information: Understanding What You Don't Want to Know*.

⁴⁷ Floridi, *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*.



Berdasarkan uraian tersebut, konsep ideal perlindungan konsumen terhadap praktik *dark pattern* di Indonesia setidaknya bertumpu pada empat aspek utama, yaitu: pertama, pengakuan eksplisit terhadap *dark pattern* sebagai bentuk pelanggaran hukum perlindungan konsumen; kedua, penerapan prinsip *substantive consent* dan *fair by design* dalam transaksi digital; ketiga, pembentukan mekanisme pengawasan dan audit desain antarmuka digital; dan keempat, penguatan literasi hukum serta literasi digital masyarakat. Melalui pendekatan tersebut, perlindungan konsumen di Indonesia tidak hanya berfungsi menjaga kepastian hukum dalam transaksi elektronik, tetapi juga memastikan bahwa perkembangan teknologi digital tetap berjalan sejalan dengan prinsip keadilan, transparansi, dan penghormatan terhadap hak-hak konsumen.

G. Penutup

Perkembangan teknologi digital dan transaksi *e-commerce* telah melahirkan bentuk baru hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen yang semakin kompleks. Dalam konteks tersebut, praktik *dark pattern* muncul sebagai strategi manipulatif berbasis desain antarmuka digital yang memengaruhi perilaku konsumen melalui tekanan psikologis, pengaburan informasi, dan rekayasa pilihan dalam proses transaksi elektronik. Praktik ini menunjukkan bahwa kerugian konsumen di era digital tidak lagi hanya berbentuk kerugian material akibat produk atau jasa yang cacat, tetapi juga menyangkut hilangnya kebebasan memilih, menurunnya kualitas persetujuan konsumen, serta terganggunya prinsip transparansi dan keseimbangan hubungan hukum dalam transaksi digital.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia pada dasarnya telah memiliki fondasi normatif untuk melindungi hak-hak konsumen melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta regulasi perdagangan melalui sistem elektronik. Akan tetapi, regulasi tersebut masih bersifat umum dan belum secara eksplisit mengatur praktik *dark pattern* sebagai bentuk manipulasi digital dalam transaksi *e-commerce*. Ketiadaan pengaturan khusus mengenai klasifikasi, indikator, dan mekanisme pengawasan terhadap *dark pattern* menyebabkan perlindungan hukum terhadap konsumen digital belum mampu menjangkau perkembangan manipulasi perilaku yang dilakukan melalui desain antarmuka platform elektronik.

Penelitian ini juga menemukan bahwa pendekatan perlindungan konsumen di Indonesia masih berorientasi pada paradigma keterbukaan informasi (*information disclosure*), sementara praktik *dark pattern* berkembang melalui manipulasi terhadap cara informasi disajikan dan dipahami oleh konsumen. Oleh karena itu, perlindungan hukum di era ekonomi digital memerlukan perubahan paradigma menuju pendekatan *digital fairness* yang menempatkan desain digital sebagai bagian dari objek perlindungan hukum. Dalam perspektif tersebut, persetujuan konsumen tidak cukup dipahami sebagai tindakan formal berupa klik atau persetujuan elektronik, tetapi harus dipandang sebagai kehendak yang lahir secara sadar, bebas, dan tanpa manipulasi.

Sebagai bentuk rekonstruksi konsep ideal, penelitian ini merekomendasikan perlunya reformasi regulasi perlindungan konsumen digital di Indonesia melalui pengakuan eksplisit terhadap praktik *dark pattern* dalam peraturan perundang-undangan, pembentukan standar desain antarmuka yang adil (*fair by design*), penguatan pengawasan terhadap platform *e-commerce*, serta pengembangan mekanisme audit desain digital yang berorientasi pada perlindungan konsumen. Selain itu, penguatan literasi hukum dan literasi digital masyarakat juga menjadi

langkah penting agar konsumen memiliki kesadaran terhadap berbagai bentuk manipulasi digital dalam transaksi elektronik.

Penelitian ini menyadari bahwa kajian mengenai *dark pattern* dalam perspektif hukum Indonesia masih memiliki ruang pengembangan yang luas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji praktik *dark pattern* secara lebih spesifik dalam sektor tertentu, seperti layanan finansial digital, media sosial, *financial technology*, maupun penggunaan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) dalam transaksi elektronik. Penelitian lanjutan juga dapat diarahkan pada kajian empiris mengenai tingkat kesadaran konsumen terhadap praktik manipulasi digital serta efektivitas model pengawasan hukum terhadap platform digital di Indonesia.

Daftar Pustaka

Articles, Books and Reports

- Organisation for Economic Co-operation and Development. *Dark Commercial Patterns*. Paris: OECD Publishing, 2022
- Al., Colin M. Gray et. "The Dark (Patterns) Side of UX Design," (2018):" *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* 1, no. 1 (2018)
- Al, Arunesh Mathur et. "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11,000 Shopping Websites." *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 3 1, no. 1 (2019): 1–32.
- . "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11,000 Shopping Websites." In *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 3, (2019): 1–32.
- Avinadav, Shahar. "Consumer Protection in Digital Markets: New Challenges for Modern Regulation." *Journal of Consumer Policy* 45 1, no. 3 (2022)
- Board, European Data Protection. *Guidelines 03/2022 on Deceptive Design Patterns in Social Media Platform Interfaces*. Brussels: EDPB (2022)
- Borgesius, Natali Helberger dan Frederik Zuiderveen. "Protecting Consumers in the Age of Digital Choice Architecture." *Journal of Consumer Policy* 44 1, no. 4 (2021)
- Brignull, Harry. "Deceptive Patterns in Digital Interfaces." *Journal of Digital Ethics* 5, no. 2 (2021)
- Calo, Ryan. "Digital Market Manipulation." *George Washington Law Review* 82 1, no. 4 (2014)
- Colin M. Gray, Yubo Kou, Bryan Battles, Joseph Hoggatt, dan Austin Toombs. "The Emerging Landscape of Dark Pattern Research." *Interactions* 30 1, no. 1 (2023)
- Colin M. Gray et al. "The Dark (Patterns) Side of UX Design." In *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, (2018): 1–14.
- Commission, European. . *Behavioural Study on Unfair Commercial Practices in the Digital Environment*. Brussels: European Union Publications, 2022
- Daniel Susser, Beate Roessler, Helen Nissenbaum. "Technology, Autonomy, and Manipulation." *Internet Policy Review* 8 1, no. 2 (2019)
- Floridi, Luciano. *The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities*. Oxford: Oxford University Press, 2023
- Greenleaf, Graham. *Asian Data Privacy Laws: Trade and Human Rights Perspectives*. Oxford: Oxford University Press, 2021
- Harry Brignull. *Dark Patterns: Inside the Interfaces Designed to Trick You*. London:



- Dark Patterns Project, 2010
- Hartzog, Woodrow. *Privacy's Blueprint: The Battle to Control the Design of New Technologies*. Cambridge: Harvard University Press. 2018
- Kahneman, Daniel. *Noise: A Flaw in Human Judgment*. New York: Little, Brown Spark, 2021
- Luguri, J, Strahilevitz, L. "Shining a Light on Dark Patterns." *Journal of Legal Analysis* 1, no. 3 (2021)
- Natali Helberger, Marijn Sax, Lucia Reisch. "Consumer Protection in the Age of the Platform Economy." *Journal of Consumer Policy* 44, no. 2 (2021).
- OECD. *Consumers and Digital Transformation: Trends, Opportunities and Challenges*. Paris: OECD Publishing, 2020
- Omri Ben-Shahar, Carl E. Schneider. *More Than You Wanted to Know: The Failure of Mandated Disclosure*. Princeton: Princeton University Press, 2021
- Ryan Calo, Alex Rosenblat. "The Taking Economy: Uber, Information, and Power." *Columbia Law Review* 120 1, no. 6 (2020)
- Sunstein, Cass R. *Too Much Information: Understanding What You Don't Want to Know*. Cambridge: MIT Press, 2020
- Sunstein, Richard H. Thaler and Cass R. *Nudge: The Final Edition*. New Haven: Yale University Press, 2021
- Susser, D., Roessler, B., and Nissenbaum, H. "Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World." *Georgetown Law Technology Review* 4, no. 1 (2019)
- Susser, Daniel, Beate Roessler, Helen Nissenbaum. "Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World." *Georgetown Law Technology Review* 4, no. 1 (2019)
- Trzaskowski, Jan. "Behavioural Sciences and Consumer Law in the Digital Economy." *Journal of European Consumer and Market Law* 10 1, no. 6 (2021)
- Woodrow Hartzog, Neil Richards. "Privacy's Constitutional Moment and the Limits of Data Regulation." *Boston University Law Review* 102 1, no. 6 (2022)
- Yeung, Karen. "Recommendation of the Council on Artificial Intelligence (OECD)." *International Legal Materials* 59, no. 1. (2020)
<https://doi.org/10.1017/ilm.2020.5>.

Government Sources, News and Empirical Data

- Commission, Federal Trade. *Bringing Dark Patterns to Light: An FTC Workshop*. Washington D.C.: FTC Report, (2021)
- India, Government of. (2023). *Guidelines for Prevention and Regulation of Dark Patterns 2023*. New Delhi: Ministry of Consumer Affairs.

