

REKONSTRUKSI PERLINDUNGAN HUKUM KONSUMEN ATAS *DARK PATTERNS* LAYANAN BERLANGGANAN DIGITAL DI INDONESIA

Monaliza Kalalembang¹, Yimmy Octavian Yapri², Riris Siregar³, Hendrico Dolok⁴, Paltiada Saragi⁵

¹ PT. Generasi CeraH Abadi, Indonesia. E-mail: mona.kalalembang@gmail.com

² PT. Generasi CeraH Abadi, Indonesia. E-mail: yimmy.octavian@gmail.com

³ PT. Generasi CeraH Abadi, Indonesia. E-mail: ririsdepok.ri@gmail.com

⁴ PT. Generasi CeraH Abadi, Indonesia. E-mail: henmorado.mauliate@gmail.com

⁵ Fakultas Hukum, Universitas Kristen Indonesia. E-mail: psaraqi@gmail.com

Abstract: *The digital economy has transformed consumer access to goods and services via electronic platforms. While enhancing convenience, digitalization introduces manipulative business practices like "dark patterns"—interface designs intentionally crafted to influence user behavior for commercial gain. In digital subscription services, these manifest as auto-renewals, unnotified post-trial charges, pre-selected paid add-ons, and deliberately complex cancellation processes. Using a normative juridical method with statutory, conceptual, and comparative approaches, this study examines dark pattern characteristics, evaluates the adequacy of Indonesian consumer protection law, and proposes a legal reconstruction model. Findings reveal that while Indonesian law provides a foundational framework through accurate information rights, good faith obligations, and standard clause regulations, it lacks explicit provisions targeting manipulative interface design as an unfair commercial practice. Consequently, this study introduces design justice as a new paradigm for digital consumer protection, subjecting digital interfaces directly to legal oversight.*

Keywords: *Dark Patterns; Consumer Protection; Digital Economy; Digital Subscriptions; Design Justice; Indonesian Law.*

How to Site: Monaliza Kalalembang, Yimmy Octavian Yapri, Riris Siregar, Hendrico Dolok, Paltiada Saragi. Rekonstruksi Perlindungan Hukum Konsumen Atas *Dark Patterns* Layanan Berlangganan Digital Di Indonesia. Honeste Vivere, 36 (2), pp. 89-101. DOI. 10.55809/hv.v36i2.699

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan fundamental dalam pola perdagangan modern. Kehadiran platform digital memungkinkan konsumen memperoleh berbagai layanan hanya melalui perangkat elektronik yang terhubung dengan internet. Model bisnis berbasis langganan (*subscription-based business model*) menjadi salah satu bentuk transaksi yang paling berkembang dalam ekonomi digital. Berbagai layanan seperti aplikasi hiburan, penyimpanan awan, perangkat lunak produktivitas, pendidikan daring, layanan

kebugaran, dan platform media digital menerapkan sistem pembayaran berkala yang diperpanjang secara otomatis.

Kemudahan tersebut pada satu sisi memberikan manfaat bagi konsumen melalui akses yang cepat dan efisien. Akan tetapi, pada sisi lain, perkembangan tersebut memunculkan tantangan baru dalam perlindungan konsumen. Kerugian konsumen tidak lagi hanya berasal dari cacat produk, iklan menyesatkan, atau klausula baku yang tidak seimbang, melainkan juga dari desain antarmuka digital yang memengaruhi proses pengambilan keputusan pengguna.

Fenomena tersebut dikenal dengan istilah dark patterns. Konsep dark patterns pertama kali diperkenalkan oleh Harry Brignull pada tahun 2010 untuk menggambarkan desain antarmuka yang sengaja dirancang guna mengarahkan pengguna mengambil keputusan tertentu yang menguntungkan pelaku usaha.¹ Berbeda dengan praktik penipuan konvensional, *dark patterns* sering kali tidak bekerja melalui informasi yang salah, melainkan melalui manipulasi arsitektur pilihan (*choice architecture*). Konsumen secara formal tampak memberikan persetujuan, namun persetujuan tersebut diperoleh dalam lingkungan digital yang dirancang untuk memengaruhi perilaku mereka.

Dalam layanan berlangganan digital, dark patterns dapat muncul dalam berbagai bentuk. Hidden subscription terjadi ketika konsumen tidak menyadari bahwa masa percobaan gratis akan berubah menjadi layanan berbayar. *Forced continuity* muncul ketika pembaruan otomatis dilakukan tanpa pemberitahuan yang memadai. *Roach motel* terjadi ketika proses pendaftaran dibuat sangat mudah, sementara proses pembatalan dibuat panjang dan rumit. Praktik-praktik tersebut menunjukkan bahwa masalah utama bukan hanya terletak pada isi kontrak, tetapi juga pada desain antarmuka yang membentuk pengalaman pengguna.

Hukum perlindungan konsumen Indonesia hingga saat ini masih berorientasi pada paradigma informasi tertulis. Padahal, dalam lingkungan digital, informasi tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui warna, tata letak, ukuran tombol, urutan halaman, dan berbagai elemen desain lainnya. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan hukum yang mampu menilai keadilan suatu transaksi tidak hanya berdasarkan isi kontrak, tetapi juga berdasarkan desain pengalaman pengguna yang mendahului terbentuknya persetujuan.

I.A. State of the Art dan Kebaruan Penelitian

Kajian mengenai *dark patterns* berkembang pesat dalam satu dekade terakhir seiring meningkatnya penggunaan platform digital dan model bisnis berbasis data. Ryan Calo memperkenalkan gagasan mengenai digital market manipulation yang menjelaskan bagaimana teknologi digital dapat digunakan untuk memengaruhi perilaku konsumen secara sistematis melalui pemanfaatan data dan desain antarmuka.

¹ Harry Brignull, "Dark Patterns: Deception vs. Honesty in UI Design," A List Apart (2011), <https://alistapart.com/article/dark-patterns-deception-vs-honesty-in-ui-design/> (diakses 20 Mei 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Colin M. Gray dkk. mengidentifikasi berbagai bentuk dark patterns dalam desain pengalaman pengguna (*user experience design*). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa praktik manipulasi antarmuka tidak hanya ditemukan pada situs belanja daring, tetapi juga pada aplikasi, media sosial, dan layanan berlangganan digital.

Mathur dkk. melalui penelitian terhadap lebih dari sebelas ribu situs web menemukan bahwa dark patterns telah digunakan secara luas dalam perdagangan elektronik modern. Bentuk-bentuk yang paling banyak ditemukan meliputi hidden costs, forced continuity, scarcity messages, dan misleading countdown timers. Selanjutnya, Narayanan dkk. mengklasifikasikan dark patterns ke dalam spektrum dari gangguan antarmuka ringan hingga penipuan langsung, memberikan landasan taksonomi yang lebih sistematis bagi analisis hukum.

Luguri dan Strahilevitz dalam penelitian eksperimentalnya membuktikan bahwa dark patterns secara signifikan memengaruhi keputusan konsumen bahkan ketika konsumen memiliki informasi yang cukup. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan informasi saja tidak selalu cukup untuk menjamin kebebasan memilih apabila desain antarmuka secara aktif memengaruhi perilaku pengguna.

Pada tingkat kebijakan, OECD dan European Commission telah mengakui dark patterns sebagai salah satu tantangan utama dalam perlindungan konsumen digital.² Uni Eropa bahkan mulai mengembangkan pendekatan regulasi yang menempatkan desain antarmuka sebagai objek pengawasan hukum melalui Digital Services Act dan berbagai pedoman perlindungan konsumen digital.

Di Indonesia, penelitian mengenai perlindungan konsumen digital umumnya masih berfokus pada perlindungan data pribadi, tanggung jawab marketplace, fintech, pinjaman online, maupun klausula baku dalam transaksi elektronik. Kajian yang secara khusus membahas dark patterns dalam layanan berlangganan digital masih sangat terbatas. Berdasarkan telaah tersebut, terdapat kesenjangan penelitian (research gap) yang cukup jelas.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada tiga aspek. Pertama, penelitian ini mengonstruksikan dark patterns sebagai bentuk praktik niaga tidak adil (unfair commercial practices) dalam konteks hukum Indonesia. Kedua, penelitian ini mengembangkan konsep keadilan desain sebagai perluasan dari hak atas informasi dalam hukum perlindungan konsumen. Ketiga, penelitian ini menawarkan model rekonstruksi hukum yang mengintegrasikan perlindungan konsumen, perlindungan data pribadi, dan tata kelola sistem elektronik dalam satu kerangka regulasi yang lebih responsif terhadap ekonomi digital.

² OECD, *Dark Commercial Patterns* (Paris: OECD Publishing, 2022), hlm. 14-18. Laporan ini mengidentifikasi enam kategori dark patterns: urgency, scarcity, social proof, misdirection, interface interference, dan nagging.

Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian hukum yuridis normatif yang berfokus pada kajian terhadap norma hukum yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi digital. Pendekatan peraturan perundang-undangan dilakukan dengan menganalisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,² Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep dark patterns, persetujuan digital, perlindungan konsumen elektronik, dan keadilan desain. Sementara itu, pendekatan perbandingan hukum dilakukan dengan mengkaji perkembangan regulasi di Uni Eropa, Amerika Serikat, dan Inggris yang telah mengembangkan pengaturan khusus mengenai praktik manipulasi antarmuka digital.

Karakteristik Dark Patterns dalam Layanan Berlangganan Digital

Dark patterns merupakan bentuk manipulasi digital yang bekerja melalui desain antarmuka. Berbeda dengan penipuan konvensional yang mengandalkan informasi palsu, dark patterns sering kali menggunakan informasi yang secara formal benar namun disajikan dengan cara yang menyesatkan.³

Dalam layanan berlangganan digital, terdapat beberapa bentuk dark patterns yang paling umum ditemukan:

Pertama, hidden subscription. Praktik ini terjadi ketika konsumen mendaftar masa percobaan gratis tanpa menyadari bahwa setelah masa tersebut berakhir sistem akan secara otomatis menarik pembayaran secara berkala.⁴

Kedua, forced continuity. Dalam praktik ini, layanan terus diperpanjang secara otomatis tanpa pemberitahuan yang memadai kepada pengguna sebelum penagihan dilakukan.

Ketiga, roach motel. Istilah ini menggambarkan kondisi ketika proses pendaftaran sangat mudah, tetapi proses penghentian layanan dibuat rumit dan memerlukan banyak tahapan.

Keempat, pre-selected paid add-ons. Pelaku usaha menampilkan pilihan tambahan berbayar yang telah dicentang sebelumnya sehingga konsumen harus secara aktif menghapus pilihan tersebut apabila tidak menginginkannya.

³ Cass R. Sunstein, *The Ethics of Influence* (New York: Cambridge University Press, 2016), hlm. 112-115. Sunstein membedakan nudge yang bersifat libertarian paternalistic dari manipulation yang bersifat eksploitatif.

⁴ Arunesh Mathur et al., "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites," *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 3 (2019): 1-32.

Kelima, confirmshaming. Praktik ini menggunakan bahasa yang dirancang untuk membuat konsumen merasa bersalah apabila menolak suatu tawaran atau promosi tertentu.

Karakteristik utama dark patterns adalah kemampuannya memengaruhi keputusan konsumen tanpa harus memberikan informasi yang secara eksplisit salah. Karena itu pendekatan perlindungan konsumen yang hanya berfokus pada kebenaran informasi sering kali tidak cukup untuk mengatasi persoalan tersebut.⁵

Analisis Hak Konsumen atas Informasi dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Salah satu fondasi utama perlindungan konsumen dalam hukum Indonesia adalah hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Ketentuan tersebut pada awalnya dirancang untuk mengatasi ketidakseimbangan informasi dalam transaksi konvensional. Akan tetapi, dalam konteks ekonomi digital, makna informasi perlu ditafsirkan secara lebih luas.⁶

Informasi dalam transaksi digital tidak lagi terbatas pada teks kontrak atau syarat dan ketentuan. Informasi juga disampaikan melalui elemen visual seperti warna tombol, posisi menu, ukuran huruf, urutan halaman, hingga jumlah langkah yang harus ditempuh pengguna sebelum menyelesaikan suatu transaksi. Dengan demikian, suatu informasi yang secara substansi benar dapat tetap menyesatkan apabila ditempatkan pada lokasi yang sulit ditemukan atau ditampilkan dengan cara yang mengurangi perhatian pengguna.

Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.⁷ Dalam layanan berlangganan digital, kewajiban tersebut seharusnya mencakup setidaknya lima informasi utama:

- Besaran biaya yang akan dikenakan kepada konsumen;
- Tanggal penagihan pertama;
- Mekanisme pembaruan otomatis;
- Cara pembatalan layanan;
- Konsekuensi hukum maupun finansial setelah pembatalan dilakukan.

⁵ Jamie Luguri dan Lior Jacob Strahilevitz, "Shining a Light on Dark Patterns," *Journal of Legal Analysis* 13, No. 1 (2021): 43-109

⁶ Sidharta, *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia* (Jakarta: Grasindo, 2006), hlm. 52. Lihat pula Ahmadi Miru dan Sutarmanto Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), hlm. 35.

⁷ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7 huruf b.

Persoalan muncul ketika informasi tersebut secara formal tersedia, namun ditempatkan dalam dokumen panjang yang jarang dibaca konsumen.⁸ Dalam kondisi demikian, kewajiban informasi berubah menjadi formalitas administratif yang tidak memberikan perlindungan efektif.

Oleh karena itu, standar "informasi yang jelas dan jujur" harus ditafsirkan bukan hanya berdasarkan isi informasi, tetapi juga berdasarkan efektivitas penyampaiannya kepada konsumen.

Analisis Klausula Baku dan Persetujuan Digital

Pasal 18 Undang-Undang Perlindungan Konsumen melarang pencantuman klausula baku yang merugikan konsumen.⁹ Klausula yang bertentangan dengan ketentuan tersebut dinyatakan batal demi hukum.¹⁰ Dalam praktik layanan berlangganan digital, klausula pembaruan otomatis sering kali ditempatkan dalam syarat dan ketentuan yang panjang sehingga tidak mendapatkan perhatian memadai dari pengguna.

Persetujuan yang sah dalam lingkungan digital seharusnya memenuhi beberapa unsur penting, sebagaimana dikembangkan dalam teori kontrak modern:¹¹

- Persetujuan diberikan secara sadar (informed);
- Persetujuan diberikan berdasarkan informasi yang memadai;
- Persetujuan diberikan secara spesifik terhadap tindakan tertentu;
- Persetujuan dapat ditarik kembali dengan mudah. Apabila konsumen hanya diberi pilihan "setuju" atau "batalkan transaksi" tanpa penjelasan yang memadai mengenai konsekuensi pembaruan otomatis, maka validitas persetujuan tersebut patut dipertanyakan berdasarkan Pasal 1321 KUH Perdata.¹²

Analisis Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi

Dark patterns tidak hanya berkaitan dengan perlindungan konsumen, tetapi juga memiliki keterkaitan erat dengan perlindungan data pribadi. Banyak platform digital menggabungkan persetujuan berlangganan dengan persetujuan pemrosesan data dalam satu alur transaksi.

⁸ Zulham, Hukum Perlindungan Konsumen (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 64. Dalam perspektif UUPK, kewajiban informasi pelaku usaha bersifat aktif, bukan sekadar pasif menyediakan dokumen.

⁹ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 18 ayat (1). Ketentuan ini melarang klausula baku yang memindahkan tanggung jawab atau merugikan konsumen.

¹⁰ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 18 ayat (3). Klausula baku yang melanggar ketentuan tersebut dinyatakan batal demi hukum.

¹¹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata), Pasal 1320 mengatur syarat sahnya perjanjian: kesepakatan, cakupan, hal tertentu, dan sebab yang halal. Persetujuan melalui dark patterns berpotensi cacat pada unsur kesepakatan.

¹² KUH Perdata Pasal 1321: tiada sepakat yang sah apabila sepakat diberikan karena kekhilafan, atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan. Dark patterns yang manipulatif dapat dikategorikan sebagai penipuan (bedrog) dalam pengertian luas.

Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi menegaskan bahwa persetujuan harus diberikan secara sah, spesifik, dan berdasarkan informasi yang memadai.¹³ Dengan demikian, penggunaan dark patterns yang mendorong pengguna memberikan persetujuan melalui desain yang manipulatif dapat bertentangan dengan prinsip dasar pelindungan data pribadi sekaligus berimplikasi pada kewajiban notifikasi dan transparansi pemrosesan data.

Perbandingan Hukum Internasional

1. Uni Eropa

Uni Eropa merupakan salah satu yurisdiksi yang paling progresif dalam mengatur dark patterns. European Commission melalui berbagai studi dan pedoman telah mengidentifikasi dark patterns sebagai bentuk praktik yang berpotensi mengganggu kebebasan konsumen dalam mengambil keputusan. Studi dari European Commission menemukan bahwa 97% dari 240 platform yang diteliti menggunakan setidaknya satu jenis dark pattern.

Digital Services Act (DSA) mengatur bahwa platform digital tidak boleh menggunakan desain antarmuka yang secara material menyesatkan atau memanipulasi pengguna.¹⁴ Pendekatan Uni Eropa menunjukkan pergeseran dari perlindungan berbasis informasi menuju perlindungan berbasis desain.

2. Amerika Serikat

Federal Trade Commission (FTC) melalui laporan *Bringing Dark Patterns to Light* menegaskan bahwa desain digital yang menyesatkan dapat dikategorikan sebagai unfair or deceptive acts or practices. FTC secara aktif melakukan penegakan hukum terhadap perusahaan yang mempersulit pembatalan layanan berlangganan atau menyembunyikan informasi biaya berulang.

3. Inggris

Competition and Markets Authority (CMA) Inggris mengembangkan pedoman yang menekankan transparansi biaya, kejelasan informasi, dan kemudahan pembatalan layanan.¹⁵ CMA menilai bahwa konsumen harus memiliki kesempatan yang nyata untuk memahami konsekuensi transaksi sebelum memberikan persetujuan.

¹³ Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Pasal 21. Persetujuan harus diberikan secara eksplisit, spesifik, informatif, dan dapat ditarik kembali.

¹⁴ Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act), Article 25: melarang antarmuka yang menipu, memanipulasi, atau mengeksploitasi pengguna secara psikologis.

¹⁵ Competition and Markets Authority, *Online Choice Architecture: How Digital Design Can Harm Competition and Consumers* (London: CMA, 2023), hlm. 22. CMA menemukan bahwa pre-selected defaults meningkatkan konversi pembelian hingga 20-40%.

Tabel 1. Perbandingan Pengaturan Dark Patterns dalam Layanan Berlangganan Digital

Aspek	Indonesia	Uni Eropa	Amerika Serikat	Inggris
Pengakuan Istilah Dark Patterns	Belum diatur secara eksplisit.	Diakui dalam pedoman EC dan Digital Services Act.	Diakui FTC sebagai unfair or deceptive acts.	Diakui CMA sebagai praktik merugikan konsumen.
Dasar Perlindungan Hukum	UUPK, UU PDP, UU ITE, PP PMSE.	Larangan praktik komersial tidak adil & DSA.	FTC Act dan penegakan terhadap praktik manipulatif.	Consumer Rights Act dan pedoman CMA.
Pembaruan Otomatis	Belum ada kewajiban pemberitahuan khusus.	Wajib transparansi dan pemberitahuan sebelum perpanjangan.	FTC aktif menindak perpanjangan tanpa persetujuan jelas.	Transparansi biaya dan hak menghentikan layanan.
Kemudahan Pembatalan	Belum ada prinsip eksplisit.	Mendorong fairness dan kemudahan penghentian.	FTC menilai hambatan pembatalan sebagai menyesatkan.	CMA menuntut proses pembatalan sederhana.
Pre-selected Paid Options	Belum diatur khusus.	Berpotensi melanggar informed consent.	Dapat dikategorikan deceptive design.	Dianggap merugikan kebebasan memilih.
Sanksi	Gugatan perdata, sengketa konsumen, sanksi administratif.	Denda administratif signifikan dari regulator EU.	Perintah FTC, pengembalian dana, sanksi finansial.	Pengawasan regulator dan tindakan administratif.

Sumber: Diolah dari European Commission (2022), Federal Trade Commission (2022), CMA (2023), dan peraturan perundang-undangan Indonesia.

Rekonstruksi Hukum Perlindungan Konsumen terhadap *Dark Patterns*

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini mengusulkan lima model rekonstruksi hukum.

Pertama, pengakuan eksplisit terhadap dark patterns sebagai bentuk praktik niaga tidak adil dalam perdagangan digital. Pengakuan ini dapat diwujudkan melalui perubahan UUPK atau penerbitan peraturan pemerintah tersendiri yang secara definitif merumuskan dark patterns.

Kedua, penerapan prinsip desain jujur (fair design obligation), yaitu kewajiban bagi pelaku usaha untuk menyusun antarmuka digital yang tidak menyesatkan, tidak memaksa, dan tidak menyembunyikan informasi material.¹⁶

Ketiga, penerapan prinsip "pembatalan semudah pendaftaran". Apabila konsumen dapat mendaftar secara daring, maka konsumen juga harus dapat membatalkan layanan melalui mekanisme daring yang setara.¹⁷

Keempat, kewajiban pemberitahuan sebelum pembaruan otomatis. Setiap konsumen harus memperoleh notifikasi yang jelas sebelum biaya berulang ditarik dari rekening atau instrumen pembayaran yang digunakan.

Kelima, penerapan pembalikan beban pembuktian secara terbatas. Dalam sengketa dark patterns, konsumen cukup menunjukkan indikasi awal mengenai adanya desain yang menyesatkan. Selanjutnya, pelaku usaha wajib membuktikan bahwa informasi telah disampaikan secara jelas dan bahwa persetujuan diberikan secara sah.¹⁸

Implikasi Teoretis dan Praktis Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam merespons transformasi ekonomi digital yang semakin kompleks. Penelitian ini memperluas konsep perlindungan konsumen dari paradigma information-based protection menuju design-based protection.¹⁹ Konsep keadilan desain (design justice) yang ditawarkan dalam penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa desain antarmuka digital bukan sekadar aspek teknis atau estetika, melainkan bagian dari praktik perdagangan yang memiliki konsekuensi hukum.²⁰

¹⁶ European Commission, Behavioural Study on Unfair Commercial Practices in the Digital Environment: Dark Patterns and Manipulative Personalisation (Brussels: European Commission, 2022), hlm. 31. Studi ini menemukan bahwa 97% dari 240 platform yang diteliti menggunakan setidaknya satu jenis dark pattern

¹⁷ Federal Trade Commission, Bringing Dark Patterns to Light (Washington D.C.: FTC, 2022), hlm. 4. FTC secara aktif menindak perusahaan seperti Amazon dan Netflix atas praktik subscription trap dan roach motel design.

¹⁸ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 45 jo. Pasal 23 mengatur mekanisme penyelesaian sengketa konsumen melalui BPSK maupun pengadilan.

¹⁹ Arvind Narayanan et al., "Dark Patterns: Past, Present and Future," Communications of the ACM 63, No. 9 (2020): 42-47. Penelitian ini mengelompokkan dark patterns berdasarkan tingkat manipulasi: dari mild interface interference hingga outright deception.

²⁰ Ryan Calo, "Digital Market Manipulation," George Washington Law Review 82, No. 4 (2014): 995-1051.

Selain itu, penelitian ini memperkaya kajian mengenai hubungan antara hukum perlindungan konsumen, hukum perlindungan data pribadi, dan tata kelola sistem elektronik. Integrasi keempat teori — Information Asymmetry, Behavioral Law and Economics, Choice Architecture, dan Consumer Autonomy — menghasilkan landasan konseptual yang lebih kuat untuk memahami bagaimana desain digital dapat memengaruhi validitas persetujuan konsumen.

Implikasi Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi bagi pembentuk kebijakan dan regulator di Indonesia:

Pertama, bagi Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, penelitian ini menunjukkan perlunya pembaruan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen agar mampu menjawab tantangan ekonomi digital.

Kedua, bagi Kementerian Perdagangan, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar penyusunan pedoman atau regulasi teknis mengenai standar desain antarmuka dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE).²¹

Ketiga, bagi Kementerian Komunikasi dan Digital, penelitian ini menunjukkan pentingnya pengawasan terhadap desain sistem elektronik yang digunakan oleh penyelenggara platform digital.²²

Keempat, bagi Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi kebijakan perlindungan konsumen digital yang lebih komprehensif.²³

Kelima, bagi pelaku usaha digital, penelitian ini memberikan pemahaman bahwa kepatuhan hukum tidak cukup dilakukan melalui penyediaan syarat dan ketentuan penggunaan semata.

Keenam, bagi konsumen, penelitian ini meningkatkan kesadaran mengenai berbagai bentuk manipulasi digital yang dapat memengaruhi keputusan transaksi.

²¹ Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, Pasal 19 mengatur kewajiban informasi dalam iklan elektronik.

²² Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Pasal 25 mengatur standar keandalan dan keamanan sistem elektronik.

²³ Badan Perlindungan Konsumen Nasional, Laporan Tahunan BPKN 2023 (Jakarta: BPKN, 2024). Pengaduan terkait layanan berlangganan digital meningkat 37% pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya.

Kesimpulan

Dark patterns merupakan bentuk baru risiko hukum dalam ekonomi digital yang bekerja melalui manipulasi desain antarmuka. Praktik ini menunjukkan bahwa kerugian konsumen tidak selalu berasal dari informasi yang salah, tetapi juga dapat timbul dari cara informasi disajikan dan dari arsitektur pilihan yang dirancang oleh pelaku usaha.²⁴

Hukum positif Indonesia sebenarnya telah menyediakan dasar perlindungan melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen,²⁵ Undang-Undang Pelindungan Data Pribadi,²⁶ Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik,²⁷ serta berbagai regulasi perdagangan digital.²⁸ Namun demikian, regulasi tersebut belum secara eksplisit mengatur dark patterns sebagai praktik niaga tidak adil.

Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi hukum yang menempatkan keadilan desain sebagai bagian dari perlindungan konsumen modern. Pergeseran dari paradigma informasi tertulis menuju paradigma keadilan desain menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa persetujuan konsumen benar-benar diberikan secara bebas, sadar, dan berdasarkan informasi yang memadai.

²⁴ Colin M. Gray et al., "The Dark Patterns Side of UX Design," *Proceedings of the CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (2018): 1-14.

²⁵ Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3821), Pasal 4 huruf c.

²⁶ Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196), Pasal 20.

²⁷ Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1).

²⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222), Pasal 14 mengatur kewajiban informasi produk dalam PMSE.

Daftar Pustaka

Peraturan Perundang-Undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek).
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196.

Buku

- Akerlof, G. A. (1984). *Market for lemons and other essays*. Cambridge University Press.
- Miru, A., & Yodo, S. (2015). *Hukum perlindungan konsumen*. RajaGrafindo Persada.
- Sidharta. (2006). *Hukum perlindungan konsumen Indonesia*. Grasindo.
- Sunstein, C. R. (2016). *The ethics of influence*. Cambridge University Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Zulham. (2013). *Hukum perlindungan konsumen*. Kencana.

Jurnal Dan Artikel Ilmiah

- Akerlof, G. A. (1970). The market for lemons: Quality uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 84(3), 488–500.
- Brignull, H. (2011). Dark patterns: Deception vs. honesty in UI design. *A List Apart*. <https://alistapart.com/article/dark-patterns-deception-vs-honesty-in-ui-design/>
- Calo, R. (2014). Digital market manipulation. *George Washington Law Review*, 82(4), 995–1051.
- Gray, C. M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J., & Toombs, A. L. (2018). The dark patterns side of UX design. *Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–14. <https://doi.org/10.1145/3173574.3174108>
- Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a light on dark patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43–109. <https://doi.org/10.1093/jla/laaa006>

- Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), 1–32. <https://doi.org/10.1145/3359183>
- Narayanan, A., Mathur, A., Chetty, M., & Kshirsagar, M. (2020). Dark patterns: Past, present, and future. *Communications of the ACM*, 63(9), 42–47. <https://doi.org/10.1145/3409116>

Laporan Dan Dokumen Internasional

- Badan Perlindungan Konsumen Nasional. (2024). Laporan Tahunan BPKN 2023. BPKN.
- Competition and Markets Authority. (2023). Online choice architecture: How digital design can harm competition and consumers. Competition and Markets Authority.
- European Commission. (2022). Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: Dark patterns and manipulative personalisation. European Commission.
- Federal Trade Commission. (2022). Bringing dark patterns to light. Federal Trade Commission.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2022). Dark commercial patterns. OECD Publishing.

Instrumen Hukum Internasional

- Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market for Digital Services and Amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act), OJ L 277, 27 October 2022, pp. 1–102.