

TINDAKAN MANIPULATIF JASA ANIMAL COMMUNICATOR DI ERA MODERN: TINJAUAN KOMPARATIF PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA DAN SINGAPURA

Christy¹, Shenti Agustini^{2*}, Nurlaily³

¹ Faculty of Law, Universitas Internasional Batam, Indonesia.

^{2*} Faculty of Law, Universitas Internasional Batam, Indonesia.

³ Faculty of Law, Universitas Internasional Batam, Indonesia.

Abstract: *Animal communicator services in Indonesia raise legal issues because they are prone to manipulation and difficult to verify. Consumers are often harmed by exaggerated claims, misleading information, and the absence of clear compensation mechanisms. This study aims to identify and compare consumer protection in Indonesia and Singapore, as well as analyze regulatory weaknesses in Indonesia in order to formulate policy recommendations. Using normative juridical methods and a comparative legal approach, this study analyzes the urgency of reconstructing consumer protection using responsive law theory by Philippe Nonet and Philip Selznick. The results show that the principle of freedom of contract can be abused to legitimize fraudulent practices, while consumers' rights to information, safety, choice, and compensation are often violated. Furthermore, overlapping regulations, such as the provisions between the UUPK and PP PMSE, weaken legal certainty. Therefore, legal reconstruction is necessary through more responsive regulations, strengthening dispute resolution institutions, and establishing transparency standards for service providers.*

Keywords: *Consumer Protection; Animal Communicator; Legal Reconstruction.*

How to Site: Christy, Shenti Agustini, Nurlaily (2026). Tindakan Manipulatif Jasa Animal Communicator Di Era Modern: Tinjauan Komparatif Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura. Jurnal hukum *to-ra*, 12 (1), pp 202-230 DOI. 10.55809/tora.v12i1.638

Introduction

Dalam beberapa dekade terakhir, studi empiris tentang komunikasi hewan dari perspektif linguistik telah berkembang pesat.¹ Salah satu contohnya adalah munculnya ide penggunaan jasa *animal communicator*, yakni jasa komunikasi hewan yang identik dengan kemampuan telepati untuk mengirim dan menerima pikiran, gambar, dan perasaan dari jarak jauh.² Para ahli telah mengembangkan berbagai metode untuk

¹ Malem, R. D., & Joesoef, I. E. (2021). Perlindungan Konsumen Terkait dengan Penggunaan Jasa Grooming Hewan di Petshop. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 260-265. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i2.2021.260-265>

² Keski-Korsu, M. (2022). On the edges of consciousness: Messaging between species. *Technoetic Arts*, 20(1–2), 39–50. https://doi.org/10.1386/tear_00080_1

memahami komunikasi dan perilaku hewan peliharaan,³ salah satunya yakni melalui profesi *animal communicator* atau *pet physic*, sebagai individu yang mengklaim bisa berkomunikasi dengan hewan melalui cara non-verbal, biasanya secara telepatis atau intuitif untuk memahami perilaku maupun perasaan hewan peliharaan seperti anjing, kucing, dan burung, tanpa menggunakan metode medis. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *OnePoll*, sebanyak 69% pemilik hewan menempatkan kesehatan fisik dan mental hewan peliharaan sebagai prioritas utama, bahkan melebihi perhatian terhadap kesehatan diri sendiri. Tetapi, 63% pemilik hewan mengaku tidak mengetahui langkah yang tepat untuk meningkatkan kesejahteraan hewan peliharaannya, sehingga beralih untuk mencari bantuan dari pihak yang dianggap mampu mengatasi permasalahan yang dialami hewan tersebut.⁴ *Animal communicator* tidak hanya memberikan layanan komunikasi dengan hewan, tetapi juga menawarkan bantuan untuk menyelidiki masalah perilaku hewan yang berkaitan dengan kesehatan dan tingkah laku hewan. Jasa bisnis konsultasi tersebut bisa diakses berbasis *online* melalui sosial media dan *e-commerce*, seperti *Tokopedia* dan *Shopee*, sebagai bagian dari transaksi *online* yang diatur oleh UUPK serta Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik. Hal ini menyoroti bagaimana praktisi memanfaatkan *word-of-mouth* dan karakteristik komunikator seperti kepercayaan serta keahlian untuk menarik pemilik hewan melalui platform digital ini.⁵ Penelitian menunjukkan bahwa ketika dokter hewan tidak melibatkan pemilik dalam proses pengambilan keputusan dan cenderung bersikap paternalistik, pemilik hewan merasa kurang dihargai dan kehilangan kepercayaan, sehingga beralih ke alternatif lain yang lebih memberi ruang partisipasi dan empati dengan hewan peliharaan mereka.⁶ Tetapi, profesi ini menghadirkan tantangan hukum dan etika terkait verifikasi dan perlindungan konsumen. Adanya kompleksitas layanan yang melibatkan komunikasi non-verbal dan kepercayaan subjektif konsumen.⁷

Fenomena tersebut tidak hanya terjadi dalam ranah privat, tetapi juga ruang publik berbasis digital. Adapun profesi ini menggunakan ilmu komunikasi melalui alam bawah sadar hewan dengan menggunakan metode *mind power*, yang bisa berupa intuisi, visualisasi, dan telepati.⁸ Kemudian, menginterpretasikan emosi dan fisik hewan tersebut ke pemilik hewan. Dikarenakan teknik komunikasi tersebut tidak berbasis ilmu

³ Wilson, L. (2021). From Clever Hans to Bunny the TikTok Dog: An Exploration into Animal-to-Human Communication Recommended Citation From Clever Hans to Bunny the TikTok Dog: An Exploration into Animal-to-Human Communication. Dalam The Macksey Journal (Vol. 2). Available from: <https://mackseyjournal.scholasticahq.com/article/28197-from-clever-hans-to-bunny-the-tiktok-dog-an-exploration-into-animal-to-human-communication/attachment/76463.pdf>. [Accessed 21 September 2024].

⁴ Sanjaya, Y. C. A. (2022). Survei: Orang Lebih Peduli Kesehatan Hewan Peliharaan Dibanding Dirinya. Available from: <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/03/102327820/survei-orang-lebih-peduli-kesehatan-hewan-peliharaan-dibanding-dirinya?page=all>. [Accessed 18 Mei 2025].

⁵ Teresha. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Animal Communicator dalam Membangun Hubungan dengan Pemilik Hewan Peliharaan. Available from: Repositori Universitas Multimedia Nusantara <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/34564/>. [Accessed 1 Desember 2025].

⁶ Janke, N., Coe, J. B., Bernardo, T. M., Dewey, C. E., & Stone, E. A. (2021). Pet owners' and veterinarians' perceptions of information exchange and clinical decision-making in companion animal practice. *PLoS one*, 16(2), e0245632. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245632>

⁷ Freniya, E. (2022). Kajian Prinsip dan Pola Komunikasi Hewan (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

⁸ Soerianegara, S. I., & Rahmawati, D. (2024). Ada Apa Dengan Kucing?: Berbagi Pengalaman Sesama Pemelihara Kucing. Syiah Kuala University Press.

kedokteran hewan atau sains empiris, melainkan pada konsep gelombang pikiran, telah menimbulkan kontroversi hukum. Adanya “penjelasan” yang diberikan kepada pemilik hewan untuk bisa terbantu secara emosional. Namun, praktik ini juga menimbulkan perdebatan karena tidak memiliki dasar ilmiah yang jelas dan berpotensi menyesatkan konsumen.⁹ Di sisi lain, hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen atas jasa tersebut terbentuk melalui suatu perjanjian, baik yang dilakukan secara lisan maupun tulisan, sehingga menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak.¹⁰ Hubungan hukum ini didasarkan pada kesepakatan yang sah antara kedua pihak, di mana pelaku usaha berkewajiban memberikan jasa sesuai perjanjian, dan konsumen berkewajiban membayar serta menerima jasa yang ditawarkan. Perjanjian dapat dibuat secara lisan, seperti pembicaraan langsung atau telepon, maupun bentuk kontrak atau perjanjian tertulis lainnya. Hal ini diatur dalam ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara, bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah memiliki kekuatan hukum yang mengikat dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak,¹¹ sehingga perjanjian yang dibuat secara lisan maupun tertulis memiliki kekuatan hukum yang setara.

Namun, perkembangan inovasi tersebut juga memunculkan *animal communicator* yang tidak terverifikasi dan berpotensi melakukan praktik manipulatif yang merugikan konsumen. Metode ini tidak diakui oleh kedokteran hewan dan sains modern karena ketiadaan bukti empiris yang mendukung klaim komunikasi non-verbal atau jarak jauh dengan hewan. Hingga kini, belum terdapat lembaga resmi atau asosiasi profesi yang mengatur dan memverifikasi kompetensi *animal communicator* secara formal, sehingga kredibilitas jasa sulit dipastikan. Selain itu, data ilmiah kuantitatif mengenai akurasi dan efektivitas layanan tersebut masih sangat terbatas dan belum didukung oleh studi statistik yang valid. Menurut Ketua Umum Pengurus Besar Persatuan Dokter Hewan Indonesia (PDHI), kurang dari 1 persen anggota dokter hewan yang percaya pada praktik *animal communicator*, menunjukkan skeptisisme yang tinggi di kalangan profesional terkait keabsahan jasa ini. Selain itu, PDHI juga menyatakan bahwa praktik tersebut belum memiliki pengakuan legal dan tidak terdapat regulasi khusus yang mengatur pelayanan jasa ini. Undang-Undang Nomor 18 tahun 2009 tentang Peternakan dan Kesehatan Hewan saat ini lebih fokus pada hewan produksi dan tidak mengatur layanan komunikasi hewan secara khusus. Di Indonesia, adanya regulasi terkait perlindungan konsumen yang mengatur jasa-jasa tertentu telah diatur dalam UUPK.¹² Tetapi, secara praktiknya (*das sein*), dengan munculnya jasa baru seperti *animal communicator*, masih terdapat kekosongan hukum dalam hal pengaturan yang spesifik, yang pada akhirnya

⁹ Joan Aurelia. (2021). Menelisk Praktik Komunikasi dengan Hewan: Mitos atau Sains?. Available from: <https://tirto.id/menelisk-praktik-komunikasi-dengan-hewan-mitos-atau-sains-gkCm>. [Accessed 2 Desember 2025].

¹⁰ Gabriele Amelia Christie, & Jeane Neltje Saly. (2022). Perlindungan Pengguna Jasa Penitipan Hewan Peliharaan Terhadap Kelalaian Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. <https://journal.untar.ac.id/index.php/adigama/issue/view/530>

¹¹ Ni Nyoman Putri Ayudiana, & Moh. Saleh. (2023). Aspek hukum pelayanan usaha jasa salon terhadap konsumen (Studi di Diana SPA Mataram). Jurnal Commerce Law, 3(1), 2–6. Fakultas Hukum, Universitas Mataram. <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v5i2>

¹² Erna Priliasari. (2019). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi dalam Transaksi Pinjaman Online. *Majalah Hukum Nasional*, 49(2), 1-27. <https://doi.org/10.33331/mhn.v49i2.44>

mengakibatkan konsumen berada dalam posisi yang rentan.¹³ Pengaturan umum dalam UUPK yang telah berusia lebih dari dua dekade, saat ini dinilai kurang kuat untuk mengakomodasi kompleksitas transaksi digital yang semakin dinamis dan cenderung memberikan perlindungan minimal terhadap konsumen layanan non-konvensional seperti hal ini. Di sisi lain, terdapat minimnya standar yang berlaku untuk jasa-jasa yang tidak memiliki kerangka pengaturan yang jelas.¹⁴

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas terkait tindakan manipulatif jasa hewan dari berbagai perspektif hukum berbeda. Penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Grace (2024) menyoroti kerugian yang dialami pemilik hewan berupa luka fisik, *grooming* tidak bersih, dan kerusakan kesehatan hewan. Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi sesuai Pasal 19 UUPK tentang tanggung jawab pelaku usaha dan dapat dikenakan sanksi pidana apabila melanggar ketentuan perlindungan konsumen.¹⁵ Namun, penelitian ini hanya berfokus pada jasa *grooming* dan toko hewan, belum membahas perlindungan konsumen terhadap jasa manipulatif yang sifatnya tidak langsung seperti *animal communicator*, dan sulit dibuktikan secara medis atau fisik. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Taslim & Rahdiansyah (2023) dengan temuan bahwa pelaku usaha penitipan hewan wajib menjaga hewan dengan baik dan bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Konsumen memiliki hak atas ganti rugi jika terjadi wanprestasi dari penyedia jasa.¹⁶ Tetapi, penelitian ini hanya berfokus pada jasa penitipan hewan secara fisik dan tanggung jawab pelaku usaha, belum membahas perlindungan hukum terhadap jasa non-fisik dan manipulatif seperti *animal communicator*. Adapun, Prakarsa & Widanarti (2014) mengkaji bahwa pelaku usaha wajib bertanggung jawab bila hewan yang diterima konsumen tidak sesuai dengan yang dijanjikan atau mati saat pengiriman. Konsumen dapat menuntut ganti rugi lewat jalur pengadilan atau non-pengadilan.¹⁷ Adapun, penelitian ini berfokus pada transaksi jual beli hewan secara *online*, belum mengkaji perlindungan konsumen terhadap jasa yang sifatnya manipulatif dan subjektif. Selanjutnya, Dwiputra & Joesoef (2021) menemukan banyaknya jumlah kasus perlakuan buruk terhadap hewan peliharaan yang merugikan konsumen dalam jasa *grooming* hewan. Perlindungan hukum masih lemah dan belum optimal dalam mengatur tanggung jawab pelaku usaha.¹⁸ Tetapi, penelitian ini hanya mencakup jasa *grooming* fisik, belum mencakup jasa abstrak dan manipulatif yang berpotensi menimbulkan kerugian psikologis dan

¹³ Syafriana, R. (2017). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik. https://doi.org/10.31219/osf.io/tdvkv_v1

¹⁴ Basri, Herlina. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*. 2. 131. 10.32493/palrev.v2i2.5433.

¹⁵ Grace, A. D. (2024). Perlindungan hukum terhadap pemilik hewan peliharaan akibat kerugian yang dilakukan pelaku usaha jasa toko hewan [Skripsi, Universitas Hasanuddin]. Repositori Universitas Hasanuddin. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/39419/>

¹⁶ Taslim, M., & Rahdiansyah. (2023). Perlindungan konsumen terhadap pengguna jasa penitipan hewan ditinjau dari Undang-undang Nomor 08 Tahun 1999 di Pekanbaru [Skripsi, Universitas Islam Riau]. ETD UIR. https://etd.uir.ac.id/index.php?id=12348&keywords=&p=show_detail

¹⁷ Herni Widanarti, A. P. P. *. S. (2014). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online. *Diponegoro Law Journal*, 3(2), 11. <https://doi.org/10.14710/dlj.2014.5479>

¹⁸ Malem, R. D., & Joesoef, I. E. (2021). Perlindungan konsumen terkait dengan penggunaan jasa *grooming* hewan di petshop. *Nusantara Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 260-265. <https://doi.org/10.31604/nusantara>

finansial bagi konsumen. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Thaemert (2020), berfokus pada analisis kajian hukum secara *common law* dan peraturan perundang-undangan terkait perlindungan konsumen, klaim penipuan, dan pernyataan palsu untuk menuntut misrepresentasi oleh produsen hewan terkait standar perlakuan hewan khususnya di Amerika Serikat.¹⁹ Namun, penelitian tersebut lebih terfokus pada industri peternakan dan pangan dengan masalah labeling dan iklan produk hewan, bukan jasa konsultasi atau komunikasi hewan. Adanya gap dalam kajian terkait aspek manipulasi jasa hewan non-produksi yang bersifat komunikasi atau layanan alternatif yang belum diulas secara mendalam di penelitian ini.

Penelitian ini berbeda dengan studi-studi sebelumnya karena secara khusus menyoroti jasa *animal communicator* yang bersifat abstrak dan sulit diverifikasi, sebuah topik yang belum banyak dibahas dalam literatur hukum di Indonesia. Sehingga, menghadirkan perspektif baru dengan menyoroti celah regulasi dalam praktik profesi non-medis seperti *animal communicator* di Indonesia, terutama karena ketiadaan standar kompetensi dan pengawasan hukum yang memadai. Penelitian ini secara spesifik mengkaji bagaimana *animal communicator* dapat memanfaatkan celah hukum untuk menawarkan jasa berbasis klaim spiritual atau psikologis tanpa dasar ilmiah. Beberapa penelitian terdahulu belum menyentuh ruang lingkup perlindungan hukum terhadap jasa yang bersifat non-fisik, abstrak, dan manipulatif seperti jasa *animal communicator*. Namun, di sisi lain praktik jasa ini semakin marak di era modern dan menimbulkan potensi kerugian psikologis maupun finansial bagi konsumen yang sulit dibuktikan secara konvensional. Hal ini menjadi kebaruan yang signifikan karena belum ada kajian terdahulu yang secara langsung dan khusus menyoroti bentuk jasa ini serta implikasi hukumnya. Sehingga, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kekosongan literatur (*research gap*) yang ada, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan instrumen hukum yang adaptif terhadap jenis jasa di era modern.

Dengan menggunakan pendekatan perbandingan hukum, Singapura lebih responsif dengan menetapkan batasan ketat atas praktik alternatif yang melibatkan hewan melalui regulasi terhadap iklan jasa dan perlindungan konsumen berbasis *Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA)* yang sudah memasukkan ketentuan yang mencakup transaksi konsumen secara luas, termasuk transaksi elektronik dan perdagangan online. Hal ini membuat hukum tersebut fleksibel dalam mengakomodasi perkembangan baru di bidang perdagangan dan konsumen.²⁰ Adapun, Singapura juga memiliki lembaga pendukung seperti *Consumer Association of Singapore (CASE)* dan program *CaseTrust* yang bisa menjadi langkah pertama untuk konsumen memberikan keluhan mengenai masalah yang dinilai tidak sesuai dengan hak-hak perlindungan konsumen untuk mendapatkan kompensasi melalui negosiasi dan mediasi dengan

¹⁹ Jaycie Thaemert, Animal Welfare Consumer Protection Litigation: Challenges and Possibilities for Bringing About More "Humane" Labeling Practices, *Animal L. Rev.* 215 (2023). Available from: <https://lawcommons.lclark.edu/alr/vol29/iss2/6>. [Accessed 27 September 2025].

²⁰ Najati, F. A., & Mashdurohaturun, A. The Comparative Analysis of Consumer Protection Regulations in E-Commerce Transactions in Indonesia, Singapore and Malaysia. *Law Development Journal*, 6(2), 200-213. doi: <http://dx.doi.org/10.30659/ldj.6.2.200-213>

pelaku usaha.²¹ Selain itu, Singapura juga menetapkan lembaga non-pemerintah sebagai standar formal yang mengatur profesi *animal communicator*, yakni SVA (*Singapore Veterinary Association*), selama profesi tersebut beroperasi sebagai konsultasi tanpa memberikan diagnosis medis dan tidak merugikan kesehatan hewan, maka pemerintah tidak melarang sepenuhnya atas penyedia jasa tersebut.²² Dengan mengkaji melalui teori hukum responsif oleh Philippe Nonet dan Philip Selznick, menempatkan negara sebagai pihak yang harus adaptif dan terbuka dalam melayani kebutuhan serta aspirasi masyarakat. Mekanisme tersebut menunjukkan sejauh mana hukum hadir, bukan sekadar formalisme.²³ Maka, hubungan kontraktual antara pelaku jasa dan konsumen tidak hanya dipahami sebagai ikatan konsensual (berdasarkan kesepakatan) sebagaimana Pasal 1313 KUHPerdara, bahwa “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih”.²⁴ Tetapi juga sebagai hubungan yang menuntut perlindungan substantif terhadap pihak yang rentan. Pelaku jasa berkewajiban memberikan layanan sesuai perjanjian, standar profesi, dan prinsip itikad baik, sedangkan konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, layanan yang tidak menyesatkan, serta perlindungan dari praktik manipulatif. Maka hukum tidak hanya secara penegak aturan kaku, tetapi juga substantif dan responsif untuk mencegah kerugian akibat informasi atau layanan yang tidak dapat diverifikasi secara objektif.²⁵

Jasa yang semakin populer digunakan memerlukan regulasi terhadap konsumen supaya terlindungi dari praktik yang tidak adil atau manipulasi.²⁶ Melalui kesepakatan dalam penggunaan jasa bisa melatarbelakangi kemungkinan timbulnya kelalaian apabila suatu pelaku usaha melanggar kewajibannya, sehingga konsumen merasa dirugikan dan memerlukan adanya suatu perlindungan.²⁷ Untuk melindungi hak-hak konsumen, pemerintah harus memprioritaskan pengawasan yang lebih ketat dan standarisasi untuk profesi *animal communicator* ini. Tentunya, dalam aspek ini diperlukan berbagai penuntutan evaluasi hukum yang memadai untuk melindungi hak pemilik hewan yang menggunakan jasa tersebut.²⁸ Penelitian ini relevan dalam mengatasi tantangan hukum

²¹ Rahmi, A., Kirana, A., Abbas, I., & Rustan, M. (2020). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata. (2021). Qawanin Jurnal Ilmu Hukum, 2(1). <https://jurnal.fh.umi.ac.id/index.php/qawaninjih/article/view/344>

²² Singapore Veterinary Association. (2022). SVA Position Statement Regarding Animal Communication. Available from: <https://sva.org.sg/news/ac/>. [Accessed 18 September 2025].

²³ Asa, A. I., Munir, M., & Ningsih, R. S. M. (2021). Nonet And Selznick's Responsive Law Concept In A Historical Philosophy Perspective. *Crepido*, 3(2), 96-109.

²⁴ Umar, D. U. (2020). Penerapan Asas Konsensualisme dalam Perjanjian Jual Beli Menurut Perspektif Hukum Perdata. *Lex Privatum*. Available from: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/28519>. [Accessed 10 Mei 2025].

²⁵ Berlian, & Yudi, P. (2022). The Protection Law to Consumers for The Right to Get Information from Imported Product. *LEGAL BRIEF*, 11(5), 2890–2894. Available from: <https://legal.isha.or.id/index.php/legal/article/view/514>. [Accessed 9 Mei 2025].

²⁶ Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903-913. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>.

²⁷ Nafila, F., & Wardah, W. (2020). Penyelesaian Wanprestasi Pada Jasa Penitipan Hewan di Banda Aceh. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 22(2), 263–278. <https://doi.org/10.24815/kanun.v22i2.17015>

²⁸ Devica Risnanda, A., & Subhandi Bakhtiar, H. (2023). Perlindungan Hukum dalam Klasifikasi Bentuk Kekerasan Terhadap Hewan di Indonesia: Legal Protection To Animals Under Indonesian Law in Classifying Forms of Violence against Animals. (2023). *Res Nullius Law Journal*, 5(2), 123-134. <https://doi.org/10.34010/rnlj.v5i2.9789>

terkait perlindungan konsumen terhadap praktik jasa yang sulit diverifikasi kebenarannya secara objektif di era digital. Permasalahan ini berkaitan erat dengan aspek hukum perlindungan konsumen, khususnya dalam menjamin transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab hukum penyedia jasa di Indonesia. Namun, penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan, antara lain kesulitan memperoleh bukti ilmiah mengenai kebenaran klaim komunikasi antara *animal communicator* dan hewan. Selain itu, pendekatan komparatif yang digunakan belum sepenuhnya merefleksikan kompleksitas perbedaan sistem hukum dan implementasi regulasi di masing-masing negara. Dari sisi cakupan, penelitian ini juga lebih menitikberatkan pada aspek regulasi perlindungan konsumen tanpa pendalaman pada perspektif kedokteran hewan.

Adapun penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan data sekunder yang diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan,²⁹ yang didasarkan pada tinjauan peraturan perundang-undangan, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan CPFTA Singapura. Analisis ini melibatkan dua pendekatan utama, yaitu pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan perbandingan hukum (*comparative approach*) yang melibatkan analisis data dari dokumen hukum dan artikel ilmiah, tanpa mengumpulkan data langsung dari lapangan. Pendekatan ini berguna dalam konteks di mana data primer sulit diakses, baik karena kerahasiaan informasi konsumen atau keterbatasan penelitian secara langsung. Sehingga, dalam hal ini mampu memanfaatkan data sekunder untuk menarik kesimpulan berdasarkan interpretasi kritis dari sumber yang ada.³⁰ Jenis dan sumber data penelitian ini berlandaskan data sekunder yang terdiri atas bahan hukum primer sebagai bahan hukum yang memiliki sifat otoritatif dan memuat ketentuan dan daya hukum yang mengikat bagi subyek hukum,³¹ seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dalam ruang lingkup jual beli dan perjanjian, Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 dan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024, Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, serta *Singapore Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA)*. Adapun, bahan hukum sekunder yang digunakan adalah dokumen hukum yang tidak memiliki daya mengikat bagi subyek hukum, yakni pendapat hukum yang diperoleh dari buku, penelitian jurnal dan artikel, dan laporan hasil penelitian hukum. Teknik pengumpulan data studi kepustakaan dengan mengadakan studi penelaah terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang memiliki hubungan dengan permasalahan, serta mengidentifikasi dan mengumpulkan semua

²⁹ Disemadi, H. S. (2022). Lenses of legal research: A Descriptive Essay on Legal Research Methodologies. *Journal of Judicial Review*, 24(2), 289-304. <https://doi.org/10.37253/jjr.v24i2.7280>

³⁰ Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto, L. (2023). Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif: Pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif di berbagai bidang. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

³¹ Tan, D. (2021). Metode penelitian hukum: Mengupas dan mengulas metodologi dalam menyelenggarakan penelitian hukum. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8), 2463-2478. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/5601>

Christy, Shenti Agustini, Nurlaily (2026)

Tindakan Manipulatif Jasa Animal Communicator Di Era Modern: Tinjauan Komparatif Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura

Jurnal Hukum tora: 12 (1): 202-230

peraturan, undang-undang, dan keputusan hukum terkait yang mengatur perlindungan konsumen dan layanan alternatif seperti *animal communicator*. Sedangkan teknik analisis data penelitian ini adalah secara kualitatif deskriptif dengan kaidah hukum data-data sekunder dan metode komparatif hukum terkait perlindungan konsumen yang menggunakan jasa *animal communicator* dalam menilai bagaimana suatu hukum ada celah ataupun adanya ketimpangan dalam *das sein* dan *das sollen* hukum yang berlaku.

Dari latar belakang tersebut, peneliti merumuskan dua permasalahan utama dalam penelitian ini. Pertama, bagaimana perbandingan hukum perlindungan konsumen di Indonesia dan Singapura mengenai tindakan manipulatif penyedia jasa *animal communicator*. Kedua, bagaimana urgensi rekonstruksi pengaturan perlindungan konsumen di Indonesia untuk memastikan transparansi informasi yang disampaikan oleh penyedia jasa *animal communicator*. Adapun, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan membandingkan ketentuan hukum di kedua negara terkait perlindungan konsumen dari potensi praktik manipulatif dalam jasa *animal communicator*, serta menganalisis kelemahan regulasi Indonesia untuk menilai urgensi rekonstruksi aturan dan merumuskan rekomendasi kebijakan yang dapat mencegah praktik manipulatif dalam layanan tersebut.

Discussion

Perbandingan Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura terhadap Tindakan Manipulatif Penyedia Jasa Animal Communicator

Animal communicator di Indonesia adalah profesi yang berkembang pesat, terutama sejak pandemi COVID-19, dengan menawarkan jasa komunikasi non-verbal antara pemilik dan hewan peliharaan. Meskipun dianggap kontroversial, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah praktik jasa *animal communicator*. Sebelumnya, layanan komunikasi dengan hewan lebih banyak dilakukan secara konvensional, di mana pemilik hewan bisa bertemu langsung dengan komunikator hewan untuk membaca dan memahami perilaku atau pesan dari hewan peliharaan mereka melalui klinik hewan yang terverifikasi dan sesuai standar praktik izin yang berlaku. Namun, dengan kemajuan teknologi, layanan ini kini bisa diakses secara *online* melalui berbagai platform digital. Di Singapura, layanan *animal communicator* banyak dilakukan melalui platform digital seperti website resmi *Animal Communications Singapore*. Platform ini menyediakan sesi komunikasi jarak jauh dengan hewan peliharaan melalui telepon atau pesan digital, dengan tarif berbeda sesuai durasi sesi. Sementara di Indonesia, *animal communicator* bisa diakses melalui media sosial, seperti *Instagram*, dengan akun-akun yang menawarkan jasa komunikasi hewan melalui sesi digital atau aplikasi *WhatsApp*. Layanan *animal communicator* yang selama ini berbasis pertemuan langsung banyak bertransformasi ke layanan *online* yang memanfaatkan media sosial, situs web, dan komunikasi jarak jauh seperti panggilan video, yang memudahkan akses pemilik hewan tanpa batasan lokasi geografis. Tetapi di sisi lain, juga membuka celah bagi praktik penipuan. Adanya kelemahan dalam verifikasi dan standar resmi untuk profesi ini, memudahkan siapapun untuk mengklaim dirinya sebagai komunikator hewan tanpa adanya bukti keahlian yang sah.

Dikaji dari hukum perdata, bahwa perjanjian penggunaan jasa antara *animal communicator* dengan klien yang dalam hal ini disebut konsumen harus memenuhi syarat sah perjanjian menurut Pasal 1320 KUHPperdata. Meskipun tidak ada surat perjanjian tertulis, suatu perjanjian tetap dapat dianggap sah apabila telah memenuhi syarat-syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata, yang mencakup empat syarat: (1) adanya kesepakatan antara para pihak, yang berarti kedua belah pihak sepakat dan memahami isi perjanjian tanpa paksaan; (2) kecakapan untuk membuat perjanjian, di mana kedua pihak harus cakap hukum; (3) suatu hal tertentu, yaitu objek perjanjian harus jelas dan dapat diidentifikasi; dan (4) sebab yang halal, yang berarti tujuan perjanjian tidak bertentangan dengan hukum. Dengan terpenuhinya syarat-syarat tersebut, perjanjian lisan dapat memiliki kekuatan hukum yang sama dengan perjanjian tertulis, meskipun dalam praktiknya, pembuktian di pengadilan bisa menjadi tantangan karena kurangnya dokumen formal. Sebagaimana diatur dalam Pasal 1319 KUHPperdata, kesepakatan antara para pihak dalam penggunaan jasa, yaitu konsumen dan penyedia jasa *animal communicator*, merupakan ciri dari sebuah perjanjian. Dalam hal ini, apabila pelaku usaha *animal communicator* memberikan informasi menyesatkan atau klaim berlebihan yang mengakibatkan kerugian bagi konsumen, maka dapat dikenakan sanksi

atas dasar wanprestasi sesuai dengan Pasal 1243 KUHPerdara, yang mengatur tentang wanprestasi, yaitu kewajiban debitur untuk mengganti biaya, rugi, dan bunga, jika ia tetap lalai memenuhi perikatannya setelah dinyatakan lalai, atau jika ia tidak dapat memenuhi perikatannya karena melampaui waktu yang telah ditentukan.

Di sisi lain, perlindungan konsumen di Indonesia diatur dalam UUPK yang memberikan hak-hak dasar bagi konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, keselamatan, serta hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa. Pasal 4 huruf c UUPK menyebutkan "*hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai konsidi dan jaminan barang dan/atau jasa*". Lebih lanjut, Pasal 7 huruf c menyebutkan "*kewajiban pelaku usaha adalah untuk memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif*". Namun dalam praktiknya, penyedia jasa *animal communicator* yang memberikan janji-janji berlebihan atau informasi tanpa dasar ilmiah berpotensi melakukan praktik manipulatif yang merugikan konsumen dan melanggar ketentuan hukum. Rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi serta kurangnya kesadaran konsumen atas hak-haknya, sehingga pengawasan dan edukasi menjadi elemen penting dalam menegakkan perlindungan konsumen di sektor jasa non-konvensional seperti *animal communicator*. Selain itu, Pasal 18 ayat (1) huruf a dan b UUPK melarang pencantuman klausula baku yang isinya meniadakan tanggung jawab pelaku usaha, mengalihkan tanggung jawab, atau memberi wewenang sepihak kepada pelaku usaha. Dalam praktiknya, terutama di transaksi digital, penyedia jasa *animal communicator* umumnya menggunakan perjanjian baku (*standard form contract*) yang dituangkan dalam syarat dan ketentuan pada platform *e-commerce*.³² Pemilik hewan sebagai konsumen tidak memiliki ruang untuk menegosiasikan isi kontrak, melainkan hanya dapat menerima atau menolak layanan tersebut. Pada jasa *animal communicator*, klausula baku sering muncul dalam bentuk *disclaimer* yang menyatakan bahwa hasil komunikasi hewan tidak bisa dijadikan jaminan, bersifat hiburan, atau "tidak dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah". Klausula ini secara sepihak membatasi tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang mungkin dialami konsumen. Padahal, konsumen tetap dibebani kewajiban membayar jasa, meskipun informasi yang diterima tidak akurat atau bersifat menyesatkan. Kondisi ini memperlihatkan asimetris informasi, di mana pelaku usaha berada pada posisi dominan, sementara konsumen tidak memiliki kekuatan tawar yang memadai.

Adapun, tindakan menyebarkan informasi palsu atau menyesatkan melalui media elektronik, seperti klaim manipulatif oleh *animal communicator*, dapat dijerat berdasarkan Pasal 28 ayat (1) Undang-undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), yang menyebutkan "*Setiap Orang dengan sengaja mendistribusikan dan/atau mentransmisikan Informasi Elektronik dan/ atau Dokumen Elektronik yang berisi pemberitahuan bohong atau informasi menyesatkan yang mengakibatkan*

³² Hutagalung, K., Hasnati, H., & Afrita, I. (2021). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Perjanjian Baku Yang Merugikan Konsumen. *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(2), 207-231.

kerugian materiel bagi konsumen dalam Transaksi Elektronik.” Pasal ini melarang penyebaran informasi palsu atau menyesatkan melalui media elektronik. Klaim menipu atau manipulatif yang disampaikan *animal communicator* melalui platform digital, termasuk penggunaan bahasa ambigu dan pernyataan yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah, berpotensi melanggar ketentuan UU ITE apabila menimbulkan kerugian bagi konsumen dan mengandung unsur penipuan.

Di Singapura, perlindungan konsumen diatur melalui CPFTA yang memberikan perlindungan hukum secara komprehensif terhadap praktik bisnis yang tidak adil, termasuk tindakan menyesatkan atau menipu konsumen. Dalam konteks penyedia jasa *animal communicator*, apabila terdapat klaim yang tidak berdasar atau menyesatkan, maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap CPFTA. Pasal 4 CPFTA menyebutkan, *“It is an unfair practice for a supplier, in relation to a consumer transaction:*

- (a) *to do or say anything, or omit to do or say anything, if as a result a consumer might reasonably be deceived or misled;*
- (b) *to make a false claim.*

Sementara, Pasal 5 memperluas pengertian ini dengan menyatakan bahwa suatu praktik dapat dianggap tidak adil apabila konsumen tidak dalam posisi untuk melindungi kepentingannya sendiri, seperti dalam hal ketidaktahuan terhadap informasi penyedia jasa komunikasi hewan yang ditawarkan. Pasal tersebut menyebutkan *“Circumstances surrounding unfair practice:*

- (1) *An unfair practice may occur before, during or after a consumer transaction.*
- (2) *An unfair practice may consist of a single act or omission.*

Selanjutnya, Pasal 6 memberikan hak kepada konsumen untuk menggugat apabila merasa dirugikan oleh praktik tersebut, bahwa *“Consumer’s right to sue for unfair practice:*

- (1) *A consumer who has entered a consumer transaction involving an unfair practice may commence an action in a court of competent jurisdiction against the supplier;*
- (2) *The right to commence an action under subsection (1) does not apply where :*
 - a) *the amount of the claim exceeds the prescribed limit; or*
 - b) *there is no claim for money, and the remedy or relief sought in the action is in respect of a subject matter the value of which exceeds the prescribed limit.*

Dalam hal ini, Pasal 4 CPFTA menyatakan bahwa praktik tidak adil terjadi apabila penyedia jasa melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang menyebabkan konsumen wajar untuk ditipu atau disesatkan, termasuk membuat klaim palsu dalam transaksi konsumen. Setiap pernyataan, tindakan, atau kelalaian pelaku usaha yang dapat

reasonably mislead atau menimbulkan persepsi keliru pada konsumen dikategorikan sebagai *unfair practice*. Termasuk di dalamnya adalah *false claim* atau klaim palsu. Apabila seorang *animal communicator* menyatakan bahwa hewan “mengalami depresi” atau “ingin menyampaikan pesan tertentu” tanpa dasar yang obyektif, hal itu dapat dipandang sebagai klaim menyesatkan. Sementara itu, Pasal 5 memperluas cakupan dengan menekankan bahwa praktik tidak adil bisa terjadi dalam berbagai tahap transaksi, baik sebelum, selama, maupun sesudah transaksi dilakukan. Dengan perbuatan yang sederhana, meskipun kecil, sudah cukup untuk dikategorikan sebagai *unfair practice*. Hal ini memperkuat perlindungan konsumen, karena tidak mensyaratkan adanya *pattern of conduct* atau praktik berulang. Adanya suatu indikasi tindakan manipulatif sudah bisa menjadi dasar gugatan.

Kerugian konsumen dapat muncul akibat praktik tidak adil dan manipulatif jasa *animal communicator*, seperti penyampaian informasi medis palsu, eksploitasi emosi pemilik hewan melalui narasi palsu, pemaksaan penggunaan layanan atau produk tambahan, serta pemberian janji hasil tanpa dasar ilmiah. Praktik-praktik tersebut merupakan bentuk kegiatan usaha yang secara nyata merugikan konsumen. Dalam hal ini, Pasal 6 CPFTA memberikan landasan yuridis bagi konsumen untuk mengajukan gugatan ke pengadilan sepanjang nilai kerugian berada dalam batas yang ditentukan (*prescribed limit*) sebagaimana diatur dalam *Small Claims Tribunals Act (Cap. 308)*, khususnya *Section 5*,³³ yakni sebesar SGD 20.000, atau dapat ditingkatkan hingga SGD 30.000 apabila terdapat kesepakatan tertulis antara para pihak. Sebagai contoh, apabila konsumen membayar jasa *animal communicator* sebesar SGD 1.000 untuk “mendiagnosis” perilaku hewan peliharaan, tetapi ternyata klaim yang diberikan menyesatkan hingga menyebabkan hewan sakit dan menimbulkan biaya pengobatan tambahan sebesar SGD 5.000, maka gugatan dapat diajukan melalui *Small Claims Tribunal* karena total kerugian masih dalam batas yurisdiksi yang ditentukan. Namun, apabila kerugian yang diderita melampaui batas tersebut, misalnya biaya medis mencapai SGD 40.000 akibat saran keliru yang diberikan, maka gugatan tidak dapat ditempuh melalui Pasal 6 CPFTA, melainkan harus diajukan melalui jalur hukum lain, seperti gugatan perdata berdasarkan *tort law* (khususnya *negligence* dan *misrepresentation*) atau melalui tuntutan wanprestasi (*breach of contract*) sesuai *Contracts Act*, apabila terdapat perjanjian antara konsumen dan pelaku usaha. Dengan demikian, ketentuan Pasal 6 CPFTA jo. *Small Claims Tribunals Act* menyediakan instrumen perlindungan konkret bagi konsumen dalam menuntut ganti rugi, namun jalur hukum alternatif tetap tersedia apabila kerugian yang dialami melebihi kewenangan *tribunal*.

Di Singapura, perlindungan konsumen terhadap kerugian akibat praktik manipulatif seperti oleh penyedia jasa *animal communicator* dapat dikaji melalui beberapa aspek hukum, khususnya dalam kerangka CPFTA serta prinsip-prinsip hukum perdata seperti *tort law*, termasuk *negligence* (kelalaian) dan *misrepresentation* (pernyataan

³³ Neo, D. (2020). Customer claims in financial services contracts in Singapore: enhancing common law rights with statutory protection. *Asia Pacific Law Review*, 28(1), 1-25.

menyesatkan). CPFTA memberikan hak kepada konsumen untuk menuntut pelaku usaha yang melakukan praktik tidak adil, menyesatkan, atau menipu yang berdampak kerugian pada konsumen. Dalam pengajuan klaim, konsumen harus dapat menunjukkan adanya praktik yang menyesatkan (*misleading conduct*) atau praktik (*practices*) yang tidak adil yang berdampak langsung pada kerugian yang dialami. Namun, tidak diperlukan bukti adanya niat buruk (*fraudulent intent*) untuk mengajukan klaim di bawah CPFTA, sehingga cakupannya lebih luas dibandingkan klaim biasa, seperti *tort law*, yang umumnya membutuhkan pembuktian unsur kesalahan (*fault*) seperti kelalaian atau penipuan. Hal ini diperkuat dengan Pasal 4 huruf a CPFTA yang tidak mensyaratkan unsur niat jahat atau pengetahuan bahwa informasi itu palsu, cukup bahwa tindakan atau pengucapan atau kelalaian itu bisa menimbulkan *mislead* terhadap konsumen yang “*reasonable*” (orang biasa). Salah satu kasus tersebut terjadi di mana CCCS menemukan bahwa Salon One Beauty Salon Pte. Ltd. dan beberapa entitas terkait melakukan praktik tidak adil berupa klaim palsu dan menyesatkan mengenai diskon harga serta manfaat kesehatan dari perawatan salon mereka, dari Oktober 2017 hingga Agustus 2022. Salon One kemudian memberikan pernyataan resmi untuk menghentikan praktik tersebut dan memperbaiki prosedur bisnis agar sesuai dengan CPFTA.³⁴ Kasus ini mempertegas bahwa di bawah CPFTA, konsumen tidak perlu membuktikan adanya niat buruk pelaku usaha, cukup menunjukkan praktik menyesatkan yang berdampak pada kerugian mereka. Hal ini membuat ruang litigasi lebih terbuka dibandingkan hukum *tort (misrepresentation atau negligence)* yang umumnya mensyaratkan adanya unsur kesalahan mental seperti niat, pengetahuan atau kelalaian yang jelas. Prinsip *tort law* seperti *negligent misrepresentation* di Singapura mengharuskan penggugat membuktikan adanya kewajiban hukum (*duty of care*) dari penyedia jasa terhadap konsumen, adanya pelanggaran kewajiban tersebut (*breach of duty*), ada hubungan sebab-akibat antara kelalaian dengan kerugian yang timbul (*causation*), dan kerugian nyata yang dialami korban (*damage*). Jika terbukti, konsumen berhak atas ganti rugi.

Singapura menerapkan prinsip umum kontrak bahwa perjanjian harus berdasarkan kesepakatan yang sah, tidak ada unsur penipuan atau misrepresentasi. Untuk mengkaji bahwa konsumen telah dirugikan, pengadilan atau *tribunal* di Singapura akan memeriksa bukti adanya perbuatan tidak adil atau menyesatkan, hubungan sebab akibat antara perbuatan tersebut dengan kerugian yang dialami, serta nilai kerugian yang relevan sesuai batas yurisdiksi *Small Claims Tribunal* jika menggunakan jalur litigasi ini. Konsumen juga harus membuktikan bahwa kerugian tersebut bukan akibat faktor lain di luar tanggung jawab penyedia jasa. Maka, standar pembuktian di Singapura untuk membuktikan kerugian akibat praktik manipulatif *animal communicator* dapat menggunakan dasar CPFTA tanpa harus membuktikan kesengajaan, atau melalui *tort law* dan hukum kontrak yang mensyaratkan bukti kelalaian atau penipuan serta adanya kontrak yang sah. Hal ini memberikan pilihan jalur hukum yang lebih fleksibel untuk

³⁴ Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS). (2023). Salon One Beauty Salon Undertakes to Cease False and Misleading Claims and Pressure Sales Tactics. Available from: <https://www.cccs.gov.sg/case-register/public-register/consumer-protection-fair-trading-/salon-one-beauty-salon-undertakes-to-cease-false-and-misleading-claims-and-pressure-sales-tactics-853>. [Accessed 27 September 2025].

perlindungan konsumen di Singapura dibandingkan Indonesia. CPFTA memberikan perlindungan dengan mekanisme yang relatif sederhana karena konsumen hanya perlu membuktikan adanya praktik yang menyesatkan (*misleading conduct*) atau praktik tidak adil, tanpa perlu membuktikan adanya niat jahat (*fraudulent intent*). Dengan demikian, beban pembuktian di bawah CPFTA lebih ringan dibandingkan gugatan berdasarkan *tort law*, yang menuntut pembuktian adanya kewajiban hukum (*duty of care*), pelanggaran kewajiban tersebut (*breach of duty*), serta kerugian yang timbul langsung akibat pelanggaran.

Dari segi perbandingan hukum, Indonesia memiliki sejumlah kelebihan normatif dalam perlindungan konsumen yang lebih rinci dan komprehensif dalam menjamin hak-hak konsumen dibandingkan Singapura. UUPK secara memberikan landasan hukum yang lebih eksplisit dan komprehensif karena secara rinci mengatur hak-hak konsumen (Pasal 4), kewajiban pelaku usaha (Pasal 7), larangan pencantuman klausula baku (Pasal 18), serta kewajiban ganti rugi (Pasal 19) apabila konsumen mengalami kerugian. Selain sanksi perdata, UUPK mengatur penerapan sanksi pidana dan administratif terhadap pelaku usaha yang melakukan praktik menyesatkan. Pasal 62 UUPK mengatur bahwa pelaku usaha yang melanggar ketentuan Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal 13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) dan ayat (2), serta Pasal 18 dapat dikenakan pidana penjara paling lama lima tahun atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00. Ketentuan ini relevan apabila pelaku usaha secara aktif menyebarkan informasi palsu, klaim berlebihan, atau praktik manipulatif yang menyesatkan konsumen dan menimbulkan kerugian. Namun, dalam praktiknya, penerapan sanksi pidana tersebut masih jarang dilakukan karena tingginya beban pembuktian dan kecenderungan penyelesaian sengketa melalui mekanisme perdata dan administratif. Adapun sanksi pidana dalam Pasal 62, dapat dijadikan hukuman tambahan, berupa ganti rugi, perintah terhadap penghentian kegiatan, hingga pencabutan izin usaha.

Ketentuan ini lebih terperinci dibandingkan dengan CPFTA Singapura yang hanya menekankan prinsip umum mengenai praktik adil atau tidak adil. Adanya pengaturan bahwa klausula baku yang melanggar ketentuan Pasal 18 bisa batal demi hukum. Artinya, sejak klausula itu dicantumkan, secara otomatis tidak memiliki kekuatan mengikat dan dianggap tidak pernah ada, tanpa perlu putusan pengadilan terlebih dahulu. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 18 ayat (3) UUPK yang menyatakan: "Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum." Misalnya, dalam jasa *animal communicator*, jika penyedia layanan menambahkan klausula "hasil komunikasi hanya hiburan dan konsumen tidak dapat menuntut ganti rugi", maka klausula tersebut batal demi hukum menurut UUPK, meskipun konsumen telah menandatangani atau menyetujui syarat dan ketentuan secara digital. Ketentuan terakhir ini menjadi salah satu kelebihan penting, karena klausula baku yang merugikan konsumen secara otomatis batal demi hukum, sehingga memberikan kepastian hukum yang lebih kuat bagi konsumen dari segi normatif. Hal ini berbeda dengan Singapura, di mana CPFTA melarang praktik tidak adil atau

menyesatkan, tetapi tidak mengatur klausula baku secara tegas. Artinya, penilaian terhadap klausula baku lebih bergantung pada tafsir pengadilan atau *tribunal* apakah suatu praktik termasuk "*unfair practice*" atau tidak. Dengan demikian, secara normatif UUPK memberikan perlindungan yang lebih detail dan tegas, terutama terkait klausula baku, dibandingkan dengan sistem di Singapura yang lebih umum dan fleksibel tetapi kurang spesifik.

Selain regulasi, perlindungan konsumen di Singapura dan Indonesia terletak pada penegakan hukum dan peran lembaga terkait. Di Singapura, CPFTA diberlakukan oleh *Consumer Protection Singapore (CCCS)*, yang memiliki wewenang luas untuk mengatur dan menindak pelaku usaha yang melanggar, termasuk praktik tidak adil seperti penipuan, misrepresentasi, dan praktik manipulatif dalam transaksi konsumen. Dalam hal ini, CCCS diberi wewenang untuk mengumpulkan bukti, dan mampu mengajukan permohonan injuksi (*court injunction*) terhadap penyedia jasa *animal communicator* yang secara terus-menerus melakukan praktik tidak adil (*persistent errant service providers*), serta menegakkan kepatuhan terhadap putusan pengadilan tersebut. Apabila penyedia jasa *animal communicator* melanggar perintah injuksi, CCCS dapat membawanya ke pengadilan atas dasar *contempt of court*, yang dapat berujung pada sanksi berupa denda dan/atau pidana penjara. Hal ini diatur dalam *sections 35-36 CPFTA* dengan denda hingga SGD 10.000, penjara hingga 12 bulan, atau keduanya untuk pelanggaran seperti pemalsuan dokumen atau penolakan informasi. Namun, pidana jarang diterapkan untuk CPFTA murni, maka CCCS dapat meminta *injunction (Sections 8-11 CPFTA)* berupa restitusi atau *cessation order*, yakni penghentian praktik tanpa pidana secara permanen atau sementara.

Sementara itu, organisasi *Consumers Association of Singapore (CASE)* aktif dalam edukasi dan advokasi konsumen, memperkuat perlindungan hukum dan kepastian hukum bagi konsumen di negara tersebut. Namun, perlindungan hanya efektif bila klaim sesuai dengan ruang lingkup CPFTA dan *Small Claims Tribunal*. Meskipun regulasi khusus untuk profesi *animal communicator* belum eksplisit, tetapi CCCS tunduk pada ketentuan umum (*general clause*) CPFTA tentang transparansi dan larangan praktik penipuan/manipulasi. Apabila seorang *animal communicator* melakukan perbuatan menyesatkan atau manipulatif yang merugikan konsumen, CPFTA dapat digunakan untuk menuntut ganti rugi selama klaim berada dalam batas yurisdiksi *Small Claims Tribunal*. Tidak adanya regulasi khusus untuk *animal communicator* berarti perlindungan konsumen lebih bertumpu pada aturan umum transparansi, kejujuran, dan anti-penipuan dalam CPFTA daripada pengawasan institusi khusus untuk profesi tersebut. Maka, CPFTA bersifat fleksibel untuk mengakomodasi berbagai praktik bisnis baru selama mematuhi prinsip umum perlindungan konsumen. Meskipun CCCS adalah otoritas tertinggi dalam pelaksanaan CPFTA, CASE tetap menjadi titik kontak pertama bagi konsumen lokal untuk menangani keluhan, penyelesaian sengketa, atau perjanjian kepatuhan sukarela (*Voluntary Compliance Agreement/VCA*). Dalam perjanjian tersebut, pelaku jasa berkomitmen untuk menghentikan promosi menyesatkan,

memberikan informasi yang benar, serta menjamin transparansi dalam jasanya. Apabila melanggar VCA, maka CCCS berwenang mengambil langkah hukum lebih lanjut.

Dalam praktiknya di Indonesia, beban pembuktian lebih berat di pihak konsumen. Hal ini berdasarkan Pasal 19 *juncto* Pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen,³⁵ bahwa beban pembuktian merupakan tanggung jawab penggugat (konsumen) untuk membuktikan adanya unsur kesalahan, berupa *misrepresentation* atau kelalaian (*negligence*), serta adanya kerugian nyata akibat perbuatan pelaku usaha di samping perjanjian baku tersebut. Selain itu, penyelesaian sengketa dapat ditempuh melalui Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) atau pengadilan. BPSK dapat menjadi forum bagi konsumen yang dirugikan oleh jasa *animal communicator* akibat klaim menyesatkan. Berdasarkan Pasal 52 UUPK, BPSK mempunyai kewenangan *quasi judicial* untuk memutus dan memerintahkan ganti rugi. Putusan bisa berupa pengembalian biaya, pemberian ganti rugi, maupun larangan bagi pelaku usaha untuk mengulangi perbuatan praktiknya. Dalam konteks *animal communicator*, konsumen dapat mengajukan pengaduan apabila pelaku usaha memberikan informasi tidak benar atau menjanjikan hasil komunikasi tertentu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, karena hal ini melanggar Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf c UUPK tentang hak atas informasi yang benar serta kewajiban pelaku usaha untuk bersikap jujur melalui bukti, seperti bukti transaksi yang meliputi struk pembayaran, bukti transfer, invoice, atau percakapan dari aplikasi *WhatsApp* atau toko *e-commerce*, dan bukti klaim dari iklan atau penawaran dari *animal communicator*. Serta, biaya kerugian materi tambahan dari perawatan hewan akibat klaim menyesatkan.

BPSK mampu memberikan proses penyelesaian sengketa yang relatif cepat, murah, dan sederhana dibandingkan jalur peradilan umum. Namun, dari kelebihan tersebut, BPSK masih menghadapi sejumlah kendala, baik dari sisi kewenangan, sumber daya, maupun pelaksanaan putusannya, sehingga posisi konsumen kurang terlindungi secara optimal. Hal ini terletak pada keterbatasan kewenangan yang hanya mencakup penyelesaian sengketa dengan nilai tertentu, di mana BPSK hanya berwenang menangani sengketa konsumen dengan nilai tertentu yang umumnya berskala kecil dan sederhana, sehingga jika kerugian melebihi batas tersebut, konsumen harus menempuh jalur pengadilan. Adapun kurangnya daya eksekusi terhadap putusan, serta ketergantungan pada itikad baik pelaku usaha untuk melaksanakan putusannya. Jika ada indikasi penipuan atau tindak pidana, kasus harus dialihkan ke aparat penegak hukum. Di sisi lain, putusan BPSK bukan merupakan *final resort* karena masih dapat diajukan keberatan ke pengadilan negeri, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 56 ayat (2) UUPK yang menyatakan bahwa para pihak yang tidak puas atas putusan BPSK dapat mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri paling lambat 14 hari kerja setelah menerima pemberitahuan putusan tersebut. Sehingga, hal ini dapat mengurangi kepastian hukum dan memperpanjang proses penyelesaian sengketa.

³⁵ Alfitriani, A., Octavianty, O., Mutmainna, M., & Pransisto, J. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Litigasi Amsir*, 24-32.

Berdasarkan uraian analitis pada bagian sebelumnya, diperlukan pemetaan komparatif agar perbedaan karakteristik regulasi di kedua negara dapat terlihat secara lebih jelas. Oleh karena itu, tabel berikut merangkum aspek-aspek kunci yang menjadi titik perbandingan antara Indonesia dan Singapura.

Tabel 1. Perbandingan antara Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Indonesia dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Singapura (CPFTA)

Aspek Perbandingan	Indonesia	Singapura
Dasar Hukum Utama	- UUPK No. 8/1999 - KUHPerdara (1313, 1320, 1338, 1243) - UU ITE No. 1/2024 - PP PMSE No. 80/2019	- CPFTA - Small Claims Tribunals Act - Contracts Act - Tort Law
Cakupan Perlindungan Konsumen	Cakupan umum, tidak spesifik untuk jasa abstrak seperti <i>animal communicator</i>	Cakupan luas, eksplisit melarang <i>misleading & unfair practices</i> , serta mencakup <i>e-commerce</i> dan <i>digital services</i>
Pengaturan Klaim Menyesatkan	Diatur umum (UUPK & UU ITE)	CPFTA Pasal 4–6 tegas melarang <i>misleading claims</i>
Regulasi Khusus Profesi	Tidak ada standar kompetensi/sertifikasi	Ada standar non-pemerintah (SVA)
Lembaga Penyelesaian Sengketa	Lembaga BPSK (kewenangan terbatas), bisa diajukan banding ke Pengadilan Negeri dan tidak memiliki kekuatan eksekutorial langsung	Lembaga CCCS, mengeluarkan <i>court injunction</i> dan <i>contempt of court</i> (denda/penjara)
Klausula Baku	Pasal 18 UUPK mengatur tentang klausula baku yang merugikan akan batal demi hukum	Tidak diatur spesifik, dinilai melalui prinsip <i>unfair practice</i>
Beban Pembuktian Konsumen	Lebih berat pada konsumen: - Harus membuktikan kesalahan pelaku usaha - Adanya kerugian nyata - Hubungan kausal	Lebih ringan, cukup tunjukkan <i>misleading conduct</i> (praktik yang menyesatkan)

Hak Konsumen	Diatur rinci dalam UUPK, tetapi tidak spesifik diterapkan pada jasa abstrak	Hak konsumen kuat melalui CPFTA sebagai landasan hukum & Small Claims Tribunal sebagai mekanisme penyelesaian sengketa konsumen bernilai kecil
Sanksi Perdata	<ul style="list-style-type: none"> - Pasal 19 UUPK: pelaku usaha wajib memberi ganti rugi berupa pengembalian uang, penggantian jasa, atau kompensasi lain - Pasal 1243 KUHPerdata: ganti rugi akibat wanprestasi (biaya, rugi, bunga) 	<ul style="list-style-type: none"> - Pasal 6 CPFTA: konsumen berhak menggugat ganti rugi - Gugatan melalui Small Claims Tribunal hingga SGD 20.000 (atau SGD 30.000 dengan kesepakatan tertulis), sebagaimana disebutkan dalam Small Claims Tribunals Act (Cap. 308), khususnya Section 5
Sanksi Pidana	<ul style="list-style-type: none"> - Pasal 62 UUPK: pidana penjara paling lama 5 tahun atau denda paling banyak Rp2 miliar - Pasal 28 ayat (1) UU ITE: penyebaran informasi menyesatkan yang merugikan konsumen (pidana penjara dan/atau denda) 	CPFTA tidak berorientasi pidana. Namun pelanggaran <i>injunction</i> CCCS dapat berujung <i>contempt of court</i> (denda dan/atau penjara), yakni denda SGD 10.000, penjara 12 bulan sesuai dengan <i>Sections 35-36</i> CPFTA
Sanksi Administratif	<ul style="list-style-type: none"> - Putusan BPSK: pengembalian uang, ganti rugi, perintah penghentian praktik - Pencabutan izin usaha sesuai dengan Pasal 63 UUPK 	CCCS dapat mengeluarkan <i>injunction</i> (<i>Sections 8-11</i> CPFTA), seperti restitusi atau <i>cessation order</i> (penghentian praktik) tanpa pidana.
Tantangan Utama	Kekosongan hukum untuk jasa <i>non-verifiable</i> ; lemahnya penegakan dan eksekusi putusan BPSK; pembuktian kerugian	CPFTA bersifat umum sehingga risiko tetap ada pada jasa <i>non-verifiable</i> ; sanksi hanya administratif/perdata,

	sulit; tumpang tindih regulasi digital; pengawasan minim sehingga praktik manipulatif mudah terjadi	sehingga penegakan bergantung pada efektivitas <i>injunction</i> melalui CCCS
--	---	---

Urgensi Rekonstruksi Pengaturan Perlindungan Konsumen di Indonesia Terhadap Penyedia Jasa Animal Communicator

Urgensi rekonstruksi perlindungan konsumen terhadap penyedia jasa *animal communicator* semakin mendesak seiring popularitas layanan ini di Indonesia, khususnya melalui platform digital. Fenomena ini menimbulkan persoalan hukum karena jasa yang ditawarkan tidak memiliki dasar ilmiah, sulit diverifikasi, dan tidak diatur secara khusus oleh peraturan perundang-undangan. Kondisi tersebut menempatkan konsumen pada posisi yang rentan terhadap praktik manipulatif pelaku usaha, terutama karena hingga saat ini belum terdapat regulasi khusus yang mengatur kompetensi dan standar profesi *animal communicator*. Berbeda dengan profesi dokter hewan yang tunduk pada peraturan perundang-undangan dan kode etik profesi,³⁶ *animal communicator* bebas menawarkan jasanya tanpa mekanisme verifikasi. Kekosongan hukum ini memudahkan munculnya pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab dengan memberikan klaim berlebihan atau menyesatkan. UUPK telah memberikan kerangka umum perlindungan konsumen, seperti hak atas informasi, keamanan, dan kompensasi. Tetapi, ketentuan tersebut bersifat sangat umum dan belum menyentuh persoalan spesifik terkait jasa non-konvensional yang sifatnya abstrak seperti *animal communicator*. Akibatnya, konsumen sulit menuntut haknya ketika dirugikan karena jasa ini sering berdalih sebagai bagian dari spiritualitas atau kepercayaan pribadi.

Di tengah pesatnya transformasi digital, UUPK dan KUHPer merupakan regulasi yang diterapkan jauh sebelum perkembangan teknologi. Oleh karena praktik bisnis digital yang semakin berkembang, kedua regulasi tersebut menunjukkan keterbatasan dalam menjawab berbagai persoalan baru yang belum diatur secara eksplisit.³⁷ Hingga saat ini, pemerintah belum berupaya merevisi UUPK. Nyatanya, kapasitas UU ini dalam menjamin hak-hak konsumen masih terbatas. Revisi yang perlu dilakukan mencakup keberadaan pihak ketiga yang berperan sebagai penghubung antara penjual dan konsumen, seperti *e-commerce*, dalam penyelesaian sengketa. Selain belum diakuinya

³⁶ Syahputri, A. A. (2023). Tinjauan Hukum Penerbitan Surat Izin Praktik Dokter Hewan Melalui OSS Khususnya Tenaga Kesehatan Hewan Yang Memberikan Pelayanan Kesehatan Bagi Hewan Berdasarkan Peraturan Perundang-Undang Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2147-2160.

³⁷ Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46-58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>

eksistensi *e-commerce* dalam UUPK, aturan-aturan yang ada saat ini belum selaras dalam hal mekanisme ganti rugi dan pelaporan. Di dalam undang-undang menyebutkan ganti rugi melalui BPSK dengan cara mediasi dan konsiliasi sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 52 UUPK. Sementara itu, PMSE menyebutkan harus melalui Kementerian Perdagangan, sebagaimana yang disebutkan dalam Pasal 18. Dualisme pengaturan ini menimbulkan kebingungan bagi konsumen mengenai forum mana yang tepat untuk menuntut haknya, terutama ketika jasa seperti *animal communicator* dipasarkan melalui media sosial atau platform *e-commerce*. Adanya tumpang tindih pengaturan yang secara tidak langsung menimbulkan kebingungan terhadap konsumen.³⁸

Dalam pembuktian sengketa jasa *animal communicator*, konsumen diwajibkan membuktikan adanya kerugian nyata, padahal kerugian yang dialami umumnya bersifat psikologis atau emosional sehingga sulit dibuktikan secara konkret, berbeda dengan sengketa barang atau jasa konvensional yang kerugiannya mudah diukur. Dalam praktiknya, konsumen selalu tidak mendapatkan perlindungan dan kompensasi yang efektif karena putusan BPSK bisa digugat balik ke pengadilan, sehingga memperpanjang proses penyelesaian sengketa. Hal ini dapat dikaji dari kasus *Putusan No. 307/Pdt.Sus-BPSK/2022/PN Mdn.* yang berhubungan dengan sengketa garansi penggantian LCD handphone antara konsumen sebagai penggugat bernama Suharto dan pelaku usaha, yakni Toko GMT Sparepart Handphone. Konsumen dalam hal ini mengadukan bahwa produk/jasa perbaikan yang diterima tidak sesuai dan pelaku usaha tidak memenuhi kewajiban garansi sebagaimana dijanjikan. Akhirnya, BPSK Kota Medan mengabulkan konsumen dan memerintahkan pelaku usaha untuk bertanggung jawab dalam memberikan ganti rugi. Tetapi, pelaku usaha kemudian mengajukan keberatan ke Pengadilan Negeri Medan dengan maksud membatalkan putusan BPSK sesuai dengan Pasal 56 ayat 2 UUPK. Dengan demikian, konsumen yang dikabulkan di BPSK belum tentu memperoleh keadilan secara cepat dan efektif. Apabila putusan BPSK dibatalkan oleh pengadilan, putusan tersebut menjadi tidak dapat dilaksanakan dan tidak mengikat, sehingga pemenuhan hak dan kompensasi konsumen harus ditempuh kembali melalui proses peradilan yang panjang, mahal, dan kompleks.

Adanya kebutuhan untuk merevisi UUPK agar bisa mengakomodasi transaksi digital dan melindungi konsumen dari penipuan di era digital. Walaupun UU ITE di Indonesia telah mengatur larangan penyebaran informasi palsu dan menyesatkan yang merugikan konsumen, penerapan pasal-pasal tersebut dalam konteks jasa *animal communicator* yang bersifat abstrak masih sangat sulit. Kekosongan hukum dan ketidakjelasan regulasi terhadap jasa *animal communicator* di platform *e-commerce* ini berdampak negatif

³⁸ Gumilar, E. R., Sitanggang, M. J., Ketaren, S. R. A., & Everoes, M. E. Rekonstruksi Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen pada Pihak Ketiga sebagai Upaya Transformasi Ekonomi Digital. *Forschungsforum Law Journal*, 2, 15-28.

pada konsumen, yang berpotensi mengalami kerugian akibat memperoleh layanan yang tidak sesuai ekspektasi atau bahkan penipuan. Adapun dalam perbandingan, Singapura memiliki *Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA)* yang secara tegas mengatur praktik usaha yang tidak adil, termasuk klaim menyesatkan dan manipulatif, serta dilengkapi dengan lembaga pengawas yang aktif. Melalui CPFTA, regulasi ini mencakup perlindungan terhadap praktik bisnis tidak adil, termasuk penipuan dalam transaksi *online*, serta menyediakan mekanisme penyelesaian sengketa melalui platform digital seperti *Singapore Mediation Centre* dan *Small Claims Tribunals*. Selain itu, Singapura juga memiliki regulasi terkait perlindungan data pribadi melalui *Personal Data Protection Act (PDPA)*,³⁹ yang memberikan jaminan tambahan bagi konsumen dalam transaksi berbasis teknologi. Indonesia, di sisi lain, masih mengandalkan UUPK tahun 1999 yang dirasa kurang relevan dengan tantangan modern, seperti penipuan *online*, manipulasi dalam jasa berbasis subjektivitas, dan pelanggaran privasi data. Revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi sangat mendesak untuk mengintegrasikan aspek digitalisasi dalam perlindungan konsumen, termasuk mekanisme pelaporan dan penyelesaian sengketa secara *online*. Seiring perkembangan teknologi, *Online Dispute Resolution (ODR)* menjadi inovasi baru dalam penyelesaian sengketa, menggabungkan *ADR (Alternative Dispute Resolution)* dan *ICT (Information and Communication Technology)* untuk proses yang lebih cepat, murah, dan efisien. Selain itu, regulasi baru perlu mencakup pengawasan terhadap jasa-jasa unik seperti *animal communicator*, supaya konsumen memiliki akses terhadap informasi transparan mengenai kompetensi penyedia layanan tersebut.⁴⁰

Berdasarkan teori Hukum Responsif yang dikemukakan oleh Philippe Nonet dan Philip Selznick, hukum idealnya harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan masyarakat dan merespons perkembangan sosial secara adaptif. Namun, penerapan teori hukum responsif terhadap regulasi perlindungan konsumen di Indonesia menunjukkan bahwa kerangka hukum nasional masih berada pada tahap hukum otonom yang konservatif terhadap perkembangan sosial-teknologi. UUPK belum mampu mengakomodasi keberadaan jasa *animal communicator* yang bersifat non-verifiable, intuitif, dan spiritual menegaskan adanya kekosongan hukum yang bertentangan dengan prinsip hukum responsif yang seharusnya mengikuti perkembangan kebutuhan masyarakat serta mampu menjangkau fenomena layanan baru. Adapun kelemahan penegakan hukum yang terlihat dari terbatasnya kewenangan BPSK serta tidak adanya daya eksekusi yang efektif menunjukkan bahwa sistem

³⁹ Sidik, B. P., & Wiraguna, S. A. (2025). Tinjauan Hukum terhadap Aplikasi Digital sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Perlindungan Hak Privasi Data Pribadi. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial dan Humaniora*, 2(2), 219-232.

⁴⁰ Sopang, F. I., & Maysarah, A. (2024). Penyelesaian Sengketa Transaksi Bisnis di Era Digital secara Online (Online Dispute Resolution). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 155-163.

perlindungan konsumen belum berorientasi pada penyelesaian masalah secara substantif sebagaimana dituntut oleh teori hukum responsif. Beban pembuktian yang dibebankan sepenuhnya pada konsumen, terutama dalam kasus jasa abstrak, juga bertentangan dengan prinsip akses terhadap keadilan (*access to justice*) dan perlindungan pihak yang lemah, yang seharusnya menjadi prioritas dalam sistem hukum yang responsif. Adanya tumpang tindih regulasi digital antara UUPK, UU ITE, dan PP PMSE, yang mengindikasikan bahwa sistem perundang-undangan belum mampu menyediakan integrasi normatif yang adaptif dalam menghadapi perubahan di era digital. Minimnya pengawasan terhadap pelaku usaha digital dan tidak adanya mekanisme kontrol terhadap klaim manipulatif semakin menegaskan bahwa hukum Indonesia belum berfungsi sebagai sarana emansipasi sosial, melainkan hanya sebagai instrumen normatif yang statis. Dalam kerangka teori hukum responsif, negara dituntut menghadirkan hukum yang adaptif terhadap dinamika sosial dan kebutuhan masyarakat. Fenomena meningkatnya jasa *animal communicator* sebagai layanan alternatif yang tidak memiliki verifikasi ilmiah menjadikan konsumen berada dalam posisi yang rentan terhadap tindakan manipulatif. Ketiadaan standar profesi, lemahnya pengawasan, serta minimnya aturan spesifik dalam UUPK menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia belum bergerak menuju karakter hukum responsif, yang menurut Nonet dan Selznick harus berorientasi pada tujuan sosial, keadilan substantif, dan perlindungan terhadap pihak yang paling lemah dalam transaksi.

Sebaliknya, Singapura menunjukkan karakteristik hukum responsif melalui CPFTA dan mekanisme *CASE/CaseTrust* yang memberikan ruang partisipasi konsumen, menetapkan batasan praktik jasa alternatif, serta memastikan adanya mekanisme penegakan yang efektif. Oleh karena itu, teori hukum responsif memberikan landasan normatif bagi penelitian ini untuk menilai bagaimana sistem hukum Indonesia seharusnya merespons celah regulasi dalam jasa *animal communicator* dan menyusun model perlindungan konsumen yang lebih adaptif dan berorientasi pada kebutuhan sosial di era digital.

Meskipun pengaturannya masih minim, UUPK tahun 1999 dapat menjadi titik awal dalam menjamin hak konsumen untuk mendapat informasi yang benar dan hak atas keamanan bertransaksi, termasuk jasa. Oleh karena itu, diperlukan rekonstruksi hukum melalui pembaruan regulasi yang secara tegas mengatur jasa non-konvensional, termasuk penetapan kewajiban transparansi informasi, batasan klaim layanan, serta standar tanggung jawab pelaku usaha. Rekonstruksi hukum perlindungan konsumen di Indonesia dilakukan agar lebih adaptif terhadap perkembangan jasa non-konvensional seperti *animal communicator*. Pemerintah bersama DPR perlu melakukan pembaruan terhadap UUPK Tahun 1999 dengan menambahkan ketentuan khusus yang mengatur

jasa berbasis kepercayaan dan layanan non-verifiable. Rekonstruksi juga menuntut adanya harmonisasi regulasi antara UUPK, UU ITE, dan PP tentang PMSE, sehingga tidak tumpang tindih. Upaya ini harus didukung oleh penguatan kelembagaan penyelesaian sengketa, baik melalui perluasan kewenangan BPSK maupun peningkatan koordinasi dengan Kementerian Perdagangan sebagai fasilitator sengketa digital. Adapun perlu ditetapkan standar minimal layanan dan kode etik bagi penyedia jasa *animal communicator* untuk mencegah praktik manipulatif sejak awal. Maka, untuk mengatasi permasalahan ini, perlu ada diskusi lebih lanjut antara pemerintah, lembaga perlindungan konsumen, dan komunitas praktisi komunikasi hewan. Tujuannya adalah untuk menetapkan standar minimal, transparansi layanan, dan mekanisme penyelesaian sengketa, guna memberikan perlindungan yang lebih kuat bagi konsumen. Rekonstruksi hukum juga harus diarahkan pada penguatan lembaga penyelesaian sengketa konsumen, harmonisasi aturan antara UUPK dan PP PMSE, serta penegasan mekanisme ganti rugi agar konsumen memiliki kepastian hukum ketika dirugikan oleh praktik manipulatif.

Conclusion

Berdasarkan analisis perbandingan hukum perlindungan konsumen antara Indonesia dan Singapura terhadap praktik manipulatif jasa *animal communicator*, ditemukan bahwa Indonesia masih memiliki kelemahan struktural dalam memberikan perlindungan hukum yang efektif kepada konsumen. Meskipun UUPK telah memberikan dasar hukum bagi konsumen untuk menuntut haknya, namun tidak secara spesifik mengatur jasa non-konvensional seperti *animal communicator* yang berbasis klaim subjektif dan tidak dapat diverifikasi secara ilmiah. Sebaliknya, Singapura telah memiliki sistem perlindungan hukum yang lebih matang melalui CPFTA, yang tidak hanya melindungi konsumen dari praktik tidak adil, tetapi juga didukung oleh lembaga pengawas aktif seperti CASE dan CCCS, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang cepat dan efisien. Urgensi rekonstruksi regulasi perlindungan konsumen di Indonesia semakin menonjol seiring berkembangnya layanan *animal communicator* yang beroperasi secara digital melalui media sosial dan *e-commerce*, sementara kerangka hukum yang ada belum mampu menjamin transparansi informasi maupun akuntabilitas pelaku usaha. UUPK Tahun 1999 memang menyediakan dasar perlindungan konsumen, namun ketiadaan pengaturan khusus mengenai jasa non-konvensional berbasis kepercayaan menyebabkan penegakan hukum terhadap praktik manipulatif tetap sulit. Oleh karena itu, diperlukan pembaruan regulasi yang secara eksplisit mengatur layanan non-verifiable melalui penegasan kewajiban transparansi, batasan klaim, standarisasi kompetensi, serta integrasi mekanisme *online dispute resolution* (ODR). Rekonstruksi ini harus dilakukan melalui penyempurnaan UUPK dan harmonisasinya dengan PP PMSE dan UU ITE, disertai penguatan kelembagaan penyelesaian sengketa seperti BPSK. Selain itu, penetapan standar minimal layanan dan kode etik bagi penyedia jasa *animal communicator* diperlukan untuk mencegah manipulasi sejak awal. Dengan demikian, pembaruan regulasi yang adaptif dan responsif menjadi prasyarat untuk mewujudkan kepastian hukum dan perlindungan konsumen yang efektif dalam transaksi jasa alternatif di era digital.

References

- Alfitriani, A., Octavianty, O., Mutmainna, M., & Pransisto, J. (2022). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual-Beli Melalui E-Commerce. *Jurnal Litigasi Amsir*, 24-32.
- Ardyan, E., Boari, Y., Akhmad, A., Yuliyani, L., Hildawati, H., Suarni, A., ... & Judijanto, L. (2023). *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif: Pendekatan metode kualitatif dan kuantitatif di berbagai bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asa, A. I., Munir, M., & Ningsih, R. S. M. (2021). Nonet And Selznick's Responsive Law Concept In A Historical Philosophy Perspective. *Crepido*, 3(2), 96-109.
- Basri, Herlina. (2020). Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen dalam Melakukan Transaksi E-Commerce Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 (Studi Kasus Kerudungbyramana Bandung). *Pamulang Law Review*. 2. 131. 10.32493/palrev.v2i2.5433.
- Berlian, & Yudi, P. (2022). The Protection Law to Consumers for The Right to Get Information from Imported Product. *LEGAL BRIEF*, 11(5), 2890–2894. Available from: <https://legal.isha.or.id/index.php/legal/article/view/514>. [Accessed 9 Mei 2025].
- Competition and Consumer Commission of Singapore (CCCS). (2023). Salon One Beauty Salon Undertakes to Cease False and Misleading Claims and Pressure Sales Tactics. Available from: <https://www.cccs.gov.sg/case-register/public-register/consumer-protection--fair-trading-/salon-one-beauty-salon-undertakes-to-cess-false-and-misleading-claims-and-pressure-sales-tactics-853>. [Accessed 27 September 2025].
- Consumer Protection (Fair Trading) Act (CPFTA)*
- Devica Risnanda, A., & Subhandi Bakhtiar, H. (2023). Perlindungan Hukum dalam Klasifikasi Bentuk Kekerasan Terhadap Hewan di Indonesia: Legal Protection To Animals Under Indonesian Law in Classifying Forms of Violence against Animals. (2023). *Res Nullius Law Journal*, 5(2), 123-134. <https://doi.org/10.34010/rnlj.v5i2.9789>
- Disemadi, H. S. (2022). Lenses of legal research: A Descriptive Essay on Legal Research Methodologies. *Journal of Judicial Review*, 24(2), 289-304. <https://doi.org/10.37253/jjr.v24i2.7280>
- Erna Priliasari. (2019). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi dalam Transaksi Pinjaman Online. *Majalah Hukum Nasional*, 49(2), 1-27. <https://doi.org/10.33331/mhn.v49i2.44>
- Freniya, E. (2022). Kajian Prinsip dan Pola Komunikasi Hewan (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).

Christy, Shenti Agustini, Nurlaily (2026)

Tindakan Manipulatif Jasa Animal Communicator Di Era Modern: Tinjauan Komparatif Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura

Jurnal Hukum tora: 12 (1): 202-230

Gabriele Amelia Christie, & Jeane Neltje Saly. (2022). Perlindungan Pengguna Jasa Penitipan Hewan Peliharaan Terhadap Kelalaian Pelaku Usaha Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. <https://journal.untar.ac.id/index.php/adigama/issue/view/530>

Grace, A. D. (2024). Perlindungan hukum terhadap pemilik hewan peliharaan akibat kerugian yang dilakukan pelaku usaha jasa toko hewan [Skripsi, Universitas Hasanuddin]. Repositori Universitas Hasanuddin. <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/39419/>

Gumilar, E. R., Sitanggang, M. J., Ketaren, S. R. A., & Everoes, M. E. Rekonstruksi Penyelesaian Sengketa Perlindungan Konsumen pada Pihak Ketiga sebagai Upaya Transformasi Ekonomi Digital. *Forschungsforum Law Journal*, 2, 15-28.

Herni Widanarti, A. P. P. * S. (2014). Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Secara Online. *Diponegoro Law Journal*, 3(2), 11. <https://doi.org/10.14710/dlj.2014.5479>

Hutagalung, K., Hasnati, H., & Afrita, I. (2021). Perlindungan Hukum Konsumen Terhadap Perjanjian Baku Yang Merugikan Konsumen. *Mizan: Jurnal Ilmu Hukum*, 10(2), 207-231.

Janke, N., Coe, J. B., Bernardo, T. M., Dewey, C. E., & Stone, E. A. (2021). Pet owners' and veterinarians' perceptions of information exchange and clinical decision-making in companion animal practice. *PloS one*, 16(2), e0245632. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245632>

Jaycie Thiemert, Animal Welfare Consumer Protection Litigation: Challenges and Possibilities for Bringing About More "Humane" Labeling Practices, *Animal L. Rev.* 215 (2023). Available from: <https://lawcommons.lclark.edu/alr/vol29/iss2/6>. [Accessed 27 September 2025].

Joan Aurelia. (2021). Menelisik Praktik Komunikasi dengan Hewan: Mitos atau Sains?. Available from: <https://tirto.id/menelisik-praktik-komunikasi-dengan-hewan-mitos-atau-sains-gkCm>. [Accessed 2 Desember 2025].

Keski-Korsu, M. (2022). On the edges of consciousness: Messaging between species. *Technoetic Arts*, 20(1–2), 39–50. https://doi.org/10.1386/tear_00080_1

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Malem, R. D., & Joesoef, I. E. (2021). Perlindungan Konsumen Terkait dengan Penggunaan Jasa Grooming Hewan di Petshop. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(2), 260-265. <https://doi.org/10.31604/jips.v8i2.2021.260-265>

- Nafila, F., & Wardah, W. (2020). Penyelesaian Wanprestasi Pada Jasa Penitipan Hewan di Banda Aceh. *Kanun Jurnal Ilmu Hukum*, 22(2), 263–278. <https://doi.org/10.24815/kanun.v22i2.17015>
- Najati, F. A., & Mashdurohatun, A. The Comparative Analysis of Consumer Protection Regulations in E-Commerce Transactions in Indonesia, Singapore and Malaysia. *Law Development Journal*, 6(2), 200-213. doi: <http://dx.doi.org/10.30659/ldj.6.2.200-213>
- Neo, D. (2020). Customer claims in financial services contracts in Singapore: enhancing common law rights with statutory protection. *Asia Pacific Law Review*, 28(1), 1-25.
- Ni Nyoman Putri Ayudiana, & Moh. Saleh. (2023). Aspek hukum pelayanan usaha jasa salon terhadap konsumen (Studi di Diana SPA Mataram). *Jurnal Commerce Law*, 3(1), 2–6. Fakultas Hukum, Universitas Mataram. <https://doi.org/10.29303/commercelaw.v5i2>
- Novita, Y. D., & Santoso, B. (2021). Urgensi Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen di Era Bisnis Digital. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 3(1), 46-58. <https://doi.org/10.14710/jphi.v3i1.46-58>
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 tahun 2019 tentang Perdagangan melalui Sistem Elektronik (PP PMSE)
- Prayuti, Y. (2024). Dinamika perlindungan hukum konsumen di era digital: Analisis hukum terhadap praktik e-commerce dan perlindungan data konsumen di Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), 903-913. <https://doi.org/10.22225/juinhum.5.1.8482.903-913>.
- Rahmi, A., Kirana, A., Abbas, I., & Rustan, M. (2020). Analisis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Penjualan Barang Bermerek Palsu Melalui Transaksi Online Ditinjau Berdasarkan Hukum Perdata. (2021). *Qawanin Jurnal Ilmu Hukum*, 2(1). <https://jurnal.fh.umi.ac.id/index.php/qawaninjih/article/view/344>
- Sanjaya, Y. C. A. (2022). Survei: Orang Lebih Peduli Kesehatan Hewan Peliharaan Dibanding Dirinya. Available from: <https://lifestyle.kompas.com/read/2022/02/03/102327820/survei-orang-lebih-peduli-kesehatan-hewan-peliharaan-dibanding-dirinya?page=all>. [Accessed 18 Mei 2025].
- Sidik, B. P., & Wiraguna, S. A. (2025). Tinjauan Hukum terhadap Aplikasi Digital sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Perlindungan Hak Privasi Data Pribadi. *Hukum Inovatif: Jurnal Ilmu Hukum Sosial dan Humaniora*, 2(2), 219-232.

Christy, Shenti Agustini, Nurlaily (2026)

Tindakan Manipulatif Jasa Animal Communicator Di Era Modern: Tinjauan Komparatif Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura

Jurnal Hukum tora: 12 (1): 202-230

Singapore Veterinary Association. (2022). SVA Position Statement Regarding Animal Communication. Available from: <https://sva.org.sg/news/ac/>. [Accessed 18 September 2025].

Small Claims Tribunals Act 1984

Soerianegara, S. I., & Rahmawati, D. (2024). Ada Apa Dengan Kucing?: Berbagi Pengalaman Sesama Pemelihara Kucing. Syiah Kuala University Press.

Sopang, F. I., & Maysarah, A. (2024). Penyelesaian Sengketa Transaksi Bisnis di Era Digital secara Online (Online Dispute Resolution). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 155-163.

Syafriana, R. (2017). Perlindungan Konsumen dalam Transaksi Elektronik. https://doi.org/10.31219/osf.io/tdvkv_v1

Syahputri, A. A. (2023). Tinjauan Hukum Penerbitan Surat Izin Praktik Dokter Hewan Melalui OSS Khususnya Tenaga Kesehatan Hewan Yang Memberikan Pelayanan Kesehatan Bagi Hewan Berdasarkan Peraturan Perundang-Undang Di Indonesia. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2147-2160.

Tan, D. (2021). Metode penelitian hukum: Mengupas dan mengulas metodologi dalam menyelenggarakan penelitian hukum. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(8), 2463-2478. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/5601>

Taslim, M., & Rahdiansyah. (2023). Perlindungan konsumen terhadap pengguna jasa penitipan hewan ditinjau dari Undang-undang Nomor 08 Tahun 1999 di Pekanbaru [Skripsi, Universitas Islam Riau]. ETD UIR. https://etd.uir.ac.id/index.php?id=12348&keywords=&p=show_detail

Terasha. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Animal Communicator dalam Membangun Hubungan dengan Pemilik Hewan Peliharaan. Available from: Repositori Universitas Multimedia Nusantara <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/34564/>. [Accessed 1 Desember 2025].

Umar, D. U. (2020). Penerapan Asas Konsensualisme dalam Perjanjian Jual Beli Menurut Perspektif Hukum Perdata. *Lex Privatum*. Available from: <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/28519> . [Accessed 10 Mei 2025].

Undang-undang (UU) Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen

Christy, Shenti Agustini, Nurlaily (2026)

Tindakan Manipulatif Jasa Animal Communicator Di Era Modern: Tinjauan Komparatif Perlindungan Konsumen di Indonesia dan Singapura

Jurnal Hukum tora: 12 (1): 202-230

Wilson, L. (2021). From Clever Hans to Bunny the TikTok Dog: An Exploration into Animal-to-Human Communication Recommended Citation From Clever Hans to Bunny the TikTok Dog: An Exploration into Animal-to-Human Communication. Dalam The Macksey Journal (Vol. 2). Available from: <https://mackseyjournal.scholasticahq.com/article/28197-from-clever-hans-to-bunny-the-tiktok-dog-an-exploration-into-animal-to-human-communication/attachment/76463.pdf>. [Accessed 21 September 2024].