

BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mengubah lanskap transaksi komersial secara revolusioner, menempatkan platform *e-commerce* sebagai pilar utama perdagangan modern. Namun, di balik efisiensi dan kenyamanan yang ditawarkan, ekosistem digital melahirkan bentuk-bentuk manipulasi baru yang mengeksploitasi bias psikologis konsumen melalui desain antarmuka (*user interface/UI*) dan pengalaman pengguna (*user experience/UX*). Praktik manipulatif yang terstruktur secara digital ini dikenal sebagai ***dark patterns***. (Harry Brignull, 2010).

Dark patterns didefinisikan sebagai pola arsitektur pilihan digital yang sengaja dirancang untuk mengelabui, memanipulasi, atau memaksa pengguna (*konsumen*) agar mengambil keputusan yang sebenarnya tidak mereka kehendaki atau merugikan kepentingan mereka. (Jamie Luguri dan Lior Jacob Strahilevitz, 2021). Dalam praktiknya di platform *e-commerce*, *dark patterns* muncul dalam berbagai tipologi, seperti *sneak into basket* (memasukkan produk/layanan tambahan ke keranjang belanja tanpa persetujuan), *hidden costs* (menyembunyikan biaya tambahan hingga tahap akhir pembayaran), hingga *roach motel* (mempersulit prosedur pembatalan langganan atau penghapusan akun).

Dari perspektif hukum, praktik ini menciptakan asimetri informasi dan manipulasi kehendak bebas (*free will*) yang mencederai asas iktikad baik dalam berkontrak. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU Perlindungan Konsumen) menjamin hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa. (Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen). Undang-undang Perlindungan Konsumen yang lahir pada era pra-digital ini belum secara spesifik menjangkau manipulasi perilaku berbasis algoritma dan desain visual (*choice architecture alteration*).

Meskipun Indonesia kini telah memberlakukan secara penuh Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) yang melarang perolehan data secara manipulatif, (Cynthia Afriani Utama, 2024), sinkronisasi antara aspek perlindungan data dan perlindungan konsumen terhadap kerugian ekonomi akibat *dark patterns* masih menyisakan kekosongan hukum (*legal vacuum*). Hukum perlindungan konsumen konvensional sering kali gagal mengidentifikasi *dark patterns* sebagai pelanggaran karena sifatnya yang samar (*subtle*) dan sering kali berlandaskan "persetujuan konsumen" (*consent*) yang telah dimanipulasi sejak awal. Kegagalan regulasi dalam merespons fenomena ini berpotensi mendegradasi hak-hak konsumen di era ekonomi digital secara masif. Oleh karena itu, analisis hukum yang komprehensif mengenai batasan, kualifikasi pelanggaran, dan perlindungan hukum bagi konsumen dari praktik *dark pattern* menjadi sangat urgensi untuk diteliti.