

Pertanggungjawaban Hukum Praktik Dark Pattern dalam Transaksi Elektronik Berdasarkan Perlindungan Konsumen Indonesia

Annisa Zerlina Cindy Gayatri¹ Ermanto Fahamsyah² Fendi Setyawan³

Fakultas Hukum, Universitas Jember, Jember, Jawa Timur, Indonesia^{1,2,3}

Email: gayatriserly12@gmail.com¹ ermanto.fh@unej.ac.id² fendisetyawan.fh@unej.ac.id³

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital mendorong meningkatnya penggunaan platform digital dalam transaksi elektronik. Namun, perkembangan tersebut juga memunculkan praktik dark pattern, yaitu desain antarmuka yang dirancang untuk memengaruhi keputusan konsumen secara tidak sadar. Praktik ini berpotensi merugikan konsumen karena mengurangi kebebasan memilih dan menyembunyikan informasi penting. Penelitian ini dilakukan karena belum terdapat pengaturan yang secara eksplisit mengatur dark pattern dalam sistem hukum Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis kualifikasi hukum praktik dark pattern, bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha digital, serta kecukupan regulasi perlindungan konsumen dalam mengatur praktik tersebut. Metode yang digunakan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Metode ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada analisis norma hukum dan konsep perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dark pattern dapat dikualifikasikan sebagai praktik menyesatkan karena mengandung unsur misleading, coercive, dan deceptive. Pelaku usaha digital dapat dimintai pertanggungjawaban atas kerugian konsumen, sedangkan regulasi yang berlaku masih menyisakan kekosongan norma terkait pengaturan dark pattern. Oleh karena itu, diperlukan regulasi khusus yang mengatur praktik manipulasi desain digital guna memperkuat perlindungan konsumen di era digital.

Kata Kunci: Dark Pattern, Perlindungan Konsumen, Transaksi Elektronik



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Teknologi merupakan konsep yang berkaitan dengan pemanfaatan alat dan kemampuan teknis manusia untuk mengelola serta memengaruhi lingkungan. Perkembangan teknologi tercermin dalam revolusi industri sebagai bentuk inovasi manusia yang memberikan dampak signifikan terhadap sektor industri dan kegiatan bisnis.¹ Revolusi industri 4.0 menandai transformasi struktural dalam aktivitas industri dan kehidupan manusia melalui pemanfaatan teknologi digital dan internet. Sistem produksi modern mengandalkan teknologi nirkabel dan pengolahan *big data* untuk meningkatkan akurasi pengelolaan informasi melalui server terintegrasi. Integrasi teknologi tersebut memungkinkan otomatisasi dan efisiensi dalam berbagai proses operasional.² Ekonomi berbasis digital di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Perkembangan tersebut berperan sebagai salah satu faktor utama yang mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Indonesia memiliki jumlah penduduk yang besar sebagai basis pasar domestik. Tingkat penggunaan internet juga terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Kondisi tersebut memberikan peluang yang luas bagi Indonesia untuk berkembang sebagai salah satu kekuatan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara.³ Perkembangan teknologi informasi dan

¹ Abigail Tesalonika Natania dan Renny Dwijayanti, "Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM," *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12, no. 1 (2024): 1.

² Risna Ardianto, et.al, "Transformasi Digital Dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global Dalam Dunia Perbankan," *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): 81, <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>.

³ Devia Syahfitri Purba, et.al, "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2025): 127, <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367>.

komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk aktivitas perdagangan global. Kemajuan akses internet yang semakin cepat dan terjangkau mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi serta memperlancar transaksi perdagangan lintas negara. Kondisi tersebut mendorong munculnya inovasi perdagangan berbasis teknologi yang dikenal sebagai *e-commerce*, yang secara mendasar mengubah pola interaksi antara perusahaan, konsumen, dan mitra bisnis. Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia juga menunjukkan peningkatan yang signifikan seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna internet. Data awal tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9 juta orang atau meningkat sebesar 3,85 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Dari total populasi sebesar 278,69 juta jiwa, sekitar 77 persen masyarakat telah terhubung dengan internet. Ketersediaan jaringan internet tersebut membuka peluang luas bagi perkembangan transaksi ekonomi digital sekaligus menjadi sarana komunikasi yang efisien bagi masyarakat. Peningkatan jumlah pengguna internet juga berpengaruh terhadap pemanfaatan berbagai platform digital dalam kegiatan perdagangan daring. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa 95,17 persen pelaku *e-commerce* memanfaatkan aplikasi komunikasi seperti WhatsApp, Line, dan Telegram untuk melakukan penjualan. Sebanyak 41,3 persen pelaku usaha menggunakan media sosial seperti Facebook, TikTok, YouTube, dan Instagram sebagai sarana pemasaran produk. Sementara itu, 19,75 persen pelaku *e-commerce* memanfaatkan platform *marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada dalam menjalankan aktivitas perdagangan daring.⁴

Mekanisme pasar yang sebelumnya ditentukan oleh interaksi alami antara permintaan dan penawaran kini mengalami perubahan. Perkembangan teknologi digital mendorong pergeseran pengendalian pasar menuju penggunaan algoritma, kecerdasan buatan, dan pengolahan *big data*. Platform digital seperti Tokopedia, Shopee, dan Gojek tidak hanya menyediakan sarana transaksi. Platform tersebut juga membentuk preferensi konsumen melalui sistem personalisasi serta strategi promosi yang terarah. Transformasi digital tersebut sekaligus memunculkan berbagai tantangan baru. Tantangan tersebut meliputi ketimpangan akses informasi serta kecenderungan dominasi pasar oleh platform digital. Transformasi digital dalam aktivitas pasar tidak hanya memengaruhi mekanisme distribusi dan pembentukan harga. Perubahan tersebut juga menggeser pola relasi antara para pelaku pasar. Interaksi dalam pasar konvensional sebelumnya berlangsung secara langsung, personal, dan terbatas oleh ruang geografis. Sistem pemasaran digital kemudian menghadirkan metode baru dalam promosi serta distribusi produk dan layanan kepada konsumen maupun pelaku usaha. Aktivitas tersebut mencakup berbagai strategi, seperti pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari (*search engine optimization*), pemasaran konten, pemasaran melalui surat elektronik, serta iklan digital berbayar. Pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran juga dilakukan melalui berbagai platform daring, seperti Instagram, Facebook, TikTok, Shopee, Tokopedia, dan layanan pesan instan WhatsApp. Lingkungan pasar digital memungkinkan interaksi ekonomi berlangsung secara tidak langsung melalui sistem berbasis teknologi. Interaksi tersebut dapat terjadi secara lintas wilayah bahkan lintas negara dalam waktu nyata. Komunikasi antara penjual dan pembeli dalam sistem tersebut sebagian besar difasilitasi oleh antarmuka pengguna, algoritma rekomendasi, sistem percakapan otomatis, serta fitur ulasan daring. Kondisi tersebut meningkatkan kecepatan transaksi dan pertukaran informasi. Namun, pola komunikasi tersebut juga mengurangi intensitas hubungan personal serta berpotensi menimbulkan kesalahpahaman informasi.⁵

⁴ Faisal, Melisa Trinanda dan Muhammad Iqbal Fasa, "Transformasi Digital: Peran E-Commerce Dalam Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia," *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 4 (2025): 3, <https://doi.org/10.62281>.

⁵ Rofiqo Meili Mahendra dan Nanda Suryadi, "Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Berbasis Teknologi Digital," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 02, no. 11 (2025): 333-38, <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.15564449>.

Data tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha perlu menguasai pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan penjualan. Persaingan bisnis yang cepat menjadikan digitalisasi sebagai kebutuhan strategis. Pemasaran digital menawarkan biaya lebih rendah dibandingkan metode konvensional sehingga memungkinkan harga yang lebih kompetitif. Teknologi internet juga memberikan kemudahan akses bagi konsumen untuk melakukan transaksi kapan saja melalui perangkat telepon pintar.⁶ Sebagian pelaku usaha dalam praktik perdagangan digital memanfaatkan rancangan antarmuka sistem untuk memengaruhi pilihan konsumen. Strategi tersebut dilakukan melalui pengaturan tampilan dan navigasi pada platform digital. Pendekatan tersebut bertujuan mengarahkan perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Praktik tersebut dalam literatur dikenal sebagai *dark pattern*. Kajian psikologis menunjukkan bahwa praktik *dark pattern* secara sistematis memanfaatkan kelemahan kognitif manusia dalam proses pengambilan keputusan. Taktik kelangkaan dan tekanan waktu memanfaatkan kecenderungan *loss aversion* dan *present bias* sehingga menimbulkan tekanan psikologis yang mendorong pembelian impulsif. Penelitian neurosains menunjukkan bahwa paparan pesan seperti “Only 2 left in stock” mengaktifasi amigdala dan meningkatkan kadar kortisol yang dapat mengganggu fungsi kognitif dalam pengambilan keputusan rasional. Mekanisme *social proof* juga memanfaatkan kecenderungan manusia untuk mengikuti perilaku mayoritas. Dalam konteks digital, informasi mengenai perilaku pengguna lain sering dimanipulasi untuk menciptakan persepsi konsensus sosial yang tidak autentik. Sejumlah studi menunjukkan bahwa manipulasi *social proof* semu mampu meningkatkan tingkat konversi penjualan secara signifikan.⁷

Dalam praktiknya, *dark pattern* dapat ditemukan dalam berbagai bentuk seperti auto-subscription, hidden cancel button, dan misleading interface yang menyulitkan konsumen dalam mengambil keputusan secara sadar. Praktik ini bahkan dapat mendorong konsumen untuk melakukan tindakan yang merugikan dirinya, seperti tanpa sadar menyetujui langganan berbayar atau memberikan data pribadi.⁸ Hal ini menunjukkan bahwa desain digital tidak lagi bersifat netral, melainkan telah berkembang menjadi alat untuk memengaruhi bahkan memanipulasi keputusan konsumen.⁹ Salah satu contoh konkret praktik *dark pattern* dapat ditemukan dalam kasus yang melibatkan platform Amazon, khususnya dalam layanan *Amazon Prime*. Dalam perkara tersebut, Federal Trade Commission menyatakan bahwa Amazon menggunakan desain antarmuka yang manipulatif untuk “menjebak” konsumen agar berlangganan serta mempersulit proses pembatalan layanan. Bahkan, FTC menilai bahwa Amazon menggunakan desain yang “*manipulative, coercive, or deceptive*” untuk mendorong konsumen tetap berlangganan tanpa persetujuan yang jelas. Kasus ini menunjukkan bahwa manipulasi desain digital dapat berdampak langsung terhadap kerugian ekonomi konsumen serta menimbulkan persoalan hukum terkait transparansi dan kejujuran dalam transaksi elektronik.¹⁰ Dalam perspektif hukum, fenomena *dark pattern* menimbulkan persoalan mengenai apakah praktik tersebut dapat dikualifikasikan sebagai bentuk praktik menyesatkan dalam hukum perlindungan konsumen. Selain itu, praktik ini juga memunculkan pertanyaan

⁶ Wisnu Rayhan Adhitya, et.al, “Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian,” *TIN: Terapan Informatika Nusantara* 5, no. 1 (2024): 65, <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>.

⁷ Rizha Claudilla Putri, “Dark Patterns Sebagai Bentuk Manipulasi Perilaku Konsumen Digital: Analisis Interdisipliner Terhadap Dampak Psikologis, Hukum, Dan Ekonomi Dari Praktik Desain Manipulatif Dalam Ekosistem E-Commerce Global,” *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 2 (2025): 1068, <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.611>.

⁸ Sarah Perez, “FTC Study Finds ‘Dark Patterns’ Used by a Majority of Subscription Apps and Websites,” TechCrunch, accessed March 27, 2026, <https://techcrunch.com/2024/07/10/ftc-study-finds-dark-patterns-used-by-a-majority-of-subscription-apps-and-websites/>.

⁹ Trade Licensing and Consumer Legislation Department, “Behavioural Study of the European Commission on Dark Patterns in the Digital Environment,” Ministry of Industry and Trade of the Czech Republic, accessed March 27, 2026, <https://mpo.gov.cz/en/consumer-protection/eu-and-the-consumer/behavioural-study-of-the-european-commission-on-dark-patterns-in-the-digital-environment--268126/>.

¹⁰ Federal Trade Commission, “FTC Takes Action Against Amazon for Enrolling Consumers in Amazon Prime Without Consent and Sabotaging Their Attempts to Cancel,” Federal Trade Commission, accessed March 27, 2026, <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their>.

mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha digital yang secara aktif merancang sistem yang berpotensi merugikan konsumen. Selain itu, belum adanya pengaturan eksplisit mengenai *dark pattern* dalam banyak sistem hukum menunjukkan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi digital dengan regulasi yang tersedia. Oleh karena itu, diperlukan kajian hukum yang komprehensif untuk menganalisis praktik *dark pattern* dalam perspektif perlindungan konsumen.

Ketentuan hukum memberikan sejumlah hak tambahan kepada konsumen dalam sistem perlindungan konsumen. Hak-hak tersebut tercantum dalam Pasal 4 dan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh kenyamanan, rasa aman, dan jaminan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Konsumen juga memiliki hak untuk menentukan pilihan atas barang dan/atau jasa serta memperoleh barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar, kondisi, dan jaminan yang telah diperjanjikan. Konsumen berhak memperoleh informasi yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Konsumen memiliki hak untuk menyampaikan pendapat dan keluhan terhadap barang dan/atau jasa yang digunakan. Konsumen berhak memperoleh advokasi, perlindungan, serta mekanisme penyelesaian sengketa dalam bidang perlindungan konsumen. Konsumen juga memiliki hak untuk memperoleh pembinaan dan pendidikan sebagai konsumen. Konsumen berhak memperoleh perlakuan dan pelayanan yang benar, jujur, serta tidak diskriminatif berdasarkan latar belakang suku, agama, budaya, wilayah, tingkat pendidikan, kondisi ekonomi, maupun status sosial lainnya. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh kompensasi, ganti rugi, dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya. Konsumen juga memiliki hak lain yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan. Uraian tersebut menunjukkan bahwa aspek kenyamanan, keamanan, dan keselamatan konsumen merupakan unsur yang paling utama dalam perlindungan konsumen. Barang dan/atau jasa yang tidak memberikan rasa nyaman serta tidak menjamin keamanan dan keselamatan tidak layak untuk diedarkan dalam kehidupan masyarakat.¹¹

Peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar utama dalam pengaturan informasi dan transaksi elektronik di Indonesia terdiri atas beberapa instrumen hukum. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik menjadi landasan pokok dalam pengaturan tersebut. Ketentuan tersebut telah mengalami perubahan melalui Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 sebagai bentuk penyempurnaan norma hukum. Pemerintah juga menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik sebagai aturan pelaksana yang mengatur aspek teknis operasional. Selain itu, Menteri Komunikasi dan Informatika menetapkan Peraturan Menteri Nomor 20 Tahun 2016 yang mengatur perlindungan data pribadi dalam sistem elektronik. Peraturan tersebut memberikan pedoman mengenai pengelolaan data pribadi dalam lingkungan digital. Seluruh ketentuan tersebut membentuk kerangka hukum yang saling berkaitan dalam mengatur aktivitas elektronik. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tetap berlaku sebagai dasar hukum yang sah. Keberlakuan undang-undang tersebut tetap diakui meskipun telah mengalami perubahan melalui peraturan yang lebih baru.¹² Perkembangan praktik digital yang berlangsung secara berkelanjutan memperlihatkan bahwa perangkat regulasi yang berlaku belum sepenuhnya mampu menjangkau berbagai bentuk interaksi baru dalam ekosistem digital. Kondisi tersebut terutama terlihat pada praktik yang berkaitan

¹¹ Gokma Toni Parlindungan S, "Pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Yang Taat Asas Hukum Dan Prinsip-Prinsip Perlindungan Konsumen," *Ensiklopedia Research and Community Service Review* 4, no. 2 (2025): 293.

¹² Lopian, Randy, Deasy Soeikromo, Rudolf S. Mamengko, "Pengaturan Penggunaan Tanda Tangan Elektronik Menurut UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik," *Lex Privatum* 13, no. 1 (2024): 1.

dengan pengaruh terhadap perilaku konsumen melalui perancangan antarmuka digital. Desain antarmuka tertentu digunakan untuk membentuk preferensi dan keputusan konsumen secara tidak langsung. Salah satu bentuk praktik tersebut adalah penggunaan pola desain manipulatif yang dikenal sebagai *dark pattern*. Praktik tersebut memanfaatkan rekayasa tampilan dan pengalaman pengguna untuk memengaruhi pilihan konsumen. Hingga saat ini, sistem hukum di Indonesia belum mengatur praktik tersebut secara tegas dan spesifik. Ketiadaan pengaturan tersebut menimbulkan potensi ketidakjelasan dalam penerapan hukum. Ketidakjelasan tersebut terutama berkaitan dengan penentuan apakah praktik tersebut termasuk perbuatan yang menyesatkan atau pelanggaran terhadap hak konsumen.

Pelaku usaha berbasis digital memiliki keunggulan dalam penguasaan teknologi dan informasi. Keunggulan tersebut memungkinkan pelaku usaha merancang sistem yang dapat mengarahkan perilaku konsumen untuk kepentingan komersial. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara pelaku usaha dan konsumen dalam hubungan hukum. Perkembangan praktik transaksi digital berjalan lebih cepat dibandingkan dengan pembentukan regulasi. Hukum yang berlaku belum sepenuhnya mampu menyesuaikan diri dengan kompleksitas dan inovasi dalam lingkungan digital. Kesenjangan tersebut berpotensi memperlemah posisi konsumen sebagai pihak yang lebih rentan secara struktural. Oleh karena itu, diperlukan kajian hukum yang mendalam dan sistematis. Kajian tersebut bertujuan untuk menilai kualifikasi hukum praktik *dark pattern*. Kajian tersebut juga bertujuan untuk menentukan bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha digital. Selain itu, kajian tersebut diperlukan untuk menilai kecukupan regulasi perlindungan konsumen dalam menjangkau praktik manipulasi desain digital dalam transaksi elektronik. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat 3 rumusan masalah yaitu apakah desain manipulatif pada platform digital dapat dikualifikasikan sebagai praktik menyesatkan dalam hukum perlindungan konsumen?, bagaimana pertanggungjawaban hukum pelaku usaha digital yang menggunakan *dark pattern* dalam transaksi elektronik?, apakah regulasi perlindungan konsumen di Indonesia mampu menjangkau praktik manipulasi desain digital?

METODE PENELITIAN

Penulisan makalah ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk mengkaji berbagai ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik beserta perubahannya. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep *dark pattern* sebagai bentuk manipulasi desain digital, praktik menyesatkan dalam transaksi elektronik, serta bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha digital. Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan dan bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian yang relevan. Seluruh bahan hukum dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh argumentasi hukum mengenai kualifikasi praktik *dark pattern*, bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha digital, dan kecukupan regulasi perlindungan konsumen di Indonesia.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Desain Manipulatif Pada Platform Digital Sebagai Praktik Menyesatkan Dalam Hukum Perlindungan Konsumen

Praktik *dark pattern* merupakan bentuk perancangan antarmuka digital yang disusun secara sengaja untuk memengaruhi perilaku konsumen. Desain tersebut bertujuan untuk

mengarahkan, membentuk, atau menekan konsumen agar mengambil keputusan tertentu. Keputusan tersebut pada umumnya memberikan keuntungan bagi pelaku usaha. Proses tersebut sering berlangsung tanpa disadari oleh konsumen sebagai pengguna sistem. Praktik tersebut memanfaatkan elemen tampilan dan pengalaman pengguna sebagai sarana pengaruh. Bentuk penerapan praktik tersebut dapat ditemukan dalam berbagai variasi. Sistem dapat secara otomatis menetapkan persetujuan berlangganan tanpa pemahaman yang memadai dari konsumen. Sistem juga dapat mempersulit proses penghentian layanan oleh pengguna melalui mekanisme tertentu. Praktik tersebut dikenal sebagai pola roach motel dalam konteks desain digital. Selain itu, sistem dapat menyembunyikan informasi penting yang seharusnya diketahui oleh konsumen. Sistem juga dapat menggunakan pilihan visual yang menyesatkan untuk memengaruhi persepsi pengguna. Keseluruhan praktik tersebut menunjukkan adanya upaya sistematis untuk mengendalikan keputusan konsumen melalui rekayasa desain digital.¹³ Desain manipulatif pada platform digital memiliki karakteristik *misleading*, *coercive*, dan *deceptive* yang digunakan pelaku usaha untuk memengaruhi keputusan konsumen secara tidak wajar. Karakteristik *misleading* ditunjukkan melalui penyajian informasi yang tidak jelas atau membingungkan, *coercive* melalui desain yang membatasi kebebasan pilihan konsumen, sedangkan *deceptive* melalui tampilan yang menipu atau menyembunyikan informasi penting. Ketiga karakteristik tersebut menunjukkan bahwa desain digital dapat digunakan sebagai sarana manipulasi yang berpotensi melanggar prinsip transparansi dan kejujuran dalam perlindungan konsumen.

Informasi tertentu disebarluaskan kepada masyarakat melalui media massa, seperti pemberitaan atau majalah. Informasi tersebut belum memiliki kepastian mengenai kebenarannya. Pelaku usaha menyampaikan informasi tersebut sebagai bagian dari kegiatan promosi. Promosi tersebut menggunakan pesan yang bersifat persuasif untuk menarik perhatian masyarakat. Penyampaian informasi tersebut mendorong masyarakat untuk memiliki ketertarikan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Promosi yang menyesatkan merupakan bentuk penyampaian informasi yang tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Informasi tersebut dirancang untuk membangun persepsi positif tanpa didukung oleh fakta yang akurat. Media massa digunakan sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi tersebut kepada publik. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan dampak yang merugikan bagi konsumen. Konsumen dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang tidak valid. Akibatnya, konsumen harus menanggung konsekuensi dari pilihan yang didasarkan pada informasi yang menyesatkan. Situasi tersebut menunjukkan bahwa praktik pemasaran yang tidak jujur dapat menciptakan kerugian bagi konsumen dalam hubungan transaksi.¹⁴ Perbandingan antara informasi tidak benar, informasi tidak lengkap, dan manipulasi desain (*dark pattern*) menunjukkan perbedaan bentuk pelanggaran dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Informasi tidak benar terjadi ketika pelaku usaha menyampaikan fakta yang keliru, sedangkan informasi tidak lengkap muncul ketika pelaku usaha menyembunyikan sebagian informasi penting yang seharusnya diketahui konsumen. Adapun manipulasi desain (*dark pattern*) terjadi ketika pelaku usaha tidak hanya mengatur isi informasi, tetapi juga merancang tampilan dan alur sistem digital untuk mengarahkan konsumen pada keputusan tertentu tanpa disadari.

Dalam analisis hukum, praktik *dark pattern* dapat memenuhi unsur pelanggaran hak konsumen karena pelaku usaha mengurangi kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan

¹³ Prasetya, Dwi Arman, Narumi Hayakawa, Rahayu Sri Utami, "Analisis Yuridis Terhadap Praktik Dark Patterns Dalam Digital Marketing Dan Dampaknya Bagi Konsumen," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 2 (2026): 1448, <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.4514>.

¹⁴ Feynita Susilo, "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Akibat Iklan Yang Menyesatkan," *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 6, no. 2 (2023): 727, <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1937>.

secara sadar. Praktik tersebut juga menunjukkan ketidaktransparanan karena pelaku usaha menyembunyikan atau menyamarkan informasi penting melalui desain antarmuka. Selain itu, *dark pattern* berpotensi dikualifikasikan sebagai praktik menyesatkan karena konsumen mengambil keputusan berdasarkan persepsi yang telah dimanipulasi oleh sistem. Sebagai ilustrasi, praktik layanan berlangganan pada platform Amazon melalui fitur Amazon *Prime subscription service* menunjukkan bagaimana pelaku usaha merancang sistem yang mempermudah pendaftaran, tetapi mempersulit proses pembatalan layanan. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa desain sistem digital dapat memengaruhi keputusan konsumen secara tidak langsung dan berpotensi menimbulkan kerugian. Oleh karena itu, contoh tersebut memperkuat argumentasi bahwa manipulasi desain dalam bentuk *dark pattern* memiliki implikasi hukum dalam perspektif perlindungan konsumen.

Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha Digital Yang Menggunakan Dark Pattern Dalam Transaksi Elektronik

Konsep *liability based on fault* atau prinsip pertanggungjawaban berdasarkan kesalahan mensyaratkan adanya proses pembuktian terhadap tindakan pelaku. Proses pembuktian tersebut bertujuan untuk menilai adanya unsur kesalahan dalam perbuatan yang dilakukan. Pihak yang dirugikan harus menunjukkan hubungan antara tindakan pelaku dan akibat yang ditimbulkan. Pembuktian tersebut harus menjelaskan bahwa kerugian terjadi sebagai akibat dari perbuatan yang bersangkutan. Kerusakan tersebut harus terbukti timbul karena kelalaian atau kesengajaan dari pihak pelaku. Unsur kelalaian menunjukkan adanya kurangnya kehati-hatian dalam bertindak. Unsur kesengajaan menunjukkan adanya kehendak untuk melakukan perbuatan yang menimbulkan akibat tertentu. Dengan demikian, tanggung jawab hukum hanya dapat dibebankan apabila kesalahan tersebut dapat dibuktikan secara jelas dan terukur.¹⁵ Konsep *Strict Liability* Prinsip tanggung jawab mutlak menetapkan kewajiban hukum bagi pihak tergugat untuk memberikan ganti rugi atas kerugian yang dialami oleh penggugat. Kewajiban tersebut timbul berdasarkan akibat yang terjadi tanpa mempersyaratkan pembuktian unsur kesalahan. Pihak penggugat tidak dibebani kewajiban untuk membuktikan adanya kelalaian maupun kesengajaan dari pihak tergugat. Ketentuan tersebut berlaku sepanjang kerugian yang dialami dapat dibuktikan secara nyata melalui hubungan antara peristiwa dan akibat yang ditimbulkan. Dengan demikian, keberadaan kerugian menjadi dasar utama dalam pembebanan tanggung jawab hukum, sehingga fokus pertanggungjawaban terletak pada akibat yang muncul dan bukan pada kesalahan pelaku.¹⁶

Konsep *product liability* atau prinsip tanggung jawab mutlak menegaskan bahwa konsumen tidak memiliki kewajiban untuk membuktikan adanya kesalahan dari pelaku usaha. Ketentuan tersebut menempatkan kerugian yang dialami konsumen sebagai dasar utama dalam pengajuan tuntutan ganti rugi. Konsumen cukup menunjukkan adanya kerugian yang timbul akibat suatu peristiwa dalam hubungan hukum. Prinsip tersebut menghilangkan beban pembuktian mengenai unsur kelalaian maupun kesengajaan dari pihak pelaku usaha. Dengan demikian, mekanisme pertanggungjawaban menjadi lebih sederhana bagi konsumen. Kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menuntut tanggung jawab pelaku usaha dalam suatu sengketa hukum.¹⁷ Pelaku usaha digital dalam transaksi elektronik memiliki peran yang berbeda antara platform dan penjual dalam hubungannya dengan konsumen.

¹⁵ Siagian, Fahrizal S., et al. "Implementation of Straight Liability and Liability Based on Fault Concepts in Environmentally Sound Economic Development in Indonesia," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 11 (2024): 98-99, <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11409099>.

¹⁶ Sodikin, "Perkembangan Konsep Strict Liability Sebagai Pertanggungjawaban Perdata Dalam Sengketa Lingkungan Di Era Globalisasi," *Al-Qisth Law Review* 5, no. 2 (2022): 275.

¹⁷ Rudolf S. Mamengko, "Product Liability Dan Profesional Liability Di Indonesia," *Jurnal Ilmu Hukum* III, no. 9 (2016): 3.

Platform menyediakan sistem, mengatur mekanisme transaksi, dan mengendalikan desain antarmuka, sedangkan penjual menawarkan produk atau jasa kepada konsumen melalui platform tersebut. Hubungan hukum terbentuk ketika platform menghubungkan penjual dan konsumen dalam suatu sistem elektronik, sehingga ketiganya memiliki keterkaitan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban masing-masing dalam transaksi digital.

Praktik *dark pattern* yang dilakukan dalam sistem tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen, baik dalam bentuk kerugian ekonomi maupun kerugian non-material. Kerugian ekonomi terjadi ketika konsumen mengalami kehilangan uang akibat transaksi yang tidak diinginkan, sedangkan kerugian non-material muncul ketika konsumen mengalami ketidaknyamanan, kebingungan, atau tekanan dalam menggunakan layanan digital. Dalam kondisi ini, desain sistem yang manipulatif berperan sebagai faktor yang memengaruhi keputusan konsumen secara tidak sadar. Atas kerugian tersebut, pelaku usaha digital dapat dimintai pertanggungjawaban hukum sesuai dengan perannya dalam transaksi elektronik. Konsumen dapat menuntut ganti rugi atas kerugian yang dialami, meminta pengembalian dana atas transaksi yang tidak sah atau tidak diinginkan, serta menuntut penghentian praktik *dark pattern* yang merugikan. Dengan demikian, bentuk pertanggungjawaban tersebut menjadi instrumen hukum untuk melindungi konsumen dan mendorong pelaku usaha digital agar menjalankan kegiatan usahanya secara jujur dan transparan.

Regulasi Perlindungan Konsumen Di Indonesia atas Praktik Manipulasi Desain Digital

Sistem perlindungan konsumen di Indonesia saat ini berlandaskan pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Peraturan tersebut menjadi dasar utama dalam mengatur hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Ketentuan dalam undang-undang tersebut menekankan pentingnya penerapan prinsip itikad baik dalam kegiatan usaha. Pasal 7 dalam undang-undang tersebut mewajibkan pelaku usaha untuk bertindak secara jujur dalam menjalankan aktivitas bisnis. Pelaku usaha juga dilarang menyampaikan informasi yang bersifat menyesatkan kepada konsumen. Pelaku usaha harus menyampaikan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan. Praktik manipulasi informasi tidak diperbolehkan dalam hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Dengan demikian, prinsip itikad baik menjadi landasan utama dalam menciptakan hubungan hukum yang adil dan seimbang dalam kegiatan perdagangan.¹⁸ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, yang diperbarui melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 sebagai Perubahan Kedua, menjadi landasan hukum penting bagi penyelenggaraan transaksi elektronik di Indonesia. Peraturan ini menetapkan kepastian hukum sekaligus menciptakan lingkungan aman bagi konsumen dan pelaku usaha dalam interaksi digital. UU ITE mengatur kewajiban penyelenggara layanan elektronik untuk menyajikan informasi yang jelas, akurat, dan tidak menyesatkan serta menjaga keamanan dan kerahasiaan data pribadi konsumen dari akses atau penyalahgunaan pihak tidak berwenang. Dengan demikian, regulasi ini memastikan hak konsumen terlindungi dan tanggung jawab pelaku usaha terpenuhi dalam menciptakan ekosistem transaksi elektronik yang transparan, aman, dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum.¹⁹

Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat telah melahirkan berbagai bentuk interaksi baru yang tidak sepenuhnya dapat diakomodasi oleh pengaturan yang masih bersifat

¹⁸ Sianturi, Hans Reyner Edison, Abdul Halim Barkatullah, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Barang Elektronik Di Era Ekonomi Digital," *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora* 9, no. 2 (2025): 980.

¹⁹ Jericho Owen Geraldo Manalu, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik," *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2026): 169-70, <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/konsensus.v3i1.1558>.

umum tersebut. Oleh karena itu, meskipun kedua undang-undang tersebut relevan sebagai dasar hukum, cakupannya belum secara spesifik menjangkau kompleksitas praktik digital modern yang semakin berkembang. Kelemahan regulasi saat ini semakin terlihat dari belum adanya pengaturan yang secara eksplisit mengatur praktik *dark pattern* maupun manipulasi desain digital dalam sistem elektronik. Pelaku usaha digital dalam praktiknya dapat memanfaatkan celah ini dengan merancang antarmuka yang secara sistematis memengaruhi perilaku konsumen tanpa melanggar ketentuan hukum secara tekstual. Desain tersebut seringkali disusun melalui pengaturan tampilan, pilihan menu, maupun alur transaksi yang mengarahkan konsumen pada keputusan tertentu, sehingga konsumen tidak sepenuhnya menyadari bahwa pilihannya telah dipengaruhi. Berbeda dengan beberapa yurisdiksi luar negeri yang mulai mengembangkan regulasi atau pedoman khusus terkait desain manipulatif dalam platform digital, sistem hukum di Indonesia masih belum memberikan batasan normatif yang tegas terhadap praktik tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya kekosongan norma (*legal gap*), yaitu keadaan ketika hukum tidak mampu mengantisipasi dan mengatur fenomena baru yang berkembang dalam masyarakat digital secara memadai.

Kekosongan norma tersebut menimbulkan dampak yang signifikan terhadap perlindungan konsumen karena menciptakan ketidakpastian hukum dalam proses penegakan hak. Konsumen yang dirugikan oleh praktik manipulasi desain digital seringkali mengalami kesulitan dalam mengidentifikasi bentuk pelanggaran, karena praktik tersebut tidak secara langsung terlihat sebagai pelanggaran hukum konvensional. Selain itu, konsumen juga menghadapi hambatan dalam pembuktian, mengingat manipulasi yang terjadi berada pada level desain sistem yang bersifat teknis dan tidak transparan. Dalam kondisi demikian, posisi konsumen menjadi semakin lemah karena pelaku usaha digital memiliki keunggulan dalam penguasaan teknologi, informasi, serta kontrol penuh terhadap sistem yang digunakan dalam transaksi. Ketidakseimbangan posisi ini pada akhirnya dapat mengurangi efektivitas perlindungan hukum yang seharusnya diberikan kepada konsumen. Oleh karena itu, pembaruan hukum melalui reformulasi regulasi menjadi suatu kebutuhan yang mendesak untuk menyesuaikan hukum dengan perkembangan praktik digital. Pembentuk undang-undang perlu merumuskan ketentuan yang secara khusus mengatur praktik manipulasi desain digital, termasuk memberikan definisi yang jelas mengenai *dark pattern* serta menetapkan batasan yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi pelanggaran. Selain itu, regulasi juga perlu mengatur mekanisme pertanggungjawaban pelaku usaha secara lebih tegas agar konsumen memiliki dasar hukum yang kuat dalam menuntut haknya. Dengan adanya pengaturan yang lebih komprehensif dan spesifik, hukum perlindungan konsumen di Indonesia diharapkan mampu memberikan kepastian hukum, memperkuat posisi konsumen, serta mendorong pelaku usaha digital untuk menjalankan kegiatan usahanya secara transparan dan bertanggung jawab dalam ekosistem digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, desain manipulatif pada platform digital dapat dikualifikasikan sebagai praktik menyesatkan dalam hukum perlindungan konsumen. Praktik *dark pattern* menunjukkan adanya unsur *misleading*, *coercive*, dan *deceptive* yang secara sistematis memengaruhi keputusan konsumen. Kondisi ini menyebabkan konsumen tidak lagi mengambil keputusan secara bebas dan rasional karena telah dipengaruhi oleh rekayasa desain antarmuka. Oleh karena itu, praktik tersebut bertentangan dengan prinsip transparansi dan kejujuran dalam perlindungan konsumen. Pertanggungjawaban hukum pelaku usaha digital terhadap praktik *dark pattern* dapat dilihat melalui beberapa pendekatan, yaitu *liability based on fault*, *strict liability*, dan *product liability*. Pelaku usaha dapat dimintai tanggung jawab

apabila terbukti melakukan kesalahan atau apabila kerugian konsumen dapat dibuktikan secara langsung. Dalam konteks transaksi elektronik, baik platform maupun penjual memiliki peran yang saling berkaitan sehingga keduanya dapat dimintai pertanggungjawaban sesuai dengan kontribusinya. Dengan demikian, konsumen memiliki dasar hukum untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang ditimbulkan. Regulasi perlindungan konsumen di Indonesia pada dasarnya telah memberikan landasan hukum melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik. Namun, regulasi tersebut belum secara spesifik mengatur praktik manipulasi desain digital seperti *dark pattern*. Ketidadaan pengaturan yang tegas menimbulkan kekosongan norma dan ketidakpastian hukum dalam penegakan perlindungan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa regulasi yang ada belum sepenuhnya mampu menjangkau perkembangan praktik digital yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, Wisnu Rayhan, et.al. "Implementasi Digital Marketing Menggunakan Platform E-Commerce Dan Media Sosial Terhadap Masyarakat Dalam Melakukan Pembelian." *TIN: Terapan Informatika Nusantara* 5, no. 1 (2024): 65. <https://doi.org/10.47065/tin.v5i1.5293>.
- Ardianto, Risna, Et.al. "Transformasi Digital Dan Antisipasi Perubahan Ekonomi Global Dalam Dunia Perbankan." *MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin* 2, no. 1 (2024): 81. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i1.114>.
- Commission, Federal Trade. "FTC Takes Action Against Amazon for Enrolling Consumers in Amazon Prime Without Consent and Sabotaging Their Attempts to Cancel." Federal Trade Commission. Accessed March 27, 2026. <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their>.
- Department, Trade Licensing and Consumer Legislation. "Behavioural Study of the European Commission on Dark Patterns in the Digital Environment." Ministry of Industry and Trade of the Czech Republic. Accessed March 27, 2026. <https://mpo.gov.cz/en/consumer-protection/eu-and-the-consumer/behavioural-study-of-the-european-commission-on-dark-patterns-in-the-digital-environment--268126/>.
- Faisal, Melisa Trinanda, dan Muhammad Iqbal Fasa. "Transformasi Digital: Peran E-Commerce Dalam Pertumbuhan Ekonomi Digital Di Indonesia." *Jurnal Media Akademik (JMA)* 3, no. 4 (2025): 3. <https://doi.org/10.62281>.
- Lapian, Randy, Deasy Soeikromo, Rudolf S. Mamengko. "Pengaturan Penggunaan Tanda Tangan Elektronik Menurut UU No. 19 Tahun 2016 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Lex Privatum* 13, no. 1 (2024): 1.
- Mahera, Rofiqo Meili, dan Nanda Suryadi. "Transformasi Mekanisme Pasar Dalam Ekonomi Berbasis Teknologi Digital." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 02, no. 11 (2025): 333–38. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.15564449>.
- Mamengko, Rudolf S. "Product Liability Dan Profesional Liability Di Indonesia." *Jurnal Ilmu Hukum* III, no. 9 (2016): 3.
- Manalu, Jericho Owen Geraldo. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Online Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 Tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik." *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2026): 169–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/konsensus.v3i1.1558>.
- Natania, Abigael Tesalonika, dan Renny Dwijayanti. "Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi UMKM." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 12, no. 1 (2024): 1.

- Prasetya, Dwi Arman, Narumi Hayakawa, Rahayu Sri Utami. "Analisis Yuridis Terhadap Praktik Dark Patterns Dalam Digital Marketing Dan Dampaknya Bagi Konsumen." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 2 (2026): 1448. <https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i2.4514>.
- Purba, Devia Syahfitri, et.al. "Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia." *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2025): 127. <https://doi.org/https://doi.org/10.30651/jms.v10i1.25367>.
- Rizha Claudilla Putri. "Dark Patterns Sebagai Bentuk Manipulasi Perilaku Konsumen Digital: Analisis Interdisipliner Terhadap Dampak Psikologis, Hukum, Dan Ekonomi Dari Praktik Desain Manipulatif Dalam Ekosistem E-Commerce Global." *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)* 4, no. 2 (2025): 1068. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.611>.
- S, Gokma Toni Parlindungan. "Pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Yang Taat Asas Hukum Dan Prinsi-Prinsip Perlindungan Konsumen." *Ensiklopedia Research and Community Service Review* 4, no. 2 (2025): 293.
- Sarah Perez. "FTC Study Finds 'Dark Patterns' Used by a Majority of Subscription Apps and Websites." *TechCrunch*. Accessed March 27, 2026. <https://techcrunch.com/2024/07/10/ftc-study-finds-dark-patterns-used-by-a-majority-of-subscription-apps-and-websites/>.
- Siagian, Fahrizal S., Et.al. "Implementation of Straight Liability and Liability Based on Fault Concepts in Environmentally Sound Economic Development in Indonesia." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 1, no. 11 (2024): 98-99. <https://doi.org/https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.11409099>.
- Sianturi, Hans Reyner Edison, Abdul Halim Barkatullah. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Barang Elektronik Di Era Ekonomi Digital." *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora* 9, no. 2 (2025): 980.
- Sodikin. "Perkembangan Konsep Strict Liability Sebagai Pertanggungjawaban Perdata Dalam Sengketa Lingkungan Di Era Globalisasi." *Al-Qisth Law Review* 5, no. 2 (2022): 275.
- Susilo, Feynita. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dan Tanggung Jawab Pelaku Usaha Akibat Iklan Yang Menyesatkan." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 6, no. 2 (2023): 727. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1937>.