

KONSTRUKSI HUKUM PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP DARK PATTERN PADA APLIKASI FINTECH

THE LEGAL FRAMEWORK FOR CONSUMER PROTECTION AGAINST DARK PATTERNS IN FINTECH APPLICATIONS

Wisnu Cahyo Apriliyadi, Hasnah Aziz, Muhammad Fajar Alfahimi, Aditya Putra Setyawan, Ahiruddin
Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang
Correspondence : wisnucahyo3232@yahoo.com

Received: 01-04-2026 | Revised: 20-04-2026 | Accepted: 01-05-2026 | Published: 16-05-2026

Abstract

The development of financial technology (fintech) in Indonesia has significantly transformed the financial transaction landscape. However, behind the convenience offered, manipulative practices known as dark patterns have emerged in fintech application interfaces. These practices refer to user interface design elements deliberately exploited to manipulate users into making unintended decisions, such as subscribing to paid services, consenting to personal data usage, or conducting specific financial transactions. This study aims to construct a legal framework for consumer protection against dark patterns in fintech applications in Indonesia by analyzing existing legal provisions and identifying regulatory gaps. The research method used is normative legal research with a statutory, conceptual, and comparative approach. The results indicate that Law Number 8 of 1999 on Consumer Protection, Law Number 11 of 2008 on Information and Electronic Transactions as amended by Law Number 19 of 2016, and regulations of the Financial Services Authority (OJK) have not explicitly regulated dark patterns as a form of unfair trading practice. This study recommends the need to amend the Consumer Protection Law to accommodate specific regulation of dark patterns, strengthening the OJK's authority in overseeing fintech application interface design practices, and establishing binding ethical interface design codes for fintech providers.

Keywords: Dark Pattern, Consumer Protection, Fintech, Financial Services Authority, Manipulative Interface Design.

PENDAHULUAN

Indonesia menempati posisi sebagai salah satu pasar fintech terbesar di Asia Tenggara dengan pertumbuhan yang sangat pesat. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat 96 perusahaan peer-to-peer (P2P) lending yang telah memperoleh izin usaha dari OJK per Agustus 2025, sementara di sektor sistem pembayaran terdapat 566 penyelenggara layanan pembayaran yang telah dilisensikan oleh Bank Indonesia. Transaksi yang difasilitasi oleh penyelenggara agregator jasa keuangan (PAJK) pada Januari 2026 mencapai Rp2,01 triliun dengan melayani 16,95 juta pengguna. Pertumbuhan ini didorong oleh populasi lebih dari 270 juta jiwa, tingkat penetrasi internet yang tinggi, serta upaya pemerintah dalam meningkatkan inklusi keuangan.

Di tengah kemajuan tersebut, muncul fenomena yang mengkhawatirkan dalam bentuk dark pattern pada antarmuka aplikasi fintech. Istilah dark pattern pertama kali diperkenalkan oleh Harry Brignull untuk merujuk pada elemen desain antarmuka pengguna yang dimanfaatkan untuk memanipulasi pengguna agar mengambil keputusan yang tidak mereka inginkan. Praktik ini memanfaatkan asimetri informasi dan bias kognitif konsumen, sehingga mengikis otonomi konsumen dan persetujuan yang berdasarkan informasi penuh (informed consent).

Penelitian eksperimental yang dilakukan di Indonesia dengan melibatkan 300 partisipan menunjukkan bahwa dark pattern secara signifikan mengurangi kepercayaan pengguna dan meningkatkan penyesalan pasca-keputusan. Drip pricing menghasilkan penyesalan tertinggi dan persepsi keadilan terendah, sementara manipulasi persetujuan (consent manipulation) menghasilkan tingkat opt-in yang membengkak. Literasi

digital yang rendah dikaitkan dengan kerentanan lebih besar terhadap penipuan dan tingkat deteksi yang lebih rendah.

Dalam konteks ASEAN, kesadaran akan risiko dark pattern telah meningkat. Pada Juli 2024, ASEAN Committee on Consumer Protection (ACCP) meluncurkan Regional Information Campaign on Dark Patterns and Deceptive Designs. Namun, perlindungan konsumen terhadap dark pattern di kawasan ini masih terfragmentasi dan tidak merata. Beberapa negara seperti Korea Selatan, India, dan Filipina telah mengadopsi aturan eksplisit mengenai dark pattern, sementara sebagian besar negara lain masih mengandalkan ketentuan umum yang melarang praktik menyesatkan atau tidak adil yang ditulis untuk pasar offline.

Korea Selatan telah mengambil langkah signifikan dengan mengamandemen Act on Consumer Protection in Electronic Commerce yang berlaku efektif pada 14 Februari 2025. Amandemen tersebut secara tegas melarang enam jenis dark pattern dalam transaksi e-commerce, yaitu hidden renewal, drip pricing, pre-selection of specific options, false hierarchy structure, obstructing cancellation, dan repeated interference (nagging). Korea Fair Trade Commission (KFTC) juga telah menyetujui Self-Regulatory Code on the Operation of Online Interfaces yang diterapkan oleh 28 platform belanja online utama termasuk Coupang dan NAVER.

Di Indonesia, regulasi yang mengatur perlindungan konsumen dalam transaksi digital meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UU PK), Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 (UU ITE), serta berbagai peraturan OJK terkait penyelenggaraan jasa keuangan berbasis teknologi informasi. Namun, ketiga instrumen hukum tersebut belum secara eksplisit mengakomodasi pengaturan dark pattern sebagai bentuk praktik perdagangan yang tidak adil. Kekosongan regulasi ini membuka celah bagi penyelenggara fintech untuk melakukan praktik manipulatif tanpa dapat dikenai sanksi yang tegas.

Berdasarkan uraian di atas, maka diperlukan konstruksi hukum yang komprehensif untuk melindungi konsumen dari praktik dark pattern pada aplikasi fintech. Konstruksi hukum tersebut harus mempertimbangkan karakteristik khusus transaksi digital, aspek teknis desain antarmuka, serta kebutuhan akan perlindungan yang efektif bagi konsumen yang rentan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana karakteristik dan bentuk-bentuk dark pattern yang diterapkan pada aplikasi fintech di Indonesia? 2) Bagaimana kecukupan kerangka hukum perlindungan konsumen saat ini (UU PK, UU ITE, dan peraturan OJK) dalam mengatur dark pattern pada aplikasi fintech? 3) Bagaimana konstruksi hukum ideal perlindungan konsumen terhadap dark pattern pada aplikasi fintech di Indonesia?

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan menggunakan tiga pendekatan, yaitu: (1) pendekatan perundang-undangan (statute approach), yang menganalisis ketentuan hukum positif yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik; (2) pendekatan konseptual (conceptual approach), yang mengkaji konsep dark pattern dan prinsip-prinsip perlindungan konsumen; serta (3) pendekatan komparatif (comparative approach), yang membandingkan regulasi dark pattern di yurisdiksi lain seperti Korea Selatan, Singapura, dan Amerika Serikat untuk menarik pelajaran yang dapat diaplikasikan dalam konteks hukum Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik dan Bentuk-Bentuk Dark Pattern pada Aplikasi Fintech di Indonesia

Karakteristik Dark Pattern pada Aplikasi Fintech

Dark pattern pada aplikasi fintech memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari dark pattern pada platform e-commerce atau media sosial. Karakteristik tersebut meliputi:

Pertama, *high stakes decision making*. Transaksi fintech melibatkan pengambilan keputusan keuangan yang memiliki dampak signifikan terhadap kondisi finansial konsumen, seperti penerimaan pinjaman, investasi, atau asuransi. Manipulasi pada tahap pengambilan keputusan ini dapat mengakibatkan kerugian finansial yang nyata dan serius.

Kedua, *data intensity*. Aplikasi fintech memerlukan akses terhadap data pribadi yang sensitif, termasuk informasi identitas, data keuangan, riwayat transaksi, dan bahkan data biometrik. Dark pattern dalam bentuk *consent manipulation* dapat mengakibatkan pengumpulan data yang berlebihan atau penggunaan data untuk tujuan yang tidak dikehendaki konsumen.

Ketiga, *complexity of financial products*. Produk keuangan umumnya memiliki struktur yang kompleks dengan berbagai variabel seperti suku bunga, biaya administrasi, denda keterlambatan, dan jangka waktu. Dark pattern dalam bentuk *drip pricing* atau *hidden costs* memanfaatkan kompleksitas ini untuk menyembunyikan biaya sebenarnya.

Keempat, *behavioral exploitation*. Aplikasi fintech sering kali memanfaatkan *behavioral economics* untuk meningkatkan konversi transaksi. Ketika pemanfaatan ini melampaui batas persuasi etis dan memasuki ranah manipulasi, maka terbentuklah dark pattern.

Bentuk-Bentuk Dark Pattern Spesifik pada Aplikasi Fintech

Berdasarkan analisis terhadap aplikasi fintech yang beroperasi di Indonesia, teridentifikasi beberapa bentuk dark pattern yang umum ditemui:

a. Drip Pricing pada Pinjaman Online (P2P Lending)

Banyak aplikasi P2P lending menampilkan suku bunga yang sangat rendah pada halaman promosi (misalnya 0,1 persen per hari), namun pada saat konsumen akan mengajukan pinjaman, muncul berbagai biaya tambahan seperti biaya administrasi, biaya verifikasi, biaya asuransi, dan biaya layanan platform. Total biaya yang harus dibayar oleh konsumen jauh melebihi estimasi awal. Praktik ini secara langsung melanggar prinsip transparansi dan hak konsumen untuk mendapatkan informasi yang benar dan jelas.

b. Consent Manipulation pada Penggunaan Data Pribadi

Aplikasi fintech sering kali menggunakan dark pattern untuk memperoleh persetujuan pengguna atas penggunaan data pribadi yang meluas. Teknik yang digunakan meliputi *pre-ticked boxes* untuk berbagai jenis penggunaan data, penggunaan bahasa yang ambigu atau teknis dalam kebijakan privasi, pengalihan perhatian dari pilihan privasi ke elemen visual lain, dan penggunaan warna kontras yang mengarahkan pada tombol *accept* rather than *reject*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *consent manipulation* menghasilkan tingkat *opt-in* yang membengkak secara artifisial, menunjukkan bahwa banyak persetujuan yang diberikan bukan berdasarkan keputusan yang benar-benar *informed* dan *voluntary*.

c. Urgency Cues pada Penawaran Produk Keuangan

Aplikasi fintech sering menggunakan countdown timer untuk penawaran suku bunga khusus, notifikasi bahwa ribuan pengguna telah mengajukan pinjaman hari ini, atau penanda bahwa kuota pinjaman dengan suku bunga rendah hampir habis. Teknik ini menciptakan false sense of urgency yang mendorong konsumen untuk mengambil keputusan cepat tanpa melakukan due diligence yang memadai. CCCS Singapura telah mengidentifikasi praktik serupa pada platform perjalanan online dan menganggapnya sebagai praktik perdagangan yang tidak adil.

d. Hidden Subscription dan Auto-Renewal

Beberapa aplikasi fintech menawarkan periode percobaan gratis (free trial) yang secara otomatis berubah menjadi langganan berbayar tanpa pemberitahuan yang jelas. Konsumen sering kali tidak menyadari bahwa mereka telah berlangganan hingga melihat pemotongan dana dari rekening mereka. Korea Selatan telah mengatur secara spesifik bahwa persetujuan untuk perubahan dari layanan gratis ke berbayar harus diperoleh dalam periode 30 hari sebelum perubahan efektif.

e. Obstruction of Account Closure

Ketika konsumen ingin menutup akun atau mengakhiri layanan, aplikasi fintech sering kali menerapkan proses yang sangat rumit, mengharuskan konsumen menghubungi customer service melalui saluran tertentu, menunggu periode pending yang lama, atau menghadapi berbagai penawaran retensi yang mengganggu. Praktik ini bertujuan untuk membuat konsumen menyerah pada niatnya untuk mengakhiri hubungan dengan platform.

f. Misleading Hierarchy pada Tampilan Produk

Aplikasi fintech yang menyediakan berbagai pilihan produk keuangan sering kali menampilkan produk yang paling menguntungkan bagi platform (misalnya dengan margin tertinggi atau komisi terbesar) pada posisi paling menonjol, sementara produk yang lebih menguntungkan bagi konsumen disembunyikan atau ditampilkan dengan format yang kurang menonjol. Korea Selatan telah melarang praktik false hierarchy structure yang menarik konsumen untuk membeli barang tertentu yang menguntungkan pelaku usaha dengan membuat perbedaan signifikan pada ukuran, bentuk, atau warna pilihan.

g. Nagging dan Repeated Interference

Aplikasi fintech sering kali menggunakan pop-up berulang kali untuk mendorong konsumen mengubah pilihan mereka, misalnya menolak asuransi tambahan, menolak penawaran pinjaman tambahan, atau menolak penggunaan data untuk pemasaran. Korea Selatan secara tegas melarang repeated interference melalui pop-up windows yang berulang kali meminta konsumen untuk mengubah pilihan mereka.

Dampak Dark Pattern terhadap Konsumen Fintech

Dampak dark pattern terhadap konsumen fintech bersifat multidimensional:

Dampak finansial: Konsumen dapat mengalami kerugian langsung berupa pembayaran yang lebih besar dari perkiraan, biaya langganan yang tidak diinginkan, atau kerugian investasi akibat keputusan yang terburu-buru. Dalam konteks P2P lending, konsumen dapat terjatuh dalam utang yang tidak terencana dengan suku bunga efektif yang sangat tinggi.

Dampak psikologis: Penelitian menunjukkan bahwa dark pattern secara signifikan mengurangi kepercayaan pengguna dan meningkatkan post-decision regret. Konsumen yang merasa dimanipulasi akan mengalami kecemasan, penyesalan, dan kehilangan kepercayaan terhadap layanan digital secara umum.

Dampak terhadap otonomi dan privasi: Consent manipulation mengikis kemampuan konsumen untuk memberikan persetujuan yang benar-benar informed dan voluntary. Hal ini berimplikasi pada pelanggaran hak privasi dan potensi penyalahgunaan data pribadi untuk tujuan yang tidak dikehendaki.

Dampak terhadap inklusi keuangan: Dark pattern secara tidak proporsional memengaruhi konsumen dengan literasi digital rendah, yang umumnya merupakan kelompok masyarakat yang baru terjangkau layanan keuangan formal. Hal ini dapat mengurangi manfaat inklusi keuangan dan bahkan memperburuk kondisi finansial kelompok rentan.

Analisis Kecukupan Kerangka Hukum Perlindungan Konsumen terhadap Dark Pattern

Analisis Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

UU PK merupakan payung hukum utama perlindungan konsumen di Indonesia. Namun, UU PK yang diundangkan pada tahun 1999, sebelum era digital berkembang pesat, memiliki keterbatasan dalam mengatur dark pattern pada aplikasi fintech.

Pasal 4 UU PK menentukan hak-hak konsumen, termasuk hak untuk mendapat informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Pasal 8 ayat (1) huruf f melarang pelaku usaha melakukan praktik persaingan tidak sehat yang dapat merugikan konsumen. Pasal 9 mengatur larangan pemalsuan, penipuan, atau menyembunyian informasi material.

Dark pattern pada aplikasi fintech dapat dikategorikan sebagai praktik yang melanggar Pasal 4 dan Pasal 9 UU PK, khususnya dalam hal menyembunyian informasi material (hidden costs), informasi yang tidak jujur (fake social proof), dan praktik yang mengaburkan informasi penting (misdirection). Namun, ada beberapa kelemahan dalam penerapan UU PK terhadap dark pattern:

Pertama, UU PK tidak secara eksplisit mengakui dark pattern sebagai kategori tersendiri dari praktik perdagangan yang tidak adil. Ketidakjelasan definisi ini menyebabkan kesulitan dalam pembuktian dan penegakan hukum.

Kedua, UU PK tidak memiliki ketentuan khusus mengenai desain antarmuka digital. Konsep dark pattern melibatkan aspek teknis desain antarmuka yang tidak diatur dalam UU PK.

Ketiga, sanksi yang diatur dalam UU PK (Pasal 19-62) bersifat umum dan tidak mempertimbangkan karakteristik spesifik kerugian yang timbul dari dark pattern, yang sering kali bersifat kumulatif dan sulit diukur pada level individu.

Keempat, UU PK tidak mengatur kewenangan khusus bagi regulator sektorial (seperti OJK) untuk mengawal praktik desain antarmuka pada aplikasi fintech.

Analisis Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik

UU ITE sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 19 Tahun 2016 mengatur transaksi elektronik dan perlindungan data pribadi. Dalam konteks dark pattern, beberapa ketentuan UU ITE relevan:

Pasal 9 UU ITE mengatur aspek keamanan dan keandalan sistem elektronik. Pasal 26 mengatur perlindungan data pribadi, yang relevan dengan consent manipulation. Pasal 28 melarang penyebaran informasi yang menyesatkan.

Namun, UU ITE juga memiliki keterbatasan:

Pertama, UU ITE tidak secara spesifik mengatur dark pattern sebagai bentuk pelanggaran. Ketentuan mengenai informasi menyesatkan (Pasal 28) bersifat umum dan tidak mencakup manipulasi desain antarmuka.

Kedua, perlindungan data pribadi dalam UU ITE masih bersifat umum dan tidak mengatur secara detail mekanisme persetujuan yang valid dalam konteks dark pattern. Tidak ada ketentuan mengenai persyaratan informed consent secara spesifik, seperti kejelasan bahasa, prominence of choice, atau kemudahan penarikan persetujuan.

Ketiga, UU ITE tidak memberikan kewenangan kepada OJK untuk melakukan audit desain antarmuka aplikasi fintech.

Analisis Peraturan Otoritas Jasa Keuangan

OJK telah menerbitkan berbagai peraturan yang mengatur penyelenggaraan fintech, namun belum ada peraturan yang secara eksplisit mengatur dark pattern.

Peraturan OJK Nomor 3 Tahun 2024 tentang Pelaksanaan ITSK mengatur inovasi teknologi sektor keuangan, namun fokusnya pada aspek tata kelola, manajemen risiko, dan keamanan sistem, bukan pada etika desain antarmuka.

Peraturan OJK Nomor 40 Tahun 2024 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi mengatur aspek perlindungan konsumen dalam P2P lending, termasuk kewajiban transparansi informasi pinjaman. Namun, peraturan ini tidak mengatur secara spesifik praktik desain antarmuka yang manipulatif.

Peraturan OJK Nomor 4 Tahun 2025 tentang Penyelenggara Agregasi Jasa Keuangan mengatur agregator jasa keuangan, namun juga tidak mengatur dark pattern.

Pada Februari 2026, OJK menerbitkan peraturan baru untuk memperkuat tata kelola dan manajemen risiko, termasuk risiko siber dan operasional. Namun, peraturan tersebut tetap tidak menyentuh aspek desain antarmuka yang manipulatif.

Kelemahan kerangka regulasi OJK terletak pada:

Pertama, tidak adanya definisi atau pengakuan terhadap dark pattern sebagai risiko konsumen yang perlu diatur.

Kedua, tidak adanya kewenangan OJK untuk melakukan audit atau review desain antarmuka aplikasi fintech.

Ketiga, tidak adanya kewajiban bagi penyelenggara fintech untuk melakukan user testing atau ethical design review sebelum meluncurkan fitur baru.

Keempat, mekanisme pengaduan konsumen yang ada (Aplikasi Portal Perlindungan Konsumen atau APPK) tidak dirancang untuk menangani keluhan terkait desain antarmuka. Data menunjukkan bahwa dari 65.139 permintaan layanan yang diterima APPK pada Januari-Februari 2026, sebagian besar berkaitan dengan masalah konvensional seperti keterlambatan pelaporan, bukan masalah desain manipulatif.

Perbandingan dengan Yurisdiksi Lain

Perbandingan dengan yurisdiksi lain menunjukkan bahwa Indonesia tertinggal dalam pengaturan dark pattern.

Korea Selatan telah mengamandemen Act on Consumer Protection in Electronic Commerce yang berlaku efektif 14 Februari 2025, secara tegas melarang enam jenis dark pattern: hidden renewal, drip pricing, pre-selected options, misleading hierarchy, obstruction of cancellation, dan repeated interference. KFTC juga telah menerbitkan Q&A document untuk memberikan panduan kepada pelaku usaha. Sanksi yang dapat dikenakan meliputi penghentian usaha selama 3 bulan untuk pelanggaran pertama, 6 bulan untuk

pelanggaran kedua, dan 12 bulan untuk pelanggaran ketiga, serta denda administratif mulai dari KRW 1 juta hingga KRW 5 juta.

Singapura melalui CCCS telah mengidentifikasi dark pattern sebagai prioritas penegakan hukum. CCCS telah mengambil tindakan terhadap platform perjalanan online (Agoda) atas penggunaan misleading scarcity cues, fake reviews, dan subscription traps. Meskipun sanksi yang dikenakan masih bersifat korektif (voluntary undertakings) daripada punitif (denda), keberadaan penegakan hukum tersebut memberikan sinyal yang jelas kepada pelaku usaha.

Amerika Serikat melalui Federal Trade Commission (FTC) telah aktif menegakkan hukum terhadap dark pattern. FTC menggunakan kerangka Section 5 of the Federal Trade Commission Act yang melarang unfair or deceptive acts or practices. FTC telah mengeluarkan berbagai enforcement actions terhadap perusahaan yang menggunakan dark pattern, termasuk roach motel tactics (sulit membatalkan langganan), hidden fees, dan manipulative consent design.

Uni Eropa melalui Digital Services Act (DSA) dan Digital Markets Act (DMA) mulai mengatur aspek desain antarmuka yang manipulatif, khususnya untuk platform digital besar. General Data Protection Regulation (GDPR) juga mengatur persetujuan penggunaan data pribadi dengan ketat, yang secara tidak langsung membatasi consent manipulation.

Berdasarkan perbandingan tersebut, terlihat jelas bahwa Indonesia memerlukan pengaturan yang lebih spesifik dan komprehensif terhadap dark pattern pada aplikasi fintech.

Konstruksi Hukum Ideal Perlindungan Konsumen terhadap Dark Pattern

Berdasarkan analisis terhadap kekosongan regulasi dan perbandingan dengan yurisdiksi lain, penelitian ini merumuskan konstruksi hukum ideal perlindungan konsumen terhadap dark pattern pada aplikasi fintech melalui tiga pilar utama

Pilar Pertama: Amandemen Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Amandemen UU PK diperlukan untuk mengakomodasi karakteristik transaksi digital dan dark pattern secara spesifik. Beberapa ketentuan yang perlu ditambahkan meliputi:

- a. Definisi Dark Pattern: Perlu ditambahkan definisi dark pattern dalam UU PK yang mencakup elemen-elemen: (1) desain antarmuka pengguna; (2) sifat manipulatif yang sengaja; (3) tujuan untuk mengarahkan pengguna pada keputusan yang tidak mereka inginkan; dan (4) pemanfaatan asimetri informasi atau bias kognitif.
- b. Katalogisasi Dark Pattern: Mengadopsi pendekatan Korea Selatan, UU PK perlu mengkatalogkan jenis-jenis dark pattern yang dilarang, minimal meliputi: drip pricing, hidden subscription, consent manipulation, urgency cues palsu, obstruction of cancellation, misleading hierarchy, fake social proof, dan repeated interference.
- c. Persetujuan yang Valid: Mengatur persyaratan informed consent dalam transaksi digital, termasuk: kejelasan dan kemudahan bahasa, prominence dan equal prominence of choices, kemudahan penarikan persetujuan, dan larangan pre-ticked boxes untuk opsi yang mengikat konsumen secara finansial atau privasi.
- d. Sanksi yang Proporsional: Menetapkan sanksi administratif dan pidana yang mempertimbangkan skala operasi, jumlah konsumen yang terdampak, dan intensitas manipulasi. Sanksi dapat berupa peringatan tertulis, denda administratif, penghentian sementara operasi, pencabutan izin, dan tuntutan pidana untuk pelanggaran berat.

- e. Kewenangan Regulator Sektorial: Memberikan kewenangan eksplisit kepada OJK dan BI untuk melakukan audit desain antarmuka, mengeluarkan peraturan teknis, dan menegakkan hukum terhadap dark pattern pada aplikasi fintech.

Pilar Kedua: Penguatan Kewenangan dan Kapasitas OJK

OJK sebagai regulator sektor jasa keuangan perlu diberikan kewenangan dan kapasitas yang memadai untuk mengawal praktik desain antarmuka aplikasi fintech. Beberapa langkah yang perlu diambil:

- a. Pembentukan Unit Khusus: OJK perlu membentuk unit khusus yang menangani audit etika desain antarmuka (ethical interface audit unit) yang bertugas melakukan review desain aplikasi fintech sebelum peluncuran dan secara berkala.
- b. Penerbitan Regulasi Teknis: OJK perlu menerbitkan peraturan atau surat edaran yang secara teknis mengatur standar desain antarmuka aplikasi fintech, termasuk: persyaratan transparency in pricing, prohibition of manipulative consent design, standards for cancellation processes, dan requirements for clear and conspicuous disclosures.
- c. Regulatory Sandbox untuk Etika Desain: Memperluas cakupan regulatory sandbox ITSK untuk mencakup aspek etika desain antarmuka, sehingga inovasi dapat diuji tidak hanya dari sisi teknologi dan bisnis, tetapi juga dari sisi perlindungan konsumen.
- d. Kerja Sama Internasional: Memperkuat kerja sama dengan regulator di yurisdiksi lain (seperti KFTC Korea, CCCS Singapura, FTC Amerika Serikat) untuk pertukaran informasi, harmonisasi standar, dan penegakan hukum lintas batas.
- e. Peningkatan Kapasitas SDM: Melakukan pelatihan khusus bagi pegawai OJK dalam bidang behavioral economics, user experience design, dan forensic audit antarmuka digital.

Pilar Ketiga: Pembentukan Kode Etik Desain Antarmuka yang Mengikat

Selain regulasi formal, diperlukan kode etik desain antarmuka yang mengikat bagi penyelenggara fintech. Kode etik ini dapat diadopsi melalui pendekatan co-regulation atau self-regulation yang diawasi oleh OJK:

- a. Prinsip Transparency by Design: Kewajiban untuk merancang antarmuka yang secara inheren transparan, dengan informasi harga, syarat, dan risiko yang disajikan secara jelas dan tidak dapat disembunyikan.
- b. Prinsip Fairness by Design: Kewajiban untuk merancang antarmuka yang tidak memanfaatkan bias kognitif konsumen secara manipulatif, dengan equal prominence of choices dan avoidance of deceptive visual hierarchies.
- c. Prinsip Respect for User Autonomy: Kewajiban untuk menghormati otonomi pengguna dalam pengambilan keputusan, dengan larangan urgency cues palsu, nagging, dan obstruction of user choices.
- d. Prinsip Data Minimization and Privacy by Design: Kewajiban untuk tidak menggunakan dark pattern dalam memperoleh persetujuan penggunaan data, dengan persyaratan explicit opt-in untuk penggunaan data sensitif.
- e. Mekanisme Sertifikasi dan Labelisasi: Pembentukan mekanisme sertifikasi aplikasi fintech yang memenuhi standar etika desain, dengan label khusus yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

- f. Sanksi bagi Pelanggar Kode Etik: Kode etik harus disertai dengan sanksi yang efektif, mulai dari peringatan, kewajiban perbaikan, hingga pencabutan sertifikasi dan rekomendasi kepada OJK untuk pencabutan izin operasional.

Implementasi Bertahap dan Proportionality

Konstruksi hukum ini harus diimplementasikan secara bertahap untuk memberikan waktu bagi penyelenggara fintech untuk beradaptasi:

Fase 1 (0-12 bulan): Sosialisasi dan edukasi kepada penyelenggara fintech mengenai konsep dark pattern dan standar etika desain. OJK menerbitkan panduan teknis non-mengikat.

Fase 2 (12-24 bulan): Penerapan kode etik secara sukarela dengan insentif bagi penyelenggara yang berpartisipasi (misalnya fast-track licensing, public recognition).

Fase 3 (24-36 bulan): Penerapan regulasi mengikat dengan kewajiban compliance, audit berkala, dan sanksi administratif.

Fase 4 (36-48 bulan): Evaluasi dan revisi regulasi berdasarkan pengalaman implementasi, dengan kemungkinan penambahan jenis dark pattern yang dilarang sesuai perkembangan teknologi.

Pendekatan ini mempertimbangkan prinsip proportionality dan kebutuhan untuk menjaga keseimbangan antara perlindungan konsumen dan inovasi. Regulasi yang terlalu ketat dapat menghambat inovasi dan inklusi keuangan, sementara regulasi yang terlalu longgar akan membiarkan konsumen rentan terhadap eksploitasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Dark pattern pada aplikasi fintech di Indonesia memiliki karakteristik khusus yang berkaitan dengan high stakes decision making, data intensity, complexity of financial products, dan behavioral exploitation. Bentuk-bentuk yang umum ditemui meliputi drip pricing, consent manipulation, urgency cues palsu, hidden subscription, obstruction of cancellation, misleading hierarchy, fake social proof, dan repeated interference. Dampaknya bersifat multidimensional, meliputi kerugian finansial, psikologis, pelanggaran otonomi dan privasi, serta hambatan terhadap inklusi keuangan.
2. Kerangka hukum perlindungan konsumen yang berlaku saat ini, meliputi UU PK, UU ITE, dan peraturan OJK, belum secara eksplisit dan memadai mengatur dark pattern pada aplikasi fintech. UU PK tidak mengakui dark pattern sebagai kategori tersendiri dan tidak memiliki ketentuan khusus mengenai desain antarmuka digital. UU ITE tidak secara spesifik mengatur dark pattern dan tidak mengatur mekanisme informed consent secara detail. Peraturan OJK tidak mengatur aspek etika desain antarmuka dan tidak memberikan kewenangan audit desain kepada OJK. Perbandingan dengan Korea Selatan, Singapura, dan Amerika Serikat menunjukkan kebutuhan akan pengaturan yang lebih spesifik.
3. Konstruksi hukum ideal perlindungan konsumen terhadap dark pattern pada aplikasi fintech terdiri dari tiga pilar: (1) amandemen UU PK untuk mengakomodasi definisi dan katalogisasi dark pattern, persyaratan informed consent, sanksi proporsional, dan kewenangan regulator sektorial; (2) penguatan kewenangan dan kapasitas OJK melalui pembentukan unit audit etika desain, penerbitan regulasi teknis, regulatory sandbox, kerja sama internasional, dan peningkatan kapasitas SDM; serta (3) pembentukan kode etik desain antarmuka yang mengikat dengan prinsip transparency by design,

fairness by design, respect for user autonomy, dan data minimization. Implementasi dilakukan secara bertahap dengan pendekatan proportionality.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Brignull, Harry. (2013). Dark Patterns: Deception vs. Honesty in UI Design. Convert Conference.
- Cialdini, Robert B. (2016). Pre-Suasion: A Revolutionary Way to Influence and Persuade. Simon & Schuster.
- Kahneman, Daniel. (2011). Thinking, Fast and Slow. Farrar, Straus and Giroux.
- Sunstein, Cass R. (2014). Why Nudge?: The Politics of Libertarian Paternalism. Yale University Press.
- Thaler, Richard H., dan Cass R. Sunstein. (2008). Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. Yale University Press.

Jurnal Ilmiah

- Gray, Colin ., et al. (2018). The Dark (Patterns) Side of UX Design. Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 1-14.
- Hanifah, Anisah Mutiara Zahra, dan Andi Uceng. (2024). Dark Patterns and Consumer Decision Making in Emerging Markets: Experimental Evidence from Indonesia. Jurnal Data, 2(3). <https://doi.org/10.61978/data.v2i3.919>
- Mathur, Arunesh, et al. (2019). Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 3(CSCW), 1-32.
- Ngo, Nam Phuong. (2025). Click, Scroll, Buy: How Dark Patterns Test ASEAN Consumer Protection. Asian SIL Voices, 10 Oktober 2025.
- Zagal, Jose P., et al. (2013). Dark Patterns in the Design of Games. Foundations of Digital Games 2013.

Peraturan Perundang-Undangan

- Indonesia. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Indonesia. Peraturan Bank Indonesia Nomor 23/6/PBI/2021 tentang Penyelenggaraan Layanan Pembayaran.
- Indonesia. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 3 Tahun 2024 tentang Pelaksanaan Inovasi Teknologi Sektor Keuangan.
- Indonesia. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 40 Tahun 2024 tentang Layanan Pembiayaan Berbasis Teknologi Informasi.
- Indonesia. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 17 Tahun 2025 tentang Penawaran Efek melalui Layanan Urun Dana Berbasis Teknologi Informasi.
- Indonesia. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 4 Tahun 2025 tentang Penyelenggara Agregasi Jasa Keuangan.
- Indonesia. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 27 Tahun 2024 tentang Pelaksanaan Perdagangan Aset Digital Keuangan termasuk Aset Kripto.
- Korea Selatan. Act on Consumer Protection in Electronic Commerce, Etc. (Diubah efektif 14 Februari 2025).
- Singapura. Consumer Protection (Fair Trading) Act (Cap. 52A).
- Uni Eropa. Regulation (EU) 2022/2065 (Digital Services Act).
- Uni Eropa. Regulation (EU) 2016/679 (General Data Protection Regulation).
- Amerika Serikat. Federal Trade Commission Act, 15 U.S.C. 41-58.

Laporan dan Publikasi Resmi

- ASEAN Committee on Consumer Protection. (2024). Regional Information Campaign on Dark Patterns and Deceptive Designs. Juli 2024.

Competition and Consumer Commission of Singapore. (2025). Enforcement Actions and Guidance on Dark Patterns.

Information Commissioner's Office, Competition and Markets Authority, dan Digital Regulation Cooperation Forum. (2023). Dark Patterns in Online Choice Architecture: UK Regulatory Outlook.

Korea Fair Trade Commission. (2025). Q&A Document on Regulations on Dark Patterns.

Korea Fair Trade Commission. (2025). Self-Regulatory Code on the Operation of Online Interfaces.

Otoritas Jasa Keuangan. (2026). Press Release: February 2026 Board of Commissioners Meeting. Maret 2026.

Otoritas Jasa Keuangan. (2026). Data Statistik ITSK dan Aset Kripto per Februari 2026.

Sumber Online

ICLG. (2025). Fintech Laws and Regulations Report 2025-2026: Indonesia. <https://iclg.com/practice-areas/fintech-laws-and-regulations/indonesia>

Kontrak Hukum. (2025). Perlindungan Hukum bagi Konsumen dalam Transaksi Digital. <https://kontrakhukum.com/article/perlindungan-hukum-bagi-konsumen-dalam-transaksi-digital/>

MLex. (2026). Indonesia Tightens Governance, Risk Rules for Fintech, Digital Asset Firms. 9 Februari 2026.

Practice Guides Chambers. (2026). Fintech 2026: Indonesia - Trends and Developments. <https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/fintech-2026/indonesia/trends-and-developments>

Rajah & Tann Asia. (2025). The Rising Response to Dark Patterns - Lessons from New Regulations and Enforcement Actions by Global Regulators. 2 Oktober 2025. <https://www.rajahtannasia.com/viewpoints/the-rising-response-to-dark-patterns-lessons-from-new-regulations-and-enforcement-actions-by-global-regulators/>