

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN ATAS PRAKTIK DYNAMIC PRICING OLEH PLATFORM E-COMMERCE DITINJAU DARI UNDANG-UNDANG PERLINDUNGAN KONSUMEN

Elissa Samarda¹, Rahan Nara², Michael Peter Marpaung³, Mohamad Erwin⁴, Paltiada Saragi⁵

[¹, ¹elissa.samarda@gmail.com](mailto:elissa.samarda@gmail.com), [², ²rahannara@gmail.com](mailto:rahannara@gmail.com), [³, ³michaelpmarpaung@yahoo.com](mailto:michaelpmarpaung@yahoo.com),
[⁴, ⁴bangcapatain2021@gmail.com](mailto:bangcapatain2021@gmail.com), [⁵, ⁵psaragi@gmail.com](mailto:psaragi@gmail.com)

Universitas Kristen Indonesia

Abstract

The rapid growth of e-commerce platforms in Indonesia has triggered various algorithm-based marketing innovations, one of which is the implementation of dynamic pricing or personalized pricing. Artificial intelligence algorithms allow business actors to change the prices of goods or services in real-time based on tracking privacy data such as search history, demographic profiles, and consumer device types. Although intended for market efficiency, this practice normatively creates massive information asymmetry and places consumers in a very weak bargaining position. This study aims to comprehensively analyze the legal qualification of manipulative dynamic pricing practices reviewed from the instruments of Law Number 8 of 1999 concerning Consumer Protection (UUPK) and Law Number 27 of 2022 concerning Personal Data Protection (UU PDP), as well as to formulate its dispute resolution design. The method applied is normative legal research with a statutory approach and a conceptual approach. The results indicate that the closed and discriminatory manifestation of personalized pricing is a clear violation of the consumer's right to correct, clear, and honest information (Article 4 letter c of the UUPK), as well as a denial of the business actor's principle of good faith (Article 7 letter b of the UUPK). The practice of extracting consumer data profiles without explicit consent also violates the data processing principles in the UU PDP. Preventive legal protection absolutely requires regulatory intervention through the obligation of algorithmic transparency in the platform's Terms and Conditions. Meanwhile, repressive protection for harmed consumers can be pursued through dispute resolution at the Consumer Dispute Settlement Agency (BPSK) or a Tort lawsuit (PMH) in court with a reverse burden of proof mechanism.

Keywords: Dynamic Pricing; E-Commerce, Consumer Protection, Tort Law, Information Asymmetry.

Abstrak

Pertumbuhan pesat platform e-commerce di Indonesia telah memicu berbagai inovasi strategi pemasaran berbasis algoritma, salah satunya adalah implementasi penetapan harga dinamis (dynamic pricing) atau harga terpersonalisasi (personalized pricing). Algoritma kecerdasan buatan (artificial intelligence) memungkinkan pelaku usaha untuk mengubah harga barang atau jasa secara real-time berdasarkan penjejakan data privasi seperti riwayat pencarian, profil demografis, dan jenis perangkat konsumen. Meskipun ditujukan untuk efisiensi pasar, praktik ini secara normatif melahirkan asimetri informasi yang masif dan menempatkan konsumen pada posisi tawar yang sangat lemah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif kualifikasi yuridis praktik dynamic pricing manipulatif ditinjau dari instrumen Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) dan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP), serta merumuskan desain penyelesaian sengketanya. Metode yang diaplikasikan adalah penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan (statute approach) dan pendekatan konseptual (conceptual approach). Hasil penelitian mengindikasikan bahwa manifestasi personalized pricing yang tertutup dan diskriminatif merupakan bentuk pelanggaran nyata terhadap hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur (Pasal 4 huruf c UUPK), serta pengingkaran terhadap asas iktikad baik pelaku usaha (Pasal 7 huruf b UUPK). Praktik ekstraksi profil data

konsumen tanpa persetujuan eksplisit (explicit consent) juga melanggar prinsip pemrosesan data dalam UU PDP. Perlindungan hukum preventif mutlak membutuhkan intervensi regulasi melalui kewajiban transparansi algoritma (algorithmic transparency) dalam Syarat dan Ketentuan platform. Sementara itu, perlindungan represif bagi konsumen yang dirugikan dapat ditempuh melalui penyelesaian sengketa di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun gugatan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) di pengadilan dengan mekanisme pembuktian terbalik.

Kata Kunci: Dynamic Pricing, E-Commerce, Perlindungan Konsumen, Perbuatan Melawan Hukum, Asimetri Informasi.

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 dan masifnya penetrasi internet telah mengubah lanskap fundamental hukum perikatan dan hukum dagang di Indonesia. Transaksi konvensional yang mempertemukan penjual dan pembeli secara fisik kini telah bermutasi menjadi interaksi virtual melalui medium perdagangan sistem elektronik (e-commerce). Transformasi ini membawa konsekuensi yuridis yang kompleks, terutama terkait relasi kuasa antara pelaku usaha digital (platform) yang menguasai teknologi dan infrastruktur data, dengan konsumen individu yang posisinya semakin teralienasi dari akses informasi yang berimbang.

Di balik narasi efisiensi dan kemudahan bertransaksi, platform e-commerce modern—termasuk lokapasar (marketplace), layanan pemesanan akomodasi daring (Online Travel Agents), hingga aplikasi transportasi daring (ride-hailing)—mengoperasikan kecerdasan buatan (artificial intelligence) dan analitik data raya (big data analytics) untuk memaksimalkan akumulasi kapital. Salah satu wujud eksploitasi strategis dari teknologi ini adalah penerapan harga dinamis atau yang dikenal dengan nomenklatur dynamic pricing. Secara konseptual, penetapan harga dinamis merupakan strategi diskriminasi harga di mana algoritma platform menyesuaikan harga produk atau jasa secara real-time dalam hitungan milidetik.

Dalam praktiknya, dynamic pricing telah berevolusi menjadi bentuk yang sangat intrusif, yakni penetapan harga terpersonalisasi (personalized pricing). Algoritma tidak lagi sekadar menaikkan harga berdasarkan rasio pasokan dan permintaan (supply and demand) secara makro, melainkan secara mikro membedah profil kerentanan setiap individu konsumen. Sistem melacak jejak digital (digital footprint) seperti cookies, frekuensi pencarian produk, durasi menatap layar telepon pintar, sisa kapasitas baterai perangkat genggam, hingga membedakan tarif berdasarkan jenis sistem operasi (iOS versus Android). Akibatnya, dua orang konsumen yang mencari produk yang sama persis, pada waktu yang bersamaan, disodorkan harga akhir (checkout price) yang sangat timpang.

Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, situasi ini melahirkan apa yang disebut sebagai asimetri informasi yang sangat patologis. Posisi platform yang maha-tahu akan data privasi konsumen memiliki otoritas penuh untuk memanipulasi tampilan antarmuka (user interface), sedangkan konsumen dibiarkan dalam ketidaktahuan ilusif, menganggap bahwa harga yang tertera di layarnya adalah harga objektif yang berlaku universal. Eksploitasi kognitif ini mereduksi esensi persetujuan (consensus) dalam hukum perikatan menjadi sekadar persetujuan yang didasarkan pada penyesatan secara diam-diam (omission).

Filosofi dasar pembentukan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) adalah untuk mengangkat harkat dan martabat konsumen yang acapkali menjadi objek eksploitasi bisnis, serta menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya iktikad baik dan kejujuran. Namun, hukum positif yang dikongkretkan pada dua dekade silam ini dihadapkan pada tantangan kekosongan norma (vacuum of norm) dalam menjangkau probelamatika manipulasi algoritma. Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PP PMSE) juga belum mengatur secara definitif batasan antara strategi harga algoritmik yang sah dan diskriminasi harga yang melanggar hukum.

Ketidakpastian regulasi ini dimanfaatkan oleh korporasi digital untuk berlindung di balik klausula baku (standard form contracts) berupa Syarat dan Ketentuan (Terms and Conditions) yang menjustifikasi pengumpulan data tanpa menjelaskan implikasi manipulasi harga yang menyertainya. Jika praktik black-box algorithm ini dibiarkan tanpa intervensi dan analisis hukum yang tajam, fondasi keadilan berkontrak di pasar digital akan runtuh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, jurnal ini bertujuan untuk membedah dan menjawab dua isu hukum utama. Pertama, bagaimana kualifikasi yuridis keabsahan praktik dynamic pricing berbasis algoritma oleh platform e-commerce apabila ditinjau dari instrumen UU Perlindungan Konsumen dan kaitannya dengan UU Pelindungan Data Pribadi? Kedua, bagaimana konstruksi pertanggungjawaban hukum dan desain perlindungan bagi konsumen yang menderita kerugian finansial akibat praktik manipulasi harga tersebut? Kajian ini diharapkan memberikan kontribusi dogmatik bagi perkembangan ilmu hukum bisnis digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini mengaplikasikan metode penelitian hukum normatif (doctrinal legal research). Penelitian hukum normatif memfokuskan kajian keilmuannya pada analisis secara mendalam terhadap kaidah-kaidah hukum, norma-norma tertulis, asas-asas hukum dasar, serta teori-teori hukum yang relevan dengan isu yang diteliti guna merumuskan preskripsi hukum yang koheren.

Untuk mengurai permasalahan secara komprehensif, penulis menggunakan beberapa pendekatan (approach). Pendekatan perundang-undangan (statute approach) dilakukan dengan menelaah konsistensi instrumen regulasi, di antaranya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPerdata), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP), dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE. Selanjutnya, pendekatan konseptual (conceptual approach) digunakan untuk membingkai fenomena ke dalam teori asimetri informasi (information asymmetry theory) dan doktrin transparansi algoritma (algorithmic transparency).

Bahan hukum yang menjadi rujukan dalam tulisan ini difokuskan pada literatur mutakhir dalam rentang waktu lima tahun terakhir guna menjaga relevansi dengan perkembangan teknologi artificial intelligence. Bahan hukum primer mencakup undang-undang terkait, sedangkan bahan hukum sekunder diperoleh dari studi kepustakaan terhadap buku-buku teks perikatan, jurnal ilmiah hukum perdata, dan literatur perlindungan konsumen. Analisis dilakukan secara kualitatif-deduktif, yakni berangkat dari prinsip-prinsip umum UUPK untuk menilai keabsahan kasus spesifik penerapan dynamic pricing di lapangan. Penulisan artikel ini mengaplikasikan metode penelitian hukum normatif (doctrinal legal research). Penelitian hukum normatif memfokuskan kajian keilmuannya pada analisis secara mendalam terhadap kaidah-kaidah hukum, norma-norma tertulis, asas-asas hukum dasar, serta teori-teori hukum yang relevan dengan isu yang diteliti guna merumuskan preskripsi hukum yang koheren.

Untuk mengurai permasalahan secara komprehensif, penulis menggunakan beberapa pendekatan (approach). Pendekatan perundang-undangan (statute approach) dilakukan dengan menelaah konsistensi instrumen regulasi, di antaranya Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPerdata), Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP), dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE. Selanjutnya, pendekatan konseptual (conceptual approach) digunakan untuk membingkai fenomena ke dalam teori asimetri informasi (information asymmetry theory) dan doktrin transparansi algoritma (algorithmic transparency).

Bahan hukum yang menjadi rujukan dalam tulisan ini difokuskan pada literatur mutakhir dalam rentang waktu lima tahun terakhir guna menjaga relevansi dengan perkembangan teknologi artificial intelligence. Bahan hukum primer mencakup undang-undang terkait, sedangkan bahan hukum sekunder diperoleh dari studi kepustakaan terhadap buku-buku teks perikatan, jurnal ilmiah hukum perdata, dan literatur perlindungan konsumen. Analisis dilakukan secara kualitatif-deduktif, yakni berangkat dari prinsip-prinsip umum UUPK untuk menilai keabsahan kasus spesifik penerapan dynamic pricing di lapangan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Perlindungan Hukum dan Relasi Kuasa Konsumen

Secara doktrinal, perlindungan hukum adalah pengejawantahan dari teori keadilan dan fungsi negara sebagai pengayom masyarakat. Philipus M. Hadjon merumuskan bahwa hukum harus memfasilitasi perlindungan dari tindakan sewenang-wenang yang merugikan martabat manusia, yang terbagi dalam dua skema: perlindungan preventif (pencegahan melalui pembuatan regulasi) dan represif (penyelesaian sengketa melalui sanksi). Dalam hukum konsumen, teori ini sejalan dengan pandangan Roscoe Pound mengenai hukum sebagai sarana rekayasa sosial (social engineering) untuk menyeimbangkan kepentingan yang saling berbenturan (balancing of interests), yakni antara hasrat profitabilitas korporasi yang tak terbatas dengan hak fundamental masyarakat konsumen.

Kedudukan konsumen senantiasa berada pada posisi tawar (bargaining position) yang lebih rendah (subordinat) dibandingkan pelaku usaha. Di era digital, ketimpangan ini tidak lagi sekadar disparitas finansial, melainkan ketimpangan penguasaan teknologi. Asimetri relasi inilah yang mendorong hukum publik (negara) harus mencampuri ranah hukum privat (perjanjian konsumen) untuk mengembalikan keseimbangan melalui intervensi norma pemaksa (dwingend recht).

Asas Keterbukaan dan Pembatasan Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak (freedom of contract) yang dianut dalam Pasal 1338 KUHPerdata tidaklah absolut. Kebebasan tersebut dibatasi oleh syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUHPerdata, khususnya mengenai kesepakatan yang bebas dari cacat kehendak (kekhilafan, paksaan, maupun penipuan) serta keharusan adanya kausa yang halal.

Dalam lalu lintas niaga elektronik, interaksi kontraktual didominasi oleh penggunaan klausula baku (standard clauses). Konsumen dihadapkan pada sistem take it or leave it contract. Persetujuan (consent) yang diberikan konsumen pada saat mencentang kotak Syarat dan Ketentuan bukanlah persetujuan yang sejati, melainkan kepatuhan semu. Oleh sebab itu, asas iktikad baik (good faith) dan asas keterbukaan informasi menjadi parameter utama untuk menilai apakah klausula atau praktik penentuan harga dari platform tersebut merupakan perbuatan yang sah atau justru wujud penyesatan (misleading).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anatomi dan Karakteristik Yuridis Dynamic Pricing di Ekosistem E-Commerce

Penetapan harga dinamis adalah turunan langsung dari konsep ilmu ekonomi mikro mengenai diskriminasi harga (price discrimination). Menurut literatur hukum bisnis kontemporer, diskriminasi harga merujuk pada situasi di mana produk atau jasa yang memiliki biaya produksi (HPP) identik dijual dengan harga yang berbeda kepada subjek yang berbeda. Dalam ekosistem komersial siber, algoritma menjalankan diskriminasi harga secara

otomasi masif (fully automated decision making).

Secara karakteristik yuridis, dynamic pricing memanifestasikan dirinya dalam dua entitas yang berbeda urgensinya: 1. Surge Pricing (Harga Fluktuatif Makro): Praktik ini merespons dinamika penawaran dan permintaan riil. Misalnya, aplikasi transportasi daring (Gojek/Grab) menaikkan tarif (surge) saat terjadi hujan lebat karena minimnya jumlah pengemudi (penawaran) di tengah membludaknya pesanan (permintaan). Praktik ini diberlakukan setara (equal) bagi seluruh pengguna di wilayah geografis tersebut. Dari kacamata hukum ekonomi, hal ini masih dapat ditoleransi karena berpihak pada keseimbangan suplai dan didasarkan pada variabel eksternal yang transparan. 2. Personalized Pricing (Harga Terpersonalisasi Mikro): Ini adalah jantung dari diskriminasi harga tingkat pertama (first-degree price discrimination). Algoritma tidak melihat faktor eksternal, melainkan membidik identitas internal konsumen. Platform menggunakan analitik Big Data untuk menyedot informasi riwayat pencarian (search history), pola pembelanjaan (spending power), perangkat keras yang digunakan (misalnya smartphone flagship dipatok lebih mahal), hingga tingkat kecemasan konsumen (urgency detection). Ini adalah mekanisme “kotak hitam” (black box) di mana formula harganya dirahasiakan rapat-rapat oleh perusahaan sebagai rahasia dagang.

Persoalan hukum menyeruak tatkala platform menetapkan personalized pricing tanpa sepengetahuan pembeli. Konsumen dikelabui untuk percaya bahwa harga 1 juta rupiah yang tertera di layarnya untuk sebuah tiket pesawat adalah harga flat yang berlaku untuk semua orang, padahal pengguna lain di sebelah mejanya mendapatkan harga 700 ribu rupiah pada detik yang sama untuk pesawat yang sama. Manipulasi kesadaran kognitif inilah yang menyeberang dari batas etika bisnis ke ranah pelanggaran hukum.

Kualifikasi Pelanggaran Hukum Ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen

Penilaian keabsahan praktik personalized pricing secara diam-diam harus diuji secara ketat menggunakan batu uji Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Konstruksi hukum UUPK mengamanatkan bahwa iktikad baik adalah napas utama dalam setiap fase transaksi, mulai dari penawaran, proses tawar-menawar harga, hingga purnajual. Praktik algoritma yang eksploitatif dapat diklasifikasikan melanggar beberapa pasal esensial:

1. Pelanggaran Hak atas Informasi yang Benar, Jelas, dan Jujur (Pasal 4 jo. Pasal 7 UUPK)
Pasal 4 huruf c UUPK menjamin secara mutlak “hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa”. Kewajiban korelatifnya dibebankan pada Pasal 7 huruf b UUPK kepada pelaku usaha. Frasa “benar, jelas, dan jujur” dalam konteks penetapan harga (pricing mechanism) berarti pelaku usaha harus transparan mengenai variabel apa saja yang menentukan harga yang disodorkan. Ketika platform e-commerce menggelembungkan harga dasar khusus untuk Konsumen “A” berdasarkan riwayat cookies-nya tanpa memberikan peringatan tertulis (disclaimer) atau Notifikasi Harga Dinamis, maka platform tersebut telah melakukan pengingkaran informasi yang merugikan. Ketidakjujuran algoritma ini melumpuhkan Hak untuk Memilih (Pasal 4 huruf b) karena konsumen kehilangan hak untuk membandingkan rasionalitas harga tersebut di pasar bebas.
2. Penyesatan Melalui Promosi dan Iklan Harga Fiktif (Pasal 9 dan Pasal 10 UUPK)
Platform digital kerap memainkan trik manipulasi psikologis berganda. Setelah menaikkan harga dasar secara personal via algoritma (mark-up), platform kemudian meletakkan label “Diskon Khusus” di mana harga pasca-diskon tersebut sebenarnya adalah harga normal pasar. Trik ini menciptakan urgensi semu (false sense of urgency). Tindakan ini secara eksplisit melanggar Pasal 9 ayat (1) huruf k yang melarang pelaku usaha “menawarkan sesuatu yang mengandung janji yang belum pasti”, serta Pasal 10 huruf a yang melarang penyebaran informasi menyesatkan mengenai “harga atau tarif

barang dan/atau jasa”. Secara doktrinal, ini merupakan penipuan terhadap publik yang mengaburkan ekuilibrium harga.

3. Batalnya Syarat dan Ketentuan yang Eksploitatif (Pasal 18 UUPK) Dalih perisai hukum yang kerap digunakan perusahaan aplikasi adalah bahwa konsumen telah secara sukarela menyetujui “Syarat dan Ketentuan” (T&C) saat mendaftar. Namun, hukum perdata Indonesia (Pasal 18 UUPK) menolak keras penyalahgunaan keadaan (*misbruik van omstandigheden*). Klausula baku yang secara sepihak memberikan kuasa tanpa batas kepada platform untuk memproses data demi memanipulasi harga yang merugikan konsumen adalah klausula yang tidak adil (*unfair contract terms*). Yurisprudensi dan doktrin UUPK menegaskan bahwa klausula semacam itu batal demi hukum (*nietig*).

Lebih lanjut, klausula baku (T&C) yang diterapkan oleh platform e-commerce sering kali memuat ketentuan manipulatif yang menyatakan bahwa konsumen menyetujui fluktuasi harga otomatis sebagai bagian dari "dinamika pasar". Secara yuridis, substansi klausula tersebut dapat dikualifikasikan melanggar larangan Pasal 18 ayat (1) huruf g UUPK, yang melarang pelaku usaha mencantumkan klausula baku yang menyatakan tunduknya konsumen pada peraturan yang merupakan perubahan baru, tambahan, dan/atau penyusutan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha pada masa konsumen memanfaatkan jasa tersebut. Karena algoritma mengubah harga secara sepihak dalam hitungan milidetik tanpa persetujuan berulang, maka demi hukum (*nietig van rechtswege*), klausula yang menjustifikasi *personalized pricing* tersebut harus dinyatakan batal demi hukum, dan platform tidak dapat menjadikannya sebagai tameng hukum.

Irisan Hukum Privasi: Pelanggaran Pelindungan Data Pribadi

Keberhasilan algoritma *dynamic pricing* sangat bergantung pada kemampuannya menyedot data privasi. Oleh karena itu, pengesahan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) memperkuat posisi tawar konsumen. Eksploitasi data untuk diskriminasi harga adalah pelanggaran serius terhadap rezim privasi global maupun nasional.

Berdasarkan UU PDP, setiap bentuk pemrosesan data pribadi mutlak harus memiliki dasar hukum (*lawful basis*), yang primadonanya adalah Persetujuan yang Sah secara Eksplisit (*Explicit Consent*) dari subjek data. Dalam praktiknya, platform e-commerce hanya meminta izin pengumpulan lokasi dan perangkat dengan kedok “optimalisasi pelayanan” atau “rekomendasi keamanan”, tanpa pernah menyatakan secara eksplisit bahwa data tersebut akan diolah (*di-profiling*) untuk memberikan tarif yang lebih mahal.

Manipulasi semacam ini melanggar asas *purpose limitation* (pembatasan tujuan) dalam Pasal 16 UU PDP. Selanjutnya, UU PDP secara revolusioner melindungi konsumen dari bahaya kecerdasan buatan melalui Pasal 10, yakni “Hak atas Pemrosesan Otomatis”. Konsumen memiliki hak untuk menolak tunduk pada keputusan penetapan harga yang semata-mata dihasilkan dari pemrosesan otomatis algoritma (termasuk *profiling*) yang menimbulkan akibat finansial yang signifikan bagi diri mereka. Tindakan platform yang secara sepihak memaksakan harga algoritmik tanpa opsi penolakan (*opt-out*) merupakan perbuatan melawan hukum administratif dan perdata di bawah UU PDP.

Ketidakpatuhan platform terhadap prinsip transparansi pemrosesan data untuk *personalized pricing* ini tidak hanya berimplikasi pada gugatan keperdataan, melainkan juga memicu sanksi administratif yang agresif. Berdasarkan Pasal 57 jo. Pasal 10 UU PDP, pelaku usaha selaku Pengendali Data Pribadi yang memaksakan pemrosesan otomatis tanpa memberikan hak keberatan (*opt-out*) kepada konsumen dapat dijatuhi sanksi administratif berupa peringatan tertulis, penghentian sementara kegiatan, hingga denda administratif paling tinggi 2% (dua persen) dari pendapatan tahunan atau penerimaan tahunan terhadap variabel pelanggaran tersebut. Penegakan sanksi ini sangat krusial untuk memberikan efek jera (*deterrent effect*) bagi korporasi teknologi digital yang mengeksploitasi data demi

keuntungan finansial sepihak.

Desain Perlindungan Hukum dan Rute Penyelesaian Sengketa Konsumen

Konsepsi negara hukum mewajibkan hadirnya restorasi terhadap hak yang tercederai. Desain perlindungan hukum terhadap fenomena algoritma harga memerlukan fusi antara regulasi pemerintah (preventif) dan akses litigasi yang berpihak pada kaum lemah (represif).

1. Perlindungan Hukum Preventif (Intervensi Regulasi Transparansi) Regulasi yang ada saat ini, yakni PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang PMSE, masih sangat makro dan belum merespons kekejaman algoritma. Kementerian Perdagangan RI harus merevisi regulasi ini dengan mewajibkan penerapan Transparansi Algoritma (Algorithmic Transparency). Kewajiban ini berarti setiap platform e-commerce yang menggunakan dynamic pricing harus memberikan pop-up disclaimer secara gamblang pada halaman pembayaran (checkout page) yang berbunyi: “Harga ini telah disesuaikan berdasarkan riwayat interaksi dan profil Anda.” Dengan adanya transparansi tersebut, asimetri informasi dapat dieliminasi. Konsumen diberikan peringatan rasional untuk menyetujui transaksi atau mencari alternatif platform lain, sehingga ekuilibrium tawar-menawar dikembalikan.
2. Perlindungan Hukum Represif (Penyelesaian Sengketa dan Gugatan PMH) Apabila konsumen secara faktual telah menderita kerugian materiil akibat terjebak pembayaran yang sangat tidak wajar (overpriced) karena manipulasi algoritma sembunyi-sembunyi, instrumen hukum Indonesia menyediakan dua rute represif: * Jalur Non-Litigasi (BPSK): Konsumen dapat melayangkan aduan ke Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). Forum BPSK mengedepankan proses cepat, murah, dan tanpa biaya beracara yang mahal, melalui mediasi dan arbitrase untuk menuntut pengembalian sisa dana ganti rugi. * Jalur Litigasi (Gugatan Perbuatan Melawan Hukum): Konsumen secara individu, atau secara kolektif menggunakan mekanisme Gugatan Perwakilan Kelompok (Class Action), dapat menggugat platform ke Pengadilan Negeri atas dasar Perbuatan Melawan Hukum (PMH) Pasal 1365 KUHPerdata jo. UUPK. Keunggulan absolut dari penyelesaian sengketa di bawah payung UUPK adalah berlakunya sistem Pembuktian Terbalik (Omkering van Bewijslast) (Pasal 28 UUPK). Konsumen tidak perlu pusing membedah ribuan baris kode kecerdasan buatan milik platform; sebaliknya, beban mutlak dijatuhkan kepada pihak korporasi aplikasi untuk membuktikan di muka hakim bahwa algoritma mereka bebas dari unsur penipuan, bebas diskriminasi ilegal, dan selaras dengan asas iktikad baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan ekskavasi teori dan analisis perundang-undangan, penelitian ini menyimpulkan hal-hal substantif sebagai berikut: 1. Konstruksi yuridis atas praktik penetapan harga terpersonalisasi (personalized dynamic pricing) oleh platform e-commerce berbasis jejak data pribadi tanpa transparansi yang jelas, secara definitif merupakan perbuatan yang cacat hukum. Praktik ini mengeksploitasi asimetri informasi yang bertentangan secara frontal dengan asas iktikad baik dan melanggar hak konsumen atas informasi yang benar, jujur, dan tidak menyesatkan sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 4 huruf c, Pasal 7 huruf b, Pasal 9, serta Pasal 10 UUPK. Dari spektrum privasi, ekskavasi data tanpa persetujuan eksplisit untuk merugikan subjek data secara finansial melanggar pembatasan tujuan pemrosesan data berdasarkan UU PDP. 2. Desain perlindungan hukum mewajibkan sinergi preventif dan represif. Secara preventif, Pemerintah urgen untuk merevisi aturan hukum PMSE dengan memaksakan prinsip algorithmic transparency (transparansi parameter algoritma) pada antarmuka transaksi digital. Secara represif, konsumen yang menjadi korban diskriminasi harga artifisial dapat menegakkan keadilan melalui tuntutan kompensasi di Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) maupun

mengajukan Gugatan Perbuatan Melawan Hukum (PMH) ke Peradilan Umum, di mana instrumen beban pembuktian terbalik sepenuhnya memihak dan melindungi konsumen sebagai entitas yang lebih rentan.

Penelitian ini merekomendasikan agar Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) bersama Kementerian Komunikasi dan Digital RI membentuk direktorat pengawasan algoritma dan komputasi siber guna melakukan audit forensik secara acak terhadap mesin kecerdasan buatan (AI Engine) milik perusahaan-perusahaan teknologi dan lokapasar berskala masif di Indonesia, demi memastikan pencegahan eksploitasi terstruktur berbalut kemajuan teknologi di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal, dan Literatur Akademik:

- Barkatullah, A. H. (2021). *Hukum Perlindungan Konsumen: Kajian Teoritis dan Perkembangan Pemikiran Era Digital*. Bandung: Nusa Media.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), hlm. 142.
- Hadjon, P. M. (1987). *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Miru, A. (2022). *Prinsip-Prinsip Perlindungan Hukum Bagi Konsumen di Indonesia* (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Pers.
- Ramadhani, F. (2023). Dinamika Pelindungan Data Pribadi di Era Kecerdasan Buatan. *Jurnal Hukum Siber Nasional*, 5(2), 112-128.
- Siahaan, N. H. T. (2021). *Hukum Konsumen: Perlindungan Konsumen dan Tanggung Jawab Perusahaan Aplikasi*. Jakarta: Panta Rei.
- Rosadi, S. D. (2022). Pelindungan Data Pribadi di Era Digital dan Tantangan Implementasinya di Indonesia. *Jurnal Hukum Padjadjaran*, 9(1), 40-62.
- Situngkir, D. A. (2024). Transparansi Algoritma dalam Perlindungan Konsumen E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 4(1), 30-45.
- Zuiderveen Borgesius, F. (2022). Online Price Discrimination and Consumer Protection in the Algorithmic Age. *Journal of Consumer Policy*, 45(1), 347-366.

Peraturan Perundang-Undangan:

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek).
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222).
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 jo. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42).