

**PERLINDUNGAN KONSUMEN TERHADAP PRAKTIK MANIPULATIF
DALAM BELANJA ONLINE: MODEL PENGATURAN "DIGITAL
FAIRNES" DAN IMPLIKASINYA BAGI REFORMASI REGULASI DI
PAREPARE**

**Islamiyah¹, Zainal Said², Muh Adi Firmansyah³, Maisara Alfajari⁴, M.
Iksan⁵, Miqdad⁶**

Institut Agama Islam Negeri Pare-pare^{1,2,3,4,5,6}

*Email: islamiyahmia53@gmail.com, zainalsaid@iainpare.ac.id,
ujungbaruaaa@gmail.com, maisarahalfajari12@gmail.com,
zeusjack170@gmail.com, mmiqdad674@gmail.com,*

Abstrak

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah memberikan kemudahan dalam aktivitas transaksi digital, namun di sisi lain memunculkan berbagai praktik manipulatif dalam belanja online yang dikenal sebagai dark patterns. Praktik ini berupa desain antarmuka digital yang secara sengaja memengaruhi perilaku konsumen melalui teknik seperti misleading pricing, fake urgency, drip pricing, dan pre-selected options. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk dan karakteristik praktik manipulatif dalam belanja online, mengkaji efektivitas pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia, serta menganalisis implikasi penerapan model pengaturan digital fairness terhadap reformasi regulasi perlindungan konsumen di Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif-empiris dengan pendekatan perundang-undangan, konseptual, sosiologis, dan pendekatan kasus. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, studi kepustakaan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik dark patterns memanfaatkan kelemahan psikologis konsumen sehingga menyebabkan kerugian ekonomi, menurunkan otonomi konsumen, dan melemahkan kepercayaan terhadap platform digital. Pengaturan hukum di Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik pada dasarnya telah memberikan dasar perlindungan hukum, namun belum secara spesifik mengatur praktik manipulatif berbasis desain digital. Penerapan konsep digital fairness dinilai mampu menjadi solusi reformasi regulasi dengan menekankan prinsip transparansi, non-manipulasi, akuntabilitas, dan perlindungan terhadap otonomi konsumen. Konsep ini juga berimplikasi pada perlunya pembentukan regulasi teknis terkait desain antarmuka digital, penguatan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen, serta peningkatan literasi digital masyarakat. Dengan demikian, penerapan digital fairness diharapkan dapat menciptakan ekosistem perdagangan digital yang lebih adil, transparan, dan berorientasi pada perlindungan konsumen.

Kata Kunci: perlindungan konsumen, dark patterns, digital fairness, e-commerce, regulasi digital.

Abstract

The development of e-commerce in Indonesia has provided convenience in digital transaction activities, but on the other hand, various manipulative practices in online shopping are known as dark patterns. This practice is in the form of digital interface design that intentionally affects consumer behavior through techniques such as misleading pricing, fake urgency, drip pricing, and pre-selected options. This research aims to analyze the form and characteristics of manipulative practices in online shopping, examine the effectiveness of consumer protection legal regulations in Indonesia, as well as analyze the implications of the implementation of the fairness digital regulation model to the reform of consumer protection regulations in Parepare City. This research uses normative-empirical legal research methods with legislative, conceptual, sociological, and case approaches. Data was obtained through interviews, observations, literature studies, and documentation. Research results show that the practice of dark patterns takes advantage of consumers' psychological weaknesses so that it causes economic losses, reduces consumer autonomy, and weakens trust in digital platforms. Legal regulations in Indonesia through the Consumer Protection Act, the Electronic Information and Transaction Law, and Government Regulations on the Implementation of Electronic Systems and Transactions have basically provided the basis for legal protection, but have not specifically regulated the manipulative practices based on digital design. The implementation of the digital fairness concept is considered capable of being a solution for regulatory reform by emphasizing the principles of transparency, non-manipulation, accountability, and protection of consumer autonomy. This concept also implies the need for the establishment of technical regulations related to digital interface design, the strengthening of consumer dispute resolution mechanisms, and improving the digital literacy of the community. Thus, the implementation of digital fairness is expected to create a digital trade ecosystem that is fairer, transparent, and oriented towards consumer protection.

Keywords: consumer protection, dark patterns, digital fairness, e-commerce, digital regulation.

Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam aktivitas perdagangan, khususnya melalui platform e-commerce. Fenomena ini tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi dan aksesibilitas pasar, tetapi juga menghadirkan tantangan baru dalam aspek perlindungan konsumen. Di Indonesia, pertumbuhan pesat transaksi digital tidak selalu diimbangi dengan kesiapan regulasi yang adaptif terhadap kompleksitas interaksi digital antara pelaku usaha dan konsumen¹.

¹ ‘Statistik E-Commerce 2024’
<https://www.bing.com/search?pglt=297&q=Badan+Pusat+Statistik.+Statistik+E-Commerce+2024.+Jakarta%3A+BPS.&cvid=78444e4db4fd4b4a8e72f58b7f5f2fd6&gs_lcrp=EgRI ZGdIKgYIABBFgDkyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBCEzNzVqMGo3qAIAAsAIA&FOR M=ANSPA1&PC=LCTS&source=chrome.ob>.

Dalam praktiknya, muncul berbagai bentuk manipulasi perilaku konsumen melalui desain antarmuka digital yang dikenal sebagai *dark patterns*. Dark patterns merupakan teknik desain yang secara sengaja dirancang untuk mempengaruhi atau mengarahkan keputusan konsumen agar melakukan tindakan tertentu yang sebenarnya tidak sepenuhnya sesuai dengan preferensi mereka². Praktik ini dapat berupa penyembunyian informasi penting, penggunaan default yang menyesatkan, hingga teknik urgensi palsu (*false urgency*) yang mendorong keputusan impulsif.

Fenomena ini menjadi semakin problematik karena memanfaatkan bias kognitif konsumen, sehingga berimplikasi pada kerugian ekonomi maupun psikologis, serta menurunkan kepercayaan terhadap ekosistem digital. Bahkan, dalam skala global, praktik manipulatif ini telah diidentifikasi sebagai faktor yang menyebabkan distorsi pasar dan ketidakadilan dalam persaingan usaha.

Di Indonesia sendiri, regulasi perlindungan konsumen masih bertumpu pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)³. Namun, kedua regulasi tersebut dinilai belum secara spesifik mengatur praktik manipulatif berbasis desain digital (*design-based manipulation*), sehingga menimbulkan kekosongan norma dalam menghadapi fenomena dark patterns. Kondisi ini menyebabkan perlindungan hukum terhadap konsumen digital menjadi kurang optimal dan cenderung bersifat reaktif.

Selain itu, lemahnya pengawasan serta rendahnya literasi hukum konsumen turut memperparah kerentanan konsumen dalam transaksi online. Konsumen seringkali tidak menyadari bahwa keputusan yang diambil telah dipengaruhi oleh desain manipulatif, sehingga sulit untuk menuntut perlindungan hukum secara efektif⁴. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan relasi antara pelaku usaha digital yang memiliki kontrol atas sistem dan konsumen sebagai pihak yang lebih lemah.

Sebagai respons terhadap permasalahan tersebut, berbagai yurisdiksi internasional mulai mengembangkan konsep “**digital fairness**”, yaitu prinsip keadilan dalam ekosistem digital yang menekankan transparansi, akuntabilitas, serta larangan terhadap praktik manipulatif dalam desain sistem digital. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada substansi transaksi, tetapi juga pada proses dan arsitektur digital yang mempengaruhi perilaku konsumen.

Penerapan model pengaturan berbasis digital fairness menjadi relevan untuk diadopsi dalam kerangka reformasi regulasi di Indonesia. Hal ini mencakup pengembangan standar desain etis (*ethical design*), audit antarmuka pengguna (UI/UX audit), serta penguatan mekanisme penegakan hukum yang proaktif terhadap praktik manipulatif. Dengan demikian, perlindungan konsumen tidak hanya bersifat represif, tetapi juga preventif.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik manipulatif dalam belanja online merupakan isu krusial yang menuntut pembaruan paradigma regulasi. Oleh karena itu, penelitian mengenai model pengaturan digital fairness

² ‘Deceptive Patterns: Exposing the Tricks Tech Companies Use to Control You’ <<https://cir.nii.ac.jp/crid/1970304959900142910>>.

³ Republik Indonesia, ‘Presiden Republik Indonesia’, 1999.

⁴ ‘Laporan Layanan Pengaduan Konsumen’ <<https://ditjenpktn.kemendag.go.id/>>.

dan implikasinya bagi reformasi regulasi perlindungan konsumen di Indonesia menjadi penting untuk menjawab tantangan hukum di era ekonomi digital.

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif-empiris (yuridis empiris). Penelitian normatif dilakukan dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, khususnya dalam transaksi elektronik, sedangkan penelitian empiris dilakukan untuk mengetahui bagaimana praktik manipulatif dalam belanja online terjadi di masyarakat serta bagaimana perlindungan hukum tersebut diterapkan secara nyata. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pendekatan Perundang-undangan (*statute approach*), yaitu dengan menelaah berbagai regulasi terkait perlindungan konsumen dan transaksi elektronik.
2. Pendekatan Konseptual (*conceptual approach*), yaitu mengkaji konsep *digital fairness* dan teori *dark patterns* sebagai dasar analisis.
3. Pendekatan Sosiologis (*socio-legal approach*), yaitu melihat praktik di lapangan terkait perilaku pelaku usaha dan pengalaman konsumen.
4. Pendekatan Kasus (*case approach*), yaitu menganalisis kasus atau pengalaman konsumen terkait praktik manipulatif dalam e-commerce.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, dengan pertimbangan bahwa:

1. Tingginya penggunaan platform e-commerce di kalangan masyarakat.
2. Adanya potensi praktik manipulatif dalam transaksi digital.
3. Relevansi dengan fokus penelitian terkait reformasi regulasi berbasis daerah.

Objek penelitian meliputi konsumen, pelaku usaha online, serta instansi terkait seperti Dinas Perdagangan dan lembaga perlindungan konsumen.

C. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dengan:

- Konsumen pengguna e-commerce
- Instansi terkait

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari bahan hukum, meliputi:

- **Bahan hukum primer:**
 - Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen
 - Undang-Undang No. 11 Tahun 2008 jo. UU No. 19 Tahun 2016 tentang ITE
 - Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang

Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP
PSTE)

- **Bahan hukum sekunder:** buku, jurnal, dan hasil penelitian

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi:

1. **Wawancara (Interview)**
Dilakukan secara langsung dengan informan untuk memperoleh data terkait pengalaman praktik manipulatif dalam belanja online.
2. **Observasi**
Mengamati langsung tampilan dan mekanisme platform e-commerce yang diduga mengandung *dark patterns*.
3. **Studi Kepustakaan (Library Research)**
Mengkaji buku, jurnal, dan peraturan perundang-undangan yang relevan.
4. **Dokumentasi**
Mengumpulkan bukti berupa tangkapan layar (*screenshot*), data transaksi, dan dokumen pendukung lainnya.

E. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian.

Adapun kriteria informan:

1. Konsumen yang pernah berbelanja online
2. Pernah mengalami praktik manipulatif (*dark patterns*)
3. Pihak instansi terkait perlindungan konsumen

F. Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan **analisis kualitatif**, yaitu dengan cara:

1. Mengumpulkan data
2. Mengelompokkan data sesuai kategori
3. Menafsirkan data berdasarkan teori dan regulasi
4. Menarik kesimpulan secara sistematis

Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk praktik manipulatif dan mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada.

Footnote:

5. Miles, Huberman, dan Saldana, *Qualitative Data Analysis*, California: Sage, 2014.

G. Sistematika Analisis

Sistematika analisis dalam penelitian ini dilakukan melalui tahapan:

1. Reduksi Data – memilih data yang relevan
2. Penyajian Data – dalam bentuk narasi deskriptif
3. Penarikan Kesimpulan – berdasarkan hasil analisis dan teori

Tahapan ini dilakukan secara berkelanjutan hingga diperoleh hasil yang valid.

H. Metode Perancangan (Desain Modul Redress)

Dalam penelitian ini, penulis juga merancang model modul redress (mekanisme penyelesaian sengketa konsumen digital) berbasis prinsip *digital fairness*.

Metode perancangan yang digunakan adalah Design Thinking, dengan tahapan:

1. **Empathize**

Memahami pengalaman konsumen terhadap praktik manipulatif.

2. **Define**

Mengidentifikasi masalah utama dalam perlindungan konsumen digital.

3. **Ideate**

Mengembangkan gagasan solusi berupa model pengaturan *digital fairness*.

4. **Prototype**

Merancang modul redress yang cepat, murah, dan berkeadilan.

5. **Test**

Menguji kelayakan konsep melalui analisis dan respon informan.

Modul redress ini diharapkan dapat menjadi rekomendasi dalam reformasi regulasi perlindungan konsumen di Parepare.

HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN

A. Bentuk dan karakteristik praktik manipulatif (*dark patterns*) dalam belanja online yang merugikan konsumen

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan empat orang informan yang merupakan mahasiswa di Kota Parepare, yaitu Firman, Veri, Seril, dan Iqlal, ditemukan bahwa praktik manipulatif dalam belanja online atau yang dikenal dalam kajian Dark Patterns telah menjadi pengalaman yang cukup umum terjadi. Meskipun para informan tidak memahami istilah tersebut secara akademik, mereka secara nyata merasakan adanya bentuk-bentuk ketidakjujuran dalam sistem transaksi digital yang memengaruhi keputusan mereka sebagai konsumen.

1. Misleading Pricing (Harga Menyesatkan)

Misleading pricing (harga menyesatkan) merupakan praktik dalam perdagangan, khususnya di e-commerce, di mana pelaku usaha menampilkan informasi harga yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya dengan tujuan mempengaruhi persepsi konsumen. Biasanya, penjual menaikkan harga awal suatu produk terlebih dahulu, kemudian menampilkan potongan harga besar seolah-olah konsumen memperoleh diskon signifikan, padahal harga setelah diskon tersebut sebenarnya tidak jauh berbeda dengan harga pasar normal. Praktik ini menciptakan ilusi keuntungan dan mendorong konsumen untuk segera membeli tanpa melakukan perbandingan secara rasional. Dalam perspektif Dark Patterns yang diperkenalkan oleh Harry Brignull, misleading pricing termasuk bentuk manipulasi desain yang memanfaatkan bias psikologis konsumen, khususnya kecenderungan untuk tertarik pada label “diskon” atau “promo”⁵. Oleh karena itu, praktik ini tidak hanya merugikan secara ekonomi, tetapi juga bertentangan dengan prinsip transparansi dan kejujuran dalam perlindungan konsumen⁶.

Firman, mahasiswa semester VI di IAIN Parepare, mengatakan bahwa ia sering menemukan diskon yang tidak jujur saat belanja online. Menurutnya, harga produk terlihat seperti mendapat potongan besar, padahal sebenarnya harga awal sudah dinaikkan dulu. Setelah dibandingkan dengan toko lain, ternyata harganya tidak jauh berbeda. Hal ini membuat Firman merasa seolah-olah mendapat

⁵ ‘Deceptions Designed Online’, 2010 <<https://www.deceptive.design/>>.

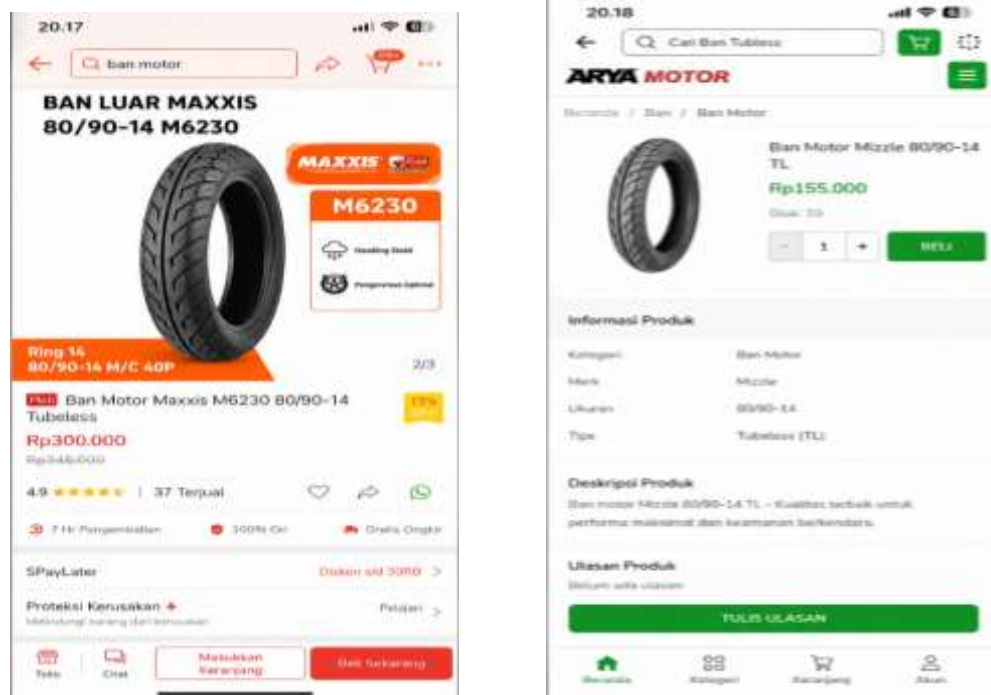
⁶ Mathur and others.

keuntungan, padahal tidak⁷. Praktik seperti ini termasuk misleading pricing, yaitu cara penjual menampilkan harga yang menyesatkan agar konsumen merasa mendapat diskon besar⁸.

Contoh dari kasus yang dialami oleh informan yakni Firman

- Toko ONLINE SHOPEE: Raj Ban Store
 - “Harga BAN MOTOR awal” Rp300.000 (dicoret)
 - “Promo” Rp150.000
- Toko ARYA MOTOR PAREPARE
 - Harga normal BAN MOTOR Rp155.000 (tanpa diskon)

Jadi Firman lebih cenderung lebih memilih di toko online shopee karena terlihat lebih murah, padahal hampir sama.



Data Olahan Peneliti: Hasil Komparasi Transkrip Wawancara Informan dan Observasi Lapangan terhadap Harga Pasar Arya Motor Parepare, Mei 2026.

2. Fake urgency (tekanan waktu palsu).

Fake urgency (tekanan waktu palsu) adalah praktik manipulatif dalam transaksi digital, khususnya e-commerce, di mana penjual atau platform menciptakan kesan seolah-olah suatu penawaran memiliki batas waktu yang sangat terbatas, padahal kenyataannya tidak demikian. Biasanya teknik ini ditampilkan melalui fitur seperti hitung mundur (countdown timer), tulisan “promo berakhir dalam beberapa menit”, atau notifikasi stok hampir habis. Tujuannya adalah untuk menimbulkan rasa takut kehilangan kesempatan (fear of missing out/FOMO), sehingga konsumen terdorong mengambil keputusan secara cepat tanpa

⁷ ‘Wawancara Dengan Firman (Mahasiswa Semester VI IAIN Parepare), Diakses Melalui Wawancara Lapangan’, 2026.

⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Sinar Grafika, 2022) <<https://doi.org/9790072406>, 9789790072404>.

mempertimbangkan secara rasional apakah produk tersebut benar-benar dibutuhkan atau apakah harganya memang terbaik⁹. Dalam perspektif Dark Patterns yang diperkenalkan oleh Harry Brignull, fake urgency termasuk bentuk desain manipulatif yang mengeksploitasi psikologi pengguna dengan memberikan tekanan waktu secara semu. Praktik ini dinilai merugikan karena mengaburkan informasi yang sebenarnya dan berpotensi menyesatkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian¹⁰.

Putri mengatakan bahwa saat belanja di aplikasi e-commerce dalam hal ini tiktok, ia sering menemukan trik “batas waktu palsu”. Misalnya, ada tulisan “promo tinggal 5 menit lagi” dengan hitung mundur. Hal itu membuatnya merasa harus cepat-cepat membeli. Padahal, setelah waktunya habis, promo tersebut masih tetap ada. Akibatnya, Veri sering membeli barang secara terburu-buru tanpa berpikir panjang. Ini menunjukkan bahwa penjual menggunakan tekanan psikologis agar konsumen cepat mengambil keputusan.

Contoh dari kasus yang dialami oleh informan yakni Putri¹¹

Tampilan di aplikasi tiktok:

- “Diskon 70% berakhir dalam 03:00 menit!”
- Timer terus berjalan mundur

 Setelah 3 menit:

- Timer reset lagi menjadi 03:00
- Promo tetap ada dan tidak benar-benar berakhir



⁹ I Nyoman Susipta, ‘Dark Patterns Dalam Digital Marketing : Etika Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen’, 2025.

¹⁰ ‘Deceptions Designed Online’.

¹¹ ‘Hasil Wawancara Dengan Informan (Putri) Dan Hasil Observasi Fitur Live Streaming / Flash Sale Aplikasi TikTok’, 2026.

Data Olahan Peneliti: Hasil Wawancara dengan Informan (Putri) dan Hasil Observasi Fitur Live Streaming / Flash Sale Aplikasi TikTok, Mei 2026.

3. *Drip pricing* atau harga yang “menetes” sedikit demi sedikit.

Drip pricing adalah strategi di mana penjual menampilkan harga awal yang terlihat murah untuk menarik perhatian konsumen, tetapi kemudian menambahkan berbagai biaya tambahan secara bertahap saat proses checkout, seperti ongkos kirim, biaya layanan, atau biaya penanganan. Akibatnya, harga akhir yang harus dibayar menjadi jauh lebih tinggi dari harga yang pertama kali dilihat. Praktik ini membuat konsumen merasa sudah “terlanjur” memilih barang, sehingga cenderung tetap melanjutkan pembelian meskipun total biaya meningkat¹².

Seril menceritakan bahwa saat belanja online, harga barang yang terlihat di awal sering lebih murah dari harga yang harus dibayar di akhir. Saat proses checkout, muncul biaya tambahan seperti ongkir, biaya layanan, atau biaya lainnya. Karena sudah terlanjur memilih barang, banyak orang tetap membeli meskipun harganya jadi lebih mahal. Menurut Seril, hal ini membuat konsumen seperti “terjebak” karena informasi harga tidak disampaikan dengan jelas sejak awal¹³.

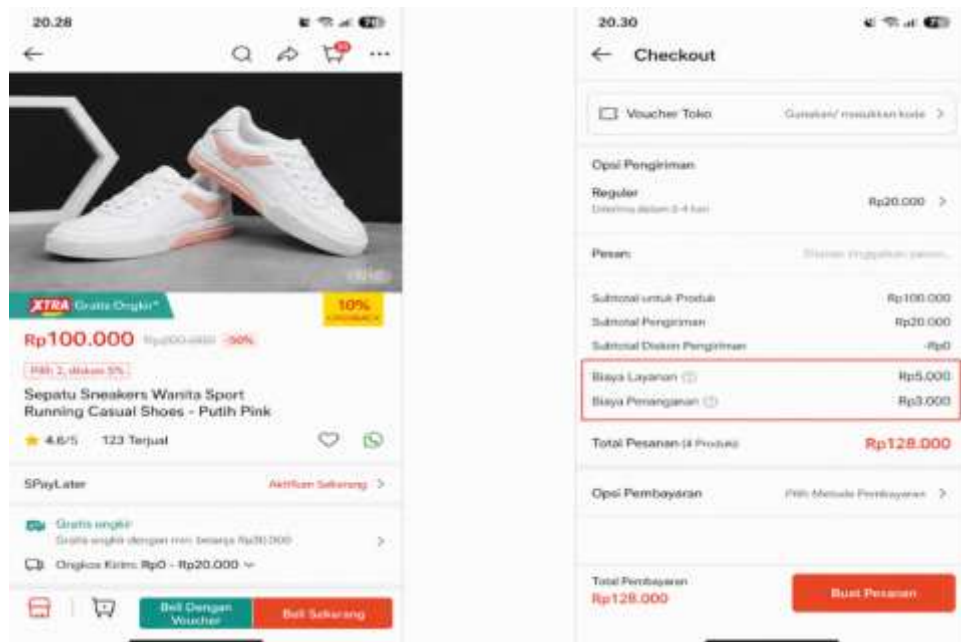
Contoh dari kasus yang dialami oleh informan yakni Seril

- Harga sepatu tertulis: Rp100.000
- Saat checkout:
 - Ongkir: Rp20.000
 - Biaya layanan: Rp5.000
 - Biaya penanganan: Rp3.000

Total yang harus dibayar: Rp128.000
Padahal di awal, Seril hanya melihat Rp100.000.

¹² Journal Cover, ‘Table Of Content Indonesian Journal of Law and Economics Review’, 20.4 (2025), 1–15.

¹³ ‘Wawancara Dengan Seril (Informan/Pengguna E-Commerce), Diakses Melalui Wawancara Lapangan’, 2026.



Data Olahan Peneliti: Hasil Rekaman Wawancara dan Transkrip Deskripsi Transaksi Informan (Seril), Mei 2026.

4. *Forced choice* atau *pre-selected options* (pilihan yang sudah dicentang secara otomatis).

Praktik ini terjadi ketika penjual atau platform secara sengaja mengaktifkan (mencentang) opsi tambahan sejak awal, seperti asuransi pengiriman atau donasi, tanpa persetujuan aktif dari konsumen. Karena banyak pengguna tidak menyadari atau kurang teliti saat checkout, mereka akhirnya tetap melanjutkan pembayaran dengan opsi tersebut, sehingga total biaya menjadi lebih tinggi dari yang seharusnya. Dengan kata lain, konsumen “dipaksa secara halus” untuk menerima tambahan biaya, bukan benar-benar memilihnya secara sadar¹⁴.

Iqlal menjelaskan bahwa saat belanja online, sering ada pilihan tambahan seperti asuransi pengiriman atau donasi yang sudah otomatis tercentang. Karena tidak sadar atau tidak teliti, konsumen biasanya langsung lanjut ke pembayaran tanpa menghapus centang tersebut. Akibatnya, mereka membayar lebih dari yang seharusnya. Menurut Iqlal, cara seperti ini merugikan konsumen karena memanfaatkan kelalaian pengguna¹⁵.

Contoh dari kasus yang dialami oleh informan yakni Iqlal

Di aplikasi Shopee:

Saat checkout:

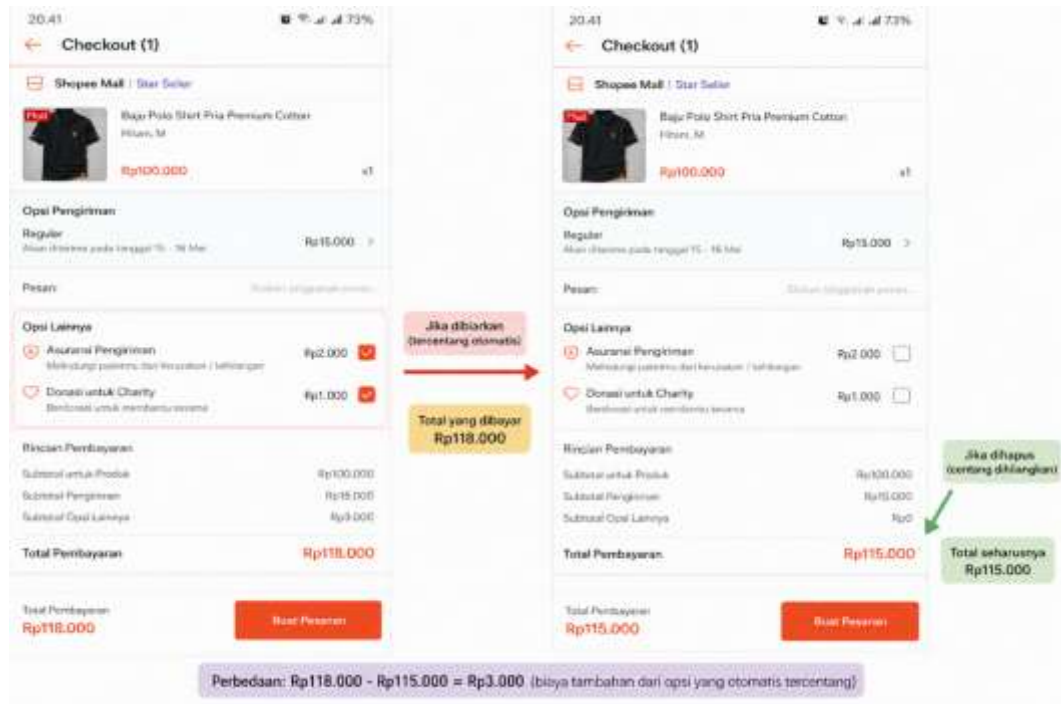
- Harga Baju: Rp100.000
- Ongkir: Rp15.000
- Asuransi pengiriman (otomatis tercentang): Rp2.000
- Donasi (otomatis tercentang): Rp1.000

¹⁴ Colin M Gray and others, ‘The Dark (Patterns) Side of UX Design’, 2018, 1–14.

¹⁵ ‘Wawancara Dengan Iqlal (Informan/Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee), Diakses Melalui Wawancara Lapangan’, 2026.

Total yang dibayar: Rp118.000

Padahal jika konsumen sadar dan menghapus centang:
 Total seharusnya: Rp115.000



Data Olahan Peneliti: Hasil Rekaman Wawancara dan Tangkapan Layar (Screenshot) Antarmuka Dokumen Checkout Informan (Iqlal), Mei 2026.

NO	Nama	Hasil Wawancara
1.	FIRMAN (21)	mengatakan bahwa ia sering menemukan diskon yang tidak jujur saat belanja online. Menurutnya, harga produk terlihat seperti mendapat potongan besar, padahal sebenarnya harga awal sudah dinaikkan dulu. Setelah dibandingkan dengan toko lain, ternyata harganya tidak jauh berbeda. Hal ini membuat Firman merasa seolah-olah mendapat keuntungan, padahal tidak. Praktik seperti ini termasuk misleading pricing, yaitu cara penjual menampilkan harga yang menyesatkan agar konsumen merasa mendapat diskon besar.
2.	PUTRI (20)	Putri mengatakan bahwa saat belanja di aplikasi e-commerce dalam hal ini tiktok, ia sering menemukan trik “batas waktu palsu”. Misalnya, ada tulisan “promo tinggal 5 menit lagi” dengan hitung mundur. Hal itu membuatnya merasa harus cepat-cepat membeli. Padahal, setelah waktunya habis,

		promo tersebut masih tetap ada. Akibatnya, Veri sering membeli barang secara terburu-buru tanpa berpikir panjang. Ini menunjukkan bahwa penjual menggunakan tekanan psikologis agar konsumen cepat mengambil keputusan.
3.	SERIL(22)	Seril menceritakan bahwa saat belanja online, harga barang yang terlihat di awal sering lebih murah dari harga yang harus dibayar di akhir. Saat proses checkout, muncul biaya tambahan seperti ongkir, biaya layanan, atau biaya lainnya. Karena sudah terlanjur memilih barang, banyak orang tetap membeli meskipun harganya jadi lebih mahal. Menurut Seril, hal ini membuat konsumen seperti “terjebak” karena informasi harga tidak disampaikan dengan jelas sejak awal.
4.	IQLAL(22)	Iqlal menjelaskan bahwa saat belanja online, sering ada pilihan tambahan seperti asuransi pengiriman atau donasi yang sudah otomatis tercentang. Karena tidak sadar atau tidak teliti, konsumen biasanya langsung lanjut ke pembayaran tanpa menghapus centang tersebut. Akibatnya, mereka membayar lebih dari yang seharusnya. Menurut Iqlal, cara seperti ini merugikan konsumen karena memanfaatkan kelalaian pengguna.

Data primer diolah penulis berdasarkan hasil wawancara lapangan (2026)

Secara keseluruhan, keempat informan tersebut sepakat bahwa praktik-praktik manipulatif dalam belanja online memiliki pola yang serupa, yaitu tidak transparan, menyesatkan, dan memanfaatkan kelemahan psikologis konsumen. Dampak yang dirasakan tidak hanya berupa kerugian finansial, tetapi juga menurunnya kepercayaan terhadap platform e-commerce. Para informan juga menyatakan bahwa mereka menjadi lebih berhati-hati dalam berbelanja, meskipun dalam praktiknya masih sering terjebak oleh desain sistem yang semakin kompleks dan persuasif.

Lebih lanjut, hasil wawancara ini juga menunjukkan bahwa tingkat kesadaran hukum para konsumen, khususnya mahasiswa, masih relatif rendah. Mereka belum memahami secara jelas hak-hak mereka sebagai konsumen dalam transaksi digital, serta tidak mengetahui mekanisme pengaduan apabila mengalami kerugian. Hal ini menandakan adanya kesenjangan antara perkembangan teknologi digital dengan perlindungan hukum yang tersedia, sehingga memperkuat urgensi pembentukan regulasi yang lebih adaptif, khususnya dalam mengatur praktik dark patterns dalam ekosistem e-commerce.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa bentuk dan karakteristik praktik manipulatif dalam belanja online meliputi manipulasi harga, tekanan waktu,

biaya tersembunyi, serta pengaturan pilihan default yang tidak adil. Semua bentuk tersebut memiliki tujuan yang sama, yaitu mempengaruhi keputusan konsumen secara tidak sadar demi keuntungan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan regulasi berbasis *digital fairness* guna menciptakan sistem perdagangan elektronik yang lebih transparan, adil, dan melindungi kepentingan konsumen secara optimal.

B. Pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam mengatasi praktik manipulatif dalam transaksi digital saat ini

1. Pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam mengatasi praktik manipulatif dalam transaksi digital pada dasarnya telah memiliki fondasi yang cukup kuat, namun masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam implementasi dan substansi pengaturannya. Secara normatif, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) yang menjadi payung hukum utama¹⁶. Dalam undang-undang ini ditegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta harga barang dan/atau jasa, serta dilarang melakukan tindakan yang dapat menyesatkan konsumen. Ketentuan ini secara prinsip sebenarnya sudah mencakup berbagai praktik manipulatif seperti misleading pricing (harga menyesatkan), diskon palsu, maupun penyembunyian informasi penting. Selain itu, UUPK juga memberikan hak kepada konsumen untuk mendapatkan kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam bertransaksi, serta hak untuk mendapatkan informasi yang transparan.

https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf

2. Seiring berkembangnya transaksi berbasis digital, pengaturan tersebut diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE) beserta perubahan-perubahannya¹⁷. UU ini secara khusus mengatur aktivitas dalam ruang digital, termasuk transaksi elektronik. Salah satu poin penting dalam UU ITE adalah larangan penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Hal ini relevan dengan berbagai praktik manipulatif di e-commerce, seperti promosi yang tidak

¹⁶ Indonesia, 'Presiden Republik Indonesia'.

¹⁷ Republik Indonesia, 'UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 11 TAHUN 2008 DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA, c. Bahwa Perkembangan Dan Kemajuan Teknologi Informasi Yang Demikian Pesat Telah Menyebabkan Perubahan Kegiatan Kehidupan Manusia Dalam Berbagai Bidang Yang Secara Langsung Telah Memengaruhi Lahirnya d. Bahwa Penggunaan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Harus Terus Dikembangkan Untuk Menjaga, Memelihara, Dan Memperkuat Persatuan Dan Kesatuan Nasional Berdasarkan Peraturan Demi Kepentingan Nasional; Pemerintah Perlu Mendukung Pengembangan Teknologi Informasi Melalui Infrastruktur Hukum Dan Pengaturannya Sehingga Pemanfaatan Teknologi Informasi Dilakukan Secara Aman Untuk Mencegah Penyalahgunaannya Dengan Memperhatikan Nilai-Nilai Agama Dan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia; PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA MEMUTUSKAN'; 2008.

sesuai kenyataan, penggunaan kata-kata hiperbolik yang menipu, atau tampilan sistem yang sengaja didesain untuk mengelabui pengguna. Dengan demikian, UU ITE memberikan dasar hukum tambahan untuk menindak pelaku usaha yang melakukan manipulasi dalam platform digital.

<https://peraturan.bpk.go.id/details/37589/uu-no-11-tahun-2008>

3. Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) yang mengatur kewajiban penyelenggara sistem elektronik, termasuk platform e-commerce¹⁸. Dalam peraturan ini ditegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik harus menjamin sistemnya berjalan secara andal, aman, dan bertanggung jawab, serta tidak menimbulkan kerugian bagi pengguna. Prinsip transparansi juga menjadi hal penting, yang berarti platform wajib menyampaikan informasi secara lengkap dan tidak menyesatkan. Ketentuan ini sebenarnya dapat digunakan untuk menilai praktik-praktik seperti drip pricing (biaya tambahan tersembunyi), fake urgency (tekanan waktu palsu), maupun pre-selected options (opsi tambahan yang otomatis dicentang), karena semua praktik tersebut bertentangan dengan prinsip transparansi dan kejujuran sistem.

<https://peraturan.bpk.go.id/Details/122030/pp-no-71-tahun-2019>

Namun demikian, meskipun secara normatif sudah terdapat berbagai regulasi yang dapat dijadikan dasar, pengaturan hukum di Indonesia masih memiliki kelemahan yang cukup signifikan. Salah satu kelemahan utamanya adalah bahwa regulasi yang ada masih bersifat umum dan belum secara eksplisit mengatur praktik manipulatif berbasis desain digital yang dikenal sebagai *dark patterns*. Akibatnya, banyak praktik manipulatif yang secara substansi merugikan konsumen, tetapi sulit dikategorikan sebagai pelanggaran secara tegas karena tidak disebutkan secara spesifik dalam peraturan perundang-undangan. Selain itu, penegakan hukum juga masih menjadi tantangan, baik karena keterbatasan pengawasan, kurangnya literasi digital konsumen, maupun kompleksitas pembuktian dalam transaksi elektronik.

N O	Regulasi	Pembahasan	Sumber
1.	Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK)	Pengaturan hukum perlindungan konsumen di Indonesia dalam mengatasi praktik manipulasi	<u>https://gatrik.esdm.go.id/assets/uploads/download_index/files/e39ab-uu-nomor-8-tahun-1999.pdf</u>

¹⁸ Transaksi Elektronik, 'Tentang Sistem', 2016.

		f dalam transaksi digital pada dasarnya telah memiliki fondasi yang cukup kuat, namun masih menghada pi berbagai keterbatasa n dalam implement asi dan substansi pengaturan nya. Secara normatif, perlindungan konsumen diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan an Konsumen (UUPK) yang menjadi payung hukum utama. Dalam undang-	
--	--	---	--

		undang ini ditegaskan bahwa pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta harga barang dan/atau jasa, serta dilarang melakukan tindakan yang dapat menyesatkan konsumen.	
2.	Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)	Seiring berkembangnya transaksi berbasis digital, pengaturan tersebut diperkuat dengan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE)	https://peraturan.bpk.go.id/details/37589/uu-no-11-tahun-2008

		beserta perubahan-perubahannya. UU ini secara khusus mengatur aktivitas dalam ruang digital, termasuk transaksi elektronik. Salah satu poin penting dalam UU ITE adalah larangan penyebaran informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam transaksi elektronik.	
3.	Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE)	Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik (PP PSTE) yang mengatur kewajiban penyeleng	https://peraturan.bpk.go.id/Details/122030/pp-no-71-tahun-2019

		gara sistem elektronik, termasuk platform e-commerce. Dalam peraturan ini ditegaskan bahwa penyelenggara sistem elektronik harus menjamin sistemnya berjalan secara andal, aman, dan bertanggung jawab, serta tidak menimbulkan kerugian bagi pengguna.	
--	--	---	--

C.Implikasi penerapan model pengaturan digital fairness terhadap reformasi regulasi perlindungan konsumen

Pihak Dinas Perdagangan Kota Parepare menjelaskan bahwa konsep *digital fairness* pada dasarnya menekankan pada prinsip keadilan, transparansi, dan non-manipulasi dalam desain sistem digital. Menurut informan, apabila prinsip ini diadopsi dalam regulasi, maka akan terjadi perubahan paradigma dalam hukum perlindungan konsumen, dari yang sebelumnya hanya berfokus pada hasil transaksi menjadi juga mengatur proses dan mekanisme digital yang mempengaruhi keputusan konsumen. Mereka menyatakan bahwa “selama ini hukum hanya melihat apakah konsumen dirugikan atau tidak, tetapi ke depan harus dilihat juga bagaimana sistem itu didesain, apakah sudah adil atau justru memanipulasi¹⁹.”

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare menilai bahwa penerapan *digital fairness* akan mendorong perlunya pembentukan regulasi teknis yang lebih

¹⁹ ‘Hasil Wawancara Mendalam (In-Depth Interview) Dengan Pihak Dinas Perdagangan Kota Parepare’, 2026.

spesifik, terutama terkait desain antarmuka (*user interface*) dan pengalaman pengguna (*user experience*) dalam platform digital. Informan menyampaikan bahwa praktik seperti tombol yang menyesatkan, pilihan default yang merugikan, serta informasi yang tidak transparan seharusnya dapat dikategorikan sebagai pelanggaran apabila tidak memenuhi prinsip keadilan digital. Dengan demikian, implikasi dari penerapan model ini adalah perlunya standar desain digital yang mengikat bagi pelaku usaha, bukan sekadar imbauan etis²⁰.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Parepare mengungkapkan bahwa penerapan *digital fairness* juga akan memberikan dampak positif dalam proses penyelesaian sengketa konsumen. Selama ini, salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam pembuktian, karena praktik manipulatif tidak secara eksplisit diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dengan adanya regulasi berbasis *digital fairness*, maka indikator pelanggaran menjadi lebih jelas, sehingga memudahkan BPSK dalam menilai apakah suatu tindakan pelaku usaha dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum. Informan menyatakan bahwa “kalau sudah ada standar yang jelas, kami tidak lagi kesulitan dalam menentukan apakah suatu desain itu melanggar atau tidak²¹.” Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa penerapan model *digital fairness* akan mendorong peningkatan akuntabilitas pelaku usaha digital. Pelaku usaha tidak lagi hanya bertanggung jawab terhadap kualitas produk, tetapi juga terhadap cara mereka menyajikan informasi dan mendesain sistem interaksi dengan konsumen. Hal ini berimplikasi pada perlunya pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah daerah, termasuk kemungkinan pembentukan kebijakan lokal atau peraturan daerah yang mengatur praktik perdagangan elektronik secara lebih spesifik.

Informan juga menyoroti bahwa penerapan *digital fairness* harus diiringi dengan peningkatan literasi digital masyarakat. Tanpa pemahaman yang memadai, konsumen tetap berada dalam posisi yang lemah meskipun regulasi telah diperkuat. Oleh karena itu, reformasi regulasi tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga harus diikuti dengan edukasi publik mengenai hak-hak konsumen dalam ekosistem digital.

Informan sepakat bahwa implikasi jangka panjang dari penerapan *digital fairness* adalah terciptanya ekosistem perdagangan digital yang lebih sehat dan berkeadilan. Kepercayaan konsumen terhadap platform e-commerce akan meningkat, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan di daerah seperti Parepare. Namun demikian, mereka juga mengingatkan bahwa implementasi konsep ini memerlukan sinergi antara pemerintah pusat dan daerah, mengingat sebagian besar regulasi terkait transaksi digital masih berada pada kewenangan nasional.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa penerapan model pengaturan *digital fairness* memiliki implikasi yang luas terhadap reformasi regulasi perlindungan konsumen di Parepare, mulai dari perubahan paradigma

²⁰ ‘Hasil Wawancara Dengan Pihak Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Parepare’, 2026.

²¹ ‘Hasil Wawancara Dengan Anggota/Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Parepare’, 2026.

hukum, pembentukan regulasi teknis, penguatan mekanisme penyelesaian sengketa, hingga peningkatan literasi konsumen. Dengan demikian, konsep ini tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga memiliki potensi besar untuk diimplementasikan sebagai solusi dalam mengatasi praktik manipulatif dalam transaksi digital di tingkat lokal

No	Instansi	Hasil Wawancara
1.	Dinas Perdagangan Kota Parepare	menjelaskan bahwa konsep <i>digital fairness</i> pada dasarnya menekankan pada prinsip keadilan, transparansi, dan non-manipulasi dalam desain sistem digital.
2.	Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare	Parepare menilai bahwa penerapan <i>digital fairness</i> akan mendorong perlunya pembentukan regulasi teknis yang lebih spesifik, terutama terkait desain antarmuka (<i>user interface</i>) dan pengalaman pengguna (<i>user experience</i>) dalam platform digital.
3.	Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Parepare	mengungkapkan bahwa penerapan <i>digital fairness</i> juga akan memberikan dampak positif dalam proses penyelesaian sengketa konsumen. Selama ini, salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kesulitan dalam pembuktian, karena praktik manipulatif tidak secara eksplisit diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dengan adanya regulasi berbasis <i>digital fairness</i> , maka indikator pelanggaran menjadi lebih jelas, sehingga memudahkan BPSK dalam menilai apakah suatu tindakan pelaku usaha dapat dikategorikan sebagai perbuatan melawan hukum.

DAFTAR PUSTAKA

- Cover, Journal, 'Table Of Content Indonesian Journal of Law and Economics Review', 20.4 (2025), 1–15
- 'Dark Patterns Undermining Digital Fairness? – The Legal Framework Against Manipulative Designs — Analysing the Impact of the Three Key EU Directives for Consumer Protection on the Use of Dark Patterns' <<https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.9785/cr-2025-260204/html>>
- 'Deceptions Designed Online', 2010 <<https://www.deceptive.design/>>
- 'Deceptive Patterns : Exposing the Tricks Tech Companies Use to Control You' <<https://cir.nii.ac.jp/crid/1970304959900142910>>
- Economy, Oecd Digital, 'DARK COMMERCIAL PATTERNS', 336, 2022
- Elektronik, Transaksi, 'Tentang Sistem', 2016
- Gray, Colin M, Yubo Kou, Bryan Battles, Joseph Hoggatt, Austin L Toombs, and West Lafayette, 'The Dark (Patterns) Side of UX Design', 2018, 1–14
- Gunawan, Johanna, Colin M Gray, Cristiana Santos, and Nataliia Bielova, 'Leveraging Interdisciplinary Methods for Evidence Collection in Enforcement: Dark Patterns as a Case Study', *Internet Policy Review*, 14.1 (2025) <<https://doi.org/10.14763/2025.1.1812>>
- 'Hasil Wawancara Dengan Anggota/Majelis Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Kota Parepare', 2026
- 'Hasil Wawancara Dengan Informan (Putri) Dan Hasil Observasi Fitur Live Streaming / Flash Sale Aplikasi TikTok', 2026
- 'Hasil Wawancara Dengan Pihak Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Parepare', 2026
- 'Hasil Wawancara Mendalam (In-Depth Interview) Dengan Pihak Dinas Perdagangan Kota Parepare', 2026
- Indonesia, Republik, 'Presiden Republik Indonesia', 1999
- , 'UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 11 TAHUN 2008 DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA , c . Bahwa Perkembangan Dan Kemajuan Teknologi Informasi Yang Demikian Pesat Telah Menyebabkan Perubahan Kegiatan Kehidupan Manusia Dalam Berbagai Bidang Yang Secara Langsung Telah Memengaruhi Lahirnya d . Bahwa Penggunaan Dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Harus Terus Dikembangkan Untuk Menjaga , Memelihara , Dan Memperkukuh Persatuan Dan Kesatuan Nasional Berdasarkan Peraturan Demi Kepentingan Nasional; Pemerintah Perlu Mendukung Pengembangan Teknologi Informasi Melalui Infrastruktur Hukum Dan Pengaturannya Sehingga Pemanfaatan Teknologi Informasi Dilakukan Secara Aman Untuk Mencegah Penyalahgunaannya Dengan Memperhatikan Nilai-Nilai Agama Dan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia ; PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA MEMUTUSKAN ', 2008
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Sinar Grafika, 2022) <<https://doi.org/9790072406, 9789790072404>>
- 'Laporan Layanan Pengaduan Konsumen' <<https://ditjenpktn.kemendag.go.id/>>

- Mathur, Arunesh, Gunes Acar, Michael J Friedman, Eli Lucherini, Jonathan Mayer, Marshini Chetty, and others, 'Dark Patterns at Scale : Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites', 3.November 2019 (2022)
- Sriwijaya, Universitas, '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', 4.2 (2025), 1066–71
- 'Statistik E-Commerce 2024'
<https://www.bing.com/search?pglt=297&q=Badan+Pusat+Statistik.+Statistik+E-Commerce+2024.+Jakarta%3A+BPS.&cvid=78444e4db4fd4b4a8e72f58b7f5f2fd6&gs_lcrp=EgRlZGdlKgYIABBFgDkyBggAEEUYOTIHCAEQ6wcYQNIBCDEzNzVqMGo3qAIAsAIA&FORM=ANSPA1&PC=LCTS&source=chrome.ob>
- Susipta, I Nyoman, 'Dark Patterns Dalam Digital Marketing : Etika Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen', 2025
- 'Wawancara Dengan Firman (Mahasiswa Semester VI IAIN Parepare), Diakses Melalui Wawancara Lapangan', 2026
- 'Wawancara Dengan Iqlal (Informan/Mahasiswa Pengguna Aplikasi Shopee), Diakses Melalui Wawancara Lapangan', 2026
- 'Wawancara Dengan Seril (Informan/Pengguna E-Commerce), Diakses Melalui Wawancara Lapangan', 2026
- Zac, Amit, Yu-Chun Huang, Amédée von Moltke, Christopher Decker, and Ariel Ezrachi, 'Dark Patterns and Consumer Vulnerability', *Behavioural Public Policy*, 2025, 1–25 <<https://doi.org/10.1017/bpp.2024.49>>