

Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen Terhadap Risiko dan Manfaat Artificial Intelligence

Updating Consumer Protection Regulations Against the Risks and Benefits of Artificial Intelligence

Suratno*, Yuniwati, Zulfikar Ali & Dewi Noviyanti

Program Studi Hukum Bisnis, Fakultas Desain, Hukum, dan Pariwisata,
IIB Darmajaya, Indonesia

Diterima: 16 Mei 2024; Direview: 26 Mei 2024; Disetujui: 30 Oktober 2024

*Corresponding Email: suratnoafra@darmajaya.ac.id

Abstrak

Kebutuhan terhadap regulasi yang dapat melindungi konsumen dalam bisnis di era digital semakin urgen seiring dengan penggunaan AI. Akan tetapi regulasi perlindungan konsumen yang dimiliki oleh Indonesia saat ini ditetapkan jauh sebelum era digital, sehingga belum memadai dalam melindungi konsumen di era pemanfaatan AI. Maka dari itu artikel ini bertujuan untuk menganalisis rezim hukum perlindungan konsumen di Indonesia saat ini serta memahami pembaruan regulasi perlindungan konsumen dalam penerapan AI. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif didukung dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif-kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa regulasi di bidang perlindungan konsumen di Indonesia saat ini belum memadai dalam melindungi kepentingan konsumen di era pemanfaatan AI. Maka dari itu, diperlukan pembaharuan regulasi perlindungan konsumen khususnya terkait dengan penerapan AI di bidang bisnis, yang mampu mengakomodir kompleksitas perlindungan konsumen di era digital. Pembaharuan regulasi tersebut dimaksudkan untuk melindungi konsumen dan bukan untuk membatasi inovasi dalam pengembangan AI.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum Konsumen; Artificial Intelligence; Bisnis Digital

Abstract

The need for regulations that can protect consumers in business in the digital era is increasingly urgent along with the use of AI. However, the consumer protection regulations currently owned by Indonesia were set long before the digital era, so they are not adequate in protecting consumers in the era of AI utilization. Therefore, this article aims to analyze the current consumer protection legal regime in Indonesia and understand the update of consumer protection regulations in the application of AI. The research method used is normative juridical supported by a legal approach and a case approach. The analysis method used in this study is descriptive-qualitative analysis. The results of the study show that regulations in the field of consumer protection in Indonesia are currently inadequate in protecting consumer interests in the era of AI utilization. Therefore, it is necessary to update consumer protection regulations, especially related to the application of AI in the business sector, which is able to accommodate the complexity of consumer protection in the digital era. The regulatory update is intended to protect consumers and not to limit innovation in AI development.

Keywords: Consumer Legal Protection; Artificial Intelligence; Digital Business

How to Cite: Suratno, Yuniwati, Ali, Z., & Noviyanti, D., (2024), Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen Dalam Pemanfaatan Artificial Intelligence, *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 7(2): 295-303



PENDAHULUAN

Indonesia telah memasuki era Industri 4.0 yang ditandai dengan otomatisasi dan peningkatan akses media sosial (Yudoprakoso, 2019). Oleh karena itu, pola kerja manusia yang sebelumnya dilakukan secara manual telah berubah dan kini bergerak ke arah “digitalisasi” atau “otomatisasi”. Salah satu indikasi bahwa era ini telah dimulai adalah maraknya penggunaan teknologi mutakhir di berbagai bidang yang memudahkan aktivitas manusia. Kondisi tersebut ditandai dengan pertumbuhan yang sangat besar ini dalam berbagai hal, termasuk perkembangan teknologi informasi yang semakin kompleks dan meluasnya penggunaan kecerdasan buatan atau artificial intelligence (selanjutnya disebut AI).

AI pada dasarnya adalah "mesin" yang dapat melakukan berbagai tugas yang jika ditangani oleh manusia, dianggap membutuhkan kecerdasan (Alayida et al., 2023). AI adalah kumpulan teknologi yang menggabungkan data, algoritme, dan daya komputasi (Gijrath, 2021). Esensinya perkembangan dan kemajuan peradaban manusia bisa sangat diuntungkan dengan adanya AI. AI memiliki beberapa efek, salah satunya memungkinkan manusia untuk bekerja lebih efektif dan efisien, secara langsung juga memajukan pembangunan ekonomi suatu bangsa. Hal ini ditunjukkan oleh dampak ekonomi yang ditimbulkan AI terhadap negara-negara industri, di mana tingkat produktivitas telah meningkat secara dramatis sebagai akibat dari pertumbuhan pesat AI (Disemadi, 2021).

Kemudahan akses komunikasi dan informasi merupakan dampak lain dari kemajuan teknologi terhadap pertumbuhan peradaban manusia. Ini adalah hasil dari pertumbuhan teknologi informasi, yang telah memunculkan beberapa layanan komersial termasuk *e-commerce*, *e-government* dan berbagai layanan yang ditawarkan secara online. Sangat mudah bagi semua orang untuk mengakses banyak layanan berbasis internet yang tersedia (Hayati, 2021).

Selain memberikan dampak positif, keberadaan AI juga berpotensi melahirkan berbagai permasalahan hukum khususnya dalam hal perlindungan konsumen di Indonesia. Dikarenakan AI dapat menganalisis data, mengenali tren, dan mempertimbangkan lingkungan saat membuat penilaian, menjadikannya semakin lazim digunakan pada berbagai kegiatan bisnis. Mengingat banyaknya pengguna internet di Indonesia, aplikasi AI berkembang cukup pesat. Menurut penelitian Tahun 2018, Indonesia adalah negara terdepan dalam penerapan AI, dengan 65% responden mengatakan bahwa mereka telah melakukannya dalam bisnis mereka atau sedang memperbaiki atau mengembangkan kemampuan AI mereka (Konsumen Cerdas, 2022).

Permasalahan lain yang dihadapi konsumen Indonesia terkait AI diantaranya pelanggaran hak cipta, kurangnya ketertelusuran penerapan AI, pengenalan program yang bias ke dalam pengambilan keputusan, kebocoran data dan pelanggaran privasi pribadi, kurangnya transparansi, dan peran hukum yang tidak jelas (Muhamad Ammar Muhtadi & Sahrul, 2023). Selain itu, penggunaan AI juga berpotensi menyebabkan kebocoran dan pencurian data pribadi konsumen (Hadi & Guntara, 2022). AI telah mengubah pasar layanan keuangan konsumen dan cara konsumen berinteraksi dengan ekosistem layanan keuangan. Pergeseran paradigma ini didorong oleh pematangan algoritma yang dipercepat; tingkat historis investasi yang membanjiri pasar jasa keuangan; persaingan memperebutkan pangsa pasar antara incumbent dan new entrant; dan perubahan cepat dalam preferensi konsumen terhadap produk keuangan digital (Ferozi et al., 2024). Dari *chatbot* yang digerakkan oleh AI hingga penasihat robot yang canggih, aplikasi AI memiliki potensi yang jelas untuk memperluas peluang bagi konsumen yang hidup di pinggiran. Namun, para ahli belum membahas relevansi AI untuk perlindungan konsumen yang lebih baik.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen hadir di Indonesia sebagai sarana perlindungan konsumen. Namun, lingkungan korporasi modern berbasis digital tidak sesuai dengan instrumen hukum yang “ketinggalan jaman” tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengkaji dan menginvestigasi bagaimana kerangka hukum Indonesia saat ini dapat melindungi konsumen dalam menjalankan aktivitasnya yang terkait dengan adopsi AI, mengingat perkembangan AI diharapkan berdampak pada produk dan layanan yang digunakan oleh konsumen. Penerapan AI di sektor bisnis memerlukan tindakan hukum, termasuk pembaharuan



regulasi dalam hal ini undang-undang perlindungan konsumen, untuk memastikan bahwa konsumen terlindungi dengan sebaik-baiknya.

Berdasarkan ulasan di atas, artikel ini akan mengkaji dan menganalisis rezim hukum perlindungan konsumen di Indonesia saat ini serta pembaruan regulasi perlindungan konsumen dalam penerapan AI.

METODE PENELITIAN

Sebagai pisau analisis dalam menjawab permasalahan di atas digunakan metode penelitian yuridis normatif sebagai metode khas penelitian ilmu hukum yang "*sui generis*" (Amin, 2022). Metode tersebut didukung dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan kasus. Pendekatan perundang-undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang berkaitan dengan isu penggunaan AI dalam kerangka hukum perlindungan konsumen. Pendekatan kasus dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap permasalahan yang dihadapi konsumen Indonesia terkait AI. Selanjutnya pengumpulan bahan hukum dalam penelitian ini juga didukung dengan studi literatur dengan menganalisis beberapa literatur yang relevan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis deskriptif-kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rezim Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia Saat ini

Dalam era globalisasi, pembangunan perekonomian nasional harus mampu menopang perluasan usaha agar dapat menghasilkan berbagai produk dengan teknologi yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, sekaligus memperoleh kepastian atas produk dan/atau jasa yang diperoleh melalui perdagangan tanpa merugikan konsumen (Idayanti et al., 2019). Proses globalisasi ekonomi dalam membuka pasar nasional harus terus memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat dan jaminan mengenai kualitas, kuantitas, dan keamanan barang dan/atau jasa yang dibeli di pasar (Lodewyk et al., 2020).

Berbagai produk dan/atau jasa konsumsi dihasilkan dari pertumbuhan dan perkembangan ekonomi baik di bidang industri maupun perdagangan nasional. Ruang gerak arus transaksi barang dan/atau jasa yang melintasi batas negara juga telah diperluas oleh globalisasi dan perdagangan bebas yang didukung oleh kemajuan teknologi telekomunikasi dan informatika. Akibatnya, barang dan/atau jasa yang ditawarkan beragam, termasuk yang diproduksi di luar negeri dan internasional (Aswar & Willem, 2023).

Satu sisi keadaan ini menguntungkan bagi konsumen karena memungkinkan mereka untuk memuaskan keinginan mereka akan produk dan/atau layanan yang diinginkan dan memberi mereka lebih banyak pilihan untuk berbagai jenis dan kualitas barang dan/atau layanan berdasarkan preferensi mereka dan keterampilan. Namun, faktor dan kejadian tersebut di atas juga dapat menempatkan konsumen pada posisi rentan dan menghilangkan keseimbangan antara pelaku korporasi dan konsumen. Konsumen menjadi sasaran aktivitas perusahaan dalam upaya memaksimalkan keuntungan yang dilakukan pelaku usaha dengan menggunakan perjanjian-perjanjian tipikal yang merugikan konsumen serta kampanye promosi dan teknik penjualan.

Perlindungan konsumen diperlukan untuk peningkatan kesadaran, pengetahuan, kepedulian, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk mempertahankan diri diperlukan untuk mendukung upaya menjunjung tinggi martabatnya serta menumbuhkan sikap pelaku korporasi yang beretika (Maharani et al., 2021). Perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Berdasarkan Pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen, "konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.". Adapun perlindungan konsumen adalah "segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen".

Perlindungan hukum bagi konsumen di Indonesia, memiliki signifikansi dengan peraturan hak-hak konsumen yang merupakan bagian dari implementasi negara kesejahteraan dalam Undang-undang Dasar 1945 (Yamin, 2012). Melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen menetapkan 9 (sembilan) hak konsumen, yaitu:

- 1) Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
- 2) Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
- 3) Hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
- 4) Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
- 5) Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
- 6) Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
- 7) Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
- 8) Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
- 9) Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak dimaksudkan untuk menghambat aktivitas komersial. Sebaliknya, mereka dapat menumbuhkan lingkungan yang mendorong munculnya bisnis yang kuat secara kompetitif dengan menawarkan produk dan/atau layanan berkualitas tinggi. Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini tetap memberikan perhatian khusus dan mencegah pelaku usaha kecil dalam proses implementasinya. Hal ini dicapai dengan bekerja untuk mendorong dan menerapkan hukuman untuk pelanggaran (Apriani & Syafrinaldi, 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi, Undang-Undang Perlindungan Konsumen dinilai tidak mampu menjawab persoalan masyarakat dalam bertransaksi digital khususnya melalui perantara AI. Maka dari itu harus segera diubah untuk mencegah kerugian lebih lanjut pada masyarakat selaku konsumen. Berdasarkan ketentuan Pasal 1 angka 8 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik (Undang-Undang ITE), AI termasuk dalam definisi agen elektronik, artinya pembuat atau penyedia perangkat AI bertanggung jawab atas semua persyaratan dan kewajiban hukum (Akbar et al., 2024). Agen Elektronik merupakan perangkat dari suatu sistem elektronik yang dibuat untuk melakukan suatu tindakan terhadap suatu Informasi Elektronik tertentu secara otomatis yang diselenggarakan oleh orang (Rahmahafida & Sinaga, 2022).

Pengaturan agen elektronik dalam melakukan transaksi elektronik disinggung dalam Pasal 21 Undang-Undang ITE. Penyelenggara agen elektronik pada hakekatnya adalah penyelenggara sistem elektronik berdasarkan Undang-Undang ITE. Hal ini karena suatu jenis administrasi sistem elektronik pada dasarnya adalah agen elektronik. Oleh karena itu, penyelenggara agen elektronik memiliki hak dan kewajiban yang sama dengan penyelenggara sistem elektronik. Setiap penyelenggara sistem elektronik memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa sistem tersebut digunakan secara bertanggung jawab, aman, dan efektif. Oleh karena itu, penyelenggara agen elektronik bertanggung jawab atas segala akibat hukum yang ditimbulkan oleh perbuatannya (Muhammad et al., 2021).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, terdapat beberapa kewajiban khusus bagi penyelenggara agen elektronik (AI) terkait dengan perlindungan konsumennya yaitu:

- Memuat atau menyampaikan informasi spesifik;
- Memastikan bahwa AI memiliki fitur tertentu; dan
- Memiliki dan menjalankan prosedur standar pengoperasian yang berpedoman pada prinsip pengendalian pengamanan data pengguna dan prinsip transaksi elektronik.

Kewajiban di atas terkait langsung dengan perlindungan konsumen saat menggunakan AI. Dalam hal ini, pengungkapan informasi tertentu yang berkaitan dengan transparansi informasi dalam melakukan bisnis yang terhubung dengan AI memungkinkan pelanggan untuk mengetahui tentang salah urus atau kesalahan dalam layanan yang ditawarkan. Selain itu, persyaratan untuk menawarkan fungsionalitas khusus memungkinkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dan kendali saat terlibat dalam operasi komersial.

Selain itu, penyedia layanan AI diwajibkan untuk melindungi data pengguna dan pelanggan karena tanggung jawab mereka sebagai agen elektronik. Sehubungan dengan itu, mereka juga harus tunduk pada Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi). Penyelenggara agen elektronik dapat melakukan tindakan berikut secara khusus dalam rangka pengumpulan dan pengolahan data pribadi pengguna:

- Pengendali, yang akan bertanggung jawab atas pemrosesan data dan harus menunjukkan tanggung jawab pada saat pemenuhan kewajiban yang berkaitan dengan penerapan prinsip perlindungan data pribadi; atau
- Prosesor, wajib melaksanakan Pemrosesan sesuai dengan perintah yang dikeluarkan oleh Pengendali yang menunjuk mereka sebagai Prosesor. Dalam hal ini, tanggung jawab dipikul oleh Pengendali kecuali Prosesor bertindak di luar dari perintah yang dikeluarkan dan tujuan pemrosesan data yang ditentukan oleh Pengendali.

Konsumen sangat memperhatikan keamanan informasi keuangan dan pribadi mereka, termasuk perlindungan identitas dan nomor kartu kredit, ketika digunakan. Dalam contoh lain, informasi konsumen yang dikumpulkan oleh pelaku bisnis dapat digunakan tanpa sepengetahuan atau persetujuan konsumen untuk melindungi privasi mereka (Priliasari, 2023).

Secara umum, regulasi perlindungan konsumen khususnya yang berkaitan dengan tugas operator agen elektronik yang menerapkan AI, biasanya juga berlaku untuk operator agen elektronik jenis lain (seperti pengambilan data elektronik, identifikasi frekuensi radio, dan pengenalan kode batang). Kerangka hukum yang lebih menyeluruh seputar penggunaan AI secara keseluruhan masih diperlukan, meskipun terdapat regulasi terkait AI dalam konteks agen elektronik, mengingat ketentuan yang ada hanya mencakup unsur transaksional penerapan AI.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang lahir 25 tahun yang lalu belum mampu mengakomodir permasalahan konsumen di era digital khususnya dengan pemanfaatan AI ini. Daya saing ekonomi bergantung pada perlindungan konsumen. Untuk membangun kepercayaan masyarakat, perlu memperkuat beberapa area perlindungan konsumen saat menggunakan AI. Hal ini disebabkan kemungkinan akan terciptanya isu baru yang lebih buruk jika tidak ada perlindungan konsumen yang memadai.

Pembaharuan Regulasi Perlindungan Konsumen dalam Penerapan AI

Indonesia adalah peserta perang *Artificial Intelligence* (AI) global. Oleh karena itu, Indonesia harus mampu menciptakan AI yang bermanfaat baik bagi warganya maupun masyarakat lainnya di dunia. Dunia berkembang pesat, dengan kecerdasan buatan (AI) sebagai garda depan dalam mengubah dunia dan cara hidup manusia (Nursalim et al., 2024).

AI adalah cabang ilmu komputer yang mempelajari perilaku cerdas mesin. Ini adalah kemampuan mesin yang disimulasikan secara cerdas untuk meniru perilaku manusia dan pola respons konvensional manusia. Hal ini dimungkinkan dengan algoritma spesifik yang membuat AI berfungsi dalam lingkup aktivitas tertentu (sesuai dengan tujuan kode algoritma tersebut). Artinya, dengan AI, banyak aktivitas manusia sehari-hari kini dapat dilakukan secara efektif melalui teknologi mesin terprogram (Belani, 2023).

Selama bertahun-tahun, sejumlah teknokrat di bidangnya telah melakukan upaya ekstensif dalam memperluas prospek inovasi mendasar AI. Penerapan AI untuk meningkatkan efisiensi produksi tidak diragukan lagi semakin populer secara global. Menurut prediksi, pada Tahun 2023 akan terjadi peningkatan produksi setidaknya sebesar 40% untuk bisnis yang menerapkan AI.

Faktanya, sektor industri di beberapa negara telah mengadopsi AI sebesar 56% (Emilisa et al., 2024).

Badan Pengkajian dan Pemanfaatan Teknologi (BPPT) telah merilis Strategi Nasional Kecerdasan Buatan Indonesia 2020–2045 untuk memungkinkan penggunaan AI secara efektif di Indonesia. Namun perintah tersebut tidak mengatur secara rinci dan masih dalam tahap awal perumusan kebijakan. Faktanya, sudah banyak perusahaan yang mengembangkan dan menerapkan teknologi AI dalam proses produksinya di Indonesia. Tidak tanggung-tanggung, sektor usaha yang menerapkan AI umumnya adalah sektor strategis seperti perbankan, *e-commerce*, dan kesehatan (Simanjuntak et al., 2024).

Pemanfaatan AI di bidang perbankan dapat mendorong pendapatan perbankan melalui optimalisasi personalisasi layanan kepada pelanggan dan karyawan (Cahyati et al., 2024). AI juga bisa memberikan manfaat besar pada sektor perbankan mengingat saat ini bank dituntut untuk memberikan layanan yang cepat dan praktis (Arifa Aprilia Putri David et al., 2022). Kemudian penggunaan AI di bidang *E-commerce* dapat membantu Indonesia dalam meningkatkan nilai pasar ekonomi digital (Cahyati et al., 2024). Di bidang kesehatan, AI juga telah digunakan seperti halnya “Halodoc” platform telemedicine seluler pertama di Indonesia. *Google Late Stage Accelerator* adalah pendukung penggunaan AI oleh *Halodoc*. *Halodoc* menggunakan AI untuk meningkatkan informasi yang diperoleh dokter.

Ulasan di atas menunjukkan bahwa AI telah mulai diterapkan di Indonesia. Akan tetapi, pemanfaatan AI dalam kegiatan bisnis berpotensi menimbulkan beberapa persoalan dan tantangan yang belum diakomodir dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang ada saat ini. Penggunaan sistem AI dalam proses penawaran yang dikombinasikan dengan pengumpulan dan penggunaan sejumlah besar data pribadi konsumen mengarah pada dua cara ke disekualitas yang kuat menyebabkan defisit informasi yang kuat dari konsumen. Pertama, konsumen mungkin tidak memahami proses penetapan harga dan penawaran. Kedua, konsumen mungkin tidak menyadari pengetahuan tentang preferensi pribadinya yang digunakan penjual dengan menerapkan prosedur pembuatan profil berbasis AI. Selain itu menurut ketentuan pasal 28 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, pembuktian dilakukan secara terbalik, hal ini mengakibatkan bargain position yang lemah pada konsumen sebab yang paham akan sistem AI adalah pelaku usaha dan atau pencipta.

Kehadiran Undang-Undang Perlindungan Konsumen menjadi tonggak sejarah perkembangan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Diakui, bahwa undang-undang tersebut bukanlah yang pertama dan yang terakhir, karena sebelumnya telah ada beberapa rumusan hukum yang melindungi konsumen tersebar dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Undang-undang ini mengatur tentang kebijakan perlindungan konsumen, baik menyangkut hukum materil, maupun hukum formil mengenai penyelesaian sengketa konsumen. Harus diakui pula undang-undang ini bukan yang terakhir karena perlu disesuaikan dengan kebutuhan perlindungan konsumen di era digital.

Penerapan AI dalam dunia bisnis akan membuat konsumen menghadapi berbagai persoalan hukum dan peraturan perlindungan hukum bagi konsumen yang ada sekarang belum mampu melindungi konsumen dalam penerapan AI di Indonesia (Priowirjanto, 2022). Dalam transaksi menggunakan AI bahkan tidak ada lagi batas antar negara, maka Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang dimiliki Indonesia tidak cukup membantu.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen telah membuka peluang untuk dibentuk undang-undang baru yang melindungi konsumen. Sebagaimana penjelasan umum yang menentukan bahwa “Di kemudian hari masih terbuka kemungkinan terbentuknya undang-undang baru yang pada dasarnya memuat ketentuan-ketentuan yang melindungi konsumen. Dengan demikian, Undang-undang tentang Perlindungan Konsumen ini merupakan payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.” Dengan demikian, pembaharuan regulasi perlindungan konsumen khususnya terkait dengan penerapan AI di bidang bisnis sangat dimungkinkan. Berdasarkan hal tersebut maka diperlukan pembaharuan regulasi perlindungan konsumen terkait penggunaan AI yang lebih rigid dan komprehensif yang memuat

terkait status hukum AI. Perlu ada penjelasan yang komprehensif terkait akar utama malfungsi yang terjadi sehingga dapat ditarik kesimpulan apakah malfungsi diakibatkan oleh system error atau human error. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, pembuktian dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen dilakukan secara terbalik, hal ini mengakibatkan bargain position yang lemah pada konsumen sebab yang paham akan sistem AI adalah pelaku usaha dan atau pencipta AI.

Guna memastikan terlindunginya konsumen dalam bisnis yang menggunakan AI, melalui regulasi khusus tersebut perlu juga dibentuk departemen atau lembaga pemerintah yang khusus menangani terkait dengan kasus AI sebagai tindak lanjut AI diakui sebagai subjek hukum. Penerapan AI di Indonesia harus diatur juga sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang ada di bidang teknologi dan diatur dalam peraturan sektoral tertentu sesuai dengan karakteristik sektor terkait, karena diasumsikan penggunaan AI di Indonesia akan merambah ke sektor bisnis lain. Setiap peraturan baru mengenai AI yang diperkenalkan harus mampu mengatasi permasalahan terkini terkait penerapan AI serta memfasilitasi pengembangan dan inovasi di bidang bisnis dengan memastikan kepatuhan terhadap perlindungan konsumen.

Mengingat instrumen hukum internasional seperti Peraturan AI yang diusulkan oleh Komisi Eropa, sangat penting untuk memastikan bahwa setiap peraturan AI berisi persyaratan transparansi yang menangani bahaya keputusan yang bias, tidak adil, atau bahkan berbahaya yang ditimbulkan oleh AI. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengontrol masalah transparansi terutama untuk meningkatkan perlindungan konsumen dalam penerapan AI.

Pelaku usaha diwajibkan untuk memberikan jaminan atau ganti rugi atas kerusakan atau kerugian yang mungkin terjadi kepada konsumen akibat penggunaan layanan mereka. Dengan demikian, penting bagi pelaku usaha untuk memberikan informasi yang transparan dan jelas mengenai mekanisme penyelesaian sengketa/pemberian ganti rugi jika sistem yang dihasilkan AI berbeda dengan sistem konvensional. Regulasi khusus tersebut merupakan sarana untuk mendorong pengembangan AI secara transparan serta memberikan perlindungan yang optimal terhadap konsumen. Maka dari itu, regulasi yang mengatur AI di masa mendatang harus dipastikan tidak menghambat inovasi pengembangan AI.

Meskipun Indonesia belum memperkenalkan kerangka peraturan yang secara khusus menangani AI, terdapat beberapa peraturan yang berlaku terkait dengan penggunaan AI. Selain itu, karena berfungsi untuk mengatur AI, pemerintah harus memastikan bahwa peraturan tersebut akan membatasi operasi AI secara memadai sehingga nantinya tidak akan merugikan konsumen. Sebaliknya, penting juga untuk memastikan bahwa potensi inovasi dan pengembangan apa pun yang berkaitan dengan AI tidak terhalang oleh batasan regulasi.

SIMPULAN

Hukum perlindungan konsumen di Indonesia saat ini belum memadai dalam melindungi kepentingan konsumen di era pemanfaatan AI. Undang-Undang Perlindungan Konsumen lahir jauh sebelum era digital, sehingga belum mampu mengakomodir permasalahan hukum baru yang ditimbulkan oleh pemanfaatan AI di bidang bisnis. Maka dari itu, diperlukan pembaharuan regulasi perlindungan konsumen khususnya terkait dengan penerapan AI di bidang bisnis, yang mampu mengakomodir kompleksitas perlindungan konsumen di era digital. Pembaharuan regulasi perlindungan konsumen ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan pada konsumen dari hal-hal yang merugikan dari pemanfaatan AI. Pembaharuan regulasi dimaksud meliputi keabsahan alat bukti yang diperoleh dari AI, pembentukan Lembaga keamanan AI, dan mekanisme penyelesaian sengketa/pemberian ganti rugi jika sistem yang dihasilkan AI. Pembaharuan regulasi tersebut tidak dimaksudkan untuk membatasi inovasi dalam pengembangan AI.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. D., Sihotang, J. F., Purnama, R., & Hasna, T. (2024). Pemanfaatan dan Permasalahan Artificial Intelligence Dalam Kehidupan Manusia Serta Pengaturannya Secara Hukum. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 2(2), 538. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.12169651>
- Alayida, N. F., Aisyah, T., Deliana, R., & Diva, K. (2023). Pengaruh Digitalisasi Di Era 4.0 Terhadap Para Tenaga Kerja Di Bidang Logistik. *JURNAL ECONOMINA*, 2(1), 254–268. <https://doi.org/10.55681/ECONOMINA.V2I1.286>
- Amin, S. (2022). Independensi dan Keunikan Ilmu Hukum dalam Tinjauan Ontologi, Epistemologi dan Aksiologi. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(1), 187–196. <https://journal.formosapublisher.org/index.php/mudima/article/view/121>
- Apriani, D., & Syafrinaldi, S. (2022). Konflik Norma Antara Perlindungan Usaha Kecil Menurut Hukum Persaingan Usaha Indonesia Dengan Perlindungan Konsumen. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 4(1), 14–33. <https://doi.org/10.14710/JPHI.V4I1.14-33>
- Arifa Aprilia Putri David, N., Iqbal Fasa, M., Suharto, dan, & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2022). Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Bank Syariah di Era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 6(02), 143–162. <https://doi.org/10.33507/LABATILA.V6I02.1023>
- Aswar, A., & Willem, R. (2023). Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 dalam Memberikan Perlindungan Hukum yang Adil Bagi Konsumen. *Alauddin Law Development Journal*, 5(1), 11–23. <https://doi.org/10.24252/ALDEV.V5I1.35368>
- Belani, S. (2023). Artificial Intelgence Sebuah Inovasi Baru Menjual Produk (Membandingkan Keunggulan FB, WA, Instagram, Telegram dan Youtube). *Lentera: Multidisciplinary Studies*, 1(2), 111–118. <https://doi.org/10.57096/LENTERA.V1I2.28>
- Cahyati, I., Fauzi, A., Hasanuddin, H., Zuhri, I., Hibatullah, H., Dwi, N., Handayani, N., & Felisyana, R. (2024). PENERAPAN BUSINESS INTELLIGENCE DENGAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA E-COMMERCE. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2741–2756. <https://doi.org/10.55681/SENTRI.V3I6.2904>
- Disemadi, H. S. (2021). Urgensi Regulasi Khusus dan Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Mewujudkan Perlindungan Data Pribadi di Indonesia. *Wawasan Yuridika*, 5(2), 177–199. <https://doi.org/https://doi.org/10.25072/jwy.v5i2.460>
- Emilisa, N., Istiqomah, N., & Adiwijaya, E. P. (2024). Pengaruh Job Satisfaction, Perception Corporate Social Responibility, Organizational Trust, Artificial Intelligence terhadap Employee Performance Karyawan RS An-Nisa Group Tangerang. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1090–1104. <https://doi.org/10.47467/ELMAL.V5I3.4232>
- Ferozi, *, Irsyad, R., Era, M., Strategi, B. :, Dalam, P., Perubahan, M., Dan, P., Di, T., Ferozi, I., Filja, :, Siregar, A., Marbun, :, Jonatan, Hasyim, H., William, J., Ps, I. V, Baru, K., Percut, K., & Tuan, S. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal of Economics and Business Management*, 3(2), 29–46. <https://doi.org/10.56444/TRANSFORMASI.V3I2.1594>
- Gijrath, S. (2021). *Consumer Law as a Tool to Regulate Artificial Intelligence*. Cambridge University Press.
- Hadi, A., & Guntara, B. (2022). Pembaharuan Hukum Nasional Dalam Upaya Perlindungan Data Pribadi Di Era Distrupsi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence). *Jurnal Hukum Mimbar Justitia*, 8(1), 233–253. <https://doi.org/https://doi.org/10.35194/jhmj.v8i1.2426>
- Hayati, A. N. (2021). Analisis Tantangan Dan Penegakan Hukum Persaingan Usaha Pada Sektor E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 21(1), 109–122. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30641/dejure.2021.V21.109-122>
- Idayanti, S., Hartati, S., & Haryadi, T. (2019). Pembangunan Hukum Bisnis Dalam Perspektif Pancasila Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Jurisprudence*, 9(1), 90–101. <https://doi.org/10.23917/JURISPRUDENCE.V9I1.8091>
- Konsumen Cerdas. (2022, November 4). *Perlindungan Konsumen Dalam Penerapan Artificial Intelligence*. [Konsumencerdas.Id](https://www.konsumencerdas.id).
- Lodewyk, A., Siahaan, S., & Balwanti, ; (2020). Aspek Perlindungan Konsumen Dalam Aksi Kejahatan Pada Transaksi Elektronik. *Jurnal Law Pro Justitia*, 5(2), 86–101. <https://ejournal-medan.uph.edu/lpj/article/view/610>
- Maharani, A., Darya Dzikra, A., & Penulis, K. (2021). Fungsi Perlindungan Konsumen Dan Peran Lembaga Perlindungan Konsumen Di Indonesia: Perlindungan, Konsumen Dan Pelaku Usaha (Literature Review). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 659–666. <https://doi.org/10.31933/JEMSI.V2I6.607>

- Muhamad Ammar Muhtadi, & Sahrul. (2023). Hukum Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis di Era Teknologi Kecerdasan Buatan: Perlindungan Pengguna dan Tanggung Jawab Perusahaan. *Jurnal Hukum Dan HAM Wara Sains*, 02(09), 922–930.
- Muhammad, M., Muhammad, M. O., & Nugroho, L. D. (2021). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Aplikasi E-Commerce yang Terdampak Kebocoran Data Pribadi. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 14(2), 165–174. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i2.12472>
- Nursalim, A., Nofirman, N., Nasril, N., Rais, R., & Ghazali, A. G. Al. (2024). Transformasi Kurikulum di Indonesia: (Perkembangan Terkini dan Tantangan dalam Menghadapi Era Artificial Intelligences). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8482–8491. <https://doi.org/10.31004/INNOVATIVE.V4I4.14138>
- Prihasari Badan Pembinaan Hukum Nasional Jl Mayjend Sutoyo, E., & Timur, J. (2023). PERLINDUNGAN DATA PRIBADI KONSUMEN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2). <https://doi.org/10.33331/RECHTSVINDING.V12I2.1285>
- Priowirjanto, E. S. (2022). Urgensi Pengaturan Mengenai Artificial Intelligence Pada Sektor Bisnis Daring Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), 254–272. <https://doi.org/10.23920/JBMH.V6I2.355>
- Rahmahafida, N. I., & Sinaga, W. B. (2022). Analisis Problematika Lukisan Ciptaan Artificial Intelligence Menurut Undang-Undang Hak Cipta. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 9688–9696. <https://doi.org/10.31004/JPDK.V4I6.9911>
- Simanjuntak, W., Subagyo, A., Sufianto, D., Kunci, K., Ri, K., Sosial, K., & Kebijakan, P. (2024). PERAN PEMERINTAH DALAM IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DI KEMENTERIAN KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA REPUBLIK INDONESIA (KEMENKOMINFO RI). *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.54783/JSER.V6I1.332>
- Yamin, M. (2012). *Tindak Pidana Khusus*. Penerbit Pustaka Setia.
- Yudoprakoso, P. W. (2019). Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Sebagai Alat Bantu Proses Penyusunan Undang-Undang Dalam Upaya Menghadapi Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 450–461.

