TATANAN Jurnal Hukum dan Syariah

Published by Yayasan Yetti Afrida Center
pISSN 3165-1682 | eISSN 3165-1674
Vol. 1 No. 1 Oktober 2026 | Pages 15-28
https://yettiafridacenter.com/tatanan
This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Dark Pattern pada Platform Keuangan Digital Syariah: Analisis Hukum Perlindungan Konsumen dan Etika Syariah

Risfiana Mayangsari
UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, Indonesia
Email: risfiana@mail.uinfasbengkulu.ac.id

ABSTRACT
Purpose: *Artikel ini menganalisis praktik dark pattern pada platform keuangan digital syariah dan merekonstruksi standar perlindungan konsumen yang memadukan hukum positif Indonesia dengan etika bisnis syariah. Fokus kajian diarahkan pada desain antarmuka yang memengaruhi pilihan konsumen melalui penyembunyian informasi, urgensi semu, pilihan bawaan, friksi pembatalan, personalisasi manipulatif, dan mekanisme persetujuan yang tidak seimbang.*
Design/Methodology: *Penelitian menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan, konseptual, dan komparatif-fungsional. Bahan hukum utama meliputi Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi, Undang-Undang P2SK, dan POJK Nomor 22 Tahun 2023. Literatur tentang dark patterns, online choice architecture, Islamic fintech, fiqh muamalah, dan maqashid al-shariah dianalisis secara tematik.*
Findings: *Temuan menunjukkan bahwa dark pattern menimbulkan asimetri pilihan baru: konsumen secara formal tetap mengklik setuju, tetapi struktur pilihan dapat mengurangi kebebasan, pemahaman, dan kerelaan yang bermakna. Dalam perspektif syariah, praktik tersebut beririsan dengan tadlis, taghrir, gharar informasi, pemanfaatan kelemahan, dan pelanggaran amanah. Artikel mengusulkan kerangka Shariah Fair Choice Architecture yang menuntut symmetry of choice, material disclosure, consent integrity, vulnerability protection, easy exit, auditability, dan effective remedy.*
Practical Implications: *Kerangka ini dapat digunakan oleh bank syariah, fintech syariah, Dewan Pengawas Syariah, pengembang aplikasi, auditor, dan regulator untuk menilai desain antarmuka sebelum dan sesudah produk diluncurkan.*

Originality/Value: *Kebaruan artikel terletak pada pengalihan fokus perlindungan konsumen dari isi kontrak menuju arsitektur pilihan digital serta pemetaan tiap dark pattern pada hak konsumen dan prinsip etika syariah.*
Keywords: *dark pattern; keuangan digital syariah; perlindungan konsumen; etika syariah; maqashid al-shariah; choice architecture*

Received: 08/09/2026 | Accepted: 15/09/2026 | Published: 12/10/2026

A. INTRODUCTION (PENDAHULUAN)

Digitalisasi jasa keuangan telah mengubah titik persaingan dari sekadar kualitas produk menjadi kemampuan platform mengarahkan perhatian dan tindakan pengguna. Dalam aplikasi keuangan, keputusan konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh harga, margin, nisbah, biaya, atau risiko produk, tetapi juga oleh bagaimana pilihan ditampilkan di layar. Ukuran tombol, warna, urutan informasi, pilihan bawaan, jumlah langkah untuk menolak, waktu munculnya notifikasi, serta cara risiko disembunyikan dapat memengaruhi keputusan secara signifikan. Fenomena ini melahirkan perhatian terhadap dark patterns, yaitu desain antarmuka atau alur digital yang sengaja atau secara sistematis mendorong pengguna mengambil keputusan yang lebih menguntungkan penyedia layanan daripada kepentingan pengguna sendiri (Gray et al., 2018; Mathur et al., 2019).

Dalam layanan keuangan digital, dampak dark pattern dapat lebih serius dibandingkan pada transaksi konsumsi biasa karena keputusan menyangkut utang, pembiayaan, investasi,

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

pengelolaan dana, data keuangan, dan keberlanjutan kondisi rumah tangga. Contohnya adalah tombol persetujuan yang sangat menonjol sementara opsi menolak disamarkan; biaya baru muncul pada tahap akhir; pengingat pembayaran atau penawaran pembiayaan dikirim secara berulang; fitur perpanjangan otomatis diaktifkan sebagai default; proses pendaftaran dibuat sangat singkat tetapi penutupan akun dipersulit; atau bahasa persuasif digunakan untuk membuat konsumen merasa bersalah apabila tidak mengambil penawaran. Dark pattern juga dapat terhubung dengan personalisasi berbasis data sehingga dorongan diberikan pada saat konsumen paling rentan secara finansial.

Bagi platform keuangan digital syariah, persoalan tersebut memiliki dimensi ganda. Pertama, terdapat kewajiban hukum untuk memperlakukan konsumen secara adil, transparan, aman, dan bertanggung jawab. Kedua, terdapat kewajiban etis dan syariah yang menuntut transaksi berlangsung atas dasar kerelaan, keterbukaan, amanah, keadilan, dan ketiadaan penipuan. Label syariah karena itu tidak cukup apabila akad pada tingkat formal telah sesuai, tetapi pengalaman digital yang mengantar konsumen menuju akad justru dibangun dengan manipulasi pilihan. Kepatuhan syariah perlu menjangkau desain interaksi, bukan hanya struktur kontrak.

Indonesia telah memiliki fondasi regulasi yang relevan. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menegaskan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur serta perlakuan yang tidak merugikan. Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi memperkuat hak subjek data dan tata kelola pemrosesan data. Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan memperluas kerangka pelindungan konsumen sektor keuangan. POJK Nomor 22 Tahun 2023 kemudian mengatur prinsip pelindungan konsumen, perilaku dasar Pelaku Usaha Jasa Keuangan, informasi produk, pemasaran, perjanjian, layanan, pengaduan, dan pengawasan perilaku. Kerangka ini menyediakan dasar kuat, tetapi istilah dark pattern belum menjadi kategori hukum yang berdiri sendiri.

Kesenjangan muncul ketika legalitas dinilai hanya berdasarkan keberadaan disclosure dan persetujuan formal. Pengguna dapat menerima informasi, tetapi informasi itu mungkin ditempatkan pada bagian yang tidak terlihat. Pengguna dapat mengklik setuju, tetapi tombol menolak mungkin lebih kecil, berwarna pucat, atau memerlukan beberapa langkah tambahan. Pengguna dapat memilih pembiayaan, tetapi urutan rekomendasi dapat dirancang untuk menonjolkan produk dengan margin lebih tinggi. Dengan kata lain, dark pattern memindahkan persoalan dari isi informasi menuju arsitektur pilihan. Karena itu, pertanyaan hukumnya bukan hanya apakah informasi diberikan, tetapi apakah struktur pilihan memungkinkan konsumen memahami, membandingkan, menolak, dan keluar secara wajar.

Dari perspektif etika syariah, manipulasi antarmuka dapat beririsan dengan konsep tadlis ketika informasi penting disembunyikan atau disajikan secara menyesatkan; taghrir ketika konsumen diarahkan melalui gambaran yang tidak proporsional; gharar informasi ketika konsekuensi material tidak cukup jelas; dan pelanggaran prinsip amanah ketika desain memanfaatkan ketidaktahuan atau kelemahan pengguna. Prinsip ridha dalam muamalah juga menuntut kualitas persetujuan, bukan sekadar adanya klik. Kerelaan yang dibentuk oleh tekanan, kebingungan, atau friksi asimetris patut dipertanyakan secara substantif.

Kajian dark pattern berkembang kuat dalam human-computer interaction, behavioral economics, dan consumer law. Gray et al. (2018) mengembangkan taksonomi dark patterns, Mathur et al. (2019) memetakan praktik manipulatif pada situs perdagangan daring, sedangkan Luguri dan Strahilevitz (2021) menunjukkan bahwa desain tertentu mampu memengaruhi

keputusan konsumen secara terukur. OECD (2022) dan Federal Trade Commission (2022) kemudian menempatkan dark commercial patterns sebagai isu perlindungan konsumen digital. Dalam konteks Indonesia dan ekonomi syariah, kajian terbaru mulai menghubungkan dark pattern dengan tadlis, gharar, etika bisnis Islam, maqashid al-shariah, dan perlindungan konsumen, namun penerapannya secara khusus pada platform keuangan digital syariah masih terbatas.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini mengajukan dua pertanyaan. Pertama, bagaimana dark pattern pada platform keuangan digital syariah dapat dianalisis berdasarkan kerangka hukum perlindungan konsumen Indonesia? Kedua, bagaimana etika syariah dapat digunakan untuk membangun standar desain pilihan yang lebih adil dan operasional? Penelitian bertujuan menyusun kerangka Shariah Fair Choice Architecture (SFCA) yang menghubungkan kategori dark pattern, hak konsumen, prinsip fiqh muamalah, maqashid al-shariah, kontrol desain, dan mekanisme pemulihan.

B. LITERATURE REVIEW

1. Dark Pattern dan Online Choice Architecture

Dark pattern merujuk pada pola desain yang mengarahkan pengguna pada keputusan yang tidak sepenuhnya mencerminkan preferensi mereka apabila pilihan disajikan secara netral. Istilah ini muncul dari kritik terhadap desain antarmuka yang memanfaatkan keterbatasan perhatian, kebiasaan klik, bias status quo, aversion to loss, social proof, dan kecenderungan manusia memilih jalur dengan friksi paling rendah. Dark pattern tidak selalu berbentuk kebohongan eksplisit; banyak praktik bekerja melalui struktur visual dan urutan tindakan. Karena itu, persoalan hukumnya sulit ditangkap oleh pendekatan yang hanya mencari pernyataan palsu.

Gray et al. (2018) mengelompokkan dark patterns ke dalam kategori seperti nagging, obstruction, sneaking, interface interference, dan forced action. Mathur et al. (2019) menunjukkan bahwa praktik manipulatif dapat berbentuk hidden costs, scarcity messages, countdown timers, confirmshaming, dan aktivitas lain yang menggeser keputusan konsumen. OECD (2022) menggunakan istilah dark commercial patterns untuk pola antarmuka yang menundukkan atau mengganggu otonomi konsumen, sedangkan FTC (2022) menyoroti teknik yang menyamarkan iklan, mempersulit pembatalan, menyembunyikan syarat penting, atau mendorong pembagian data pribadi.

Dalam keuangan digital, online choice architecture harus dibaca secara lebih ketat. Produk keuangan bersifat kompleks, berjangka waktu, dan memiliki risiko yang tidak selalu terlihat segera. Konsumen juga dapat berada dalam kondisi mendesak ketika membutuhkan dana. Kombinasi kompleksitas produk, literasi yang beragam, dan kebutuhan mendesak meningkatkan kemungkinan bahwa desain antarmuka memengaruhi keputusan secara tidak proporsional. Oleh karena itu, prinsip desain netral tidak cukup; platform perlu menerapkan desain yang actively fair, yaitu mengurangi kemungkinan salah paham dan memberi jalur penolakan atau keluar yang sebanding dengan jalur penerimaan.

2. Perlindungan Konsumen pada Keuangan Digital Indonesia

Perlindungan konsumen sektor keuangan Indonesia dibangun dalam sistem berlapis. Undang-Undang Perlindungan Konsumen menyediakan hak dasar atas keamanan, informasi yang benar, pilihan, didengar keluhannya, dan kompensasi. UU P2SK memperkuat mandat pelindungan konsumen dalam sektor keuangan yang semakin terdigitalisasi. POJK Nomor 22 Tahun 2023 menjadi instrumen penting karena mengatur tahapan hubungan PUJK dengan

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

konsumen sejak desain produk, penyediaan informasi, pemasaran, perjanjian, pelayanan, hingga pengaduan dan penyelesaian sengketa. Dalam kerangka dark pattern, prinsip yang paling relevan ialah keterbukaan dan transparansi, perlakuan adil, perlindungan aset, privasi dan data, serta penanganan pengaduan yang efektif.

Persoalannya adalah penerjemahan prinsip ke dalam desain antarmuka. Transparansi dapat gagal apabila syarat material secara formal tersedia tetapi ditempatkan di balik beberapa lapisan menu. Perlakuan adil dapat gagal apabila tombol menerima lebih mudah ditemukan daripada tombol menolak. Hak memilih dapat tereduksi apabila pilihan tertentu telah dicentang secara default. Pengaduan juga dapat menjadi tidak efektif apabila pengguna harus melewati chatbot berulang tanpa akses kepada petugas manusia. Karena itu, penilaian kepatuhan perlu memasukkan user journey dan bukan hanya dokumen hukum.

UU Perlindungan Data Pribadi menambah dimensi penting karena dark pattern sering digunakan untuk memperoleh persetujuan pemrosesan data. Consent banner dapat dibuat sedemikian rupa sehingga opsi menerima sangat jelas sementara opsi menolak tersembunyi atau memerlukan banyak klik. Pada layanan keuangan, data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk profiling, penawaran, penilaian risiko, dan personalisasi. Persetujuan yang lahir dari desain manipulatif menimbulkan pertanyaan mengenai kualitas persetujuan yang bebas, spesifik, terinformasi, dan tidak ambigu.

3. Etika Syariah: Ridha, Amanah, Tadlis, Gharar, dan Maqashid

Etika bisnis syariah menempatkan kejujuran dan kerelaan sebagai unsur mendasar dalam muamalah. Ridha tidak berhenti pada ekspresi formal, tetapi mensyaratkan bahwa para pihak memahami substansi transaksi dan tidak diarahkan melalui tipu daya. Amanah menuntut pelaku usaha menggunakan informasi dan kekuasaan desain secara bertanggung jawab. Tadlis berkaitan dengan penyembunyian cacat atau informasi material, sedangkan gharar berkaitan dengan ketidakjelasan yang berlebihan mengenai objek, konsekuensi, atau kewajiban. Dalam desain digital, konsep-konsep tersebut dapat diterjemahkan menjadi kewajiban menampilkan informasi secara proporsional dan tidak menciptakan kebingungan yang disengaja.

Konsep taghrir dan praktik manipulatif lain juga relevan ketika platform menciptakan kesan palsu mengenai kelangkaan, urgensi, manfaat, atau keamanan. Pada layanan keuangan syariah, klaim seperti “hanya hari ini”, “kesempatan terakhir”, “paling sesuai untuk Anda”, atau “aman karena syariah” dapat menjadi problematis apabila tidak memiliki dasar yang memadai. Label syariah bahkan dapat menjadi trust cue yang kuat sehingga tanggung jawab transparansi seharusnya meningkat, bukan berkurang.

Maqashid al-shariah menyediakan orientasi evaluasi dampak. Hifz al-mal menuntut perlindungan harta dari pengambilan atau pembebanan yang tidak adil. Hifz al-aql menuntut perlindungan kemampuan berpikir dan memilih secara sadar. Hifz al-nafs relevan terhadap tekanan finansial dan praktik penagihan yang mengeksploitasi kerentanan. Hifz al-din menuntut integritas label dan proses syariah. Hifz al-nasl memperluas perhatian terhadap dampak pembiayaan dan penggunaan data terhadap kesejahteraan keluarga. Dengan demikian, dark pattern dapat dinilai sebagai masalah hukum, desain, dan maqashid secara bersamaan.

4. Research Gap dan Posisi Kebaruan

Penelitian tentang dark pattern masih banyak berfokus pada e-commerce, cookie consent, media sosial, dan langganan digital. Kajian mengenai transaksi syariah terbaru telah mengaitkan dark pattern dengan gharar, tadlis, deceptive discount, misleading information, dan maqashid al-shariah. Namun, platform keuangan digital memiliki karakter yang berbeda karena

menyangkut pembiayaan, investasi, biaya berulang, data finansial, scoring, dan hubungan jangka panjang. Literatur yang menghubungkan taksonomi dark pattern dengan standar perlindungan konsumen sektor keuangan serta etika syariah secara operasional masih terbatas.

Artikel ini menempatkan kebaruan pada tiga hal. Pertama, dark pattern dipahami sebagai risiko conduct dan product governance, bukan sekadar masalah estetika antarmuka. Kedua, artikel memetakan pola manipulatif pada hak konsumen, konsep fiqh muamalah, dan maqashid. Ketiga, artikel merumuskan Shariah Fair Choice Architecture sebagai standar preventif yang dapat diuji melalui audit user journey, symmetry test, friction test, disclosure salience, consent integrity, vulnerability review, dan exit/remedy test.

C. METHOD (METODE)

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif dengan orientasi konseptual-regulatif. Pendekatan yang digunakan terdiri atas statute approach, conceptual approach, dan comparative-functional approach. Statute approach digunakan untuk memetakan norma perlindungan konsumen, kewajiban PUJK, pelindungan data pribadi, dan prinsip perilaku usaha. Conceptual approach digunakan untuk menjelaskan dark pattern, online choice architecture, autonomy, consent, friction asymmetry, tadlis, gharar, amanah, ridha, dan maqashid al-shariah. Comparative-functional approach digunakan secara terbatas untuk menyerap fungsi kebijakan dark-pattern internasional sebagai pembanding bagi konstruksi standar di Indonesia.

Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan, serta POJK Nomor 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan. Bahan sekunder berupa artikel ilmiah, laporan regulator, dan literatur mengenai dark patterns, Islamic fintech, perlindungan konsumen digital, etika bisnis syariah, serta maqashid al-shariah. Literatur 2021-2026 diprioritaskan agar analisis mencerminkan perkembangan terbaru.

Analisis dilakukan melalui lima tahap. Pertama, identifikasi bentuk dark pattern yang relevan dengan jasa keuangan. Kedua, pemetaan potensi kerugian terhadap hak konsumen. Ketiga, analisis hubungan antara praktik tersebut dengan norma hukum positif. Keempat, pengujian berdasarkan prinsip ridha, amanah, tadlis, gharar, keadilan, dan maqashid. Kelima, konstruksi kontrol desain dan tata kelola yang dapat diimplementasikan oleh platform, DPS, compliance, internal audit, dan regulator. Artikel ini tidak menilai aplikasi tertentu, sehingga contoh yang digunakan bersifat tipologis dan bertujuan membangun model normatif yang dapat diuji secara empiris.

D. DARK PATTERN, PERLINDUNGAN KONSUMEN, DAN REKONSTRUKSI ETIKA SYARIAH

1. Tipologi Dark Pattern pada Platform Keuangan Digital Syariah

Pada platform keuangan digital syariah, dark pattern dapat muncul pada seluruh siklus hubungan konsumen. Pada tahap akuisisi, platform dapat menggunakan fake urgency, scarcity cues, atau promosi yang menonjolkan kemudahan tanpa menampilkan biaya dan risiko secara seimbang. Pada tahap onboarding, pilihan persetujuan dapat dibuat default, bundling consent dilakukan untuk beberapa tujuan pemrosesan data, atau opsi menolak ditempatkan pada tautan yang tidak menonjol. Pada tahap transaksi, biaya dapat muncul terlambat, rekomendasi produk

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

dapat diurutkan berdasarkan keuntungan platform, atau fitur auto-renewal diaktifkan tanpa penjelasan yang memadai.

Pada tahap pascatransaksi, dark pattern dapat berbentuk obstruction. Proses untuk menambah layanan hanya membutuhkan satu atau dua klik, sedangkan penghentian layanan memerlukan banyak layar, percakapan dengan chatbot, atau kunjungan ke menu yang tidak intuitif. Friksi yang tidak simetris tersebut mengubah biaya keputusan. Secara formal konsumen tetap mempunyai opsi keluar, tetapi secara praktis opsi itu lebih sulit. Dalam konteks pembiayaan, hambatan untuk mengubah notifikasi, mencabut persetujuan pemasaran, atau menutup akun dapat memperpanjang hubungan yang tidak lagi dikehendaki.

Personalisasi juga dapat menghasilkan dark pattern yang lebih halus. Data perilaku dapat digunakan untuk menentukan waktu pengiriman promosi ketika pengguna baru menerima pendapatan, sedang memiliki saldo rendah, atau baru mengalami penolakan transaksi. Apabila sistem mengetahui kondisi kerentanan dan justru meningkatkan intensitas penawaran, maka personalisasi berubah menjadi exploitation by design. Tantangan ini semakin besar ketika konsumen tidak mengetahui bahwa pesan yang mereka terima merupakan hasil profiling.

Table 1. Tipologi Dark Pattern dan Risiko pada Keuangan Digital Syariah

Jenis	Contoh pada Platform Keuangan	Risiko Konsumen	Isu Syariah
Interface interference	Tombol "Setuju/Ambil" dominan; opsi menolak pucat atau tersembunyi	Pilihan tidak seimbang; persetujuan semu	Ridha; hifz al-aql
Sneaking/hidden costs	Biaya atau konsekuensi muncul pada tahap akhir	Kerugian finansial; salah persepsi harga	Tadlis; gharar; hifz al-mal
Forced action	Akses layanan mensyaratkan data/izin yang tidak proporsional	Privasi dan otonomi berkurang	Amanah; hifz al-aql
Obstruction	Pendaftaran mudah, pembatalan atau penutupan akun sulit	Lock-in; biaya waktu dan finansial	Keadilan; hifz al-mal
Fake urgency/scarcity	Hitung mundur atau klaim kesempatan terbatas tanpa dasar	Keputusan tergesa-gesa	Taghrir; tadlis
Nagging/personalized pressure	Notifikasi pembiayaan berulang pada momen rentan	Eksploitasi kerentanan	Hifz al-nafs; hifz al-mal

Source: processed by the author, 2026.

2. Mengapa Disclosure Saja Tidak Cukup

Pendekatan tradisional perlindungan konsumen sering mengasumsikan bahwa masalah informasi dapat diselesaikan dengan menambah disclosure. Asumsi ini tidak selalu berlaku di lingkungan digital. Terlalu banyak informasi dapat meningkatkan information overload, sementara penempatan informasi pada titik yang tidak tepat dapat membuat disclosure tidak efektif. Dark pattern memanfaatkan perhatian, bukan hanya pengetahuan. Karena itu, dokumen syarat dan ketentuan yang lengkap tidak otomatis memperbaiki tombol yang menyesatkan atau alur pembatalan yang sengaja dibuat rumit.

Standar yang lebih tepat adalah material salience: informasi material harus muncul pada saat keputusan dibuat, dengan format yang sebanding dengan penawaran utama. Margin, biaya, risiko, tenor, konsekuensi keterlambatan, penggunaan data, dan sifat otomatisasi tidak boleh disembunyikan dalam lapisan sekunder. Dalam platform syariah, label akad juga harus dijelaskan secara fungsional. Konsumen perlu memahami apa yang akan dibayar, kapan kewajiban timbul, bagaimana perubahan kondisi ditangani, dan bagaimana cara keluar atau mengajukan keberatan.

Dark pattern juga menunjukkan keterbatasan konsep caveat emptor. Konsumen tidak dapat dibebani tanggung jawab penuh untuk "membaca semuanya" ketika desain sengaja memanfaatkan keterbatasan perhatian. Dalam hubungan jasa keuangan, PUJK mempunyai kapasitas teknis dan informasi yang jauh lebih besar. Keadilan menuntut agar keunggulan tersebut tidak digunakan untuk menciptakan bias keputusan. Ini sejalan dengan prinsip perlakuan adil dan dengan etika syariah yang menolak keuntungan dari kebingungan pihak lain.

3. Persetujuan, Ridha, dan Friction Asymmetry

Persetujuan digital sering direduksi menjadi tindakan klik. Dalam perspektif hukum dan etika, kualitas persetujuan lebih penting daripada bentuk teknisnya. Persetujuan yang bermakna memerlukan kesempatan realistis untuk memahami, menerima, menolak, dan menarik persetujuan. Apabila menolak membutuhkan lima langkah sementara menerima hanya satu langkah, platform menciptakan friction asymmetry. Asimetri tersebut dapat mengubah perilaku tanpa mengubah preferensi konsumen.

Dalam fiqh muamalah, ridha menuntut kerelaan para pihak. Kerelaan tidak identik dengan absence of force dalam arti fisik. Desain yang menekan, membingungkan, atau menyesatkan dapat mengurangi kualitas pilihan. Oleh karena itu, standar syariah seharusnya mencakup symmetry of choice: pilihan menerima dan menolak harus memiliki keterlihatan, bahasa, dan tingkat friksi yang wajar dan sebanding. Persyaratan ini tidak berarti seluruh tombol harus identik, tetapi tidak boleh ada rekayasa yang menjadikan satu pilihan secara sistematis lebih sulit.

Prinsip yang sama berlaku pada penarikan persetujuan data dan pembatalan layanan. Jika konsumen dapat mendaftar secara digital, pada prinsipnya mereka juga harus dapat mengakhiri hubungan secara digital tanpa friksi yang tidak perlu, kecuali terdapat alasan hukum atau keamanan yang objektif. Easy entry–hard exit adalah bentuk lock-in yang perlu dinilai sebagai conduct risk. Dalam maqashid, kemudahan keluar melindungi hifz al-mal dan hifz al-aql karena konsumen mempertahankan kontrol terhadap harta dan keputusan.

4. Dark Pattern sebagai Tadlis, Taghrir, dan Gharar Informasi

Tadlis relevan ketika platform menyembunyikan atau mengaburkan informasi material. Hidden fees merupakan contoh paling jelas, tetapi tadlis digital dapat lebih luas: biaya terlihat kecil karena frekuensi pembayaran tidak dijelaskan; risiko diletakkan di bagian akhir; klaim "syariah" ditampilkan besar tanpa penjelasan akad; atau manfaat divisualisasikan secara dominan sementara potensi kerugian disajikan kecil. Masalahnya bukan sekadar ada atau tidaknya kalimat informasi, tetapi apakah keseluruhan presentasi menciptakan persepsi yang menyesatkan.

Taghrir berkaitan dengan pendorongan keputusan melalui gambaran atau ekspektasi yang tidak proporsional. Countdown timer palsu, scarcity cue tanpa dasar, social proof yang tidak dapat diverifikasi, atau notifikasi "orang lain sedang mengambil produk ini" dapat menciptakan tekanan sosial dan urgensi semu. Pada pembiayaan, desain semacam ini berisiko mendorong konsumen mengambil kewajiban finansial tanpa evaluasi yang cukup. Praktik tersebut bertentangan dengan semangat kehati-hatian dan keadilan muamalah.

Gharar informasi muncul ketika konsekuensi transaksi tidak cukup jelas pada saat keputusan dibuat. Pada produk keuangan, gharar dapat meningkat karena struktur biaya, risiko investasi, penalti, perubahan jadwal, atau penggunaan data sulit dipahami. Dark pattern memperparahnya apabila ketidakjelasan bukan akibat kompleksitas alamiah produk, melainkan hasil desain. Karena itu, pengujian syariah seharusnya membedakan unavoidable complexity

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

dari avoidable opacity. Yang pertama perlu dikelola dengan edukasi; yang kedua harus dihilangkan.

5. Shariah Fair Choice Architecture (SFCA)

Artikel ini mengusulkan Shariah Fair Choice Architecture (SFCA) sebagai model rekonstruksi. SFCA memandang desain antarmuka sebagai bagian dari tata kelola syariah dan perlindungan konsumen. Model ini terdiri atas tujuh pilar: symmetry of choice, material disclosure, consent integrity, vulnerability protection, easy exit, auditability, dan effective remedy. Ketujuh pilar membentuk kontrol dari tahap desain, pengujian, deployment, monitoring, hingga penanganan keluhan.

Pilar pertama, symmetry of choice, menuntut kesetaraan wajar antara jalur menerima dan menolak. Pilar kedua, material disclosure, menuntut informasi penting muncul pada waktu dan lokasi yang relevan. Pilar ketiga, consent integrity, menolak bundling yang tidak perlu, pre-ticked box, dan desain yang menyamarkan konsekuensi persetujuan. Pilar keempat, vulnerability protection, melarang pemanfaatan data kerentanan untuk meningkatkan tekanan pemasaran atau penagihan.

Pilar kelima, easy exit, mengharuskan penghentian layanan, pencabutan persetujuan, dan perubahan preferensi tidak dibuat lebih sulit tanpa alasan objektif. Pilar keenam, auditability, mewajibkan dokumentasi user journey, eksperimen A/B, salinan antarmuka, log perubahan, dan tujuan metrik agar dapat diaudit. Pilar ketujuh, effective remedy, menjamin kanal pengaduan, koreksi, restitusi, dan perbaikan desain apabila konsumen dirugikan. Dengan model ini, etika syariah diterjemahkan menjadi kontrol yang dapat diuji.

Table 2. Kerangka Shariah Fair Choice Architecture

Pilar SFCA	Standar Operasional	Hak/Prinsip Hukum	Basis Etika Syariah
Symmetry of choice	Visibilitas dan friksi menerima/menolak sebanding	Pilihan dan perlakuan adil	Ridha; keadilan
Material disclosure	Biaya, risiko, tenor, data tampil sebelum keputusan	Informasi benar dan jelas	Amanah; anti-tadlis
Consent integrity	Tanpa pre-ticked, bundling berlebihan, atau consent wall tak proporsional	Privasi dan otonomi	Hifz al-aql
Vulnerability protection	Tidak menarget tekanan pada konsumen rentan	Perlakuan adil	Hifz al-nafs; hifz al-mal
Easy exit	Pembatalan/pencabutan persetujuan mudah	Hak berhenti dan pengaduan	La darar; keadilan
Auditability	User-journey log, A/B test governance, design register	Akuntabilitas PUJK	Amanah
Effective remedy	Koreksi, refund, review manusia, perbaikan desain	Pemulihan konsumen	Hifz al-mal

Source: processed by the author, 2026.

6. Pengujian Kepatuhan: Dari Legal Review ke User-Journey Audit

Kepatuhan dark pattern tidak dapat dinilai hanya melalui legal review terhadap syarat dan ketentuan. Institusi perlu melakukan user-journey audit, yaitu pemeriksaan terhadap seluruh alur pengguna dari promosi hingga keluar. Audit menilai apa yang dilihat konsumen, urutan informasi, jumlah klik, bahasa, ukuran visual, default, timing, serta perubahan desain akibat personalisasi. Setiap layar yang memengaruhi keputusan material harus dianggap sebagai bagian dari dokumen kepatuhan.

Pengujian dapat menggunakan symmetry test dan friction test. Symmetry test membandingkan keterlihatan dan kemudahan pilihan utama dengan alternatifnya. Friction test menghitung jumlah langkah, waktu, dan hambatan untuk menerima dibanding menolak atau membatalkan. Disclosure salience test menilai apakah biaya dan risiko hadir pada titik

keputusan. Consent integrity test menilai apakah tujuan penggunaan data dipisahkan secara proporsional dan dapat ditarik kembali. Vulnerability test mengevaluasi apakah sistem menggunakan atribut atau sinyal kondisi rentan untuk meningkatkan tekanan.

A/B testing juga perlu berada dalam governance. Eksperimen yang bertujuan meningkatkan conversion rate dapat secara tidak sengaja menemukan desain yang paling efektif mengeksploitasi bias kognitif. Karena itu, metrik keberhasilan tidak boleh hanya conversion, click-through, atau revenue. Platform syariah perlu menambahkan guardrail metrics seperti tingkat pembatalan, pengaduan, reversal, waktu membaca informasi, dan indikator keputusan yang disesali. Desain yang meningkatkan penjualan tetapi juga meningkatkan keluhan seharusnya tidak dianggap sukses.

7. Peran Dewan Pengawas Syariah, Compliance, dan Internal Audit

Dewan Pengawas Syariah perlu memperluas objek pengawasan dari akad dan dokumen produk menuju pengalaman digital yang membentuk akad. DPS tidak harus menilai detail teknis warna atau kode, tetapi perlu memperoleh bukti bahwa desain tidak menyesatkan, tidak memanfaatkan kerentanan, dan memberikan informasi material secara adil. Review dapat dilakukan pada use case berisiko tinggi seperti onboarding pembiayaan, investasi, auto-debit, penagihan, pembatalan, dan persetujuan data.

Compliance berperan menetapkan minimum standard dan menghubungkan prinsip POJK dengan design controls. Tim UX/product bertanggung jawab mendokumentasikan tujuan desain dan hasil eksperimen. Consumer protection function menganalisis keluhan yang berkaitan dengan kebingungan, biaya tak terduga, kesulitan pembatalan, atau persetujuan data. Internal audit memberikan assurance independen terhadap governance, sampling user journey, dan tindak lanjut temuan. Kolaborasi ini penting karena dark pattern biasanya tidak berasal dari satu keputusan tunggal, melainkan dari kombinasi target bisnis, desain, analytics, dan kebijakan produk.

Board dan direksi tetap memegang akuntabilitas. Risk appetite untuk conduct risk harus menyatakan praktik yang tidak dapat ditoleransi, misalnya false urgency, hidden costs, preselected add-ons, atau intentional obstruction. Vendor dan pihak ketiga juga harus tunduk pada standar yang sama. Outsourcing antarmuka atau marketing technology tidak menghapus kewajiban PUJK terhadap konsumen.

Table 3. Pembagian Tanggung Jawab Pengendalian Dark Pattern

Aktor	Tanggung Jawab	Bukti Kontrol	Orientasi Syariah
Direksi/Board	Risk appetite dan akuntabilitas conduct	Policy, minutes, dashboard	Maslahah; amanah
Product/UX	Desain pilihan dan dokumentasi user journey	Design register, prototype, A/B log	Ridha; keadilan
Compliance/Legal	Pemetaan norma dan minimum controls	Compliance checklist, legal review	Anti-tadlis; amanah
Consumer Protection	Keluhan, vulnerable customer, remedy	Complaint analytics, remedy log	Hifz al-mal; al-nafs
DPS	Sharia review pada desain berdampak material	Sharia review note, rekomendasi	Hifz al-din; maqashid
Internal Audit	Assurance independen	Audit report, issue tracking	Akuntabilitas

Source: processed by the author, 2026.

8. Integrasi dengan POJK Pelindungan Konsumen dan Perlindungan Data

Kerangka SFCA tidak memerlukan rezim hukum yang sepenuhnya baru. Banyak unsur dapat diturunkan dari prinsip yang telah ada. Keterbukaan informasi dapat diterjemahkan menjadi salience and timing requirement. Perlakuan adil dapat diterjemahkan menjadi symmetry of choice dan larangan friction asymmetry yang tidak objektif. Perlindungan data

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

dapat diterjemahkan menjadi consent integrity dan larangan penggunaan data untuk eksploitasi kerentanan. Layanan pengaduan dapat diterjemahkan menjadi effective remedy dan kewajiban memperbaiki desain yang terbukti menimbulkan pola kerugian.

POJK Nomor 22 Tahun 2023 penting karena cakupannya tidak berhenti pada kontrak, tetapi mencakup perilaku PUJK pada berbagai tahap kegiatan. Hal tersebut membuka ruang untuk mengembangkan supervisory expectation terkait dark pattern melalui pedoman, surat edaran, self-assessment, atau thematic review. Regulator dapat meminta PUJK berisiko tinggi untuk menyimpan design inventory, hasil friction test, salinan disclosure, data pengaduan terkait user journey, dan bukti tindakan perbaikan.

Pada aspek data, persetujuan perlu dievaluasi bersama dengan tujuan pemrosesan. Desain tidak boleh mendorong pengguna menerima pemrosesan yang tidak perlu hanya karena opsi menolak sulit ditemukan. Withdrawal harus semudah pemberian persetujuan secara proporsional. Profiling untuk personalisasi juga perlu melalui impact assessment apabila dapat memengaruhi kondisi finansial atau kerentanan. Dengan pendekatan ini, perlindungan data dan perlindungan konsumen tidak berjalan terpisah.

9. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, artikel ini memperluas objek hukum ekonomi syariah dari akad menuju choice architecture. Pada ekonomi digital, keputusan material sering dibentuk sebelum konsumen melihat kontrak akhir. Urutan produk, prominence, default, notifikasi, dan friction dapat menentukan pilihan. Karena itu, pengawasan syariah yang hanya menilai akad berisiko melewatkan mekanisme yang membentuk kerelaan konsumen. SFCA menempatkan proses pembentukan pilihan sebagai bagian dari substansi transaksi.

Kontribusi kedua adalah menghubungkan etika syariah dengan indikator desain. Ridha diterjemahkan ke symmetry of choice dan consent integrity; amanah ke auditability dan material disclosure; larangan tadlis ke anti-sneaking dan anti-hidden-cost; hifz al-mal ke kontrol biaya, suitability, dan remedy; hifz al-aql ke anti-manipulation dan disclosure salience; hifz al-nafs ke vulnerability protection. Dengan demikian, prinsip syariah tidak berhenti sebagai slogan etis, tetapi menjadi standar yang dapat diaudit.

Secara praktis, bank syariah dan fintech syariah dapat menerapkan dark-pattern review sebelum peluncuran fitur. Setiap perubahan layar yang memengaruhi biaya, persetujuan, pembiayaan, investasi, data, atau exit path harus masuk change management. Tim dapat menggunakan checklist SFCA dan menguji prototipe kepada pengguna dengan literasi berbeda. Hasil pengujian menjadi bukti bagi compliance dan DPS. Setelah peluncuran, complaint analytics dan behavioral metrics digunakan untuk mendeteksi unintended manipulation.

Bagi regulator, pendekatan ini memungkinkan pengawasan berbasis risiko tanpa membekukan inovasi. Fokus ditempatkan pada outcome dan minimum controls, bukan pada larangan desain yang terlalu rinci. Bagi konsumen, manfaat utamanya adalah keputusan yang lebih dapat dipahami dan dibatalkan. Bagi industri syariah, fair choice architecture dapat menjadi diferensiasi substantif: label syariah tercermin bukan hanya pada akad, tetapi juga pada cara platform memperlakukan pengguna.

10. Dark Pattern pada Pembiayaan, Investasi, dan Penagihan Digital

Dark pattern memiliki bentuk yang berbeda menurut karakter produk. Pada pembiayaan digital, risiko utama muncul ketika kecepatan pencairan ditonjolkan sementara total kewajiban, struktur margin, biaya, atau konsekuensi keterlambatan kurang salient. Tombol pengajuan yang terus muncul setelah pengguna menolak, preselection terhadap tenor tertentu, atau kalkulator

yang hanya menampilkan cicilan tanpa total pembayaran dapat menggeser persepsi keterjangkauan. Pada platform syariah, desain harus memastikan bahwa akad, harga, margin, tenor, dan konsekuensi keterlambatan ditampilkan secara proporsional sebelum konsumen menyatakan persetujuan.

Pada investasi syariah, dark pattern dapat muncul melalui gamification, social proof, atau notifikasi yang membangkitkan fear of missing out. Grafik keuntungan yang dominan, pesan mengenai jumlah pengguna yang membeli, badge "populer", atau hitung mundur dapat mengubah investasi menjadi keputusan impulsif. Permasalahan menjadi lebih serius apabila suitability konsumen tidak diperhatikan. Prinsip syariah menuntut informasi risiko dan potensi kerugian hadir berdampingan dengan potensi imbal hasil, serta melarang representasi yang menciptakan keyakinan tidak wajar bahwa keuntungan hampir pasti.

Pada penagihan digital, manipulasi dapat berbentuk nagging dan emotional pressure. Notifikasi berulang, pesan yang mempermalukan, atau desain yang sengaja menimbulkan rasa takut dapat memperbesar tekanan psikologis. POJK pelindungan konsumen menuntut praktik penagihan yang sesuai norma dan tidak menggunakan tekanan yang tidak patut. Perspektif maqashid memperkuat larangan tersebut melalui hifz al-nafs dan hifz al-mal. Teknologi harus membantu pengelolaan kewajiban, bukan memaksimalkan pembayaran melalui eksploitasi kondisi emosional.

Karena bentuk risiko berbeda, pengendalian juga perlu product-specific. Pembiayaan membutuhkan affordability-oriented disclosure dan cooling-off consideration; investasi membutuhkan suitability, balanced risk presentation, dan pembatasan gamification manipulatif; sedangkan penagihan membutuhkan frequency cap, humane language, vulnerable-customer flag, dan human escalation. Prinsip umumnya sama: optimasi digital tidak boleh memindahkan beban risiko secara tidak adil kepada konsumen.

11. Model Pengawasan Regulator Berbasis Outcome dan Bukti Desain

Pengawasan regulator terhadap dark pattern sebaiknya menggabungkan pendekatan principles-based dengan evidence-based supervision. Regulator tidak perlu menetapkan warna tombol atau jumlah klik secara seragam, tetapi dapat menentukan outcome minimum: pilihan harus dapat dipahami, penolakan tidak boleh dipersulit tanpa alasan, biaya material tidak boleh disembunyikan, dan persetujuan tidak boleh diperoleh melalui desain yang menyesatkan. PUJK kemudian membuktikan kepatuhan melalui artefak desain, hasil pengujian, data perilaku, dan data pengaduan.

Self-assessment dapat memuat daftar use case yang berisiko: onboarding, consent data, pembiayaan, investasi, auto-debit, cross-selling, cancellation, dan collection. Untuk setiap use case, institusi menilai symmetry, salience, friction, vulnerability, dan remedy. Hasil berisiko tinggi wajib melalui review lintas fungsi dan, untuk platform syariah, review DPS. Pendekatan ini mendorong dokumentasi sejak awal dan mengurangi ketergantungan pada penegakan setelah kerugian terjadi.

Regulator juga dapat menggunakan mystery shopping digital dan thematic review. Pengawasan tidak hanya membaca syarat dan ketentuan, tetapi menjalankan aplikasi sebagai pengguna dengan profil berbeda, mendokumentasikan layar, menghitung langkah, dan menilai variasi personalisasi. Complaint analytics dapat mengidentifikasi sinyal seperti "tidak tahu menyetujui", "sulit membatalkan", "biaya tiba-tiba muncul", atau "terus menerima penawaran". Pola keluhan tersebut lebih berguna daripada melihat setiap pengaduan sebagai kasus individual yang terpisah.

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

Bagi industri, standar yang jelas justru dapat meningkatkan kepercayaan. Platform yang dapat menunjukkan fair choice architecture memiliki dasar yang lebih kuat untuk mengklaim tata kelola syariah yang substantif. Kepercayaan konsumen tidak dibangun hanya melalui logo, fatwa, atau istilah akad, tetapi melalui pengalaman bahwa platform tidak menyembunyikan, tidak memaksa, dan memberi ruang nyata untuk berkata tidak. Dalam jangka panjang, desain yang adil mendukung keberlanjutan hubungan pelanggan dan legitimasi industri keuangan syariah digital.

12. Standar Implementasi bagi Platform Keuangan Digital Syariah

Implementasi SFCA memerlukan perubahan pada siklus pengembangan produk. Pada tahap discovery, tim produk harus mengidentifikasi keputusan material yang akan dibuat pengguna dan potensi kerentanan yang terlibat. Pada tahap design, setiap alternatif antarmuka diuji tidak hanya berdasarkan usability dan conversion, tetapi juga fairness. Pada tahap pre-launch, compliance dan DPS menilai layar, copywriting, default, serta exit path. Setelah peluncuran, monitoring harus mencakup keluhan, pembatalan, perubahan preferensi, dan perilaku yang menunjukkan bahwa konsumen tidak memahami keputusan awalnya.

Dokumentasi menjadi unsur penting karena dark pattern sering muncul melalui perubahan kecil yang tidak tercatat. Platform perlu memiliki design register yang memuat versi layar, tujuan perubahan, metrik eksperimen, pihak yang menyetujui, dan hasil pengujian. Untuk fitur berisiko tinggi, screenshot atau prototype yang disetujui perlu disimpan bersama legal basis dan catatan review syariah. Dokumentasi tersebut memungkinkan audit menelusuri apakah perubahan tertentu meningkatkan friksi, mengurangi keterlihatan informasi, atau mengubah pola persetujuan secara material.

Pelatihan juga diperlukan bagi tim nonhukum. Desainer, product manager, growth team, dan data analyst harus memahami bahwa peningkatan conversion tidak selalu identik dengan outcome yang baik. Sebaliknya, legal, compliance, dan DPS perlu memahami dasar user experience dan behavioral design agar dapat mengidentifikasi manipulasi yang tidak tampak dalam dokumen kontrak. Literasi lintas fungsi ini penting karena fair choice architecture berada pada pertemuan antara hukum, teknologi, psikologi perilaku, dan etika syariah.

Pada akhirnya, keberhasilan implementasi perlu diukur melalui indikator yang seimbang. Selain conversion rate, platform dapat memantau cancellation ease score, complaint rate, consent reversal, drop-off after disclosure, percentage of human escalation, dan jumlah temuan dark-pattern review. Bagi lembaga syariah, indikator tersebut dapat dilengkapi dengan penilaian DPS atas keadilan proses dan perlindungan maqashid. Pengukuran semacam ini membantu memastikan bahwa inovasi digital menghasilkan efisiensi tanpa mengorbankan kebebasan dan kemaslahatan konsumen.

13. Pencegahan Dark Pattern melalui Etika Desain dan Literasi Konsumen

Pencegahan dark pattern tidak dapat hanya dibebankan kepada konsumen melalui literasi. Edukasi tetap penting agar pengguna mengenali biaya tersembunyi, urgensi semu, dan consent yang terlalu luas, tetapi tanggung jawab utama tetap berada pada pihak yang menguasai arsitektur pilihan. Prinsip ini penting karena penyedia platform mempunyai kemampuan teknis untuk melakukan eksperimen, personalisasi, dan pengukuran perilaku dalam skala besar. Ketimpangan kapasitas tersebut menuntut kewajiban desain yang lebih tinggi.

Etika desain syariah dapat diposisikan sebagai bagian dari product governance. Sejak tahap perumusan kebutuhan bisnis, tim perlu menanyakan apakah tujuan fitur selaras dengan kemaslahatan konsumen; apakah metrik keberhasilan berpotensi mendorong manipulasi;

apakah pengguna dapat memahami konsekuensi; dan apakah terdapat kelompok yang lebih rentan terhadap dorongan tertentu. Pertanyaan semacam ini membantu mencegah dark pattern sebelum menjadi bagian dari budaya growth dan optimasi platform.

Literasi konsumen kemudian berfungsi sebagai lapis perlindungan tambahan. Platform dapat menyediakan simulasi biaya, ringkasan risiko, penjelasan akad dalam bahasa sederhana, serta peringatan ketika tindakan memiliki konsekuensi jangka panjang. Edukasi tidak boleh ditempatkan sebagai disclaimer yang mengalihkan tanggung jawab. Sebaliknya, materi literasi perlu terintegrasi ke titik keputusan sehingga membantu konsumen memahami pilihan pada saat informasi tersebut paling dibutuhkan.

Kolaborasi industri juga penting untuk membangun standar bersama. Asosiasi perbankan dan fintech syariah dapat mengembangkan katalog prohibited patterns dan good practices, sementara regulator dapat menerbitkan contoh desain yang dianggap berisiko. Pendekatan ini memberi kepastian tanpa mengunci inovasi. Dalam perspektif syariah, standar bersama juga memperkuat amanah kolektif industri dan mencegah kompetisi yang mendorong pelaku usaha mengadopsi desain manipulatif hanya karena dianggap efektif meningkatkan penjualan.

E. CONCLUSION (KESIMPULAN)

Dark pattern pada platform keuangan digital syariah merupakan persoalan perlindungan konsumen yang tidak dapat diselesaikan hanya melalui kontrak dan disclosure formal. Manipulasi dapat bekerja melalui prominence, default, urutan langkah, friksi, urgensi semu, personalisasi, dan kesulitan keluar. Dalam konteks jasa keuangan, dampaknya menyentuh harta, data, otonomi, akses pembiayaan, dan kesejahteraan rumah tangga. Kerangka hukum Indonesia telah menyediakan fondasi melalui UUPK, UU PDP, UU P2SK, dan POJK Nomor 22 Tahun 2023, tetapi implementasinya perlu bergerak ke pemeriksaan user journey dan outcome desain.

Dari perspektif syariah, dark pattern berpotensi bertentangan dengan ridha, amanah, keadilan, serta larangan tadlis, taghrir, dan gharar informasi. Artikel ini menawarkan Shariah Fair Choice Architecture dengan tujuh pilar: symmetry of choice, material disclosure, consent integrity, vulnerability protection, easy exit, auditability, dan effective remedy. Kerangka tersebut menempatkan antarmuka sebagai bagian dari tata kelola syariah dan menghubungkan maqashid dengan kontrol desain yang dapat diuji.

Implikasi praktisnya adalah perlunya dark-pattern review pada product governance, user-journey audit, friction test, governance A/B testing, design inventory, complaint analytics, dan keterlibatan DPS pada fitur berdampak material. Keterbatasan penelitian ini terletak pada sifatnya yang normatif dan belum menguji aplikasi tertentu. Penelitian lanjutan perlu melakukan eksperimen perilaku terhadap desain keuangan syariah, audit empiris pada platform, serta menyusun indikator kuantitatif untuk mengukur symmetry, salience, friction, dan vulnerability secara konsisten.

F. BIBLIOGRAPHY (DAFTAR PUSTAKA)

Federal Trade Commission. (2022). Bringing dark patterns to light. Federal Trade Commission.
Gray, C. M., Kou, Y., Battles, B., Hoggatt, J., & Toombs, A. L. (2018). The dark (patterns) side of UX design. Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 1-14. https://doi.org/10.1145/3173574.3174108
Hutagalung, J. M., Suminar, M. Z. A., Pebrianto, Z., Al-Kindi, M. I. S., & Masae, M. (2025). Digital lending platforms and Islamic financial technology in Indonesia: Reconciling regulatory

This Article is licensed under a CC BY-SA 4.0 International License

paradigms through Maqasid al-Shariah and consumer protection philosophies. Jurnal Indo-Islamika, 15(1). https://doi.org/10.15408/jii.v15i1.47045

Lestari, N. K., & Adhari, I. Z. (2026). Etika bisnis digital dalam perspektif ekonomi syariah: Analisis dark pattern pada platform e-commerce. Paraduta: Jurnal Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, 4(3). https://doi.org/10.56630/paraduta.v4i3.1690

Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a light on dark patterns. Journal of Legal Analysis, 13(1), 43-109. https://doi.org/10.1093/jla/laaa006

Mathur, A., Acar, G., Friedman, M. J., Lucherini, E., Mayer, J., Chetty, M., & Narayanan, A. (2019). Dark patterns at scale: Findings from a crawl of 11K shopping websites. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 3(CSCW), 1-32. https://doi.org/10.1145/3359183

OECD. (2022). Dark commercial patterns. OECD Digital Economy Papers, No. 336. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/44f5e846-en

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 22 Tahun 2023 tentang Pelindungan Konsumen dan Masyarakat di Sektor Jasa Keuangan.

Puad, N. A. M., & Hamdi, A. S. (2025). Maqasid Shariah and consumer protection in e-commerce: Strengthening legal safeguards in Indonesia's digital economy. International Journal of Islamic Economics and Finance Research. https://doi.org/10.53840/ijiefer222

Republik Indonesia. (1999). Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Republik Indonesia. (2022). Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi.

Republik Indonesia. (2023). Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor Keuangan.

Rusmani, & Sutiana, Y. (2026). Reconstructing Muslim consumer protection norms against manipulative practices in digital economic transactions from the perspective of Maqashid al-Shariah. Competentie: Journal International Sustainable Research.

Mutmainnah, D. (2025). Evaluating deceptive e-commerce discounts via Maqashid Sharia: Protecting Muslim consumer welfare. International Journal of Critical Studies on Muslim Societies, 2(1). https://doi.org/10.63914/ijcsms.v2i1.88

Nayla, A., & Zulfa, A. Z. H. M. (2026). Forms of misleading information in Sharia fintech marketing and their implications for consumer protection: A Maqashid Sharia analysis. Al-Muamalat: Journal of Islamic Economics Law.

European Union. (2022). Regulation (EU) 2022/2065 on a Single Market for Digital Services (Digital Services Act). Official Journal of the European Union.