

## Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Mengatur Tentang Transaksi Bisnis Dengan Menggunakan Artificial Intelligence

Reynaldi Alfrido Kurniawan<sup>1</sup>, Weny Almoravid Dunga<sup>2</sup>  
Mellisa Towadi<sup>3</sup>

Universitas Negeri Gorontalo

Alamat: Jl. Jend. Sudirman No.6. Dulalowo Timur, kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo.

Korespondensi penulis: [reynaldialfrido12@email.com](mailto:reynaldialfrido12@email.com), [wenyad@ung.ac.id](mailto:wenyad@ung.ac.id), [mellisatowadi@ung.ac.id](mailto:mellisatowadi@ung.ac.id).

**Abstract.** *The aim of this research is to understand and comprehend the urgency of implementing Artificial Intelligence in service business transactions as well as the application of the Consumer Protection Law in regulating business transactions using Artificial Intelligence. This research was conducted using a type of normative legal research supported by empirical data. In research activities, researchers also use data collection techniques through interviews and documentation. Based on the research that has been carried out, the results show that the implementation of Artificial Intelligence in business transactions provides a number of significant benefits in business. This includes increased operational efficiency, better data analysis, being able to answer messages automatically and the ability to make decisions in a more timely manner. In addition, the application of the Consumer Protection Law in business transactions using Artificial Intelligence is very important to maintain consumer rights and security.*

**Keywords:** *Artificial Intelligence, Business Transactions, Consumer Protection Act.*

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat memahami dan mengerti bagaimana urgensi implementasi *Artificial Intelligence* dalam transaksi bisnis jasa serta penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam mengatur transaksi bisnis menggunakan *Artificial Intelligence*. Penelitian ini dilakukan menggunakan jenis penelitian hukum normatif ditunjang dengan data empiris. Dalam kegiatan penelitian peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa implementasi *Artificial Intelligence* dalam transaksi bisnis memberikan sejumlah manfaat yang signifikan dalam bisnis. Ini termasuk peningkatan efisiensi operasional, analisis data yang lebih baik, dapat menjawab pesan secara otomatis dan kemampuan untuk membuat Keputusan dengan lebih tepat waktu. Selain itu, penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam transaksi bisnis dengan menggunakan *Artificial Intelligence* sangat penting untuk menjaga hak dan keamanan konsumen.

**Kata Kunci :** *Artificial Intelligence, Transaksi Bisnis, Undang-Undang Perlindungan Konsumen.*

### LATAR BELAKANG

Sebagaimana kita ketahui setiap negara mengalami revolusi untuk melahirkan perubahan yang fundamental dan berlangsung cepat. Adanya sebuah revolusi dapat membawa perubahan yang signifikan di masyarakat, baik itu bidang ekonomi, politik, dan budaya. Adapun Revolusi yang terjadi baru-baru ini salah satunya adalah Revolusi industri 4.0. Revolusi ini telah melahirkan inovasi-inovasi baru dalam kehidupan manusia. Teknologi komputer yang berkembang semakin pesat telah menghadirkan entitas unik dalam kehidupan modern manusia, diantaranya *Artificial Intelligence*.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Madani, H. R. (2021). "Implementasi Penggunaan Kecerdasan Buatan Pada Industri Fintech Syariah". *Jurnal Geuthèë: Penelitian Multidisiplin*, 4(3), Hlm. 129

*Artificial Intelligence* atau biasa kita dengar dengan kecerdasan buatan, kalimat ini muncul pertama kali pada tahun 1940-an selaras dengan kemunculan komputer.<sup>2</sup> *Artificial Intelligence* sendiri menggambarkan wujud keintelektual manusia yang disimulasikan pada sebuah instrument yang terprogram sehingga bisa beraktivitas layaknya manusia. Teknologi ini menggambarkan suatu metode komputasi yang menciptakan suatu kepandaian buatan. Interpretasi lain menyebutkan bahwa *Artificial Intelligence* suatu metode komputer yang bisa mengoperasionalkan suatu hal yang dikerjakan oleh manusia yang berkaitan dengan kecerdasan tindakan yang terotomatisasi.<sup>3</sup>

Kemampuan menganalisis data, memahami pola, serta mempelajari keadaan sekitarnya untuk membuat suatu keputusan tertentu membuat kehadiran *Artificial Intelligence* berkembang secara eksponensial di berbagai bidang industri. Efektivitas produksi dari penggunaan *Artificial Intelligence* sedang menjadi hal yang populer di seluruh dunia. Diperkirakan produksi perusahaan yang menerapkan *Artificial Intelligence* akan meningkat setidaknya 40% pada tahun 2023. Di beberapa negara, implementasi *Artificial Intelligence* sudah mencapai hampir 56%, terutama pada sektor industri.<sup>4</sup> Tetapi implementasi *Artificial Intelligence* di Indonesia tergolong rendah, sebab banyaknya perseteruan seperti skill pekerja yang belum memenuhi untuk mengoperasikan *Artificial Intelligence*. Pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* telah banyak memberikan kemudahan bagi manusia, seperti dalam melakukan transaksi bisnis seorang pembeli tidak mesti bertatap muka langsung dengan penjual seperti layaknya dalam pasar tradisional melainkan hanya melalui suatu media elektronik yang terhubung secara *online*, yang dikenal dengan internet.<sup>5</sup> Perkembangan teknologi internet yang semakin pesat telah memberikan dampak yang sangat besar pada masyarakat dunia. Perkembangan ini telah mengubah berbagai macam metode konvensional dan pola hidup masyarakat menjadi lebih modern disegala bidang, khususnya dalam bertransaksi bisnis.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Dawis, A. M. Dkk. (2022). "Artificial Intelligence: Konsep Dasar Dan Kajian Praktis". Tohar Media. Hlm. 1

<sup>3</sup> Rahayu, Y. S., & Naja, C. D. (2023). "Penerapan *Artificial Intelligence* Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi Dalam Mengurangi Resiko Lembaga Keuangan Mikro Syariah". *WADIAH*, 7(2). Hlm. 119

<sup>4</sup> Ririh, K. R., Laili, N., Wicaksono, A., & Tsurayya, S. (2020). "Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) Di Indonesia". *Jurnal Teknik Industri*, 15(2), Hlm. 122.

<sup>5</sup> Wulandari, Y. S. (2018). "Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Transaksi Jual Beli E-Commerce". *AJUDIKASI: Jurnal Ilmu Hukum*, 2(2), Hlm. 200

<sup>6</sup> Moha, M. R., Sukarmi, S., & Kusumadara, A. (2020). "Urgensi Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Bagi Pelaku Usaha E-Commerce". *Jambura Law Review*, 2(2), Hlm. 102

Dalam era teknologi ini, *Artificial Intelligence* menjadi sangat relevan dan penting untuk memberikan solusi yang efektif dan inovatif dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh manusia. Implementasi *Artificial Intelligence* dalam segala aspek kehidupan adalah solusi untuk menjaga kelangsungan roda kehidupan. Dalam artian lain, teknologi *Artificial Intelligence* ini mampu mensimulasikan kecerdasan manusia dalam melaksanakan tugas atau pekerjaan, bahkan memiliki potensi untuk menggantikan peranan manusia dalam melakukan tugas-tugas tertentu.<sup>7</sup>

Dalam pemasaran, *Artificial Intelligence* memungkinkan personalisasi konten dan rekomendasi produk yang lebih tepat, meningkatkan pengalaman pelanggan dan konversi penjualan. Sistem keamanan juga mendapat manfaat dari *Artificial Intelligence*, dalam mendeteksi ancaman siber dan transaksi penipuan dengan lebih akurat dan cepat.<sup>8</sup> Penggunaan *Artificial Intelligence* telah membawa otomatisasi dan personalisasi dalam interaksi dengan pelanggan, meningkatkan pengalaman konsumen dan efisiensi operasional.

Namun, bersamaan dengan potensi yang menjanjikan, penggunaan *Artificial Intelligence* juga membawa ancaman dan peluang yang perlu dipahami dengan baik oleh masyarakat. Keberadaan *Artificial Intelligence* telah mempengaruhi lapangan kerja, dengan otomatisasi menggantikan pekerjaan manusia dalam beberapa kasus. Selain itu, ada kekhawatiran tentang privasi dan keamanan data, karena *Artificial Intelligence* dapat mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data pribadi dalam skala yang belum pernah terjadi sebelumnya. Dalam hal ini, perlindungan data dan kebijakan privasi menjadi penting untuk mencegah penyalahgunaan dan pelanggaran privasi yang tidak diinginkan.<sup>9</sup> Setiap warga negara berhak atas perlindungan hukum yang wajib diberikan oleh negara, dan salah satu perlindungan hukum yang wajib diberikan negara adalah perlindungan konsumen.

Pada dasarnya semua negara di dunia dan negara Indonesia khususnya tidak mungkin menghindari gelombang arus globalisasi, yang justru menjadi peluang positif apabila ada

---

<sup>7</sup> Farwati, M., Salsabila, I. T., Navira, K. R., & Sutabri, T. (2023). Analisa Pengaruh Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *JURSIMA*, 11(1), Hlm. 40

<sup>8</sup> Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). "Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan pada Kegiatan Bisnis di Era Globalisasi". *Syntax Idea*, 5(7), Hlm. 887

<sup>9</sup> Masrichah, S. (2023). "Ancaman Dan Peluang Artificial Intelligence (AI)". *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 3(3), Hlm. 84

kesiaan dan dapat mengoptimisasikannya secara baik, serta berusaha mengatasi bahaya-bahayanya bagi kehidupan nasional.<sup>10</sup>

Seiring kemajuan zaman yang ditandai dengan perkembangan di bidang teknologi tidak dapat dipungkiri bahwa internet merupakan tuntutan zaman yang harus disikapi secara tidak berlebihan. Hal ini untuk menghindarkan dari berbagai masalah yang tidak diinginkan, misal penipuan yang sering kali terjadi di dunia bisnis secara *online*. Untuk mengantisipasi hal itu terulang, pemerintah mengesahkan Undang-Undang No. 8 tahun 1999 tentang Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada tanggal 20 April 1999. Undang-Undang Perlindungan Konsumen ini menjadi pegangan bagi kalangan pebisnis, sebab undang-undang ini merupakan ketentuan hukum yang banyak melindungi kegiatan bisnis (pelaku usaha dan konsumen).<sup>11</sup>

Pada tanggal 20 April 1999, Pemerintah Republik Indonesia mengesahkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha sebenarnya sudah diatur secara tidak langsung sebelum disahkannya Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Hak dan kewajiban tersebut tersebar dalam berbagai peraturan yang dapat dikelompokkan dalam empat bidang besar: dunia usaha, industri, lingkungan hidup, dan kesehatan. Namun konsumen yang buta hukum tidak mungkin mencari berbagai hak dan kewajibannya di pegunungan peraturan.<sup>12</sup>

Perlindungan Konsumen sebagai disiplin hukum, membentuk dan mencakup prinsip-prinsip yang mengatur serta memberikan jaminan perlindungan atas kepentingan konsumen. Dikodifikasi dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen di Indonesia, hukum ini menegaskan bahwa perlindungan konsumen merupakan serangkaian usaha yang berfungsi memberikan kepastian hukum untuk melindungi konsumen. Diskusi tentang perlindungan konsumen, oleh karenanya, mengacu pada jaminan dan pemenuhan hak-hak konsumen dalam kerangka hukum yang berlaku.<sup>13</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia merupakan landasan untuk melindungi hak-hak dan kepentingan warga negaranya. Undang-Undang Perlindungan

---

<sup>10</sup> Dungga, W.A. (2009). "Eksistensi Hukum Dalam Pemanfaatan Teknologi Transaksi E-Commerce". *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 7(2). Hlm. 281

<sup>11</sup> Haryanto, D. (2018). "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Pembelian Manfaat Game Online" (Doctoral Dissertation, Universitas Mataram). Hlm. 30

<sup>12</sup> Sidabalok, J. (2006). "Hukum perlindungan konsumen di Indonesia". *Bandung: Citra Aditya Bakti*. Hlm. 3-10

<sup>13</sup> Prayuti, Y. (2024). "Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia". *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), Hlm. 904

Konsumen, bersama dengan peraturan terkait lainnya, menyediakan kerangka kerja untuk menangani isu-isu seperti keamanan produk, praktik perdagangan yang adil, dan penyelesaian sengketa. Pemeriksaan kritis terhadap undang-undang ini akan dilakukan untuk memastikan penerapan dan keefektifannya dalam konteks teknologi *Artificial Intelligence* yang berkembang pesat.<sup>14</sup>

Dalam era digital yang terus berkembang, *Artificial Intelligence* telah menjadi komponen kunci dalam transformasi bisnis di berbagai sektor, termasuk dalam bisnis jasa. *Artificial Intelligence* dapat menghadirkan berbagai manfaat, mulai dari meningkatkan efisiensi operasional hingga meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam konteks transaksi bisnis jasa, penerapan *Artificial Intelligence* membuka peluang baru untuk meningkatkan produktivitas, memperbaiki keputusan bisnis, dan meningkatkan kualitas layanan.<sup>15</sup> *Artificial Intelligence* mampu membantu meningkatkan hasil penjualan karena memudahkan penggunaannya dalam mengoperasikan dan menangani hal-hal yang berkaitan dengan transaksi bisnis.<sup>16</sup>

Klasifikasi bisnis jasa berdasarkan kegiatannya adalah bidang bisnis yang menjual dan menawarkan produk dalam bentuk pelayanan jasa. Kegiatannya meliputi pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen untuk menghasilkan produk tertentu kemudian dijual kepada konsumen agar dapat keuntungan. Berikut contoh dari bisnis jasa yang ditemukan di Indonesia, bisnis jasa terjemah bahasa asing, jasa fotografi, event organizer, wedding organizer, dll.<sup>17</sup>

Perbuatan-perbuatan yang dilakukan oleh *Artificial Intelligence* tidak selalu memberikan manfaat dan dampak positif. Tidak jarang ditemui kasus *Artificial Intelligence* melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan perintah atau bahkan dapat merugikan pihak. Perbuatan-Perbuatan yang menyalahi etika dan aturan hukum tersebut seharusnya dapat dipertanggungjawabkan, terlebih apabila menimbulkan kerugian bagi pihak lain. Tetapi, hukum positif di Indonesia tidak mengenal *Artificial Intelligence* sebagai subjek hukum.<sup>18</sup>

---

<sup>14</sup> Muhtadi, M. A., & Sahrul, S. (2023). "Hukum Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis di Era Teknologi Kecerdasan Buatan: Perlindungan Pengguna dan Tanggung Jawab Perusahaan". *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(09), Hlm. 924

<sup>15</sup> Adi, S. (2022). "Implementasi Kecerdasan Buatan Pada Proses Bisnis". *Universitas Bina Darma*.

<sup>16</sup> Hanson, P, T, dkk. (2023). "Development Of Artificial Intelligence Applications (Studi Kasus & Implementasi AI Menggunakan Berbagai Bahasa Pemrograman)". Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Hlm. 36

<sup>17</sup> Mohamad, Razab, I. (2023). "Manajemen Pengembangan Bisnis". Surabaya: Cipta Media Nusantara. Hlm 93

<sup>18</sup> Ghazmi, S. F. (2021). "Urgensi Pengaturan *Artificial Intelligence* pada Sektor Bisnis Daring di Indonesia". *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 2(8), Hlm. 785

*Artificial Intelligence* mampu mengolah informasi berukuran besar sehingga dimanfaatkan berbagai pihak termasuk pelaku usaha dan pemerintah dalam mengambil keputusan. Seiring perkembangan tersebut, pesatnya perkembangan *Artificial Intelligence* perlu diimbangi dengan kaidah-kaidah hukum yang jelas. Sebab, *Artificial Intelligence* mengelola data pribadi masyarakat dan data-data penting lainnya. Sehingga, perlu aturan jelas dan tegas mengenai perlindungan data pribadi maupun ketahanan siber yang memberi kepastian hukum.<sup>19</sup>

Dalam perdagangan internasional sistem pembayaran merupakan salah satu hal yang penting dalam transaksi perdagangan. Setiap transaksi perdagangan selalu menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak yaitu, pihak penjual diwajibkan melakukan penyerahan barang yang telah diperjanjikan dan berhak pula sesuai dengan prestasinya untuk menerima pembayaran atas harga barang yang telah dijualnya, begitu pula sebaliknya pembeli berkewajiban membayar atau melunasi harga dari barang yang diserahkan dan berhak menuntut penyerahan barang yang dibelinya.<sup>20</sup> Pada perdagangan internasional, penjual dan pembeli berada di negara yang berbeda, sehingga pembayaran dalam perdagangan internasional biasanya menggunakan beberapa jenis alat pembayaran yang dapat mempermudah jalannya transaksi jual beli ekspor impor tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian hukum normatif (normative law research) menggunakan studi kasus normatif berupa produk perilaku hukum. Pokok kajiannya adalah hukum yang dikonsepsikan sebagai norma atau kaidah yang berlaku dalam masyarakat dan menjadi acuan perilaku setiap orang. Sehingga penelitian hukum normatif berfokus pada inventarisasi hukum positif, asas-asas dan doktrin hukum, penemuan hukum dalam perkara in concreto, sistematik hukum, taraf sinkronisasi, perbandingan hukum dan sejarah hukum<sup>21</sup>.

---

<sup>19</sup> Mochamad Januar Rizki. (26 Oktober 2021). "Melihat Penggunaan *Artificial Intelligence* dan Big Data dalam Aspek Hukum". <https://www.hukumonline.com/berita/a/melihat-penggunaan-artificial-intelligence-dan-big-data-dalam-aspek-hukum-lt6177b63f76905/?page=all>. Di akses pada tanggal 20 Mei, 2023.

<sup>20</sup> Rumengan, R. V. (2021). "Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Terhadap Penggunaan Letter of Credit (L/C) Dalam Transaksi Perdagangan Internasional". *Lex Privatum*, 9(3). Hlm. 86

<sup>21</sup> Abdul Kadir, Hukum dan Penelitian Hukum, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2004), h. 52

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.2 Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Mengatur Tentang Transaksi Bisnis Dengan Menggunakan *Artificial Intelligence*

Suatu perkembangan baru dalam masyarakat sekarang ini, khususnya di Indonesia, dengan makin meningkatnya perhatian terhadap masalah perlindungan konsumen bersamaan dengan adanya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.<sup>22</sup>

Penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks transaksi bisnis yang melibatkan *Artificial Intelligence* sangat penting untuk memastikan keamanan, keadilan, dan perlindungan konsumen.<sup>23</sup>

Dalam hukum perlindungan konsumen tertera didalamnya suatu hal yang perlu diperhatikan yaitu prinsip tanggung jawab. Diperlukan ketelitian untuk menganalisis pihak siapa saja, yang dapat dimintai pertanggungjawaban serta segala pertanggungjawaban yang dibebankan kepada pihak terkait dalam pelanggaran hak konsumen.<sup>24</sup>

Dalam rangka melindungi konsumen dari kejahatan berbasis *Artificial Intelligence*, diperlukan peraturan hukum yang jelas dan efektif. Saat ini, beberapa negara telah menerapkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang mencakup hal ini, tetapi masih ada kebutuhan untuk mengembangkan dan memperkuat peraturan yang ada. Peraturan harus mengakui perlunya perlindungan konsumen terhadap kejahatan berbasis *Artificial Intelligence* termasuk sanksi yang tegas terhadap pelaku kejahatan.<sup>25</sup> Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen merupakan bentuk wujud pemerintah mengenai kepastian hukum kepada para pihak, baik bagi pihak konsumen atau penyedia layanannya terkait dengan pelanggaran yang ada.

Di Indonesia sudah diatur perihal Perlindungan Konsumen pada Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen menyebutkan bahwasannya Perlindungan

---

<sup>22</sup> Latama, J., Junus, N., Towadi M., & Elfikri, N.F. (2024). "Tanggung Jawab Pelaku Usaha Bagi Konsumen Terhadap Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen". *Hakim*, 2(1). Hlm. 213

<sup>23</sup> Disemadi, H. S. (2021). "Urgensi Regulasi Khusus Dan Pemanfaatan Artificial Intelligence Dalam Mewujudkan Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia". *Jurnal Wawasan Yuridika*, 5(2). Hlm. 180

<sup>24</sup> Putra, I. P. R. A., & Yustiawan, D. G. P. (2022). "Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan E-Payment Berbasis QR-Code". *KERTHA WICAKSANA*, 16(2), Hlm. 106

<sup>25</sup> Titin, Syafiqotuzzuhda, (2023), Skripsi: "Problematika Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Menghadapi Kejahatan Berbasis Artificial Intelligence" <http://etheses.uin-malang.ac.id/60511/>. Diakses pada tanggal 24 Januari 2024

Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen.<sup>26</sup> Undang-Undang ini terdiri dari 65 pasal yang mengatur mengenai Hak dan Kewajiban Konsumen, Hak dan Kewajiban pelaku usaha, perbuatan yang dilarang bagi pelaku usaha, tanggung jawab pelaku usaha, pembinaan dan pengawasan perlindungan konsumen, penyelesaian sengketa konsumen.

#### 4.2.1 Fenomena Dominasi Artificial Intelligence Dalam Dunia Transaksi Bisnis

Fenomena dominasi *Artificial Intelligence* dalam dunia transaksi dapat dilihat dari beberapa aspek, 1. Pengambilan keputusan yang cepat dan akurat, 2. Otomatisasi, 3. Analisis data, 4. Pelayanan Pelanggan yang lebih personal, 5. Pengelolaan resiko dan keamanan.<sup>27</sup> Teknologi *Artificial Intelligence* mampu mendukung pengambilan keputusan bisnis dengan menyajikan analisis yang cepat dan tepat pada waktunya. Keberadaan *Artificial Intelligence* mengizinkan proses otomatisasi dalam transaksi bisnis dari mengelola pesanan hingga mengontrol inventaris. Hal ini mengurangi ketergantungan terhadap tenaga kerja manusia dalam pekerjaan-pekerjaan yang bersifat rutin dan memperbaiki efisiensi operasional.<sup>28</sup>

Berbagai dominasi dalam *Artificial Intelligence*, pada hakikatnya juga melahirkan berbagai permasalahan hukum. Permasalahan hukum yang mendasar dalam hal ini terkait perlindungan data pribadi konsumen pengguna. Contohnya, pada Agustus 2020 telah terjadi kebocoran data pribadi konsumen dari perusahaan teknologi yang bergerak dalam layanan *financial technology* (Fintech) Kreditplus. Temuan ini pertama kali terungkap melalui laporan firma keamanan *cyber* asal Amerika Serikat, Clybe. Dalam temuannya menyatakan bahwa sebanyak 890.000 data nasabah Kreditplus bocor dan dijual di situs Raidforums. Data yang bocor tersebut merupakan data yang bersifat sensitif karena memuat informasi berupa nama, alamat *e-mail*, kata sandi, alamat rumah, bahkan kartu keluarga.<sup>29</sup> Adanya kebocoran data pribadi konsumen yang mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi konsumen dan data

---

<sup>26</sup> Lihat Pasal 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

<sup>27</sup> Budi, Raharjo. (2021), "Penerapan Artificial Intelligence AI Dalam Bisnis", Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, Hlm. 99

<sup>28</sup> Enni, S, P. (2022), "Urgensi Pengaturan Mengenai Artificial Intelligence Pada Sektor Bisnis Daring Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia", Jurnal Bina Mulia Hukum, 6(2), Hlm. 255

<sup>29</sup> Conney, S. & Reza W. (2021), "7 Kasus Kebocoran Data yang Terjadi Sepanjang Tahun 2020". <https://tekno.kompas.com/read/2021/01/01/14260027/7-kasus-kebocoran-data-yang-terjadi-sepanjang-2020?page=all>. Di akses pada tanggal 23 Januari 2024



yang bocor tersebut rentan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan kegiatan kriminal. Oleh karena itu, pemerintah mempunyai kewajiban untuk berperan dalam melindungi informasi pribadi individu untuk memastikan bahwa informasi pribadi yang digunakan dalam layanan *e-commerce* tidak merugikan masyarakat.

Secara garis besar, keunggulan *Artificial Intelligence* di dunia transaksi bisnis memberikan kontribusi positif dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki pengalaman pelanggan, dan mendukung perusahaan dalam pengambilan keputusan yang lebih efektif dan cepat. Namun penting untuk di akui bahwa pemanfaatan *Artificial Intelligence* juga menghadirkan sejumlah tantangan terkait dengan privasi data, keamanan, dan keberlanjutan yang perlu diperhatikan.

#### **4.2.2 Hak dan Kewajiban Konsumen Dalam Transaksi Bisnis Dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen**

Konsumen merujuk kepada individu yang menggunakan barang atau jasa untuk kebutuhan pribadi, keluarga, atau rumah tangga mereka sendiri, bukan untuk tujuan produksi atau perdagangan ulang. Transaksi konsumen merujuk pada proses di mana barang atau jasa dialihkan dari penyedia kepada konsumen untuk digunakan atau dinikmati. Hak dan kewajiban konsumen telah diatur dengan jelas dan tegas dalam Pasal 4 dan 5 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dalam pasal-pasal tersebut diatur bagaimana proporsi atau kedudukan konsumen dalam suatu mekanisme transaksi bisnis.<sup>30</sup>

Di sisi lain, kewajiban bagi pelaku usaha sesuai Pasal 7 Undang-Undang Perlindungan Konsumen diantaranya; memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan; memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian, dll.<sup>31</sup>

Apabila pelaku usaha tidak melaksanakan kewajibannya, pelaku usaha dapat dipidana berdasarkan Pasal 62 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang berbunyi:<sup>32</sup> “Pelaku usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 9, Pasal 10, Pasal

---

<sup>30</sup> Pariadi, D. (2018). “Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), Hlm. 654

<sup>31</sup> Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)”. *Business Law Review*, 1, Hlm.15-16.

<sup>32</sup> Lihat Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

13 ayat (2), Pasal 15, Pasal 17 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf c, huruf e, ayat (2) dan Pasal 18 dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling 5 Pasal 62 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua milyar rupiah).”

Perjanjian jual beli konvensional juga mengalami pelanggaran serupa. Peraturan perUUan pendukung seperti UU Perlindungan Konsumen dan UU ITE juga dapat berfungsi sebagai penyangga jika terjadi gugatan perdata karena penjual melanggar ketentuan toko online karena tidak menepati janji yang dibuat terkait produk yang diperjualbelikan.<sup>33</sup>

#### **4.2.3 Hak dan Kewajiban Konsumen Dalam Transaksi Bisnis Dalam Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik**

Perlindungan bagi para pihak dan penyelesaian masalah dalam transaksi elektronik diatur dalam Undang-Undang Informasi & Transaksi Elektronik. Sedangkan perlindungan hak-hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha khususnya diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Mengingat dalam jual beli online masih sering terjadi wanprestasi yang umumnya dilakukan oleh penjual online/pelaku usaha. Maka pelaku usaha wajib melakukan ganti rugi terhadap kerugian yang diderita oleh konsumen. Dan apabila pelaku usaha tidak bertanggung jawab, maka konsumen dapat meminta ganti rugi untuk mendapatkan haknya kembali dengan mengajukan gugatan perdata terhadap pelaku usaha dengan dalih wanprestasi sesuai yang diatur dalam pasal 38 dan 39 Undang-Undang Informasi & Transaksi Elektronik<sup>34</sup>.

Perlindungan terhadap konsumen transaksi elektronik terdapat dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik yaitu pasal 5 ayat (1) yang berbunyi informasi elektronik dan/atau dokumen elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah. Pasal 18 ayat (1) transaksi elektronik yang di tuangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak. Pasal 28 ayat (1) yang berbunyi setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak menyebarkan berita bohong dan menyesatkan yang mengakibatkan kerugian konsumen dalam transaksi elektronik. Perbuatan sebagaimana di jelaskan di dalam Pasal 28 ayat 1 Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik diancam dengan pidana penjara paling lama 6

---

<sup>33</sup> Siti Nurfadilah Samon, Mellisa Towadi, Nur mohammad Kasim.”Pengenaaan kontrak Jual Beli Gambar Di Platfrom Digital (Studi Kasus Non- Fungible token). Jurnal Disruption Law Review.

<sup>34</sup> Annisa, P, N. (2021), “Tanggung Jawab Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Online”, *Lex Privatum*, 9(6), Hlm. 16

tahun dan/atau denda paling banyak Rp 1 miliar (Pasal 45 ayat (2) Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik).<sup>35</sup>

Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang terpisah dari regulasi perdagangan elektronik, difokuskan pada pengaturan hubungan antara pelaku usaha dan konsumen. Meskipun demikian, keberadaan Undang-Undang ini tetap penting untuk memberikan perlindungan dalam transaksi elektronik. Sementara itu, Undang-Undang Informasi & Transaksi Elektronik dibentuk sebagai respons terhadap pertumbuhan perdagangan elektronik, mengatasi bukan hanya aspek perdagangan elektronik, melainkan juga segala tindakan hukum yang muncul akibat penggunaan transaksi elektronik, mencakup bidang yang lebih luas.

Undang-Undang Informasi & Transaksi Elektronik hanya mencakup beberapa aspek hukum terkait transaksi elektronik, Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang lebih umum biasanya lebih relevan ketika membahas hak dan kewajiban konsumen dalam transaksi bisnis.

Peran Undang-Undang Perlindungan Konsumen belum memberikan perlindungan hukum terhadap kejahatan berbasis *Artificial Intelligence*. Sebab Undang-Undang Perlindungan Konsumen sudah ada sejak lama di era perkembangan elektronik yang belum pesat. Berbagai kalangan terus berupaya mendorong perubahan terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Tak lagi relevan dengan kondisi perkembangan digital menjadi satu dari sekian alasan urgennya perubahan terhadap Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Teori kepastian hukum adalah prinsip hukum yang menekankan perlunya hukum yang jelas, dapat dimengerti, dan diterapkan secara konsisten. Implementasi Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam konteks penggunaan jasa *Chatbot* dapat memiliki dampak signifikan terhadap kepastian hukum.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen dapat bervariasi di setiap negara, dan ketentuan mengenai penggunaan *Chatbot* di Indonesia belum diatur secara spesifik. Beberapa negara mungkin sudah memiliki regulasi yang lebih rinci dan mencakup aspek-aspek terkait *Chatbot*. Undang-Undang Perlindungan Konsumen tradisional biasanya dirancang untuk melibatkan transparansi, keadilan, dan hak-hak konsumen dalam transaksi bisnis. Namun, karena teknologi *Chatbot* masih relatif baru, belum semua Undang-Undang mencakupnya secara eksplisit.

---

<sup>35</sup> Ranto, R. (2019). "Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik". *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(2), Hlm. 150.

Beberapa masalah hukum yang mungkin timbul dalam konteks penggunaan *Chatbot* melibatkan pertanyaan tentang transparansi, keamanan data, dan tanggung jawab hukum.

Menurut analisis saya teori ketidakpastian hukum dapat timbul jika Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak cukup jelas atau belum mengikuti perkembangan teknologi dengan baik. Menurut Utrecht, kepastian hukum mengandung dua pengertian, yaitu pertama, adanya aturan yang bersifat umum membuat individu mengetahui perbuatan apa yang boleh atau tidak boleh dilakukan, dan kedua, berupa keamanan hukum bagi individu dari kesewenangan pemerintah karena dengan adanya aturan yang bersifat umum itu individu dapat mengetahui apa saja yang boleh dibebankan atau dilakukan oleh Negara terhadap individu. Oleh karena itu, regulasi yang terbaru dan relevan dengan teknologi *Chatbot* harus diperhatikan, dan kebijakan bisnis harus memastikan kepatuhan terhadap standar perlindungan konsumen yang berlaku. Ketidakpastian hukum ini dapat diatasi melalui revisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang ada atau pembuatan regulasi khusus yang mencakup teknologi *Chatbot*. Pihak berwenang dapat aktif dalam memantau perkembangan teknologi dan mengadopsi aturan yang sesuai untuk melindungi konsumen.

Salah satu tindakan dalam menyikapi dampak-dampak negatif yang mungkin ditimbulkan *Artificial Intelligence* yaitu, hukum harus mengikuti perkembangan dan pembangunan yang ada di masyarakat. Esensi dari pembangunan yang dimaksud adalah perubahan, sehingga hukum tidak dapat dipahami sebagai elemen statis yang senantiasa berada di belakang perubahan itu sendiri, melainkan hukum harus berada di depan mengawal perubahan tersebut. Hukum bukan hanya sebagai pengikut melainkan harus menjadi penggerak utama dari pembangunan. Penting untuk selalu memantau dan memperbarui Undang-Undang Perlindungan Konsumen sesuai dengan dinamika teknologi, agar dapat menjamin bahwa kepastian hukum tetap terjaga dalam konteks penggunaan jasa *Chatbot*. Selain itu, penyedia layanan *Chatbot* juga harus mematuhi pedoman dan regulasi untuk memastikan perlindungan konsumen yang memadai.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Implementasi *Artificial Intelligence* dalam transaksi bisnis jasa memberikan sejumlah manfaat yang signifikan dalam bisnis. Tetapi, perlu diingat bahwa implementasi *Artificial Intelligence* juga membawa tantangan seperti masalah keamanan data konsumen dan dampak pada pekerjaan manusia. Implementasi dapat berasal dari berbagai sektor, termasuk perusahaan swasta, pemerintah, atau lembaga pendidikan.

Penerapan *Artificial Intelligence* dalam transaksi bisnis jasa memiliki urgensi yang signifikan dengan memanfaatkan potensi *Artificial Intelligence* secara optimal, penyedia jasa dapat memperoleh keuntungan begitu juga dengan konsumen yang keinginannya dapat terpenuhi.

2. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang berlaku sejak April 1999 tidak dapat memberikan payung hukum bagi konsumen untuk menangani kejahatan berbasis *Artificial Intelligence*. Undang-Undang Perlindungan Konsumen dibuat hanya pada hak dan kewajiban konsumen yang terjadi pada transaksi konvensional, sedangkan hak dan kewajiban dalam transaksi elektronik belum secara tegas diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Tidak adanya pengaturan yang spesifik terkait perlindungan privasi, membuat Undang-Undang Perlindungan Konsumen lemah khususnya dalam hal perlindungan data pribadi konsumen.

### Saran

1. Perusahaan diharapkan dapat membuat *Chatbot* lebih humanis ketika digunakan oleh konsumen, memperbaiki *Chatbot* agar lebih mudah digunakan oleh konsumen sehingga konsumen lebih senang ketika berinteraksi dengan menggunakan *Chatbot*. Agar peran manusia tidak tergantikan oleh *Artificial Intelligence* nanti, perlu adanya dorongan untuk karyawan mengembangkan keterampilan yang lebih tinggi dan kompleks yang sulit digantikan oleh *Artificial Intelligence*, seperti manajemen, analisis strategis, dan pemecahan masalah kreatif. Implementasikan program pelatihan dan pengembangan profesional yang memungkinkan karyawan mengikuti perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* dan memperbaharui keterampilan mereka secara teratur.
2. Pemerintah harus mengganti kebijakan baru dan merevisi Undang-Undang Perlindungan Konsumen sesuai dengan masalah dan kondisi yang dihadapi oleh masyarakat. Pemerintah sebaiknya membuat regulasi yang lebih terstruktur mengenai pemakaian *Artificial Intelligence* dan memberikan hukuman pasti bagi pelaku kejahatan yang memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence*. Menambah penjelasan khusus bentuk pembatasan terhadap *Artificial Intelligence* dan juga sanksi pidana mengancamnya atau membentuk aturan pelaksana yang mampu mengakomodir permasalahan, serta memberikan beban kewenangan atau pula tanggungjawab terhadap lembaga tertentu agar aktif dalam mengawasi serta mengatasi kejahatan *Artificial Intelligence*.

## DAFTAR REFERENSI

### Buku

- Abdul Kadir, Hukum dan Penelitian Hukum, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2004), h. 52
- Budi, Raharjo. (2021), “Penerapan Artificial Intelligence AI Dalam Bisnis”, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, Hlm. 99
- Dawis, A. M. Dkk. (2022). “Artificial Intelligence: Konsep Dasar Dan Kajian Praktis”. Tohar Media. Hlm. 1
- Hanson. P, T, dkk. (2023). “Development Of Artifical Intelligence Applications (Studi Kasus & Implementasi AI Menggunakan Berbagai Bahasa Pemrograman”. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Hlm. 36
- Mohamad, Razab, I. (2023). “Manajemen Pengembangan Bisnis”. Surabaya: Cipta Media Nusantara. Hlm 93
- Sidabalok, J. (2006). “Hukum perlindungan konsumen di Indonesia”. *Bandung: Citra Aditya Bakti*. Hlm. 3-10

### Jurnal

- Adi, S. (2022). “Implementasi Kecerdasan Buatan Pada Proses Bisnis”. *Universitas Bina Darma*.
- Annisa, P, N. (2021), “Tanggung Jawab Para Pihak Dalam Transaksi Jual Beli Online”, *Lex Privatum*, 9(6), Hlm. 16
- Bajrektarevic, A. H., Pati, U. K., Towadi, M., & Pratama, A. M. (2022). Costumer Explicit Consent Under Indonesian Open Banking Regulations. *Jambura Law Review*, 4(2), 176-194.
- Disemadi, H. S. (2021). “Urgensi Regulasi Khusus Dan Pemanfaatan Artificial Intelligence Dalam Mewujudkan Perlindungan Data Pribadi Di Indonesia”. *Jurnal Wawasan Yuridika*, 5(2). Hlm. 180
- Dungga, W.A. (2009).”Eksistensi Hukum Dalam Pemanfaatan Teknologi Transaksi E-Commerce”. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 7(2). Hlm. 281
- Enni, S, P. (2022), “Urgensi Pengaturan Mengenai Artificial Intelligence Pada Sektor Bisnis Daring Dalam Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia”, *Jurnal Bina Mulia Hukum*, 6(2), Hlm. 255
- Farwati, M., Salsabila, I. T., Navira, K. R., & Sutabri, T. (2023). Analisa Pengaruh Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Kehidupan Sehari-Hari. *JURSIMA*, 11(1), Hlm. 40
- Ghazmi, S. F. (2021). “Urgensi Pengaturan *Artificial Intelligence* pada Sektor Bisnis Daring di Indonesia”. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 2(8), Hlm. 785
- Haryanto, D. (2018). “Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Pembelian Manfaat Game *Online*” (Doctoral Dissertation, Universitas Mataram). Hlm. 30
- Khotimah, C. A., & Chairunnisa, J. C. (2016). “Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli-Online (E-Commerce)”. *Business Law Review*, 1, Hlm.15-16.

- Latama, J., Junus, N., Towadi M., & Elfikri, N.F. (2024). “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Bagi Konsumen Terhadap Keamanan Pangan Dalam Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen”. *Hakim*, 2(1). Hlm. 213
- Madani, H. R. (2021). “Implementasi Penggunaan Kecerdasan Buatan Pada Industri Fintech Syariah”. *Jurnal Geuthèè: Penelitian Multidisiplin*, 4(3), Hlm. 129
- Masrichah, S. (2023). “Ancaman Dan Peluang Artificial Intelligence (AI)”. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 3(3), Hlm. 84
- Muhtadi, M. A., & Sahrul, S. (2023). “Hukum Perlindungan Konsumen dan Etika Bisnis di Era Teknologi Kecerdasan Buatan: Perlindungan Pengguna dan Tanggung Jawab Perusahaan”. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sains*, 2(09), Hlm. 924
- Moha, M. R., Sukarmi, S., & Kusumadara, A. (2020). *Urgensi Pendaftaran Penyelenggara Sistem Elektronik Bagi Pelaku Usaha E-Commerce*. *Jambura Law Review*, 2(2).
- Pariadi, D. (2018). “Pengawasan E Commerce Dalam Undang-Undang Perdagangan Dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen”. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 48(3), Hlm. 654
- Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). “Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Manajemen Perubahan pada Kegiatan Bisnis di Era Globalisasi”. *Syntax Idea*, 5(7), Hlm. 887
- Prayuti, Y. (2024). “Dinamika Perlindungan Hukum Konsumen di Era Digital: Analisis Hukum Terhadap Praktik E-Commerce dan Perlindungan Data Konsumen di Indonesia”. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 5(1), Hlm. 904
- Putra, I. P. R. A., & Yustiawan, D. G. P. (2022). “Aspek Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Atas Penyelenggaraan E-Payment Berbasis QR-Code”. *KERTHA WICAKSANA*, 16(2), Hlm. 106
- Rahayu, Y. S., & Naja, C. D. (2023). “Penerapan *Artificial Intelligence* Sebagai Inovasi Di Era Disrupsi Dalam Mengurangi Resiko Lembaga Keuangan Mikro Syariah”. *WADIAH*, 7(2). Hlm. 119
- Ranto, R. (2019). “Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Transaksi Jual Beli Melalui Media Elektronik”. *Jurnal Ilmu Hukum: ALETHEA*, 2(2), Hlm. 150.
- Ririh, K. R., Laili, N., Wicaksono, A., & Tsurayya, S. (2020). “Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence*) Di Indonesia”. *Jurnal Teknik Industri*, 15(2), Hlm. 122.
- Rumengan, R. V. (2021). “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Terhadap Penggunaan Letter of Credit (L/C) Dalam Transaksi Perdagangan Internasional”. *Lex Privatum*, 9(3). Hlm. 86
- Siti Nurfadilah Samon, Mellisa Towadi, Nur mohammad Kasim.”Pengenaaan kontrak Jual Beli Gambar Di Platfrom Digital (Studi Kasus Non- Fungible token). *Jurnal Disruption Law Review*.

### Sumber Lain

- Conney, S. & Reza W. (2021), “7 Kasus Kebocoran Data yang Terjadi Sepanjang Tahun 2020”. <https://tekno.kompas.com/read/2021/01/01/14260027/7-kasus-kebocoran-data-yang-terjadi-sepanjang-2020?page=all>. Di akses pada tanggal 23 Januari 2024
- Mochamad Januar Rizki. (26 Oktober 2021). “Melihat Penggunaan *Artificial Intelligence* dan Big Data dalam Aspek Hukum”. <https://www.hukumonline.com/berita/a/melihat-penggunaan->

[artificial-intelligence-dan-big-data-dalam-aspek-hukum-lt6177b63f76905/?page=all](https://artificial-intelligence-dan-big-data-dalam-aspek-hukum-lt6177b63f76905/?page=all). Di akses pada tanggal 20 Mei, 2023.

Titin, Syafiqotuzzuhda, (2023), Skripsi: “Problematika Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Menghadapi Kejahatan Berbasis Artificial Intellegence” <http://etheses.uin-malang.ac.id/60511/>. Diakses pada tanggal 24 Januari 2024

### **Perundang-Undangan**

Lihat Pasal 1 Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Lihat Pasal 62 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen