



Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha atas Penggunaan AI Chatbot dalam Transaksi E-Commerce: Analisis Perlindungan Konsumen terhadap Kesalahan Informasi

Clara Cleoney Lyareekha¹

¹ Magister Hukum, Universitas Islam Indonesia

Correspondence: 25912117@students.uii.ac.id

Article Info

Article history:

Received July 3th, 2026

Revised July 8th, 2026

Accepted July 13th, 2026

Keyword:

AI chatbot; E-commerce;
Perlindungan konsumen;
Pertanggungjawaban hukum.

ABSTRACT

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam bentuk chatbot pada platform *e-commerce* telah meningkatkan efisiensi pelayanan informasi kepada konsumen, tetapi juga menimbulkan risiko kerugian apabila informasi yang diberikan tidak akurat atau menyesatkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pertanggungjawaban hukum pelaku usaha atas kerugian konsumen yang timbul akibat kesalahan informasi chatbot berbasis *Artificial Intelligence* serta mengkaji bentuk perlindungan hukum yang tersedia dalam sistem hukum Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual melalui analisis terhadap peraturan perundang-undangan, doktrin, dan bahan hukum yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha tetap bertanggung jawab atas kerugian konsumen karena chatbot merupakan bagian dari sistem layanan yang disediakan dalam kegiatan usahanya. Perlindungan hukum terhadap konsumen dapat didasarkan pada ketentuan hukum perlindungan konsumen, hukum perdata, dan hukum transaksi elektronik. Belum adanya pengaturan khusus mengenai pertanggungjawaban atas kesalahan chatbot berbasis *Artificial Intelligence* menyebabkan kekosongan norma sehingga diperlukan regulasi yang mampu menjamin kepastian hukum, akuntabilitas, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.



© 2026 The Authors. Published by Punggawa Legacy Center. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan fundamental terhadap pola kegiatan ekonomi dan hubungan hukum dalam masyarakat. Transformasi digital tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga memengaruhi mekanisme perdagangan, distribusi barang dan jasa, hingga pola hubungan antara pelaku usaha dengan konsumen. Aktivitas perdagangan yang sebelumnya dilakukan secara konvensional secara bertahap bergeser menuju transaksi elektronik melalui berbagai platform digital. Perubahan tersebut melahirkan konsep perdagangan elektronik yang memungkinkan pelaku usaha dan konsumen melakukan kegiatan jual beli tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Di Indonesia, perkembangan *e-commerce* mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya penggunaan internet, perangkat digital, serta perubahan perilaku masyarakat dalam memenuhi kebutuhan ekonomi (Khairunnisa et al., 2021). Platform perdagangan elektronik menawarkan berbagai kemudahan, seperti akses terhadap informasi produk, metode pembayaran digital, layanan pengiriman, hingga mekanisme komunikasi langsung antara konsumen dan pelaku usaha (Tasya et al., 2026). Kondisi tersebut menciptakan ekosistem bisnis digital yang semakin kompetitif, sehingga pelaku usaha dituntut untuk memberikan pelayanan yang cepat, efisien, dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam rangka meningkatkan efisiensi layanan, pelaku usaha digital mulai mengadopsi teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sebagai bagian dari strategi bisnis. AI tidak lagi hanya digunakan dalam bidang teknologi, tetapi telah menjadi instrumen penting dalam aktivitas komersial, seperti

analisis perilaku konsumen, sistem rekomendasi produk, deteksi transaksi mencurigakan, hingga layanan pelanggan otomatis (AI chatbot). Penggunaan chatbot berbasis AI memungkinkan perusahaan memberikan respons kepada konsumen secara cepat selama 24 jam tanpa bergantung sepenuhnya pada tenaga manusia.

Pemanfaatan AI chatbot memberikan berbagai keuntungan bagi pelaku usaha karena mampu mengurangi biaya operasional, meningkatkan efektivitas komunikasi, dan mempercepat penyelesaian kebutuhan konsumen (Melisa, 2025). Namun, penggunaan teknologi tersebut juga menimbulkan persoalan hukum baru yang sebelumnya belum sepenuhnya diantisipasi oleh sistem hukum Indonesia. Salah satu permasalahan yang muncul adalah ketika AI chatbot memberikan informasi yang tidak akurat, menyesatkan, atau tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya sehingga menyebabkan konsumen mengambil keputusan transaksi yang merugikan.

Kesalahan informasi yang dihasilkan oleh AI chatbot menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai pihak yang harus bertanggung jawab atas kerugian konsumen. Dalam transaksi elektronik konvensional, kesalahan informasi umumnya dikaitkan dengan tindakan manusia, seperti kelalaian pegawai atau kesalahan pelaku usaha dalam memberikan keterangan produk. Namun, dalam penggunaan AI chatbot, kesalahan dapat muncul akibat proses algoritma, keterbatasan data pelatihan, atau kegagalan sistem dalam menghasilkan respons yang tepat (*algorithmic error*). Situasi tersebut menciptakan persoalan baru karena AI bukan merupakan subjek hukum yang dapat dimintai pertanggungjawaban secara langsung.

Permasalahan tersebut dapat dilihat dalam kasus penggunaan layanan AI chatbot pada platform *e-commerce* Shopee. Salah satu contoh muncul ketika konsumen memperoleh informasi produk melalui layanan chatbot otomatis, kemudian informasi tersebut menjadi dasar konsumen dalam melakukan pembelian. Informasi yang diberikan sistem AI ternyata tidak sesuai dengan kondisi barang atau kebijakan perusahaan, konsumen berpotensi mengalami kerugian baik secara ekonomi maupun dalam pemenuhan haknya sebagai konsumen. Persoalan kemudian muncul ketika pelaku usaha berpotensi beralasan bahwa kesalahan berasal dari sistem AI, bukan dari tindakan langsung perusahaan (Media Konsumen, 2026).

Dalam perspektif hukum bisnis, penggunaan teknologi dalam kegiatan usaha merupakan bagian dari keputusan dan strategi bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha itu sendiri. AI chatbot bukanlah pihak independen dalam hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen, melainkan instrumen yang digunakan perusahaan untuk menjalankan kegiatan komersial. Oleh karena itu, penggunaan AI sebagai sarana bisnis seharusnya tidak serta-merta menghapuskan kewajiban hukum pelaku usaha ketika teknologi tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Secara normatif, perlindungan konsumen di Indonesia telah diatur melalui UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan jasa serta bertanggung jawab atas kerugian yang dialami konsumen. Selain itu, transaksi elektronik juga diatur melalui UU ITE serta peraturan mengenai penyelenggaraan sistem elektronik yang memberikan kewajiban bagi penyelenggara sistem untuk memastikan sistem elektronik berjalan secara aman dan bertanggung jawab. Akan tetapi, regulasi tersebut belum secara khusus mengatur persoalan penggunaan AI dalam kegiatan bisnis digital. Ketentuan yang ada masih menggunakan konsep pertanggungjawaban hukum yang berorientasi pada tindakan manusia atau kegagalan sistem elektronik secara umum. Belum terdapat pengaturan yang secara spesifik menjelaskan bagaimana tanggung jawab pelaku usaha ketika kerugian konsumen muncul akibat keputusan atau informasi yang dihasilkan oleh sistem AI secara otomatis.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kekosongan hukum (*legal vacuum*) dalam pengaturan pertanggungjawaban penggunaan AI dalam transaksi bisnis digital. Kekosongan tersebut semakin kompleks karena karakteristik AI berbeda dengan teknologi sebelumnya. AI tidak hanya berfungsi sebagai alat pasif, tetapi mampu menghasilkan keputusan atau informasi berdasarkan proses algoritmik yang tidak selalu dapat diprediksi oleh pengguna maupun perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan hukum baru yang mampu menyesuaikan konsep pertanggungjawaban dengan perkembangan teknologi. Berdasarkan kondisi tersebut, pengaturan hukum positif di Indonesia belum mampu memberikan kepastian hukum mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha atas penggunaan AI chatbot. Oleh karena itu diperlukan analisis terhadap penerapan prinsip pertanggungjawaban yang berlaku sekaligus rekonstruksi hukum yang lebih adaptif terhadap perkembangan Artificial Intelligence dalam transaksi elektronik.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat dua permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini, yakni (1) Bagaimana pertanggungjawaban hukum pelaku usaha e-commerce atas kerugian konsumen akibat kesalahan informasi AI chatbot dalam transaksi elektronik?, dan (2) Bagaimana rekonstruksi hukum pertanggungjawaban pelaku usaha atas penggunaan AI chatbot dalam transaksi elektronik?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis ketentuan hukum yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, transaksi elektronik, dan tanggung jawab pelaku usaha, seperti UU No. 8/1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU ITE, serta peraturan terkait penyelenggaraan sistem elektronik. Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep pertanggungjawaban hukum, tanggung jawab korporasi, serta perkembangan konsep tanggung jawab atas penggunaan Artificial Intelligence dalam kegiatan bisnis digital. Penelitian ini menggunakan bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara preskriptif untuk menemukan konstruksi hukum yang tepat terhadap pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat kesalahan informasi AI chatbot dalam transaksi elektronik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Pertanggungjawaban Hukum Pelaku Usaha *E-Commerce* Atas Kerugian Konsumen Akibat Kesalahan Informasi AI Chatbot Dalam Transaksi Elektronik

Perkembangan perdagangan elektronik telah menyebabkan perubahan terhadap pola hubungan hukum antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam transaksi konvensional, konsumen memperoleh informasi barang atau jasa secara langsung melalui penjual, sedangkan dalam transaksi elektronik informasi tersebut disediakan melalui sistem digital yang dikembangkan dan dikendalikan oleh pelaku usaha (Sahabuddin, 2014). Perubahan tersebut menyebabkan proses pembentukan kehendak konsumen dalam melakukan transaksi sangat bergantung pada informasi yang tersedia dalam sistem elektronik.

Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang digunakan dalam kegiatan e-commerce adalah pemanfaatan *Artificial Intelligence (AI)* chatbot sebagai sarana komunikasi otomatis antara pelaku usaha dan konsumen. AI chatbot dirancang untuk memberikan respons secara cepat terhadap pertanyaan konsumen, membantu pencarian produk, memberikan rekomendasi, hingga menangani permasalahan layanan pelanggan (Putri et al., 2025). Bagi pelaku usaha, penggunaan teknologi tersebut memberikan keuntungan karena mampu meningkatkan efisiensi pelayanan, mengurangi biaya operasional, dan meningkatkan pengalaman konsumen dalam bertransaksi.

Namun, penggunaan AI chatbot juga menimbulkan konsekuensi hukum ketika informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Berbeda dengan kesalahan informasi yang berasal dari manusia, kesalahan informasi oleh *AI (algorithmic error)* memiliki karakteristik khusus karena terjadi melalui proses otomatisasi berdasarkan data, algoritma, dan sistem pemrosesan tertentu. Kondisi tersebut menimbulkan persoalan mengenai pihak yang harus bertanggung jawab apabila konsumen mengalami kerugian akibat informasi yang diberikan oleh AI chatbot.

Untuk menjawab permasalahan tersebut, Teori Tanggung Jawab Mutlak (*Strict Liability Theory*) digunakan sebagai pisau analisis untuk membedah pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian konsumen akibat kesalahan informasi AI chatbot. Teori tanggung jawab mutlak berpandangan bahwa suatu pihak dapat dibebani tanggung jawab hukum atas kerugian yang timbul dari kegiatan usahanya tanpa perlu dibuktikan terlebih dahulu adanya unsur kesalahan secara konvensional, selama kerugian tersebut timbul dari produk atau jasa yang dihasilkan dalam lingkup kegiatan usahanya (Eleanor, 2018). Prinsip ini telah diakomodasi dalam Pasal 19 UUPK, yang menyatakan bahwa :

“Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau diperdagangkan.”

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Pasal 28 yang menganut asas pembalikan beban pembuktian (*omkering van bewijslast*), yaitu pelaku usaha yang dibebani kewajiban membuktikan bahwa kerugian bukan disebabkan oleh kesalahannya.

Penerapan teori tanggung jawab mutlak relevan digunakan dalam konteks kesalahan informasi AI chatbot karena karakter *algorithmic error* bersifat tertutup (*black box*) sehingga konsumen berada pada posisi yang sangat lemah untuk membuktikan letak kesalahan proses algoritmik yang menghasilkan informasi keliru. Apabila pertanggungjawaban pelaku usaha digantungkan pada pembuktian kesalahan secara konvensional, konsumen hampir mustahil dapat menuntut haknya karena keterbatasan akses terhadap sistem, data, dan mekanisme kerja AI yang sepenuhnya berada dalam kendali pelaku usaha. Dengan menempatkan beban pembuktian pada pelaku usaha, teori tanggung jawab mutlak memberikan perlindungan yang lebih seimbang bagi konsumen tanpa menghilangkan kesempatan pelaku usaha untuk membebaskan diri dari tanggung jawab apabila mampu membuktikan bahwa kerugian timbul akibat *force majeure* atau kesalahan konsumen itu sendiri.

Permasalahan tersebut tercermin dalam kasus penggunaan layanan AI chatbot pada platform *e-commerce Shopee*. Dalam kasus tersebut, seorang konsumen memanfaatkan fitur AI Chat Shopee untuk memperoleh informasi mengenai ukuran produk udang yang dijual sebelum melakukan pembelian. Berdasarkan pertanyaan yang diajukan, AI chatbot memberikan informasi mengenai ukuran produk dan menyatakan bahwa ukuran tertentu merupakan ukuran terbesar yang tersedia. Konsumen kemudian menjadikan informasi tersebut sebagai dasar dalam memutuskan untuk melakukan transaksi pembelian. Namun, setelah barang diterima, konsumen mengetahui bahwa ukuran produk yang diperoleh tidak sesuai dengan informasi yang sebelumnya diberikan oleh AI chatbot. Atas ketidaksesuaian tersebut, konsumen mengajukan pengaduan kepada pihak Shopee dengan alasan bahwa informasi yang menjadi dasar pengambilan keputusan berasal dari fitur AI yang disediakan secara resmi oleh platform. Akan tetapi, pihak Shopee menolak bertanggung jawab dengan menyatakan bahwa jawaban AI Chat hanya bersifat referensi, dapat mengandung kekeliruan, dan bukan merupakan informasi yang mengikat. Kondisi tersebut menimbulkan persoalan hukum mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha atas kerugian konsumen yang timbul akibat informasi yang dihasilkan oleh sistem kecerdasan buatan yang dioperasikan dalam platform perdagangan elektronik.

Kasus tersebut menunjukkan adanya perubahan karakter kesalahan dalam hubungan bisnis digital. Kesalahan tidak lagi hanya berasal dari tindakan langsung pelaku usaha atau pegawai, tetapi dapat muncul melalui teknologi yang digunakan perusahaan. Permasalahan hukum yang muncul adalah apakah pelaku usaha dapat dibebaskan dari tanggung jawab dengan alasan bahwa kesalahan berasal dari sistem AI, atau justru perusahaan tetap memiliki kewajiban hukum karena AI chatbot merupakan bagian dari layanan bisnis yang ditawarkan kepada konsumen.

Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, hubungan antara pelaku usaha dan konsumen didasarkan pada prinsip keseimbangan hak dan kewajiban. Konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang atau jasa yang ditawarkan (Sihombing & Sawitri, 2026). Ketentuan tersebut diatur dalam Pasal 4 huruf c UUPK yang memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan jasa. Di sisi lain, Pasal 7 UUPK menetapkan kewajiban bagi pelaku usaha untuk beritikad baik dalam melakukan kegiatan usaha, memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa, serta memberikan kompensasi apabila barang atau jasa yang diterima konsumen tidak sesuai dengan perjanjian. Berdasarkan ketentuan tersebut, informasi yang diberikan melalui AI chatbot dapat dipandang sebagai bagian dari bentuk pelayanan yang diberikan pelaku usaha kepada konsumen.

AI chatbot bukan merupakan pihak yang berdiri sendiri dalam hubungan hukum transaksi elektronik. Sistem tersebut merupakan instrumen yang dipilih dan digunakan oleh pelaku usaha untuk menjalankan kegiatan bisnis (Widiadnyani & Adnantara, 2026). Oleh karena itu, ketika AI chatbot memberikan informasi yang keliru, kesalahan tersebut tidak dapat sepenuhnya dialihkan kepada teknologi karena penggunaan AI merupakan keputusan bisnis yang berada dalam kendali perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan konsep pertanggungjawaban korporasi (*corporate liability*), yaitu konsep yang menempatkan badan usaha sebagai pihak yang bertanggung jawab terhadap tindakan atau risiko yang muncul dalam aktivitas usahanya (Mawei et al., 2026). Dalam

konteks penggunaan AI, perusahaan memiliki kendali terhadap pemilihan teknologi, pengaturan sistem, penggunaan data, serta mekanisme pengawasan terhadap AI chatbot. Dengan demikian, perusahaan memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa sistem yang digunakan tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Apabila pelaku usaha memperoleh keuntungan dari penggunaan AI chatbot, maka pelaku usaha juga harus menanggung risiko yang timbul akibat teknologi tersebut. Prinsip ini sejalan dengan teori risiko bisnis sekaligus memperkuat penerapan teori tanggung jawab mutlak, yaitu pihak yang memperoleh manfaat dari suatu kegiatan usaha juga memiliki kewajiban untuk mengendalikan dan menanggung risiko yang muncul dari kegiatan tersebut tanpa perlu menunggu pembuktian kesalahan secara konvensional (Basary et al., 2026). Dengan demikian, kesalahan yang dilakukan AI chatbot tidak dapat dijadikan alasan bagi pelaku usaha untuk menghapuskan tanggung jawabnya.

Selain itu, dalam transaksi elektronik, penyelenggara sistem elektronik juga memiliki kewajiban untuk memastikan sistem yang digunakan berjalan secara aman, andal, dan bertanggung jawab (Nur et al., 2024). Berdasarkan ketentuan mengenai penyelenggaraan sistem elektronik, pelaku usaha sebagai penyelenggara sistem tidak hanya bertugas menyediakan layanan digital, tetapi juga memiliki kewajiban menjaga kualitas serta keandalan sistem yang digunakan dalam hubungan hukum dengan pengguna.

Meskipun demikian, pengaturan hukum Indonesia saat ini masih memiliki keterbatasan dalam menghadapi persoalan penggunaan AI dalam kegiatan bisnis. Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, maupun regulasi terkait sistem elektronik belum mengatur secara spesifik mengenai pertanggungjawaban atas kesalahan informasi yang dihasilkan oleh AI. Regulasi yang ada masih menggunakan konsep tanggung jawab terhadap kesalahan manusia atau gangguan sistem elektronik secara umum. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kekosongan hukum karena AI memiliki karakter yang berbeda dengan teknologi sebelumnya. AI mampu menghasilkan respons atau informasi secara otomatis yang tidak selalu dapat diprediksi oleh pengguna maupun pengembang sistem. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru dalam memahami pertanggungjawaban hukum agar perkembangan teknologi tetap berjalan tanpa mengurangi perlindungan terhadap konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pelaku usaha *e-commerce* tetap memiliki tanggung jawab hukum atas kerugian konsumen akibat kesalahan informasi AI chatbot. Hal ini didasarkan pada kedudukan AI chatbot sebagai bagian dari layanan bisnis perusahaan, bukan sebagai subjek hukum yang berdiri sendiri. Kesalahan informasi yang dihasilkan AI merupakan risiko dari penggunaan teknologi dalam aktivitas usaha sehingga tanggung jawab utama tetap berada pada pelaku usaha yang memperoleh manfaat ekonomi dari teknologi tersebut. Merujuk pada Teori Tanggung Jawab Mutlak, pelaku usaha tidak dapat melepaskan diri dari tanggung jawab hanya dengan berdalih bahwa kerugian bersumber dari *algorithmic error*, sebab pelaku usahalah yang wajib membuktikan bahwa kerugian tersebut timbul di luar kendalinya, bukan konsumen yang harus membuktikan letak kesalahan sistem AI yang tidak dapat diaksesnya.

2. Rekonstruksi Hukum Pertanggungjawaban Pelaku Usaha Atas Penggunaan AI Chatbot dalam Transaksi Elektronik

Perkembangan penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) chatbot dalam transaksi elektronik telah menghadirkan tantangan baru bagi sistem hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Pengaturan yang berlaku saat ini, baik dalam UUPK, UU ITE, maupun peraturan mengenai penyelenggaraan sistem elektronik, pada dasarnya masih berorientasi pada pertanggungjawaban atas kesalahan manusia (*human error*) atau kegagalan sistem elektronik secara umum. Sementara itu, AI chatbot memiliki karakteristik yang berbeda karena mampu menghasilkan informasi secara otonom melalui proses algoritmik (*algorithmic decision-making*) yang tidak selalu dapat diprediksi maupun dipahami oleh pengguna (Kushariyadi et al., 2024). Kondisi tersebut menyebabkan ketentuan hukum yang ada belum mampu memberikan kepastian mengenai pihak yang bertanggung jawab ketika informasi yang dihasilkan AI chatbot menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Kekosongan pengaturan tersebut menunjukkan perlunya rekonstruksi hukum yang tidak hanya mempertahankan konsep pertanggungjawaban konvensional, tetapi juga menyesuaikannya dengan karakteristik teknologi kecerdasan buatan. Rekonstruksi hukum dalam konteks ini

diarahkan untuk membangun sistem pertanggungjawaban yang tetap memberikan ruang bagi inovasi teknologi, namun tidak mengurangi perlindungan hukum terhadap konsumen sebagai pihak yang berada pada posisi lebih lemah dalam hubungan hukum transaksi elektronik.

Langkah pertama dalam rekonstruksi hukum adalah memperluas interpretasi Pasal 19 dan Pasal 28 UUPK sehingga informasi yang dihasilkan AI chatbot dipersamakan dengan informasi yang diberikan secara langsung oleh pelaku usaha. Setiap informasi yang disampaikan melalui AI chatbot merupakan bagian dari pelayanan pelaku usaha dan menimbulkan akibat hukum yang sama. Apabila informasi tersebut terbukti tidak benar atau menyesatkan hingga menyebabkan kerugian konsumen, pelaku usaha tetap wajib memberikan ganti kerugian berdasarkan prinsip *Strict Liability*, tanpa memberikan kesempatan untuk melepaskan tanggung jawab hanya dengan alasan bahwa kesalahan berasal dari algoritma AI (Nur & Prabowo, 2011).

Selanjutnya, rekonstruksi hukum perlu memasukkan prinsip *algorithmic accountability* sebagai kewajiban hukum pelaku usaha. Prinsip ini menghendaki agar pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab terhadap hasil penggunaan AI chatbot, tetapi juga terhadap proses pengelolaan sistem tersebut. Bentuk tanggung jawab tersebut meliputi kewajiban melakukan pengujian (*testing*), validasi, evaluasi berkala terhadap data pelatihan (*training data*), serta audit algoritma sebelum dan selama AI chatbot digunakan dalam kegiatan usaha (Nugroho, 2025). Dengan adanya kewajiban tersebut, risiko kesalahan informasi dapat diminimalkan sejak awal sehingga perlindungan konsumen tidak hanya bersifat represif melalui pemberian ganti rugi, tetapi juga bersifat preventif.

Rekonstruksi hukum juga perlu membatasi penggunaan klausula eksonerasi yang menyatakan bahwa seluruh jawaban AI chatbot hanya bersifat referensi dan tidak mengikat pelaku usaha. Klausula demikian berpotensi bertentangan dengan Pasal 18 UUPK karena pada hakikatnya mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha kepada konsumen (Putri et al., 2025). Selama AI chatbot merupakan fitur resmi yang disediakan dan dioperasikan oleh pelaku usaha dalam platform *e-commerce*, seluruh informasi yang dihasilkan harus dipandang sebagai representasi dari pelaku usaha. Oleh karena itu, pencantuman *disclaimer* tidak boleh dijadikan dasar untuk menghapus tanggung jawab hukum terhadap kerugian konsumen.

Selain itu, rekonstruksi hukum perlu mengadopsi konsep *multi-tier liability* untuk mengatur hubungan tanggung jawab antara pelaku usaha dan pengembang AI. Dalam praktiknya, AI chatbot tidak selalu dikembangkan sendiri oleh pelaku usaha, tetapi dapat berasal dari penyedia teknologi pihak ketiga. Meskipun demikian, pembagian tanggung jawab tersebut tidak boleh mengurangi hak konsumen untuk memperoleh ganti rugi dari pelaku usaha sebagai pihak yang secara langsung menawarkan barang atau jasa. Setelah memenuhi kewajibannya kepada konsumen, pelaku usaha tetap diberikan hak regres terhadap pengembang AI apabila dapat dibuktikan bahwa kerugian tersebut bersumber dari cacat sistem yang menjadi tanggung jawab pengembang. Model pertanggungjawaban demikian memberikan kepastian hukum bagi konsumen sekaligus menciptakan pembagian tanggung jawab yang proporsional di antara para pelaku dalam ekosistem AI.

Sebagai bentuk rekonstruksi yang bersifat jangka panjang (*ius constituendum*), diperlukan pembentukan regulasi khusus mengenai pemanfaatan AI dalam kegiatan perdagangan elektronik. Regulasi tersebut setidaknya perlu memuat standar minimum akurasi informasi yang dihasilkan AI, kewajiban transparansi penggunaan AI kepada konsumen, kewajiban pengawasan manusia (*human-in-the-loop*) terhadap transaksi yang memiliki risiko tinggi, mekanisme audit algoritma secara berkala, serta mekanisme penyelesaian sengketa yang secara khusus mengakomodasi kerugian akibat *algorithmic error* (Widjaja, 2026). Dengan adanya pengaturan yang lebih komprehensif, kepastian hukum bagi pelaku usaha maupun konsumen akan semakin terjamin seiring dengan berkembangnya teknologi kecerdasan buatan.

Berdasarkan uraian tersebut, rekonstruksi hukum pertanggungjawaban pelaku usaha atas penggunaan AI chatbot tidak hanya dimaksudkan untuk mengisi kekosongan hukum, tetapi juga membangun paradigma baru bahwa penggunaan AI merupakan bagian dari risiko bisnis yang harus dipertanggungjawabkan oleh pelaku usaha. Oleh karena itu, penerapan *Strict Liability*, penguatan *algorithmic accountability*, pembatasan klausula eksonerasi, penerapan *multi-tier liability*, serta pembentukan regulasi khusus mengenai AI merupakan satu kesatuan sistem yang mampu

mewujudkan keseimbangan antara inovasi teknologi, kepastian hukum, dan perlindungan konsumen dalam transaksi elektronik.

KESIMPULAN

Pelaku usaha *e-commerce* tetap memiliki tanggung jawab hukum atas kerugian konsumen akibat kesalahan informasi AI chatbot, sebab AI chatbot berkedudukan sebagai instrumen bisnis yang berada dalam kendali pelaku usaha, bukan sebagai subjek hukum yang berdiri sendiri, sehingga penerapan Teori Tanggung Jawab Mutlak melalui Pasal 19 dan Pasal 28 UUPK membebankan kewajiban pembuktian kepada pelaku usaha, bukan kepada konsumen. Namun, mengingat regulasi yang ada belum secara khusus mengatur karakteristik *algorithmic error*, diperlukan rekonstruksi hukum yang mencakup penegasan penerapan tanggung jawab mutlak secara eksplisit, kewajiban akuntabilitas algoritma melalui uji kelayakan dan audit berkala, pembatasan klausula eksonerasi sepihak, pengaturan tanggung jawab berlapis antara pelaku usaha dan pengembang teknologi, serta pembentukan regulasi tersendiri mengenai standar akurasi, transparansi, dan mekanisme penyelesaian sengketa atas kerugian yang timbul dari penggunaan AI dalam transaksi elektronik, sehingga perkembangan teknologi tetap berjalan tanpa mengorbankan perlindungan hukum bagi konsumen. Pemerintah perlu segera menyusun regulasi khusus mengenai pertanggungjawaban pelaku usaha atas kesalahan informasi AI chatbot, sementara pelaku usaha *e-commerce* perlu memastikan keandalan sistem melalui audit berkala dan tidak mencantumkan klausula yang membatasi tanggung jawab secara sepihak. Selain itu, lembaga perlindungan konsumen bersama otoritas terkait perlu menyediakan mekanisme pengaduan dan penyelesaian sengketa yang efektif agar konsumen memperoleh perlindungan hukum atas kerugian akibat *algorithmic error*.

DAFTAR PUSTAKA

- Basary, M. B. F., Sinaga, N. A., & Asri, A. (2026). Analisis yuridis tanggung jawab pelaku usaha atas wanprestasi perjanjian jual beli online berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Acta Juris Review*, 1(1), 56–66.
- Eleanor, F. N. (2018). Prinsip tanggung jawab mutlak pelaku usaha terhadap ketentuan Pasal 27 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Kritha Bhayangkara*, 12(2), 207–228.
- Fadiyah, F., Rodhiyah, M., & Kamila, E. R. (2026). Literatur review: Tren teknologi dalam e-commerce: Analisis literatur tentang AI, chatbot dan automasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 338–346.
- Khairunnisa, F., Rini, E. S., Ulandari, H., Bilqis, N., Thahara, S., & Imtyaz, Y. (2026). Analisis pengaruh perkembangan e-commerce terhadap perilaku konsumsi masyarakat Indonesia tahun 2021–2025. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(4), 26782–26790.
- Kushariyadi, Kushariyadi, et al. (2024). *Artificial intelligence: Dinamika perkembangan AI beserta penerapannya*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mawei, A. A., Soputan, M., & Wahongan, A. S. (2026). Pertanggungjawaban pidana korporasi dalam tindak pidana korupsi pengadaan barang/jasa di sektor publik. *Lex Crimen*, 14(4), 1–11.
- Melisa, AlHafiz, H., Patimah, S., Juwita, M., Marissa, D., Amelia, N., & Nasution, A. H. (2025). Perlindungan konsumen atas produk berbasis AI: Tantangan hukum di era digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 696–708.
- Nugroho, D. A., & SE, M. M. (2025). *Artificial intelligence dan integrasinya dalam bisnis serta sistem informasi manajemen: Sudut pandang perspektif bisnis dan manajerial non-teknis*. PT RajaGrafindo Persada.
- Nur, A. W., Rijal, B. M. D. M., & Mustafa, D. W. (2024). Tanggung jawab pelaksana sistem elektronik dalam melindungi informasi pemakai media sosial menurut Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik. *Legal Journal of Law*, 3(1), 18–29.
- Nur, Y. H., & Prabowo, D. W. (2011). Penerapan prinsip tanggung jawab mutlak (strict liability) dalam rangka perlindungan konsumen. *Buletin Ilmiah Litbang Perdagangan*, 5(2), 177–195.
- Putri, A. P. R., Riadi, S., & Wijaya, N. (2025). Peran chatbot AI dalam mengotomatiskan layanan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional e-commerce. 6(1), 221–231.

- Putri, M. A., Fitria, A., & Asri, D. P. B. (2025). Perlindungan konsumen terhadap klausula baku dalam perjanjian pembiayaan kredit kendaraan bermotor. *Almufi Jurnal Sosial dan Humaniora*, 2(2), 221–231.
- Sahabuddin, S. (2014). Transaksi konvensional dengan transaksi e-commerce (Pendekatan komparatif). *Jurnal Lex Specialist*, 25–43.
- Tasya, A., Arindi, S. K., & Handayani, S. (2026). Peran hukum platform e-commerce dalam transaksi online. *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 3(1), 920–932.
- Widiadnyani, I. G. A., & Adnantara, K. F. (2026). Perlindungan konsumen di era chatbot dan AI: Pendekatan hukum bisnis digital. *Raad Kertha*, 9(1), 1–9.
- Widjaja, G. (2026). Regulasi AI dalam pasar modal digital: Tantangan hukum terhadap algoritma trading otomatis, manipulasi pasar, dan perlindungan investor ritel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(11), 376–391.
- Sihombing, P. L., & Sawitri, D. A. D. (2026). Perlindungan rahasia dagang dalam perspektif hukum perlindungan konsumen atas hak konsumen atas informasi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(3), 1–19.
- Media Konsumen. (2026, March 31). *Jawaban AI Shopee menyesatkan, pihak Shopee tidak tanggung jawab*. <https://mediakonsumen.com/2026/03/31/surat-pembaca/jawaban-ai-shopee-menyebabkan-pihak-shopee-tidak-tanggung-jawab>