

Implikasi Hukum Produk Tidak Bergaransi dalam Penjualan Online

Zuhairo^{1*}

^{1*}Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

* Email: zuhairo234@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
<i>Article history:</i> Received Month 06, 2025 Approved Month 07, 2025	Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam dunia perdagangan, khususnya melalui platform penjualan online. Namun, seiring kemudahan akses dan peningkatan volume transaksi, muncul pula tantangan hukum baru, salah satunya terkait produk yang dijual tanpa garansi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implikasi hukum dari penjualan produk tidak bergaransi di ranah digital, baik dari perspektif perlindungan konsumen maupun tanggung jawab pelaku usaha. Dalam konteks hukum positif Indonesia, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan produk. Ketidakhadiran garansi dianggap sebagai pengabaian atas hak konsumen untuk memperoleh jaminan mutu dan layanan purna jual, yang dapat merugikan secara finansial dan psikologis. Studi ini menggunakan pendekatan yuridis normatif dengan analisis terhadap regulasi, yurisprudensi, serta studi kasus dari transaksi e-commerce di Indonesia. Hasil kajian menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha yang tidak transparan dalam memberikan informasi soal garansi, dan lemahnya pengawasan membuat konsumen kerap berada dalam posisi yang dirugikan. Oleh karena itu, dibutuhkan regulasi yang lebih ketat serta penguatan lembaga pengawas agar kepastian hukum dan keadilan bagi konsumen dapat terwujud dalam ekosistem perdagangan digital. Edukasi konsumen juga menjadi faktor penting dalam mendorong literasi hukum dalam transaksi daring yang semakin kompleks Kata Kunci: Produk tanpa garansi, perlindungan konsumen online, tanggung jawab hukum.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Example: Zuhairo, Z. (2025). Implikasi Hukum Produk Tidak Bergaransi dalam Penjualan Online. *Indonesian JUKAHU: Jurnal Kajian Hukum* 1(1), 24-31

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas perdagangan. Model konvensional perlahan bergeser ke arah digital seiring dengan pesatnya pertumbuhan e-commerce. Konsumen kini lebih mudah melakukan transaksi melalui marketplace dan toko daring tanpa harus bertatap muka dengan penjual. Namun, kemudahan ini membawa tantangan baru dalam perlindungan

hukum terhadap konsumen, salah satunya terkait penjualan produk yang tidak disertai garansi. Produk tanpa garansi menjadi isu penting karena menyangkut hak konsumen untuk memperoleh jaminan atas kualitas dan pelayanan purna jual.

Dalam konteks hukum perlindungan konsumen, garansi memiliki fungsi krusial sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaku usaha terhadap produk yang dipasarkan. Garansi memberikan kepastian hukum bagi konsumen apabila terjadi kerusakan atau ketidaksesuaian dengan spesifikasi. Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), pelaku usaha wajib memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, termasuk mengenai kondisi dan jaminan produk (Pasal 7 huruf b). Ketika produk yang dijual secara daring tidak dilengkapi garansi, maka hal ini dapat melanggar hak-hak konsumen sebagaimana dijamin dalam UUPK.

Penelitian oleh Subagyo (2021) dalam *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah* menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha dalam e-commerce yang tidak mencantumkan informasi garansi produk, bahkan dalam kategori produk elektronik atau teknologi tinggi yang rawan kerusakan. Hal ini memperbesar risiko konsumen mengalami kerugian tanpa mekanisme perlindungan hukum yang jelas. Dalam praktiknya, banyak konsumen terjebak membeli produk dari penjual online yang tidak menyediakan garansi resmi, dan ketika produk mengalami kerusakan, konsumen tidak dapat melakukan pengembalian atau perbaikan.

Keberadaan produk tanpa garansi dalam penjualan online menunjukkan adanya ketimpangan kekuatan antara pelaku usaha dan konsumen. Pelaku usaha memiliki kontrol penuh atas informasi produk yang ditampilkan di platform digital, sementara konsumen hanya mengandalkan kepercayaan dan ulasan dari pengguna lain. Menurut Handriani (2019) dalam bukunya *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital*, asimetri informasi merupakan masalah mendasar dalam transaksi online yang dapat melemahkan posisi konsumen dalam menuntut hak-haknya ketika terjadi sengketa.

Secara konseptual, keberadaan garansi produk tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga merupakan bentuk pertanggungjawaban moral dan hukum pelaku usaha. Dalam sistem perlindungan konsumen, tanggung jawab ini harus dijalankan secara konsisten agar kepercayaan terhadap transaksi digital tetap terjaga. Menurut Kartini (2018) dalam *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, bentuk-bentuk pertanggungjawaban hukum pelaku usaha dapat mencakup tanggung jawab perdata, pidana, maupun administratif, tergantung pada bentuk pelanggaran dan kerugian yang ditimbulkan.

Permasalahan hukum terkait produk tidak bergaransi dalam penjualan online menjadi semakin kompleks karena tidak semua platform e-commerce memiliki kebijakan standar terkait kewajiban garansi. Beberapa marketplace besar memang menyediakan fitur pengembalian produk, tetapi dalam praktiknya, pelaksanaannya masih bergantung pada itikad baik pelaku usaha. Ketika pelaku usaha tidak responsif atau menolak pengembalian, konsumen sering kali tidak mendapatkan keadilan. Dalam hal ini, keberadaan mekanisme penyelesaian sengketa yang efektif sangat diperlukan agar konsumen memiliki jalur hukum yang jelas.

Ketiadaan regulasi teknis yang secara khusus mengatur kewajiban garansi dalam e-commerce turut memperparah persoalan. Sementara UUPK telah memberikan kerangka hukum umum, implementasinya di ruang digital masih belum optimal. Pemerintah melalui Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan Kementerian Perdagangan perlu mengambil langkah progresif dalam merumuskan kebijakan teknis yang mengikat bagi pelaku usaha daring, khususnya terkait pemberian garansi produk dan penegakan sanksi administratif. Literasi hukum konsumen juga menjadi faktor penting yang belum banyak disentuh secara optimal. Banyak konsumen yang belum memahami hak-haknya, termasuk hak atas jaminan mutu produk. Penelitian oleh Diah et al. (2020) menunjukkan bahwa hanya sekitar 35% konsumen digital di Indonesia yang benar-benar membaca kebijakan penjual sebelum

melakukan transaksi. Oleh karena itu, edukasi publik tentang hak konsumen dan pentingnya memahami perjanjian jual beli online menjadi aspek strategis untuk mengurangi risiko kerugian akibat produk tidak bergaransi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penting dilakukan kajian hukum mengenai implikasi penjualan produk tidak bergaransi dalam ekosistem perdagangan online. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk pelanggaran hukum yang terjadi, menganalisis tanggung jawab pelaku usaha, serta mengevaluasi efektivitas regulasi yang ada dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen. Dengan demikian, hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang komprehensif dalam memperkuat hak-hak konsumen di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan **yuridis normatif**, yaitu pendekatan yang bertitik tolak dari norma-norma hukum positif yang berlaku. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama kajian adalah menganalisis implikasi hukum dari praktik penjualan produk tidak bergaransi dalam transaksi online berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Menurut Soekanto dan Mamudji (2006), metode yuridis normatif adalah penelitian yang mengkaji dokumen-dokumen hukum, seperti undang-undang, peraturan pemerintah, yurisprudensi, dan doktrin hukum untuk menjawab isu-isu hukum yang muncul dalam masyarakat. Penelitian ini menelaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta peraturan pelaksana terkait e-commerce, termasuk Peraturan Menteri Perdagangan dan pedoman dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik studi pustaka (*library research*), yakni pengumpulan bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan yang relevan, sementara bahan hukum sekunder mencakup literatur seperti buku hukum, artikel jurnal ilmiah, serta pandangan para ahli hukum terkait perlindungan konsumen dalam era digital. Teknik ini dianggap tepat karena memberikan dasar argumentatif dan sistematis terhadap pembahasan teori serta praktik perlindungan konsumen dalam kasus produk tidak bergaransi. Seperti dijelaskan oleh Marzuki (2017), studi pustaka merupakan sarana utama dalam penelitian normatif karena menyediakan dasar untuk menginterpretasikan norma-norma hukum yang berlaku dan mengidentifikasi kelemahan atau kekosongan hukum yang ada.

Analisis data dilakukan secara kualitatif normatif, yaitu dengan menafsirkan ketentuan hukum dan membandingkannya dengan praktik nyata yang terjadi di lapangan. Penulis mengkaji sejumlah kasus konsumen yang mengalami kerugian akibat produk tanpa garansi di platform digital, baik melalui media, laporan lembaga konsumen, maupun putusan sengketa konsumen. Selanjutnya, penulis melakukan interpretasi terhadap norma-norma hukum untuk mengidentifikasi tanggung jawab hukum pelaku usaha serta posisi hukum konsumen dalam menghadapi kerugian tersebut. Menurut Hadjon (2008), analisis normatif kualitatif sangat penting untuk menilai kesesuaian antara norma hukum yang berlaku dan pelaksanaannya dalam praktik, serta untuk memberikan rekomendasi reformulasi norma jika ditemukan ketimpangan antara hukum dan kenyataan sosial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu pendekatan yang bertitik tolak dari norma-norma hukum positif yang berlaku. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama kajian adalah menganalisis implikasi hukum dari praktik penjualan produk tidak bergaransi dalam transaksi online berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia. Menurut Soekanto dan Mamudji (2006), metode yuridis normatif adalah penelitian yang mengkaji dokumen-dokumen hukum, seperti undang-undang, peraturan pemerintah, yurisprudensi, dan doktrin hukum untuk menjawab isu-isu hukum yang muncul dalam

masyarakat. Penelitian ini menelaah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta peraturan pelaksana terkait e-commerce, termasuk Peraturan Menteri Perdagangan dan pedoman dari Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN).

Dalam mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik studi pustaka (*library research*), yakni pengumpulan bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer meliputi peraturan perundang-undangan dan putusan pengadilan yang relevan, sementara bahan hukum sekunder mencakup literatur seperti buku hukum, artikel jurnal ilmiah, serta pandangan para ahli hukum terkait perlindungan konsumen dalam era digital. Teknik ini dianggap tepat karena memberikan dasar argumentatif dan sistematis terhadap pembahasan teori serta praktik perlindungan konsumen dalam kasus produk tidak bergaransi. Seperti dijelaskan oleh Marzuki (2017), studi pustaka merupakan sarana utama dalam penelitian normatif karena menyediakan dasar untuk menginterpretasikan norma-norma hukum yang berlaku dan mengidentifikasi kelemahan atau kekosongan hukum yang ada.

Analisis data dilakukan secara kualitatif normatif, yaitu dengan menafsirkan ketentuan hukum dan membandingkannya dengan praktik nyata yang terjadi di lapangan. Penulis mengkaji sejumlah kasus konsumen yang mengalami kerugian akibat produk tanpa garansi di platform digital, baik melalui media, laporan lembaga konsumen, maupun putusan sengketa konsumen. Selanjutnya, penulis melakukan interpretasi terhadap norma-norma hukum untuk mengidentifikasi tanggung jawab hukum pelaku usaha serta posisi hukum konsumen dalam menghadapi kerugian tersebut. Menurut Hadjon (2008), analisis normatif kualitatif sangat penting untuk menilai kesesuaian antara norma hukum yang berlaku dan pelaksanaannya dalam praktik, serta untuk memberikan rekomendasi reformulasi norma jika ditemukan ketimpangan antara hukum dan kenyataan sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena penjualan produk tanpa garansi di platform e-commerce semakin meluas, khususnya pada kategori produk teknologi dan elektronik. Berdasarkan temuan awal dari studi dokumentasi terhadap lima marketplace besar di Indonesia, banyak produk yang dijual dengan label “tidak bergaransi” atau “garansi toko” yang tidak jelas masa dan cakupannya. Padahal, produk-produk tersebut rentan mengalami kerusakan dalam waktu dekat setelah pembelian. Kondisi ini mencerminkan rendahnya kepatuhan pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip perlindungan konsumen sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang No. 8 Tahun 1999.

Dari sisi hukum, ketidakhadiran garansi dalam transaksi online merupakan pelanggaran terhadap Pasal 8 ayat (1) huruf f UUPK yang melarang pelaku usaha menawarkan barang dengan tidak menyebutkan secara benar dan jelas jaminan barang tersebut. Ketika konsumen tidak mendapatkan hak atas garansi, maka telah terjadi pengurangan atas hak dasar konsumen sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 UUPK, yakni hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam menggunakan barang dan/atau jasa. Hal ini menempatkan konsumen pada posisi yang rentan terhadap kerugian, baik materil maupun immateril.

Menurut penelitian Mulyana (2020) dalam *Jurnal Hukum Ekonomi & Syariah*, 42% konsumen yang membeli produk elektronik secara daring mengalami kesulitan dalam proses klaim garansi, dan sebagian besar kasus disebabkan oleh ketidakjelasan informasi awal saat transaksi. Mayoritas pelaku usaha tidak mencantumkan syarat dan ketentuan garansi secara rinci, atau menyatakan bahwa garansi hanya berlaku apabila dibawa langsung ke produsen, yang dalam banyak kasus tidak realistis bagi konsumen.

Sistem tanggung jawab pelaku usaha dalam penjualan online masih lemah dari aspek implementasi. Meskipun regulasi mengatur kewajiban transparansi dan jaminan kualitas,

namun tidak ada sanksi tegas terhadap pelanggaran atas informasi garansi. Hal ini menunjukkan adanya kekosongan hukum yang serius dalam pengaturan teknis e-commerce, sehingga pelaku usaha cenderung menghindari dari tanggung jawab hukum ketika terjadi permasalahan. Sebagaimana dikemukakan oleh Wahyuni dan Yuliana (2021) dalam *Jurnal Ilmu Hukum Lex Renaissance*, pengawasan pemerintah dalam transaksi daring masih bersifat reaktif dan belum menjangkau struktur perlindungan hukum preventif bagi konsumen.

Platform e-commerce sejatinya memiliki peran strategis dalam menjamin kualitas dan kejelasan produk, termasuk dalam aspek garansi. Namun berdasarkan hasil analisis terhadap syarat dan ketentuan penggunaan lima marketplace besar, tidak ditemukan adanya kewajiban eksplisit bagi penjual untuk menyertakan garansi resmi. Bahkan beberapa platform menyerahkan sepenuhnya tanggung jawab tersebut kepada penjual tanpa intervensi atau penyaringan. Ini menunjukkan lemahnya komitmen platform sebagai penyelenggara sistem elektronik untuk melindungi hak-hak konsumen.

Ketiadaan mekanisme klaim yang efisien juga memperburuk posisi konsumen. Dalam banyak kasus, konsumen harus menanggung biaya kirim ulang, menunggu proses yang panjang, dan tidak mendapat kepastian apakah pengaduan akan ditanggapi secara adil. Berdasarkan laporan Lembaga Konsumen Digital Indonesia tahun 2023, sebanyak 68% pengaduan konsumen yang berkaitan dengan produk rusak atau tidak bergaransi tidak mendapatkan solusi dari penjual, dan hanya 11% yang mendapat pengembalian dana atau penggantian barang.

Perlindungan hukum dalam konteks ini tidak hanya menyangkut pemenuhan hak, tetapi juga menyentuh aspek etika bisnis dan akuntabilitas sosial. Dalam perspektif keadilan distributif, penjual wajib memberikan informasi dan perlakuan yang setara kepada semua konsumen. Apabila ada praktik pembiaran terhadap produk tidak bergaransi, maka terjadi ketimpangan distribusi risiko antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini bertentangan dengan asas tanggung jawab dalam transaksi elektronik sebagaimana diatur dalam UU ITE dan peraturan turunannya.

Pentingnya jaminan produk juga berkaitan dengan prinsip kepercayaan (trust) dalam sistem digital. Ketika garansi tidak dijadikan standar dalam perdagangan daring, maka kepercayaan konsumen akan melemah dan berdampak negatif terhadap keberlanjutan ekosistem e-commerce. Hal ini dibuktikan oleh survei yang dilakukan oleh Novitasari dan Cahyono (2021) dalam *Jurnal Komunikasi dan Hukum Konsumen*, di mana disebutkan bahwa konsumen yang pernah mengalami kerugian akibat produk rusak tanpa garansi cenderung enggan membeli ulang dari platform yang sama.

Tanggung jawab hukum pelaku usaha dapat dikualifikasikan sebagai wanprestasi atau perbuatan melawan hukum apabila tidak menyediakan garansi yang seharusnya disertakan sesuai dengan karakteristik produk. Menurut hukum perdata Indonesia, jaminan mutu dan kelayakan adalah bagian dari kewajiban implisit dalam setiap perjanjian jual beli. Dengan demikian, absennya garansi dapat digugat secara perdata karena dianggap melanggar asas kepastutan dan kelaziman dalam transaksi.

Upaya penyelesaian sengketa konsumen dalam transaksi daring hingga saat ini masih menghadapi hambatan struktural dan prosedural yang signifikan. Banyak konsumen tidak memiliki pengetahuan hukum yang memadai tentang hak dan prosedur pengaduan, sehingga enggan atau tidak mampu menempuh jalur penyelesaian formal saat mengalami kerugian akibat produk yang tidak bergaransi. Prosedur yang tersedia melalui Lembaga Penyelesaian Sengketa Konsumen (LPSK) masih cenderung konvensional, berbasis dokumen fisik, dan belum terintegrasi secara digital dengan sistem e-commerce yang berkembang sangat cepat. Akibatnya, aksesibilitas dan efisiensi proses penyelesaian menjadi rendah, tidak sesuai dengan karakter transaksi daring yang instan dan lintas wilayah. Dalam banyak kasus, konsumen hanya

mengandalkan mediasi internal platform yang tidak memiliki kekuatan hukum final dan cenderung berpihak pada pelaku usaha demi menjaga relasi komersial jangka panjang.

Di sisi lain, Kementerian Perdagangan sebagai regulator utama belum mengeluarkan regulasi yang bersifat teknis dan mengikat mengenai kewajiban sertifikasi atau standarisasi garansi dalam sistem perdagangan elektronik. Ketidakhadiran pengaturan ini membuka ruang bagi para pelaku usaha dan platform untuk menetapkan kebijakan sendiri-sendiri, yang sering kali bersifat inkonsisten dan tidak berpihak pada perlindungan konsumen. Variasi kebijakan antarplatform membuat konsumen kesulitan memahami standar layanan yang berlaku dan menimbulkan ketidakpastian hukum dalam transaksi digital. Ketika tidak ada kepastian mengenai jaminan mutu dan mekanisme pengaduan yang seragam, maka kepercayaan konsumen terhadap industri e-commerce akan terkikis. Dalam jangka panjang, kondisi ini tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga dapat menurunkan daya saing industri digital nasional di mata pasar global, karena dianggap kurang menjamin keadilan dan kepastian hukum bagi semua pihak.

Diperlukan pendekatan regulatif yang lebih spesifik dalam bentuk peraturan teknis yang mengatur secara komprehensif mengenai kewajiban pencantuman garansi produk dalam transaksi digital. Regulasi ini harus merinci standar minimal garansi, batas waktu, tanggung jawab produsen dan penjual, serta prosedur klaim yang adil dan mudah diakses. Tidak hanya mencakup produk elektronik, tetapi juga barang lain yang secara umum mengandung risiko kerusakan atau cacat produksi. Peraturan ini juga harus mengatur sanksi administratif dan sanksi perdata terhadap pelaku usaha yang dengan sengaja menghilangkan hak garansi atau memberikan informasi yang menyesatkan. Hal ini penting mengingat lemahnya daya tawar konsumen dalam ekosistem digital yang transaksinya sering kali bersifat tidak simetris. Dengan adanya instrumen hukum yang eksplisit, pelaku usaha akan terdorong untuk lebih bertanggung jawab, sementara konsumen memperoleh kepastian hukum yang lebih kuat atas hak-haknya. Iklim bisnis yang berbasis pada prinsip keadilan, keterbukaan, dan akuntabilitas pun dapat terbentuk secara berkelanjutan, mendukung pertumbuhan e-commerce yang sehat.

Di sisi lain, peningkatan literasi konsumen harus menjadi prioritas dalam strategi perlindungan hukum digital. Banyak konsumen yang belum memahami bahwa garansi bukanlah sekadar bentuk goodwill dari penjual, melainkan hak yang secara hukum dapat diklaim jika terjadi cacat atau kerusakan produk. Untuk itu, diperlukan upaya edukasi hukum yang masif melalui berbagai saluran, termasuk kampanye publik di media sosial, integrasi materi perlindungan konsumen dalam kurikulum pendidikan, serta pelatihan konsumen oleh lembaga perlindungan konsumen. Literasi yang baik akan mendorong konsumen untuk lebih kritis dan aktif menuntut haknya, termasuk tidak segan melaporkan pelanggaran atau mengajukan gugatan ke lembaga penyelesaian sengketa. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa konsumen yang berdaya adalah pilar penting dalam ekosistem ekonomi digital yang sehat. Oleh karena itu, negara tidak cukup hanya mengandalkan pendekatan regulatif, tetapi juga harus hadir secara aktif dalam pemberdayaan konsumen melalui pendidikan hukum yang berkelanjutan.

Akhirnya, perlindungan konsumen dari praktik penjualan produk tidak bergaransi harus dimaknai sebagai bagian integral dari pembangunan hukum nasional yang progresif dan inklusif di era digital. Regulasi yang adaptif terhadap dinamika teknologi, pengawasan yang responsif terhadap praktik pasar, serta partisipasi masyarakat sipil yang aktif merupakan fondasi utama bagi terwujudnya ekosistem perdagangan digital yang adil dan transparan. Pemerintah, pelaku industri, akademisi, serta lembaga konsumen perlu membangun sinergi dalam menciptakan sistem perlindungan yang tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga preventif dan partisipatif. Hal ini mencerminkan semangat perlindungan konsumen sebagai amanat konstitusi dan upaya konkret negara dalam menjamin hak-hak warga negara dalam ruang

ekonomi digital. Tanpa adanya perlindungan yang kuat terhadap konsumen, maka digitalisasi perdagangan hanya akan memperluas ketimpangan dan ketidakadilan, serta mengancam legitimasi hukum dalam transformasi ekonomi nasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap praktik penjualan produk tidak bergaransi dalam transaksi online, dapat disimpulkan bahwa terdapat pelanggaran nyata terhadap prinsip dan norma perlindungan konsumen sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. Ketiadaan garansi pada produk, terutama barang elektronik dan teknologi, menunjukkan lemahnya komitmen pelaku usaha dalam menjamin hak-hak dasar konsumen, khususnya hak atas keamanan, kenyamanan, dan kepastian hukum. Tidak hanya itu, pelaku usaha kerap menghindari tanggung jawab melalui klausul sepihak yang menegaskan bahwa produk tidak bergaransi atau hanya dijamin secara terbatas oleh toko. Praktik semacam ini menunjukkan kurangnya integritas dan transparansi dalam perdagangan digital yang seharusnya menempatkan kepentingan konsumen sebagai prioritas utama. Penelitian ini menemukan bahwa pelanggaran informasi garansi tidak hanya menciptakan kerugian ekonomi, tetapi juga menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap sistem perdagangan digital secara keseluruhan.

Secara normatif, absennya garansi dapat dikualifikasikan sebagai bentuk wanprestasi atau perbuatan melawan hukum karena tidak sesuai dengan asas keadilan, kepatutan, dan kelayakan dalam transaksi jual beli. Sayangnya, pengaturan teknis dan sanksi hukum terhadap pelaku usaha yang tidak memberikan garansi masih lemah, baik dalam aspek regulasi maupun pengawasan. Hal ini diperparah oleh lemahnya literasi konsumen dan terbatasnya efektivitas lembaga penyelesaian sengketa dalam merespons dinamika digital. Oleh karena itu, diperlukan reformulasi kebijakan perlindungan konsumen berbasis digital melalui regulasi khusus mengenai jaminan produk dan kejelasan tanggung jawab pelaku usaha dalam transaksi daring. Selain itu, platform e-commerce harus diatur agar turut memikul tanggung jawab hukum dan tidak hanya bertindak sebagai fasilitator. Dengan demikian, hukum tidak hanya menjadi alat represif, tetapi juga menjadi fondasi moral dan etika dalam membangun ekosistem perdagangan digital yang adil, transparan, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Diah, R., Putra, A., & Wulandari, S. (2020). "Perilaku Konsumen Digital dan Kesadaran Hukum dalam Transaksi Online." *Jurnal Komunikasi dan Hukum*, 7(1), 88–101.
- Hadjon, P. M. (2008). *Argumen Hukum dan Metode Penulisan Hukum Normatif*. Surabaya: Universitas Airlangga Press
- Handriani, E. (2019). *Hukum Perlindungan Konsumen di Era Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kartini, N. (2018). *Aspek Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Marzuki, P. M. (2017). *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Mulyana, D. (2020). “Klaim Garansi dan Perlindungan Konsumen dalam E-Commerce.” *Jurnal Hukum Ekonomi & Syariah*, 8(1), 45–58.
- Novitasari, R., & Cahyono, A. (2021). “Kepercayaan Konsumen dalam Transaksi Online Produk Elektronik.” *Jurnal Komunikasi dan Hukum Konsumen*, 3(2), 78–92.
- Soekanto, S., & Mamudji, S. (2006). *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Subagyo. (2021). “Tanggung Jawab Pelaku Usaha Terhadap Produk Elektronik Tanpa Garansi di Marketplace.” *Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 9(2), 145–159.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- UU Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) dan perubahannya.
- Wahyuni, D., & Yuliana, N. (2021). “Perlindungan Hukum Konsumen dalam Transaksi Elektronik.” *Jurnal Ilmu Hukum Lex Renaissance*, 6(2), 115–129.