

**SENGKETA JUAL BELI: KETIKA PESANAN TIDAK SESUAI
HARAPAN (STUDI KASUS JUAL BELI MELALUI *E-COMMERCE* DI
KECAMATAN PADEMAWU PAMEKASAN)**

Latifatur Rahmah

Institut Agama Islam Negeri Madura
Email: latifaturrahmah0104@gmail.com

Abstrak

E-Commerce merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet. Maraknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di *E-Commerce* menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli online. penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan sumber data primer dan sumber sekunder. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun hasil penelitian yakni berbelanja menggunakan *E-Commerce* sangat memudahkan dan lebih praktis karena dapat berbelanja dimana saja, kapan saja tanpa harus pergi ke toko langsung. Selain itu, memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran. Tetapi dari itu semua pastinya ada tantangan yang dihadapi oleh konsumen saat berbelanja di *E-Commerce* yakni terkadang pesanan tidak sesuai yang diharapkan atau tidak sesuai dengan gambar. Ada beberapa peran yang penting untuk dilakukan. *Pertama*, Peran Penjual memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa barang yang dikirim sesuai. *Kedua*, Peran Platform *E-commerce* bertanggung jawab untuk menyediakan sistem yang mudah bagi pembeli untuk mengajukan komplain. *Ketiga*, Pentingnya Dokumentasi yang harus dilakukan oleh konsumen dalam Pengguna *E-commerce*.

Kata Kunci: Sengketa; E-Commerce; Jual Beli

Abstract

E-Commerce is a trade transaction contact between sellers and buyers using the internet media. So the process of ordering goods, payment transactions to delivery of goods is communicated via the internet. The rise of cases of goods not according to the pictures that occur in E-Commerce shows the weak position of consumers in online buying and selling. This research uses descriptive qualitative methods, with primary data sources and secondary sources. The collection techniques in this research are interviews, observations and documentation. The results of the study are shopping using E-Commerce is very easy and more practical because you can shop anywhere, anytime without having to go to the store directly. In addition, it provides convenience in the payment system. But of course there are challenges faced by consumers when shopping at E-Commerce, namely

sometimes orders are not as expected or do not match the image. There are several important roles to play. First, the Seller Role has the responsibility to ensure that the goods sent are appropriate. Second, the Role of the E-commerce Platform is responsible for providing an easy system for buyers to complain Third, the Importance of Documentation that must be done by consumers in E-commerce Users.

Keywords: Dispute, E-Commerce, buying and selling

A. Pendahuluan

Perkembangan zaman saat ini berkembang secara pesat, penjualan produk di internet menjadi lebih mudah hal ini saat memudahkan bagi penjual maupun pembeli untuk melakukan transaksi kapan pun dan dimana pun. Dengan kehadiran platform seperti shopee, tokopedia, tiktok, facebook dan Instagram memudahkan strategi dalam pemasaran. Fenomena berbelanja online saat ini sedang tren tetapi hal ini juga berdampak negatif karena tidak ada pertemuan antara penjual dan pembeli sehingga pembeli khawatir mereka akan menerima barang yang tidak sesuai dengan yang dipasarkan di *E-Commerce*.¹

E-Commerce merupakan suatu kontak transaksi perdagangan antara penjual dan pembeli dengan menggunakan media internet. Jadi proses pemesanan barang, pembayaran transaksi hingga pengiriman barang dikomunikasikan melalui internet. Dampak dari adanya internet sebagai hasil dari kemajuan perkembangan teknologi informasi bagi konsumen di satu sisi telah mengubah perilaku konsumen menjadi semakin kritis dan selektif dalam menuntukan produk.²

Penelitian yang dilakukan oleh *Pew Research Center* menyatakan bahwa saat ini pembeli tertarik melakukan transaksi melalui *E-Commerce* karena dengan mudah pembeli untuk mencari barang yang diinginkan, dapat membandingkan harga, pembayaran yang bisa dilakukan dengan mudah hanya dengan transfer atau dengan sistem *COD*, selain itu juga pembeli hanya menunggu barang datang tanpa harus keluar rumah. Hal ini menjadi menarik dan sangat diminati bagi pembeli saat ini baik perempuan maupun laki-laki.³

Meningkatnya minat masyarakat akan *E-commerce* disebabkan oleh kemajuan yang sangat signifikan dari internet teknologi pada sektor bisnis, khususnya pada bidang e-commerce. Hadirnya marketplace merupakan salah satu fase perkembangan *E-commerce*. Marketplace adalah tempat di mana dapat melakukan jual beli online. Sehingga transaksi dapat dilakukan tanpa mengharuskan penjual dan pembeli untuk saling bertatap muka secara langsung, marketplace membutuhkan media internet dan perangkat elektronik. Menurut data, lima toko online terbesar di Indonesia memiliki total 255 juta pengunjung

¹ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Di Era Global* (PT. Citra Aditya Bakti, 2016).

² Abdul Halim Bakatullah and Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005).

³ Mariam Darus Badrulzaman, *E-Commerce Tinjauan Dari Hukum Kontrak Indonesia* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001).

bulanan, dengan 93,4 juta pengunjung dimiliki oleh shopee, 86,1 juta pengunjung dimiliki oleh tokopedia.⁴

Kemajuan dalam perkembangan ini memberi dampak positif bagi penjual yakni memudahkan pemasaran produk sehingga dapat menghemat biaya, sedangkan untuk pembeli memudahkan dalam mencari barang dan tidak perlu keluar rumah. Sebaliknya karena kedua belah pihak secara fisik tidak bertemu maka kemungkinan terjadi bentuk-bentuk kecurangan atau kekeliruan menjadi perhatian utama yang perlu penanganan lebih besar. Adapun dampak negative dari *E-commerce* cenderung merugikan konsumen dalam hal yang berkaitan dengan produk yang dipesan tidak sesuai dengan produk yang ditawarkan. Selain itu juga hal-hal lainnya yang tidak sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.⁵

Perkembangan pesat *e-commerce* telah mengubah cara konsumen berbelanja, menawarkan kemudahan akses dan beragam pilihan produk. Namun, fenomena ini juga diiringi dengan munculnya berbagai sengketa, salah satunya adalah sengketa jual beli yang tidak sesuai dengan yang dipesan. Masalah ini sering kali timbul akibat perbedaan ekspektasi antara konsumen dan penjual, seperti produk yang diterima tidak sesuai dengan deskripsi, kualitas, atau spesifikasi yang dijanjikan.⁶

Dalam konteks ini, faktor-faktor seperti kurangnya regulasi yang jelas, praktik penipuan, serta komunikasi yang buruk antara pihak-pihak terlibat menjadi penyebab utama sengketa. Selain itu, tingginya tingkat persaingan di platform *e-commerce* mendorong beberapa penjual untuk mengedepankan strategi pemasaran yang agresif, meskipun terkadang mengabaikan aspek transparansi dan kejujuran.

Salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Pamekasan Provinsi Jawa Timur yakni Kecamatan Pademawu. Daerah ini terletak di Pulau Madura. Tidak dapat dipungkiri masyarakat di Kecamatan Pademawu, Pamekasan juga melakukan transaksi melalui *E-commerce*. Hal ini memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli. Tetapi dibalik kemudahan pastinya ada dampak negatif. Contoh dalam kasus yang sering terjadi saat berbelanja secara online. Kasus ini terjadi pada Ibu Suhai Ningsih salah satu masyarakat yang ada di Desa Tanjung Kecamatan Pademawu. Dimana Ibu Suhai Ningsih membeli barang secara online di *E-Commerce*, tetapi barang tersebut tidak sesuai yang dipesan dalam artian barang yang data tidak sesuai yang ditawarkan di etalese *E-Commerce*.

Maraknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di *E-Commerce* menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli online, meskipun demikian bukan berarti penjual bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi regulasi yang berlaku. Konsumen berhak untuk memperoleh informasi gambar

⁴ Masintosh Indriyani, 'Perlindungan Privasi Dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace Sistem', *Justitia Jurnal Hukum*, 1.2 (2017), 8.

⁵ Defitria Gultom and others, 'Dampak Positif Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia', *Jurnal Konstanta: Ekonomi Pembangunan*, 3.1 (2024), 108.

⁶ Alfia Utami and Muhammad Irwan Padli Nasution, 'Perkembangan Pasar Online (E-Commerce) Di Era Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen', *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1.2 (2023), 126–28.

yang jelas terkait barang yang akan dibeli. Pedagang pada *E-Commerce* harus mengetahui bagaimana tanggung jawab mereka dalam melakukan transaksi elektronik di *E-Commerce* sehingga tidak menimbulkan kerugian bagi konsumen.

Ketidakpuasan konsumen akibat sengketa ini tidak hanya merugikan pihak konsumen tetapi juga dapat berimplikasi pada reputasi penjual dan platform *E-Commerce* itu sendiri. Oleh karena itu penting untuk memahami aspek hukum, dan mekanisme penyelesaian sengketa dalam konteks jual beli *E-Commerce* agar dapat menciptakan belanja yang transparan, jujur serta adil.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan fokus penelitian bagaimana kondisi *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan serta Bagaimana Prosedur penyelesaian sengketa jual beli antara konsumen dan penjual yang terjadi akibat barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan dalam transaksi di *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan.

B. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan sumber data primer yang dihasilkan dari beberapa informan seperti pelaku usaha dan konsumen yang berbelanja di *E-Commerce* dan untuk sumber sekunder di dapatkan dari jurnal, buku, situs web mengenai jual beli di E-Commerce.⁷ Lokasi penelitian ini di lakukan di Kecamatan Pademawu Pamekasan. Teknik pengumpulan dalam penelitian ini dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam menyeleksi responden atau informan peneliti menggunakan Teknik purposive sampling dengan kriteria informan yang menjalankan E-Commerce sebagai aplikasi untuk berbelanja dan memiliki usaha dan bersedia memberikan informasi yang lengkap. Dalam penelitian ini menggunakan tahapan analisis data deskriptif. Tahap ini digunakan untuk menganalisis fokus permasalahan nomor 1 dan 2 yakni Kondisi E-Commerce di Kecamatan Pademawu serta Prosedur penyelesaian sengketa ketika jual beli di E-Commerce tidak sesuai harapan. Maka tahapan atau langkah-langkah analisis data dalam pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah Reduksi data, penyajian data serta kesimpulan/verifikasi.⁸

C. Hasil dan Pembahasan

1. Kondisi *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu Pamekasan

Kecamatan Pademawu merupakan salah satu Kecamatan yang ada di Kabupaten Pamekasan Jawa Timur. Kecamatan Pademawu memiliki ciri khas dimana daerah ini memiliki kuliner yang khas yakni campur lorjuk, ikan teri krispi, selain itu juga dikenal memiliki objek wisata yang indah. Tidak hanya memiliki ciri khas dalam dunia kuliner dan objek wisata. Masyarakat Kecamatan Pademawu Pamekasan mengalami perkembangan teknologi dan internet. Tidak dapat di pungkiri dengan berkembangnya teknologi dapat memudahkan masyarakat salah satunya dengan Jual beli di *E-Commerce*. Salah satu bukti

⁷ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data: Analysis A Methods Sourcebooks* (United States of America: SAGE, 2014).

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014).

dengan memanfaatkan teknologi dan internet dengan baik yakni dengan adanya *E-Commerce*. Berikut ini akan menyajikan kondisi *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu Pamekasan dari berbagai aspek yakni Akses Internet, Pemahaman Teknologi, kepercayaan terhadap platform, Metode Pembayaran serta Frekuensi Belanja Online.

Tabel 1.1 Menunjukkan Kondisi masyarakat Kecamatan Pademawu Pamekasan yang mempraktekan untuk berbelanja di *E-Commerce*.

No	Aspek	Kondisi Masyarakat Kecamatan Pademawu dalam menggunakan <i>E-Commerce</i>
1.	Akses Internet	Hampir sebagian besar masyarakat di Kecamatan Pademawu memiliki akses internet. Namun memiliki kekurangan yakni kualitas jaringan yang kurang stabil.
2.	Pemahaman Teknologi	Masyarakat Pademawu banyak yang sudah mengenal dengan <i>E-Commerce</i> terutama generasi Gen-Z, namun ada juga sebagian yang masih awam terutama pada generasi yang lebih tua.
3.	Kepercayaan terhadap platform	Tingkat Kepercayaan terhadap Platform <i>E-Commerce</i> lumayan tinggi. Namun ada beberapa yang masih ada rasa khawatir dan takut terkait keamanan transaksi dan kualitas barang yang tidak sesuai harapan.
4.	Metode Pembayaran	Masyarakat di Pademawu lebih memilih menggunakan sistem COD atau <i>Cash on Delivery</i> hal ini lebih mudah dan praktis, tetapi ada juga sebagian yang melakukan pembayaran melalui transfer bank.
5.	Frekuensi Berbelanja	5 tahun terakhir belanja online masyarakat yang ada di Kecamatan Pademawu mengalami peningkatan terutama pada saat momen tertentu seperti diskon besar dan perayaan hari besar seperti Idul Fitri.

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa kondisi penggunaan *E-Commerce* pada masyarakat di kecamatan Pademawu memiliki kelebihan dan kekurangan. Tabel tersebut memberikan gambaran umum tentang kondisi *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu, Pamekasan. data ini diperoleh dari hasil pengamatan dengan wawancara, observasi lebih lanjut di lapangan.

Berikut Hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis kepada salah satu masyarakat yang ada di Desa Tanjung, Kecamatan Pademawu, Pamekasan yakni Marwah Arisma Dewi generasi Gen-Z yang memiliki usaha bisnis di *E-Commerce* menyatakan bahwa:

“Saya memiliki usaha di *E-Commerce* dengan menjual produk makanan seperti basreng mentah, dll. Usaha ini masih berjalan sampai saat ini.

Awalnya saya terjun dalam bisnis di *E-Commerce* karena permintaan dari konsumen karena sebelum saya berjualan online saya sudah berjualan selama 4 tahun di offline store. Saya menerima saran dari konsumen saya untuk berjualan online di *E-Commerce* karena dapat memudahkan konsumen yang ingin membeli. Selain itu saya ingin memanfaatkan teknologi dengan baik. Hal ini dapat memudahkan saya dan konsumen dalam berbelanja. Namun hal ini memiliki tantangan yakni terbatasnya jaringan internet yang cepat dan stabil”. (Wawancara Langsung kepada Marwah Arisma Dewi, Pada Tanggal 2 November 2024, Pukul 12.20).

Hal serupa juga dikatakan oleh Muhaimidah yang menyatakan bahwa: “Di Kecamatan Pademawu memiliki tantangan selain dari akses internet juga dalam pengiriman barang yang juga terkendala karena jarak dan waktu pengiriman yang beban biaya ditanggung oleh konsumen dan penjual. Saya berharap pemerintah bisa mendukung dengan memberikan pelatihan tentang digitalisasi bagi masyarakat”. (Wawancara Langsung kepada Muhaimidah, Pada Tanggal 1 November 2024, Pukul 10.20).

Dari beberapa wawancara yang di atas dapat disimpulkan bahwasannya bagi pelaku usaha yang memiliki usaha di *E-Commerce* memiliki tantangan tersendiri yakni dalam akses internet selain itu juga dalam pengiriman. Dan pelaku usaha berharap agar pemerintah mendukung penuh masyarakat yang memiliki usaha di *E-Commerce* yakni dengan memberikan pelatihan khusus tentang digitalisasi. Hal ini dapat memberikan ilmu dan pengalaman kepada pelaku usaha.

Berikut hasil wawancara kepada masyarakat di Kecamatan Pademawu, Pamekasan yang melakukan transaksi berbelanja di *E-Commerce* yakni Bapak Aliman berusia 47 tahun yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya dengan adanya *E-Commerce* ini dapat memudahkan saya untuk berbelanja dan mencari kebutuhan barang yang ingin saya beli. Serta dapat mencocokkan harga antara toko sangat mudah. Dan dalam metode pembayarannya juga sangat mudah yakni dengan sistem COD. Tetapi ada tantangan terutama kalau produk yang datang tidak sesuai harapan hal ini membuat rasa khawatir dan takut. Tapi itu merupakan salah satu resiko dalam berbeanja online. Tetapi sejauh ini *E-Commerce* memberikan dampak yang positif buat saya”. (Wawancara Langsung kepada Aliman, Pada Tanggal 2 November 2024, Pukul 13.20).

Hal serupa juga disampaikan oleh Nurhasanah berusia 38 tahun yang berbelanja di Aplikasi *E-Commerce* menyatakan bahwa:

“Saya biasanya berbelanja secara online hamper tiap hari apalagi kalau ada event promo. Kebanyakan yang saya beli adalah kebutuhan sehari-hari seperti pakaian, perlengkapan rumah tangga. Saya memilih berbelanja di *E-Commerce* karena lebih mudan atau praktis dan pilihan produknya yang banyak. Selain itu saya merasa nyaman karena dapat berbelanja kapan saja, dimana saja tanpa harus pergi ke toko. Selain itu juga banya promo dan diskon yang saya dapatkan di *E-Commerce* serta variasi produk yang banyak serta dengan mudah dapat menemukan produk yang dibutuhkan.

Untuk metode pembayaran biasanya saya memilih COD namun ada beberapa todo yang tidak bisa COD sehingga saya menggunakan transaksi bank. Sampai saat ini barang yang datang ada sebagian yang tidak sesuai pesanan tetapi lebih banyak yang sesuai pesanan atau sesuai dengan gambar”. (Wawancara Langsung kepada Nurhasanah, Pada Tanggal 2 November 2024, Pukul 16.30).

Hal ini juga di dukung oleh Sila Rahma berusia 23 tahun yang berbelanja di Aplikasi *E-Commerce* menyatakan bahwa:

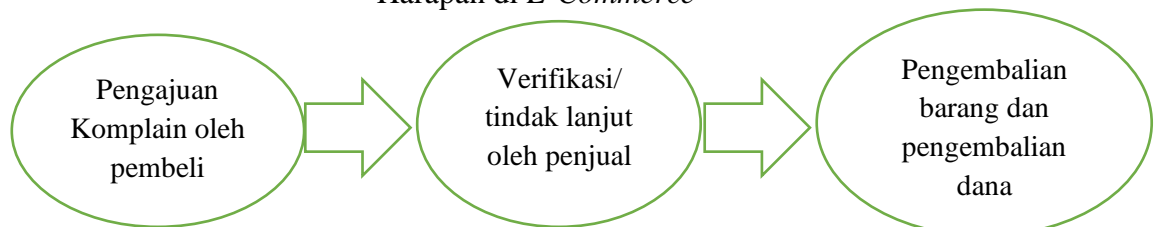
“Saya berbelanja online di *E-Commerce* sejak tahun 2020 pada saat awal pandemic. Sejak saat itu saya lebih sering memilih *E-Commerce* daripada pergi toko langsung. Biasanya saya membeli barang-barang yang dibutuhkan seperti kosmetik dan pakaian sehari-hari. Alasan yang memilih untuk berbelanja di *E-Commerce* karena lebih praktis dan mudah dan bisa berbelanja dari rumah tanpa harus keluar dan menghabiskan waktu. Untuk sistem pembayaran biasanya saya lebih suka menggunakan sistem COD tetapi adakalanya menggunakan transaksi bank. Tetapi tidak dapat dipungkiri berbelanja online pastinya ada resiko salah satunya pesanan yang tidak sesuai dengan harapan selain itu juga kuaifikasi bahan yang datang tidak sesuai dengan etalese.” (Wawancara Langsung kepada Sila Rahma, Pada Tanggal 2 November 2024, Pukul 14.16).

Dari hasil wawancara yang dilakukan ke beberapa informan sebagai konsumen yang berbelanja menggunakan *E-Commerce*. dapat disimpulkan bahwasannya berbelanja menggunakan *E-Commerce* sangat memudahkan dan lebih praktis karena dapat berbelanja dimana saja, kapan saja tanpa harus pergi ke toko langsung. Selain itu, memberikan kemudahan dalam sistem pembayaran dimana masyarakat di Kecamatan Pademawu Pamekasan lebih menyukai menggunakan sistem COD tetapi ada beberapa toko yang tidak mengaktifkan sistem COD hal ini membuat konsumen harus menggunakan metode transaksi melalui bank. Tetapi dari itu semua pastinya ada kelemahan atau tantangan yang dihadapi oleh konsumen saat berbelanja di *E-Commerce* yakni terkadang pesanan tidak sesuai yang diharapkan atau tidak sesuai dengan gambar. Selain itu juga kualifikasi produk yang dicantumkan dalam etalase terkadang tidak sesuai dengan barang yang datang. Hal ini tentu menjadi resiko yang ditanggung oleh konsumen.

2. Prosedur penyelesaian sengketa jual beli antara konsumen dan penjual yang terjadi akibat barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan dalam transaksi di *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan.

Dalam *E-Commerce* seringkali terjadi masalah terkait pesanan yang tidak sesuai harapan konsumen, baik dari segi kualitas barang, spesifikasi, jumlah atau kesalahan pengiriman. Tentu hal ini dapat merugikan konsumen. Proses penyelesaian sengketa jual beli di *E-Commerce* ini bisa diuraikan dalam beberapa tahap dan dapat dilihat dari perspektif hukum dan prosedural sebagai berikut:

Gambar 1.1 Tahapan Pengajuan Pengembalian Barang Yang Tidak Sesuai Harapan di *E-Commerce*



Berikut penjelasan dari gambar di atas da beberapa tahapan konsumen yang ingin melakukan pengajuan pengembalian barang yang tidak sesuai: *Pertama*, Pengajuan Komplain Oleh Pembeli yakni konsumen yang merasa pesanan tidak sesuai dengan yang diharapkan, dapat mengajukan complain ke pihak penjual atau platfrom *E-Commerce* tempat transaksi dilakukan. Dimana pembeli harus menyertakan bukti yang jelas tentang ketidaksuaian barang yang diterima, seperti foto atau video. *Kedua*, Verifikasasi/Tindak Lanjut oleh penjual, dalam hal pengembalian barang: jika pembeli memilih untum mengembalikan barang, biasanya pihak *E-Commerce* akan memfasilitasi proses pengembalian dengan biaya pengiriman yang ditanggung oleh penjual atau pihak *E-Commerce* tergantung kebijakan masing-masing platfrom. Setelah barang dikembalikan, *E-Commerce* akan memproses pengembalian dana ke pembeli. Jika produk diganti, pembeli akan menerima produk yang baru.

Hal tersebut disampaikan dari hasil wawancara kepada Marwah Arisma Dewi yang menyatakan:

“Misal terjadi permasalahan seperti barang yang datang tidak sesuai harapan maka konsumen berhak untuk menyampaikan complain untuk melakukan pengembalian barang. Tahapan-tahapan untuk melakukan pengembalian barang yakni harus mengikuti prosedur dari E-Commerce. yakni dengan pengajuan complain kemudian verifikasi atau tindak lanjut dan terakhir proses pengembalian dana. Dan konsumen harus mengikutin prosedur ini jika ingin melakukan pengembalian barang”. (Wawancara Langsung kepada Marwah Arisma Dewi, Pada Tanggal 4 November 2024, Pukul 15.56).

Selain itu, juga disampaikan oleh Muhaimidah berikut hasil wawancaranya:

“Jika terjadi ketidaksesuaian barang terhadap toko online saya. Maka pembeli harus melakukan komplain serta mengajukan pengembalian barang. Untuk hal ini konsumen harus mengikutin prosedur yang ada di E-Commerce yakni pertama, konsumen harus melakukan komplain, kedua, proses verivikasi/tindak lanjut. Ketiga, ketika sudah disetujui oleh pihak toko maka akan dilakuakn proses pengembalian barang”. (Wawancara Langsung kepada Muhaimidah, Pada Tanggal 4 November 2024, Pukul 16.35).

Penyelesaian melalui mekanisme penyelesaian sengketa yakni jika perselisihan antara penjual dan pembeli tidak dapat diselesaikan, ada beberapa platfrom *E-Commerce* yang menyediakan layanan mediasi atau penyelesaian sengketa yang dapat digunakan oleh kedua belak pihak untuk mencapai solusi yang lebih adil. Jika sengketa tidak terselesaikan dengan baik, pembeli atau penjual dapat membawa masalah ini ke jalur hukum sesuai dengan ketentuan yang berlaku, misalnya melalui lembaga perlindungan konsumen atau pengadilan.⁹

⁹ Andi Masyarah and Fandi Iskandar Sopang, ‘Penyelesaian Sengketa Transaksi Bisnis Di Era Digital Secara Online’, *Jurnal Bisnis Net*, 7.1 (2024), 159–62.

Jika ditinjau dari Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan pada Pasal 65 Ayat (1) menjelaskan bahwa Setiap Pelaku Usaha yang memperdagangkan Barang dan/atau Jasa dengan menggunakan sistem elektronik wajib menyediakan data atau informasi secara lengkap dan benar. Selanjutnya Pasal 65 Ayat (2) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dijelaskan bahwa pelaku usaha dilarang memperdagangkan barang dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan data atau informasi yang diberikan.¹⁰

Dalam berbelanja di *E-Commerce* ada beberapa peran yang penting untuk dilakukan. *Pertama*, Peran Penjual memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa barang yang dikirim sesuai dengan yang dijanjikan di halaman produk. Ketidaksesuaian produk dengan deskripsi bisa merusak reputasi penjual, terutama jika kejadian ini berulang. *Kedua*, Peran Platform *E-commerce* bertanggung jawab untuk menyediakan sistem yang mudah bagi pembeli untuk mengajukan komplain dan memperoleh solusi yang cepat dan efisien. Selain itu, platform juga wajib melindungi kepentingan kedua pihak agar tidak terjadi kecurangan atau ketidakadilan. *Ketiga*, Pentingnya Dokumentasi yang harus dilakukan oleh konsumen dalam Pengguna *E-commerce* disarankan untuk selalu mendokumentasikan bukti-bukti pembelian dan barang yang diterima, baik melalui foto, video, atau dokumen lain yang relevan. Ini akan memudahkan proses klaim jika terjadi sengketa.

Penyelesaian sengketa jual beli di *E-commerce* terkait pesanan yang tidak sesuai dengan harapan biasanya melalui proses mediasi dan pengembalian barang atau dana. Konsumen dan penjual harus mematuhi kebijakan yang ditetapkan oleh platform *E-Commerce* untuk menyelesaikan masalah ini secara adil. Kebijakan yang jelas dan prosedur yang transparan sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan kelancaran transaksi di platform *E-commerce*.

D. Penutup

Maraknya kasus barang tidak sesuai gambar yang terjadi di *E-Commerce* menunjukkan lemahnya kedudukan konsumen dalam jual beli online, meskipun demikian bukan berarti penjual bebas menjual barang mereka tanpa mematuhi regulasi yang berlaku. Konsumen berhak untuk memperoleh informasi gambar yang jelas terkait barang yang akan dibeli. Ketidakpuasan konsumen akibat sengketa ini tidak hanya merugikan pihak konsumen tetapi juga dapat berimplikasi pada reputasi penjual dan platform *E-Commerce* itu sendiri.

Masyarakat Kecamatan Pademawu Pamekasan mengalami perkembangan teknologi dan internet. Tidak dapat di pungkiri dengan berkembangnya teknologi dapat memudahkan masyarakat salah satunya dengan Jual beli di *E-Commerce*. Salah satu bukti dengan memanfaatkan teknologi dan internet dengan baik yakni dengan adanya *E-Commerce*. Berikut ini akan menyajikan kondisi *E-Commerce* di Kecamatan Pademawu Pamekasan dari berbagai aspek yakni Akses Internet, Pemahaman Teknologi, kepercayaan terhadap platform, Metode Pembayaran serta Frekuensi Belanja Online.

¹⁰ Sulasi Rongiyati, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektronik', *Negara Hukum*, 10.1 (2019), 3–4.

Ada beberapa peran yang penting untuk dilakukan. *Pertama*, Peran Penjual memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa barang yang dikirim sesuai dengan yang dijanjikan di halaman produk. Ketidaksesuaian produk dengan deskripsi bisa merusak reputasi penjual, terutama jika kejadian ini berulang. *Kedua*, Peran Platform *E-commerce* bertanggung jawab untuk menyediakan sistem yang mudah bagi pembeli untuk mengajukan komplain dan memperoleh solusi yang cepat dan efisien. Selain itu, platform juga wajib melindungi kepentingan kedua pihak agar tidak terjadi kecurangan atau ketidakadilan. *Ketiga*, Pentingnya Dokumentasi yang harus dilakukan oleh konsumen dalam Pengguna *E-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Badruzaman, Mariam Darus, *E-Commerce Tinjauan Dari Hukum Kontrak Indonesia* (Jakarta: Citra Aditya Bakti, 2001)
- Bakatullah, Abdul Halim, and Teguh Prasetyo, *Bisnis E-Commerce: Studi Sistem Keamanan Dan Hukum Di Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2005)
- Fuady, Munir, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Di Era Global* (PT. Citra Aditya Bakti, 2016)
- Gultom, Defitria, Gabriel Stefanus Pangapul Hutabarat, Muhamad Dirgantara, Angga Pratama, and Ayuning Hidayah, 'Dampak Positif Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia', *Jurnal Konstanta: Ekonomi Pembangunan*, 3.1 (2024), 108
- Indriyani, Masintoh, 'Perlindungan Privasi Dan Data Pribadi Konsumen Daring Pada Online Marketplace Sistem', *Justitia Jurnal Hukum*, 1.2 (2017), 8
- Masyarah, Andi, and Fandi Iskandar Sopang, 'Penyelesaian Sengketa Transaksi Bisnis Di Era Digital Secara Online', *Jurnal Bisnis Net*, 7.1 (2024), 159–62
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, and Johnny Saldana, *Qualitative Data: Analysis A Methods Sourcebooks* (United States of America: SAGE, 2014)
- Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014)
- Rongiyati, Sulasi, 'Perlindungan Konsumen Dalam Transaksi Dagang Melalui Sistem Elektroni', *Negara Hukum*, 10.1 (2019), 3–4
- Utami, Alfia, and Muhammad Irwan Padli Nasution, 'Perkembangan Pasar Online (E-Commerce) Di Era Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Kepercayaan Konsumen', *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 1.2 (2023), 126–28