Jurnal Mahasiswa
Vol.7, No.2 Juni 2025
e-ISSN: 2962-2891; p-ISSN: 2962-2883, Hal 1-11
DOI 10.51903/jurnalmahasiswa.v7i2.1065

Negosiasi Sebagai Alternatif Penyelesaian Sengketa Perkara Konsumen: Studi Kasus Terhadap Korban Online Shop

Fatimatuz Zehroh[1], Elli Triana[2], Imroatul Azizah[3]

[1]Universitas Islam Negeri Madura
[2]Universitas Islam Negeri Madura
[3]Universitas Islam Negeri Madura

Alamat: Jl. Raya Panglegur Km 04 Pamekasan, Jawa Timur.
Korespondensi penulis: fatimatuszehroh055@gmail.com

Abstract. *Negotiation is the most common way of resolving disputes, including in everyday life, such as bargaining over prices in the buying and selling process. In essence, negotiation is a communication process between two or more parties who have different interests, and aims to reach a mutual agreement. Negotiation can not only be done in real life (meeting) but, negotiation can also be done online, especially in online buying and selling. Online buying and selling is a technological breakthrough that helps people to buy goods without coming to a place/store. So that it can make it easier for consumers to buy goods/services. This study aims to examine the extent to which negotiation can resolve consumer cases online. The method used is descriptive qualitative with primary data obtained from interviews while secondary data is obtained by reviewing books and journals. The approach used is a case study approach. The results of the study show that negotiation is quite effective in resolving online-based consumer cases although not 100% because there are several obstacles that hinder the negotiation process, namely slow response/non-response of business actors, difficult return process. So that to achieve fast negotiation requires activeness and good faith from each party.*

Keywords: *Negotiation, Consumer, Online Shop, Dispute Resolution*

Abstrak. Negosiasi merupakan cara penyelesaian sengketa yang paling umum di gunakan, termasuk dalam kehidupan sehari-hari, seperti halnya tawar menawar harga dalam proses jual beli. Intinya negosiasi adalah proses komunikasi antara dua pihak atau lebih yang memiliki kepentingan berbeda, dan bertujuan untuk mencapai sebuah kesepakatan bersama. Negosiasi tidak hanya dapat dilakukan secara nyata (bertemu) namun, negosiasi dapat juga dilakukan secara online khususnya dalam masalah jual beli online. Jual beli online merupakan terobosan teknologi yang membantu masyarakat untuk membeli barang tanpa datang ke tempat/toko. Sehingga dapat mempermudah konsumen untuk membeli suatu barang/jasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana negosiasi dapat menyelesaikan perkara konsumen via online. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan data primer diperoleh dari wawancara sedangkan data sekunder diperoleh dengan mengkaji buku dan jurnal. Adapun pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Hasil kajian menunjukkan bahwa negosiasi cukup efektif dalam menyelesaikan kasus konsumen berbasis online meskipun tidak 100% karena terdapat beberapa kendala yang menghambat proses negosiasi yakni slow respon/ tidak meresponnya pelaku usaha, proses retunr yang sulit. Sehingga untuk mencapai negosiasi yang cepat dibutuhkan keaktifan serta itikad baik dari masing-masing pihak.

Kata kunci: Negosiasi, Konsumen, Online Shop, Penyelesaian Sengketa

Received: 18 May 2025; Accepted: 24 May 2025; Online Available: 04 June 2025; Published: 03 June 2025;
*Corresponding author, fatimatuszehroh055@gmail.com

PENDAHULUAN

Konsumen merupakan pengguna terakhir dari barang/jasa yang di beli. Jual beli pada zaman sekarang dapat dilakukan secara online. Pembelian secara online menjadi terobosan terbaru dalam bidang elektronik yang memudahkan masyarakat untuk membeli barang tanpa datang langsung ke toko. Maraknya jual beli online tidak hanya menguntungkan pembeli melainkan penjual memperoleh banyak keuntungan dalam menjual berbagai produknya. Jual beli online dihiasi dengan berbagai macam diskon atau promo yang menggiurkan. Sehingga masyarakat kini beralih menggunakan online shop untuk membeli barang keperluan sehari-hari. (Jefri Putri Nugraha, 2021)

Namun, di balik kemudahan dan kepraktisan tersebut, praktik jual beli online juga menyimpan berbagai risiko dan potensi sengketa. Masalah-masalah seperti barang tidak sesuai dengan deskripsi, barang rusak atau cacat, keterlambatan pengiriman, ketidakterbukaan informasi penjual, hingga tindakan penipuan oleh pelaku usaha sering kali dialami oleh konsumen. Dalam banyak kasus, konsumen merasa dirugikan, namun tidak mengetahui atau tidak mampu menempuh jalur hukum untuk mendapatkan perlindungan dan pemulihan hak. Hal ini menunjukkan bahwa dinamika sengketa konsumen di ranah online semakin kompleks dan membutuhkan pendekatan penyelesaian yang efektif dan efisien.

Penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi cenderung memakan waktu lama, biaya tinggi, dan bersifat formalistik, sehingga tidak semua konsumen bersedia atau mampu untuk menempuhnya. Oleh karena itu, alternatif penyelesaian sengketa muncul sebagai solusi yang lebih cepat, murah, dan fleksibel dalam menyelesaikan konflik antara konsumen dan pelaku usaha. Di Indonesia, keberadaan mekanisme ADR dalam penyelesaian sengketa konsumen telah diakomodasi dalam berbagai peraturan perundang-undangan, salah satunya melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Dengan mempertimbangkan berbagai permasalahan tersebut, penting untuk dilakukan kajian lebih mendalam mengenai efektivitas alternatif penyelesaian sengketa terhadap perkara konsumen, khususnya yang berkaitan dengan korban online shop. Studi ini tidak hanya akan menggambarkan sejauh mana ADR mampu melindungi kepentingan konsumen secara praktis, tetapi juga menganalisis alternatif penyelesaian sengketa yang mana paling efektif untuk menyelesaikan perkara konsumen.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada persepsi terhadap suatu fenomena.[i]Penelitian kualitatif ini tidak menggunakan perhitungan angka, melainkan lebih ditekankan pada data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara peneliti dengan narasumber yang kemudian dituki. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang memaparkan subjek penelitian berdasarkan pertanyaan. (Sahir, 2021)

Data yang digunakan dalam penelitian berupa data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan konsumen. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui buku dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian peneliti. Proses pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam, yaitu melakukan komunikasi langsung dengan subjek atau informan. Tujuan dari teknik ini untuk memperoleh informasi yang lengkap dan komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian (Daymont,2008). Kemudian data yang diperoleh disusun secara sistematis dan dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang jelas mengenai permasalahan konsumen korban online shop. (Kristiono, 2015)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Praktik Negosiasi dalam Penyelesaian Perkara Konsumen Online Shop

Menurut wicipto setiadi ada beberapa pengertian mengenai alternatif penyelesaian sengketa, di antaranya:

1. Alternatif penyelesaian sengketa adalah, sebuah mekanisme penyelesaian sebuah sengketa di luar pengadilan, dalam konteks ini penyelesaian sengketa bisa di atasi melalui, arbitrase, mediasi, negosiasi, dan konsiliasi.
2. Alternatif penyelesaian sengketa merupakan sebuah forum penyelesaian sengketa di luar pengadilan dan arbirtrase, sedangkan dalam forum pengadilan atau arbitrase, pihak ketiga (hakim atau arbirter) mempunyai kewenangan untuk memutus sengketa. Alternatif Penyelesaian Sengketa di sini hanya terbatas pada teknik penyelesaian sengketa yang bersifat kooperatif, misalnya seperti negosiasi, mediasi, dan konsiliasi, serta teknik-teknik penyelesaian sengketa kooperatif lainnya.

3. Alternatif Penyelesaian Sengketa merup seluruh penyelesaian sengketa yang tidak melalui proses pengadilan tetapi juga tidak terbatas pada arbitrase, negosiasi, dan sebagainya. (Sari, 2024)

Alternatif penyelesaian sengketa merupakan praktik yang dilakukan di luar pengadilan/ non litigasi. Dalam implementasinya, alternatif penyelesaian sengketa bermacam-macam yakni mediasi, konsiliasi, negosiasi dan arbitrase. Dalam penelitian ini penulis akan berfokus terhadap penggunaan alternatif penyelesaian sengeketa negosiasi dalam penyelesaian perkara konsumen online shop. Negosiasi menjadi pilihan yang fleksibel dalam menyelesaikan masalah konsumen terutama dalam jual beli online shop. Negosiasi dapat mempermudah pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan kesepakatan. Karena praktik jual beli secara online merupakan praktik yang dilakukan tidak secara nyara artinya jual beli hanya dilakukan di dunia maya. Dengan demikian negosiasi menjadi solusi apabila terdapat kesalahan tehadap produk yang dibeli oleh konsumen.

Negosiasi sangat cocok digunakan untuk perkara-perkara yang tidak terlalu rumit. Namun keberhasilan negosiasi bergantung pada kesediaan kedua belah pihak untuk berkomunikasi dengan terbuka dan jujur demi mencari solusi yang menguntungkan bersama (win-win solution).

Hasil negosiasi kemudian dituangkan dalam sebuh bentuk perjanjian tertulis dan bersifat mengikat. Perjanjian ini harus di daftarkan ke pengadilan negeri paling lambat 30 hari setelah di tandatangani sesuai dengan ketentuan UU No.30 Tahun 1999. Jika ada penundaan dalam pelaksanaan kesepakatan, hal ini dapat menimbulkan kesalahpahaman yang bisa merusak hasil yang telah di sepakati. (Winata, 2012)

Seperti permasalahan dalam kasus penipuan belanja online yang dialami oleh saudari Hasanah beliau menjelaskan:

> “Saya tergiur dengan barang yang di promosikan lewat instagram, yaitu baju trifting seharga 100 ribu per 10 item. Maka saya langsung meng-contact owner via whatshapp yang tertera di Instagram. Namun, saya bodoh kala itu yaitu tidak merasa curiga ketika uang disuruh transfer sebelum ada bukti pengiriman. Dan ternyata setelah saya negosiasikan dengan penjual, saya disuruh membayar kembali sebesar 350 ribu untuk pengiriman karena penjual mengatakan barang yang saya beli sedang ditahan dalam ekspedisi. Nah, dari situ saya merasa ditipu

karena setelah transfer selesai tidak ada konfirmasi lagi dari penjual kepada saya dan Whatsapp dan Instagram saya ternyata telah di blokir". (Hasanah, 2025)

Dari kasus tersebut sudah jelas bahwasnya praktik negosiasi dapat dilakukan secara online dalam masalah online shop. Dengan demikian belanja di shopee atau melalu WhatsApp, negosiasi bisa dilakukan agar masalah bisa selesai tanpa melalui polisi dan pengadilan. Lewat negosiasi, pembeli dan penjual bisa ngobrol langsung untuk mencari jalan keluar, seperti meminta uang untuk di kembalikan atau

Ketika penipuan terjadi lewat WhatsApp, biasanya pembeli akan mencoba menghubungi pelaku, dan meminta tanggung jawab. Akan tetapi jika lewat aplikasi shopee, lebih mudah karena shopee mempunyai fitur khusus untuk membantu menyelesaikan sebuah masalah antara pembeli dan penjual. Disana pembeli juga dapat mengajukan komplain, dan mengirim bukti-bukti seperti foto, chat, atau bukti transfer, dan shopee bisa membantu sebagai penengah.

B. Kendala Negosiasi dalam Penyelesaian Perkara Konsumen Online Shop

Kendala adalah halangan yang membatasi atau hambatan tercapainya suatu tujuan dan keinginan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005:240) " Kendala diartikan halangan, hambatan, rintangan, faktor atau keadaan yang ini membatasi, menghalangi atau mencegah pencapaian sasaran atau kekuatan yang memaksa pembatalan pelaksanaan." (Soewarno, 2016) Kendala ini bisa terjadi disetiap aktivitas yang kita lakukan dan salah satunya dalam perkara Konsumen (Online Shop). Dimana ketidak sesuaian barang yang telah diterima oleh konsumen menjadi salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh setiap pelaku usaha atau penjual. Dalam perkara ini, penjual atau pelaku usaha akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk melakukan konfirmasi dan pengembalian barang dalam jangka waktu yang telah ditentukan. Setalah itu, penjual atau pelaku usaha akan mengganti dan mengirim kembali barang Yang sesuai dengan pesanan konsumen. Tetapi, ada juga pelaku usaha yang menerapkan kebijakan bahwa barang yang telah dibeli dan dikirim tidak bisa dikembalikan lagi. Peraturan dan prosedur seperti ini adalah hal yang umum bagi setiap pelaku usaha dan konsumen yang terbiasa melakukan jual beli online, pengembalian dan penggantian barang terjadi untuk menjaga kepuasan para konsumen dan profesionalisme dalam berwirausaha. (Rahman D. T., 2020)

Dalam perkara jual beli online, ketika ada permasalahan seperti barang yang tidak sesuai dengan deskripsi, pengiriman yang lambat, ukuran yang tidak sesuai atau hal lainnya. Negosiasi menjadi alternatif yang relevan bagi para konsumen.

(Ana, 2025) Hanya saja, jarak yang jauh antara penjual dan konsumen menjadi penghambat untuk mereka melakukan pertemuan secara langsung untuk melakukan negosiasia. Meskipun idealnya negosiasi dilakukan secara tatap muka (*face to face)* , namun karena kondisi tertentu dan mengeluarkan biaya yang cukup besar tidak memungkinkan untuk melakukan negosiasi secara *face to face.* Oleh karena itu, negosiasi secara online menjadi alternatif penyelesaian yang relevan bagi para konsumen ketika ada permasalahan dalam pembelian online shop. Dan hal ini sesuai dengan Pasal 65 ayat (5) UU No.7 Tahun 2014 tentang Perdagangan mengatur bahwa, " dalam hal terjadi sengketa terkait dengan transaksi dagang melalui sistem elektronik orang atau badan usaha yang mengalami sengketa dapat menyelesaikan sengketa tersebut melalui pengadilan atau melalui mekanisme penyelesaian sengketa lainnya." Dalam penjelasan pasalnya dijelaskan bahwa , " mekanisme penyelesaian sengketa lainnya, antara lain konsultasi, negosiasi, konsiliasi, mediasi,atau arbitrase sesuai dengan peraturan perundang-undangan." (Fuad, 2019)

Namun, penyelesaian secara negosiasi tidak selamanya berjalan sesuai dengan harapan kita, karena tawar menawar tidak selalu menghasilkan kesepakatan yang disebabkan oleh perbedaan ekspektasi antara kedua belah pihak. Negosiasi ini memiliki beberapa kendala yang dihadapi oleh para konsumen online shop, antara lain:

1. Slow respon. Dalam menyelesaikan permasahan di online shop dengan negosiasi atau tawar menawar yang dilakukan oleh konsumen dan penjual online shop, (Fuad, 2019) tetapi kurangnya respon dari penjual online shop menjadi hambatan bagi konsumen melakukan proses tawar-menawar agar tercapai kemaslahatan bagi semua pihak, yaitu penjual online shopnya dan konsumen online shop. Padahal respon dari penjual sangat krusial dalam negosiasi ini, karena hal ini menentukan keberhasilan proses negosiasi dan tercapainya kesepakatan yang dapat memuaskan kedua belah pihak antara penjual online shop dan konsumen. (Retno Susanto, 2021)
2. Tidak ada respon dari penjual, hal ini sangat menghambat proses negosiasi dalam menyelesaikan permasalah yang dihadapi oleh konsumen dan hal ini bertentangan dengan Pasal 4 ayat (4) UU RI Nomor 8 tahun 1999 yang menjelaskan tentang "hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan atau jasa yang digunakan." Tidak adanya respon dari penjual

online shop akan menambah kekecawaan dari konsumen dari permasalahan sebelumnya dan ditambah dengan tidak ada respon dari penjual online shopnya. Sedangkan, komunikasi dalam permasalahan konsumen dan penjual online adalah hal urgent yang harus dilakukan agar terselesaikan permasalahannya dan kedua belah pihak sama-sama mendapatkan kemaslahatan. (Gabriel F. Tharob, 2017)

3. Proses return yang sulit, hal ini menjadi kendala bagi konsumen karena pelayanan dari penjual online shop yang menyulitkan konsumen. Dari hasil wawancara kepada salah satu konsumen online shop, dia mengatakan "ketika melakukan return, iya dipersulit sama penjualnya, mulai dari slow respon, respon yang sewot dan anjuran untuk tidak return dan menerima barang yang sudah ada sekalipun tidak sesuai dengan pesenan yang dia pesan." (Ana, 2025) Respon dari penjual online shop ini bertentangan dengan Pasal 4 ayat (7) UU RI Nomor 8 tahun 1999 yang menjelaskan tentang "Hak konsumen untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif." Permasalahan seperti ini menjadi kendala bagi konsumen dan juga hak² sebagai konsumen tidak bisa terealisasikan secara sempurna, karena respon penjual online shop yang tidak baik terhadap return² yang dilakukan oleh konsumen.
4. Tidak mempunyai itikad baik. Hal ini menjadi hambatan bagi konsumen, karena tidak ada itikad baik dari penjual online shopnya Sedangkan dalam menjalankan proses jual beli harus dengan itikad baik dari kedua belah pihak agar tidak ada yang merasa dirugikan. (Dewa Ayu Oka Suwasthiari Putri, 2023) Pasal 7 huruf (a) UU RI Nomor 8 tahun 1999 yang menjelaskan tentang " kewajiban pelaku usaha adalah beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya." Pasal ini menjelaskan bahwa setiap pelaku usaha atau penjual online shop ini harus beritikad baik dalam berwirausaha. Tidak adanya itikad baik dari penjual online shop sangat merugikan konsumen karena tidak memperoleh barang yang sesuai dengan pesanannya. (Dollar, 2022) Sebagimana hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa konsumen yang mengatakan , " ketika mereka (konsumen) mendapatkan barang yang tidak sesuai dengan pesanannya, ukuran yang berbeda, merk yang berbeda, warna, size, dan lainnya. Pihak penjualnya tidak ada itikad baik untuk mengkonfirmasikan terlebih dahulu kepada konsumen bahwa barang yang

mereka beli tidak ada di toko sehingga mau dirubah dan langsung dikirim yang tidak sesuai dengan pesanan konsumen dan tidak bisa untuk dilakukan return." (Ana, 2025)

C. Efektifitas Negosiasi dalam Penyelesaian Perkara Konsumen Online Shop

Keberhasilan negosiasi dalam perkara konsumen tergantung kepada para pihak yang melakukan transaksi yakni penjual dan pembeli. Untuk mencapai keberhasilan negosiasi diperlukan sifat kooperatif dari masing-masing pihak. Namun, dalam perkara konsumen terutama online shop jarak yang jauh menjadi kendala paling sulit untuk melakukan negosiasi. Sehingga apabila terjadi permasalahan dalam produk negosiasi hanya dilakukan secara daring/ via online. Negosiasi yang dilakukan tidak 100% membuahkan hasil, hal ini disebabkan kurangnya inisiatif dari berbagai pihak.

Sebenarnya negosiasi cukup efektif dalam menyelesaikan perkara konsumen berbasis online. Hanya saja para pihak terutama penjual kebanyakan kurang aktif dalam menyelesaikan masalah yang terjadi. Proses pelayanan yang lambat menjadi sebab negosiasi tidak berjalan lancar. Sehingga mengakibatkan konsumen merasa kecewa dalam proses negosiasi. (Apriani N. R., 2022) Padahal dalam UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 4 ayat 4 dijelaskan bahwasanya konsumen mempunyai "hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/jasa yang digunakan". (Apriani N. R., 2022)

Meskipun negosiasi yang dilakukan secara online memiliki banyak hambatan dalam prosesnya. Namun, tidak sedikit pula yang berhasil melakukannya. Keberhasilan negosiasi via online terlaksana ketika pelaku usaha melakukan tanggung jawabnya sebagaimana mestinya. Biasanya keberhasilan negosiasi dibuktikan melalui penukaran barang oleh konsumen kepada penjual/ return serta pengembalian dana oleh penjual. (Rahman D. T., 2020) Keadaan ini telah sesuai dengan UU No 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen Pasal 19 ayat 1 dan 2 yang berbunyi:

(1) Pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas Kerusakan, pencemaran, dan/atau kerugian konsumen akibat Mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang dihasilkan atau Diperdagangkan.

(2) Ganti rugi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat Berupa pengembalian uang atau penggantian barang dan/atau Jasa yang sejenis atau setara

nilainya, atau perawatan Kesehatan dan/atau pemberian santunan yang sesuai dengan Ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

(3) Dengan demikian negosiasi sebagai alternatif penyelesaian sengketa terhadap perkara konsumen online shop menjadi alat pembantu yang efektif dalam menyelesaikan permasalahan konsumen. Meskipun tingkat keberhasilan negosiasi belum 100% menjadi solusi karena dalam prosesnya memiliki beberapa kendala yang menjadi hambatan.

KESIMPULAN

Praktik negosiasi dalam menyelesaikan perkara konsumen secara online dapat dilakukan secara langsung di aplikasi jual beli yang digunakan. Misalnya menggunakan shoope maka negosiasi akan dilakukan lewat chat pada shopee yang telah di hubungkan ke toko oleh pihak shopee. Selanjutnya proses negosiasi akan terjadi melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan. Namun dalam prosesnya negosiasi cenderung tidak berjalan lancar. Biasanya terdapat beberapa kendala yang menjadi penghambat proses negosiasi antara lain internet yang tidak stabil, itikad tidak baik dari berbagai pihak, tidak ada respon dari toko dan sebagainya. Akan tetapi meskipun demikian, negosiasi tetap menjadi solusi efektif bagi konsumen yang di rugikan dalam proses jual beli online. Karena jual beli secara online tidak melibatkan pelaku usaha dan konsumen secara nyata. Artinya kedua pihak bertransaksi secara online sehingga terdapat jarak di antara keduanya yang menjadi penghalang dalam melakukan negosiasi secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

Dewa Ayu Oka Suwasthiari Putri, A. P. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Atas Pengembalian Paket Secara Sepihak Oleh Kurir Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Kertha Negara*, 1165-1166.

Dollar, K. R. (2022). Penerapan Azaz Itikad Baik Dalam Transaksi Jual beli Online Demi Mewujudkan Kepastian Hukum. *Jurnal Ilmiah Hukum dan Hak Asasi Manusia*, 76.

Fuad, I. (2019). Transformasi Negosiasi Dalam Penyelesaian Sengketa E-commerce Di Era Digital. *Istinbath: Jurnal Of Law*, 185.

Gabriel F. Tharob, E. M. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Online Bagi Mahasiswa Unsrat. *e-Journal "Acta Diurna"*, 7.

Hasanah. (2025). *Konsumen, Wawancara Langsung*. Pamekasan.

Jefri Putri Nugraha, D. A. (2021). *Teori Perilaku Konsumen (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021)*. NEM.

Kristiono, T. (2015). *Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Memilih Tempat Berbelanja Di Kacamatan Malalayang Kota Manado*.

Mahkamah Agung. (2016). Retrieved from Mahkamah Agung: https://jdih.mahkamahagung.go.id/

Peraturan Mahkamah Agung Nomor 1 Tahun 2016 tentang Prosedur Mediasi di Pengadilan. (2016). Retrieved from Mahkamah Agung RI: https://jdih.mahkamahagung.go.id/

Rahman, D. T. (2020). Penyelesaian Sengketa Secara Negosiasi Antara Penjual Dan Pembeli Dalam Jual Bali Online Di Asrina Store. *Normative: Jurnal Ilmiah Hukum*, 58.

Retno Susanto, G. A. (2021). Pola Tuturan Negosiasi Penjual Sebagai Upaya Meraih Minat Pembeli Di Pasar Tradisional Raya Mekongga Kolaka. *Al-Munzir*, 127.

Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian.* Yokyakarta: KBM Indonesia.

Saragih, N. M. (2021). Efektivitas Mediasi Dalam Penyelesaian Sengketa Perdata Di Pengadilan Negeri Lubuk Pakam Kelas IA. *Jurnal Rectum*, 392-393.

Sari, F. P. (2024). *Alternatif Penyelesaian Sengketa.* Jawa Barat: Mega Presa Nusantara.

Soewarno, H. F. (2016). Kendala-Kendala Yang Dihadapi Guru Dalam Memanfaatkan Media Berbasis Komputer di SD Negeri 10 Banda Aceh. *Jurnal Pesona Dasar*, 10.

Winata, F. H. (2012). *Hukum Penyelesaian Sengketa.* Jakarta: Sinar Grafika.