

ABSTRAK

KEPATUHAN HUKUM PELAKU USAHA *E-COMMERCE* TERHADAP KEWAJIBAN PELAKU USAHA BERDASARKAN PASAL 7 UNDANG-UNDANG NOMOR 8 TAHUN 1999 TENTANG PERLINDUNGAN KONSUMEN DI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK* (Studi Kasus Grup “Jual Cepat Ciamis” (JCC))

Perkembangan teknologi yang semakin pesat telah mengalami perubahan pada media sosial, khususnya *Facebook*, dari sarana komunikasi menjadi *platform* ekonomi melalui fitur *marketplace* dan grup jual beli. Namun, kemudahan ini sering kali menempatkan konsumen pada posisi rentan akibat perilaku pelaku usaha yang tidak mengindahkan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kewajiban pelaku usaha menurut Undang-Undang Perlindungan Konsumen, kepatuhan hukum pelaku usaha *E-Commerce* di *Facebook* khususnya pada grup “Jual Cepat Ciamis” (JCC), serta faktor penghambat kepatuhan tersebut dengan menggunakan metode penelitian deskriptif analitis dan pendekatan yuridis empiris. Metode deskriptif analitis digunakan untuk menggambarkan secara sistematis fakta di lapangan kemudian menganalisisnya secara mendalam untuk memberikan pemahaman yang akurat mengenai karakteristik objek yang diteliti. Sementara itu, pendekatan yuridis empiris diterapkan untuk melihat bagaimana hukum perlindungan konsumen bekerja dalam realitas sosial, di mana penelitian ini tidak hanya mengkaji norma hukum tertulis, tetapi bertumpu pada data primer yang diperoleh langsung melalui wawancara bersama beberapa pelaku usaha serta pengalaman konsumen dalam bertransaksi di media sosial *Facebook* khususnya pada grup “Jual Cepat Ciamis” (JCC).

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa sebagian pelaku usaha telah berupaya memenuhi kewajiban seperti keterbukaan informasi dan beritikad baik serta melakukan tanggung jawabnya bila terjadi sengketa. Namun, dalam praktiknya masih terdapat pelaku usaha yang tidak beritikad baik seperti ketidaksesuaian barang dan pengabaian tanggung jawab setelah transaksi. Faktor penghambat kepatuhan ini meliputi orientasi keuntungan pribadi, persaingan usaha yang ketat, serta rendahnya kesadaran hukum dan pengawasan dalam transaksi daring.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar pelaku usaha meningkatkan integritas moral, pemerintah memperkuat edukasi dan pengawasan siber, serta pengelola *platform Facebook* mengoptimalkan sistem keamanan transaksi. Selain itu, konsumen diharapkan lebih selektif dalam memverifikasi penjual guna meminimalisir risiko penipuan di masa depan.