



ISSN 2797-8508 (Print)

ISSN 2807-8330 (Online)

VOL. 5 NO. 4, JUNE-DEC (2025)

Riwayat Artikel

History of Article

Diajukan: 2 July 2026

Submitted

Direvisi: 7 July 2026

Revised

Diterima: 9 July 2026

Accepted

Saran Perujukan

How to cite:

Sugiharto, Hidayat. M., & Fibrianti, Nurul. (2025). Perlindungan Hukum Konsumen atas Ketidaksesuaian Informasi Produk pada Cloud Kitchen *Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal*, 5(4), 1287-1314.
<https://doi.org/10.15294/ipmhi.v5i4.58296>

© 2022 Authors. This work is licensed under a [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-NC-SA 4.0\)](#). All writings published in this journal are personal views of the authors and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions. This title has been indexed by [Google Scholar](#)

Perlindungan Hukum Konsumen atas Ketidaksesuaian Informasi Produk pada Cloud Kitchen

Consumer Legal Protection Against Product Information Discrepancies in Cloud Kitchens

Hidayat M. Sugiharto,  Nurul Fibrianti 

¹Universitas Negeri Semarang,



Email Korespondensi: hidayatmuhs@students.unnes.ac.id

Abstract The rapid growth of cloud kitchen businesses has transformed the way food products are marketed and distributed through digital platforms. However, the absence of direct interaction between consumers and business actors increases consumers' dependence on digital representations of products, creating a greater risk of product information discrepancies. This study aims to analyze the legal protection available to consumers against product information discrepancies in cloud kitchen business models and to examine the liability of business actors for losses arising from such discrepancies. This research employs a normative juridical method using statutory, conceptual. The study relies on primary legal materials, including consumer protection and electronic transaction regulations, as well as secondary legal materials in the form of legal doctrines, scientific journals, and

previous studies relevant to the research topic. The findings indicate that consumer legal protection is principally provided through the right to obtain accurate, clear, and honest information and through the obligation of business actors to provide truthful product information. Nevertheless, existing regulations remain general and have not specifically addressed the unique characteristics of cloud kitchen businesses that rely heavily on digital product representations. The study further finds that primary liability for losses resulting from product information discrepancies rests with cloud kitchen business actors as the parties responsible for creating and controlling the information presented to consumers. Therefore, strengthening standards for digital product information disclosure is necessary to enhance consumer protection and ensure greater transparency and accountability in digital food commerce.

Keywords *Cloud Kitchen, Consumer Protection, Digital Commerce, Liability, Product Information*

Abstrak Perkembangan model bisnis *cloud kitchen* telah mengubah pola pemasaran dan distribusi produk makanan melalui platform digital. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen semakin bergantung pada informasi yang ditampilkan secara digital, sehingga meningkatkan risiko terjadinya ketidaksesuaian informasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perlindungan hukum terhadap konsumen atas ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen* serta mengkaji tanggung jawab pelaku usaha terhadap kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian tersebut. Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum yang digunakan terdiri atas bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, serta bahan hukum sekunder berupa literatur, jurnal ilmiah, dan penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen pada dasarnya telah diatur melalui hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur serta kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi produk yang sesuai dengan kondisi sebenarnya. Namun demikian, pengaturan yang ada masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengakomodasi karakteristik *cloud kitchen* yang bergantung pada representasi digital produk. Penelitian ini juga menemukan bahwa tanggung jawab utama atas kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian informasi produk berada pada pelaku usaha *cloud kitchen* sebagai pihak yang menguasai dan menentukan informasi yang disampaikan kepada konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pengaturan mengenai standar penyampaian informasi produk dalam perdagangan makanan berbasis digital guna meningkatkan perlindungan konsumen serta mewujudkan praktik perdagangan yang lebih transparan dan bertanggung jawab.

Kata Kunci *Cloud Kitchen, Informasi Produk, Perdagangan Digital, Perlindungan Konsumen, Pertanggungjawaban.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi berbagai sektor kehidupan, termasuk aktivitas perdagangan yang semakin terintegrasi dengan sistem digital. Kemajuan internet dan perangkat bergerak (mobile devices) memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara lebih cepat, praktis, dan efisien tanpa dibatasi ruang dan waktu. Fenomena tersebut kemudian melahirkan berbagai model perdagangan elektronik (electronic commerce/e-commerce) yang mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam konteks ini, konsumen tidak lagi bergantung pada transaksi konvensional yang mempertemukan para pihak secara langsung, melainkan dapat memperoleh barang dan/atau jasa melalui platform digital yang menyediakan berbagai informasi mengenai produk yang ditawarkan. Perubahan pola transaksi tersebut menunjukkan bahwa informasi digital telah menjadi faktor utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen, sehingga keakuratan dan keterbukaan informasi produk menjadi elemen yang semakin penting dalam menjamin terciptanya transaksi yang adil dan memberikan kepastian hukum bagi para pihak.¹

Perkembangan perdagangan elektronik turut mendorong lahirnya berbagai layanan berbasis platform digital yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari masyarakat, salah satunya layanan pesan antar makanan secara daring (*online food delivery service*). Kehadiran layanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood telah mengubah pola konsumsi masyarakat dari transaksi yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi transaksi berbasis aplikasi digital.² Fenomena tersebut tidak hanya berkembang di Indonesia, tetapi juga menjadi bagian dari transformasi industri makanan secara global yang didorong oleh perubahan perilaku konsumen yang semakin mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi dalam memperoleh produk makanan.³ Dalam perkembangannya, layanan pesan makanan daring memungkinkan konsumen untuk memilih, membandingkan, dan membeli berbagai produk makanan hanya berdasarkan informasi yang ditampilkan melalui platform digital, seperti foto produk, deskripsi menu, harga, serta ulasan pengguna lainnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa informasi digital telah menjadi instrumen utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen sebelum terjadinya transaksi, sehingga akurasi dan transparansi informasi yang disampaikan pelaku usaha menjadi aspek yang semakin penting dalam menjamin perlindungan terhadap hak-hak konsumen.

¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), 3–4.

² Antonius Maria Laot Kian, Febriyanti Angelia Ginting, dan Putri Ratna Setyowati, "Legal Regulation of Online Food in Indonesia: Challenges for Public Health and Its Comparison with Malaysia," *Jurnal Rekayasa* (2025).

³ Kunal Kulshreshtha and Garima Sharma, "From Restaurant to Cloud Kitchen: Survival of the Fittest During COVID-19—An Empirical Examination," *Technological Forecasting and Social Change* 179 (2022): 121629, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121629>.

Perkembangan layanan pesan makanan daring selanjutnya mendorong munculnya model bisnis baru dalam industri makanan dan minuman, yaitu *cloud kitchen* atau *ghost kitchen*. Berbeda dengan restoran konvensional yang menyediakan fasilitas makan di tempat (*dine-in*), *cloud kitchen* beroperasi tanpa ruang pelayanan fisik dan berfokus pada proses produksi makanan yang dipasarkan serta didistribusikan melalui platform digital dan layanan pengantaran makanan.⁴ Model bisnis ini berkembang pesat seiring meningkatnya penggunaan aplikasi pemesanan makanan dan perubahan preferensi konsumen yang mengutamakan kemudahan serta efisiensi dalam memperoleh produk makanan.⁵ Karakteristik utama *cloud kitchen* yang sepenuhnya mengandalkan media digital menyebabkan interaksi antara pelaku usaha dan konsumen berlangsung hampir seluruhnya melalui informasi yang ditampilkan pada platform elektronik, seperti foto produk, deskripsi menu, harga, promosi, maupun ulasan pelanggan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberadaan informasi digital tidak lagi sekadar berfungsi sebagai sarana pemasaran, melainkan menjadi dasar utama yang memengaruhi ekspektasi dan keputusan konsumen dalam melakukan transaksi pembelian makanan secara daring. Oleh karena itu, ketepatan dan kesesuaian informasi yang ditampilkan pada platform digital menjadi faktor yang sangat menentukan dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sebaliknya, apabila informasi yang disajikan tidak mencerminkan kondisi produk yang sebenarnya, maka berpotensi menimbulkan kesenjangan antara ekspektasi konsumen dan produk yang diterima serta memunculkan kerugian bagi konsumen dalam transaksi elektronik.

Ketergantungan konsumen terhadap informasi digital dalam transaksi berbasis *cloud kitchen* menjadikan pemenuhan hak atas informasi sebagai salah satu aspek yang sangat penting dalam perlindungan konsumen. Secara normatif, Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang ditawarkan.⁶ Sejalan dengan ketentuan tersebut, Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.⁷ Pemberian informasi yang benar dan

⁴ Harini P, A. Rohini, S. Selvanayagi, M. Prahadeeswaran, R. Pangayar Selvi, and Shokila C., "A Systematic Literature Review of Cloud Kitchen," *Plant Science Today* 12, no. 1 (2025): 1–8, <https://doi.org/10.14719/pst.6016>

⁵ Kunal Kulshreshtha and Garima Sharma, "From Restaurant to Cloud Kitchen: Survival of the Fittest During COVID-19—An Empirical Examination," *Technological Forecasting and Social Change* 179 (2022): 121629, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121629>

⁶ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 4 huruf c.

⁷ Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, Pasal 7 huruf b.

transparan merupakan salah satu instrumen penting untuk menciptakan keseimbangan kedudukan antara pelaku usaha dan konsumen dalam suatu hubungan hukum konsumsi.⁸ Namun demikian, berbagai penelitian menunjukkan bahwa permasalahan ketidaksesuaian antara informasi yang ditampilkan kepada konsumen dengan produk yang diterima masih sering ditemukan dalam transaksi digital, baik pada *marketplace*, perdagangan elektronik, maupun produk pangan yang dipasarkan melalui media elektronik.⁹ Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara perlindungan hukum yang dijamin secara normatif dengan praktik yang terjadi di masyarakat, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut mengenai efektivitas perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen*.

Karakteristik transaksi pada *cloud kitchen* menunjukkan bahwa permasalahan ketidaksesuaian informasi produk tidak dapat sepenuhnya disamakan dengan bentuk-bentuk transaksi digital lainnya. Berbagai penelitian sebelumnya umumnya mengkaji ketidaksesuaian produk dalam konteks *e-commerce*, *marketplace*, maupun pelabelan produk pangan, yang pada dasarnya berfokus pada hubungan antara informasi yang disampaikan pelaku usaha dan produk yang diterima konsumen. Namun, model bisnis *cloud kitchen* menghadirkan konteks yang berbeda karena seluruh proses pemasaran, pemesanan, hingga penilaian produk berlangsung melalui platform digital yang menghubungkan konsumen dengan pelaku usaha. Kondisi tersebut menempatkan informasi produk sebagai elemen utama dalam pembentukan persepsi dan ekspektasi konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana penelitian-penelitian sebelumnya memandang perlindungan konsumen atas ketidaksesuaian informasi produk, sekaligus untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang masih memerlukan pengembangan dalam kajian hukum perlindungan konsumen pada model bisnis *cloud kitchen*.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa isu perlindungan konsumen dalam layanan pesan antar makanan berbasis digital telah memperoleh perhatian dari berbagai peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh Dini Widyasari dan Hardian Iskandar memberikan kontribusi penting dalam menjelaskan perlindungan hukum bagi konsumen pengguna layanan ShopeeFood yang mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian pesanan makanan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian tersebut menitikberatkan analisis pada bentuk perlindungan hukum yang dapat ditempuh konsumen setelah kerugian terjadi melalui mekanisme penyelesaian sengketa dan pemberian ganti

⁸ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), 41.

⁹ Bernadeta Alvina Diva et al., "Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Tampilan Pangan Pada Label Produk," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 15 (2023): 45–51, <https://doi.org/10.5281/zenodo.8199245>

rugi. Meskipun demikian, penelitian tersebut masih memosisikan ketidaksesuaian produk sebagai permasalahan yang muncul pada tahap pascatransaksi, sehingga belum mengkaji bagaimana ketidaksesuaian informasi produk yang disampaikan sebelum transaksi dapat menjadi penyebab lahirnya kerugian konsumen. Padahal, dalam model bisnis *cloud kitchen*, keputusan pembelian sepenuhnya dibentuk oleh informasi digital yang ditampilkan melalui platform elektronik sehingga persoalan hukum tidak hanya berkaitan dengan produk yang diterima konsumen, tetapi juga dengan kualitas informasi yang digunakan sebagai dasar persetujuan transaksi. Berangkat dari keterbatasan tersebut, penelitian ini memfokuskan analisis pada perlindungan hukum terhadap ketidaksesuaian informasi produk sebagai isu hukum utama dalam model bisnis *cloud kitchen*, dengan menempatkan hak konsumen atas informasi dan kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagai titik sentral pembahasan.¹⁰

Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh William Pratama dan Christine S. T. Kansil memberikan kontribusi dalam menjelaskan pentingnya pemenuhan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur dalam layanan GrabFood berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Penelitian tersebut menegaskan bahwa informasi yang disampaikan pelaku usaha merupakan bagian dari hak fundamental konsumen yang harus dipenuhi untuk menjamin terlaksananya transaksi secara adil. Meskipun demikian, pembahasannya masih berfokus pada pemenuhan hak atas informasi dalam hubungan hukum antara konsumen dan penyedia layanan *food delivery*, sehingga belum mengkaji bagaimana karakteristik model bisnis *cloud kitchen* yang sepenuhnya bergantung pada representasi digital produk dapat meningkatkan risiko terjadinya ketidaksesuaian informasi. Padahal, pada model bisnis *cloud kitchen*, informasi yang ditampilkan melalui platform digital bukan sekadar pelengkap transaksi, melainkan menjadi satu-satunya dasar bagi konsumen dalam membentuk ekspektasi dan mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menempatkan hak atas informasi sebagai hak normatif konsumen, tetapi juga menganalisis konsekuensi hukum ketika informasi tersebut tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya serta implikasinya terhadap tanggung jawab pelaku usaha.¹¹

Kajian lain menempatkan isu perlindungan konsumen pada aspek tanggung jawab hukum para pihak dan transparansi informasi produk dalam layanan pesan antar makanan. Penelitian yang dilakukan oleh **Soya Putri Mirena dan Imam**

¹⁰ Dini Widyasari and Hardian Iskandar, "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pengguna Jasa ShopeeFood Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen," *Unes Law Review* 6, no. 1 (2023): 3603–3612, <https://doi.org/10.31933/unesrev.v6i1>

¹¹ William Pratama and Christine S. T. Kansil, "Perlindungan Hukum Layanan Grab Food Berdasarkan Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 4 (2024): 2856–2861, <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i4>.

Haryanto memberikan kontribusi dalam menjelaskan pembagian tanggung jawab hukum antara penyedia platform, pengemudi, dan pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen dalam layanan GrabFood. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa hubungan hukum dalam layanan pesan antar makanan melibatkan lebih dari satu subjek hukum sehingga tanggung jawab terhadap kerugian konsumen harus dianalisis berdasarkan peran masing-masing pihak dalam transaksi elektronik. Meskipun demikian, fokus penelitian tersebut masih diarahkan pada distribusi tanggung jawab setelah kerugian terjadi dan belum mengidentifikasi secara khusus sumber lahirnya tanggung jawab hukum yang berasal dari ketidaksesuaian informasi produk yang disampaikan oleh pelaku usaha. Padahal, dalam model bisnis *cloud kitchen*, informasi mengenai produk sepenuhnya berada dalam penguasaan pelaku usaha sebagai pihak yang menentukan foto, deskripsi, komposisi, maupun karakteristik produk yang dipasarkan melalui platform digital. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menganalisis pembagian tanggung jawab para pihak dalam transaksi elektronik, tetapi juga menempatkan ketidaksesuaian informasi produk sebagai dasar lahirnya tanggung jawab hukum pelaku usaha, sehingga analisis diarahkan pada hubungan antara hak konsumen atas informasi, kewajiban pelaku usaha memberikan informasi yang benar, dan konsekuensi hukum ketika kewajiban tersebut dilanggar.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Suhendro memberikan kontribusi dalam menjelaskan pentingnya transparansi informasi produk melalui perspektif jaminan produk halal sebagai bagian dari perlindungan hak konsumen dalam transaksi digital. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa keterbukaan informasi mengenai status kehalalan produk merupakan bentuk pemenuhan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan sebelum melakukan transaksi. Meskipun demikian, ruang lingkup kajiannya masih terbatas pada kewajiban penyampaian informasi mengenai aspek kehalalan produk, sehingga belum mengkaji ketidaksesuaian informasi produk secara lebih luas, seperti perbedaan tampilan visual, ukuran porsi, komposisi, maupun karakteristik produk yang dipasarkan melalui platform digital. Padahal, dalam model bisnis *cloud kitchen*, potensi kerugian konsumen tidak hanya timbul akibat tidak tersedianya informasi mengenai status halal, tetapi juga dapat bersumber dari setiap bentuk representasi digital produk yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Oleh karena itu, penelitian ini memperluas perspektif perlindungan konsumen dengan menempatkan ketidaksesuaian informasi produk sebagai objek analisis utama, sehingga tidak terbatas pada satu jenis informasi

¹² Soya Putri Mirena and Imam Haryanto, "Tanggung Jawab Hukum bagi Konsumen atas Kerugian Layanan GrabFood oleh PT. Grab Teknologi Indonesia," *Jurnal USM Law Review* 7, no. 2 (2024): 699–712.

tertentu, melainkan mencakup seluruh informasi yang menjadi dasar pengambilan keputusan konsumen dalam transaksi *cloud kitchen*.¹³

Pada tingkat yang lebih luas, penelitian yang dilakukan oleh Antonius Maria Laot Kian, Febriyanti Angelia Ginting, dan Putri Ratna Setyowati memberikan kontribusi penting dalam memetakan pengaturan hukum layanan *online food* di Indonesia melalui perbandingan dengan regulasi yang berlaku di Malaysia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa Indonesia belum memiliki regulasi khusus yang secara komprehensif mengatur layanan makanan daring sehingga pengaturannya masih tersebar dalam berbagai instrumen hukum, seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Undang-Undang Pangan. Temuan tersebut berhasil mengidentifikasi adanya fragmentasi pengaturan hukum yang berpotensi menimbulkan ketidakpastian dalam penyelenggaraan layanan makanan berbasis digital. Namun demikian, penelitian tersebut masih berada pada tataran pemetaan dan perbandingan regulasi sehingga belum menganalisis bagaimana instrumen hukum yang tersebar tersebut dapat diterapkan secara konkret untuk menyelesaikan persoalan ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen*. Padahal, karakteristik *cloud kitchen* yang seluruh proses pemasaran dan transaksinya bergantung pada representasi digital menimbulkan persoalan hukum yang lebih spesifik dibandingkan layanan *online food* pada umumnya.¹⁴

Berangkat dari keterbatasan tersebut, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi kerangka regulasi yang berlaku, tetapi juga mengintegrasikan ketentuan dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, dan peraturan pelaksanaannya untuk menganalisis perlindungan hukum konsumen terhadap ketidaksesuaian informasi produk serta tanggung jawab pelaku usaha dalam model bisnis *cloud kitchen*.

B. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Menurut Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, penelitian hukum normatif merupakan penelitian yang dilakukan melalui penelaahan bahan hukum guna mengkaji norma, asas, dan sistem hukum yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.¹⁵ Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menelaah

¹³ Suhendro, "Halal Product Guarantee Law on Grab Food Application Services in Providing Protection to Consumers," *Journal of Law and Sustainable Development* 11, no. 12 (2023): e02681, <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.2681>

¹⁴ Antonius Maria Laot Kian, Febriyanti Angelia Ginting, and Putri Ratna Setyowati, "Legal Regulation of Online Food in Indonesia: Challenges for Public Health and Its Comparison with Malaysia," *Jurnal Rekayasa* 8, no. 3 (2025): 4164–4179, <https://doi.org/10.24815/jr.v8i3.48371>

¹⁵ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015), 15.

seluruh peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan isu hukum yang menjadi objek penelitian, sedangkan pendekatan konseptual digunakan untuk memahami konsep-konsep hukum yang berkembang dalam doktrin dan literatur hukum sebagai dasar dalam membangun argumentasi hukum.¹⁶ Dalam penelitian ini, pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis pengaturan mengenai perlindungan konsumen dan transaksi elektronik, khususnya melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 9 dan Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016, Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, serta ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berkaitan dengan wanprestasi dan perbuatan melawan hukum.

Adapun pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep perlindungan konsumen, hak atas informasi, ketidaksesuaian informasi produk (*product information discrepancy*) dalam transaksi makanan berbasis platform digital, tanggung jawab pelaku usaha, serta transaksi elektronik sebagai kerangka analisis dalam penelitian ini.

Sumber bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Menurut Amiruddin dan Zainal Asikin, bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat otoritatif, sedangkan bahan hukum sekunder dan tersier berfungsi mendukung proses analisis dan pemahaman terhadap permasalahan hukum yang diteliti.¹⁷ Bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan transaksi elektronik. Bahan hukum sekunder terdiri atas literatur hukum perlindungan konsumen, doktrin para ahli, artikel jurnal ilmiah, serta penelitian terdahulu yang berkaitan dengan hak konsumen atas informasi, tanggung jawab pelaku usaha, perdagangan elektronik, dan model bisnis *cloud kitchen*. Adapun bahan hukum tersier berupa kamus hukum, ensiklopedia hukum, dan bahan penunjang lain yang membantu penafsiran istilah serta konsep hukum yang digunakan dalam penelitian. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan menelaah berbagai sumber hukum yang relevan dengan objek penelitian.

Bahan hukum yang diperoleh dianalisis secara deskriptif-kualitatif melalui penafsiran hukum dan sinkronisasi antar bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, serta doktrin yang relevan untuk menjaga konsistensi argumentasi hukum yang dibangun. Menurut Johnny Ibrahim, penelitian hukum normatif pada

¹⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2017), 133–136.

¹⁷ Amiruddin and Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* (Jakarta: RajaGrafindo Persada).

dasarnya bertujuan menghasilkan argumentasi, teori, atau konsep hukum yang dapat digunakan sebagai preskripsi dalam penyelesaian suatu isu hukum.¹⁸ Oleh karena itu, analisis dalam penelitian ini dilakukan secara interpretatif dan preskriptif guna menilai kesesuaian praktik penyampaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen* dengan ketentuan hukum yang berlaku, mengkaji tanggung jawab pelaku usaha atas kerugian yang dialami konsumen akibat ketidaksesuaian informasi produk, serta merumuskan argumentasi mengenai penguatan perlindungan hukum bagi konsumen dalam transaksi makanan berbasis platform digital.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Perlindungan Hukum bagi Konsumen terhadap Ketidakesesuaian Informasi Produk dalam Bisnis Cloud Kitchen

Perkembangan teknologi digital telah mendorong lahirnya berbagai model bisnis baru yang mengubah pola hubungan antara pelaku usaha dan konsumen, salah satunya adalah *cloud kitchen*. Berbeda dengan restoran konvensional yang memungkinkan konsumen berinteraksi secara langsung dengan pelaku usaha dan melakukan verifikasi terhadap produk sebelum melakukan transaksi, model bisnis *cloud kitchen* beroperasi tanpa fasilitas layanan fisik sehingga seluruh proses pemasaran, pemesanan, dan transaksi dilakukan melalui platform digital. Perubahan tersebut pada dasarnya tidak hanya mengubah cara makanan dipasarkan, tetapi juga mengubah cara konsumen memperoleh dan menilai informasi mengenai produk yang akan dibeli.¹⁹

Dalam transaksi restoran konvensional, konsumen masih memiliki berbagai instrumen untuk memverifikasi informasi yang diterima, seperti melihat kondisi makanan secara langsung, memperkirakan ukuran porsi, menilai kebersihan tempat usaha, atau berkomunikasi langsung dengan pelaku usaha sebelum memutuskan melakukan pembelian. Sebaliknya, dalam model *cloud kitchen*, konsumen tidak memiliki kesempatan untuk melakukan verifikasi tersebut karena keputusan pembelian sepenuhnya didasarkan pada informasi yang ditampilkan melalui platform digital. Kondisi ini menyebabkan informasi produk memperoleh posisi yang sangat penting karena menjadi satu-satunya dasar yang digunakan konsumen untuk membentuk persepsi dan ekspektasi terhadap produk yang ditawarkan.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya kondisi *information asymmetry* atau asimetri informasi, yaitu keadaan ketika salah satu pihak dalam suatu hubungan

¹⁸ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif* (Malang: Bayumedia Publishing).

¹⁹ Kulshreshtha, K., & Sharma, G. (2022). *From restaurant to cloud kitchen: Survival of the fittest during COVID-19 An empirical examination. Technological Forecasting and Social Change*, 179, 121629. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121629>

transaksi memiliki informasi yang lebih banyak dibandingkan pihak lainnya. Dalam konteks *cloud kitchen*, pelaku usaha memiliki pengetahuan penuh mengenai kondisi, kualitas, ukuran, komposisi, dan karakteristik produk yang dipasarkan, sedangkan konsumen hanya memperoleh informasi yang dipilih dan ditampilkan oleh pelaku usaha melalui media digital. Ketidakseimbangan informasi tersebut berpotensi menempatkan konsumen pada posisi yang lebih rentan karena konsumen tidak memiliki sarana yang memadai untuk menguji kebenaran informasi sebelum transaksi dilakukan.²⁰

Kerentanan tersebut menjadi semakin relevan apabila dikaitkan dengan karakteristik utama model bisnis *cloud kitchen* yang sangat bergantung pada representasi digital produk. Dalam praktiknya, konsumen sering kali membentuk ekspektasi terhadap produk berdasarkan foto promosi, deskripsi menu, ukuran porsi yang ditampilkan, maupun informasi lain yang tersedia pada platform digital. Permasalahan hukum muncul ketika informasi tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi produk yang sebenarnya. Dalam situasi demikian, kerugian konsumen tidak selalu disebabkan oleh kegagalan pengiriman atau cacat produk, melainkan dapat muncul sejak tahap pra-transaksi ketika keputusan pembelian dibentuk berdasarkan informasi yang tidak akurat. Dengan kata lain, persoalan utama dalam model bisnis *cloud kitchen* bukan hanya terletak pada produk yang diterima konsumen, tetapi juga pada kualitas informasi yang digunakan konsumen untuk mengambil keputusan hukum berupa persetujuan melakukan transaksi.

Pandangan tersebut sejalan dengan pemikiran Celina Tri Siwi Kristiyanti yang menjelaskan bahwa perlindungan konsumen pada dasarnya diperlukan karena kedudukan konsumen sering kali berada pada posisi yang lebih lemah dibandingkan pelaku usaha, baik dari segi penguasaan informasi maupun kemampuan untuk melindungi kepentingannya sendiri dalam suatu hubungan hukum.²¹ Dalam konteks *cloud kitchen*, ketimpangan tersebut semakin terlihat karena pelaku usaha menguasai seluruh informasi mengenai produk yang dipasarkan, sedangkan konsumen hanya memperoleh informasi yang disampaikan melalui platform digital. Oleh karena itu, perlindungan terhadap hak konsumen atas informasi tidak dapat dipandang sebagai persoalan administratif semata, melainkan sebagai instrumen yang menentukan keseimbangan hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha.

Aspek	Restoran Konvensional	Cloud Kitchen	Implikasi Hukum
-------	--------------------------	---------------	-----------------

²⁰ George A. Akerlof, "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism," *The Quarterly Journal of Economics* 84, no. 3 (1970): 488–500.

²¹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*. Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*.

Akses terhadap produk sebelum transaksi	Dapat melihat secara langsung	Tidak dapat melihat secara langsung	Ketergantungan tinggi terhadap informasi digital
Verifikasi informasi produk	Dapat dilakukan sebelum pembelian	Sangat terbatas	Risiko ketidaksesuaian informasi lebih tinggi
Penguasaan informasi	Relatif lebih seimbang	Didominasi pelaku usaha	Terjadi asimetri informasi
Dasar pembentukan ekspektasi konsumen	Produk fisik dan informasi pendukung	Informasi digital semata	Informasi menjadi faktor utama dalam keputusan pembelian
Potensi kerugian konsumen	Umumnya muncul setelah transaksi	Dapat muncul sejak tahap pra-transaksi	Membutuhkan perlindungan hukum preventif

Tabel 1. Analisis Kerentanan Konsumen dalam Model Bisnis Cloud Kitchen

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dipahami bahwa karakteristik *cloud kitchen* menciptakan tingkat kerentanan konsumen yang berbeda dibandingkan restoran konvensional. Risiko utama yang muncul bukan semata-mata berkaitan dengan kualitas produk yang diterima, melainkan berkaitan dengan ketergantungan konsumen terhadap informasi yang disediakan pelaku usaha. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum dalam model bisnis *cloud kitchen* harus ditempatkan sejak tahap sebelum transaksi berlangsung, yaitu pada saat konsumen menerima dan menggunakan informasi produk sebagai dasar pengambilan keputusan.

Dalam perspektif teori perlindungan hukum, Philipus M. Hadjon membedakan perlindungan hukum menjadi perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.²² Perlindungan hukum preventif bertujuan mencegah terjadinya pelanggaran hak sebelum timbul kerugian, sedangkan perlindungan hukum represif diberikan setelah terjadi pelanggaran untuk memulihkan hak pihak yang dirugikan. Jika dikaitkan dengan karakteristik *cloud kitchen*, maka bentuk perlindungan yang paling relevan pada tahap awal adalah perlindungan hukum preventif karena permasalahan ketidaksesuaian informasi produk pada dasarnya bermula sebelum

²² Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia* (Surabaya: Bina Ilmu, 1987), 2-5.

transaksi dilakukan. Oleh karena itu, pertanyaan hukum yang penting untuk dianalisis bukan hanya apakah konsumen memperoleh ganti rugi setelah mengalami kerugian, tetapi juga apakah sistem hukum Indonesia telah menyediakan mekanisme yang memadai untuk mencegah terjadinya kerugian yang bersumber dari ketidaksesuaian informasi produk dalam transaksi *cloud kitchen*.

Untuk menjawab pertanyaan tersebut, perlu dipahami bahwa hak atas informasi merupakan salah satu hak fundamental yang dimiliki konsumen dalam setiap hubungan hukum antara konsumen dan pelaku usaha. Az. Nasution menjelaskan bahwa perlindungan konsumen pada dasarnya bertujuan menciptakan keseimbangan kedudukan antara konsumen dan pelaku usaha melalui pengakuan serta perlindungan terhadap hak-hak konsumen. Salah satu hak yang memiliki kedudukan penting dalam transaksi perdagangan adalah hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan.²³ Informasi yang memadai menjadi dasar bagi konsumen untuk menilai manfaat, kualitas, maupun kesesuaian suatu produk dengan kebutuhan yang dimilikinya sebelum memutuskan untuk melakukan transaksi.

Prinsip tersebut kemudian memperoleh landasan normatif dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang menyatakan bahwa konsumen berhak memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hukum perlindungan konsumen di Indonesia tidak hanya berorientasi pada penyelesaian sengketa setelah kerugian terjadi, tetapi juga memberikan perlindungan sejak tahap pra-transaksi melalui jaminan hak atas informasi. Dengan demikian, informasi tidak dapat dipandang sekadar sebagai instrumen pemasaran yang digunakan pelaku usaha untuk menarik minat konsumen, melainkan sebagai bagian dari hak hukum yang secara langsung memengaruhi kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan secara sadar (*informed decision*).

Dalam konteks *cloud kitchen*, kedudukan hak atas informasi menjadi semakin penting karena seluruh proses pembentukan keputusan pembelian bergantung pada informasi yang ditampilkan melalui platform digital. Berbeda dengan restoran konvensional yang masih memungkinkan konsumen melakukan verifikasi langsung terhadap produk yang akan dibeli, konsumen *cloud kitchen* pada umumnya hanya memperoleh informasi melalui foto produk, deskripsi menu, komposisi makanan, ukuran porsi, harga, maupun ulasan pelanggan yang tersedia pada platform digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki peran yang sama pentingnya dengan kualitas produk itu sendiri karena informasi merupakan dasar utama yang membentuk ekspektasi konsumen terhadap barang yang akan diterima.

²³ Az. Nasution, *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar* (Jakarta: Diadit Media, 2002), 29–31.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian William Pratama dan Christine S. T. Kansil yang menunjukkan bahwa perlindungan konsumen dalam layanan *GrabFood* sangat berkaitan dengan pemenuhan hak atas informasi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Penelitian tersebut menemukan bahwa masih terdapat kondisi ketika produk yang diterima konsumen tidak sesuai dengan produk yang ditampilkan pada platform digital sehingga menimbulkan kerugian bagi konsumen. Oleh karena itu, hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur menjadi instrumen penting dalam menjamin terpenuhinya hak-hak konsumen dalam transaksi makanan berbasis digital.²⁴

Di sisi lain, hak konsumen atas informasi tidak dapat dipisahkan dari kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi secara benar, jelas, dan jujur. Hubungan tersebut tercermin dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa sistem perlindungan konsumen dibangun melalui hubungan timbal balik antara hak yang dimiliki konsumen dan kewajiban yang dibebankan kepada pelaku usaha. Dengan kata lain, perlindungan hukum preventif hanya dapat terwujud apabila pelaku usaha melaksanakan kewajibannya untuk menyampaikan informasi produk secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Apabila dikaitkan dengan karakteristik model bisnis *cloud kitchen*, kewajiban tersebut tidak hanya terbatas pada pencantuman nama produk atau harga produk semata. Kewajiban memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur juga mencakup seluruh bentuk representasi digital yang digunakan dalam kegiatan pemasaran, termasuk foto produk, deskripsi menu, informasi ukuran porsi, komposisi bahan makanan, hingga klaim tertentu yang disampaikan kepada konsumen melalui platform digital. Oleh karena itu, penggunaan foto produk yang tidak merepresentasikan kondisi sebenarnya, penyajian deskripsi yang berpotensi menyesatkan, maupun informasi yang tidak lengkap dapat dipandang sebagai bentuk pelanggaran terhadap kewajiban hukum pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Meskipun Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan perlindungan hukum melalui pengakuan hak konsumen atas informasi dan kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur, ketentuan tersebut pada dasarnya masih disusun dalam rumusan yang bersifat umum.²⁵ Undang-Undang Perlindungan

²⁴ William Pratama dan Christine S. T. Kansil, "Perlindungan Hukum Layanan Grab Food Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen," *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 4 (2024).

²⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821.

Konsumen tidak secara khusus mengatur bentuk informasi digital yang digunakan dalam transaksi berbasis platform, termasuk mengenai penggunaan foto produk, representasi visual, maupun deskripsi digital yang menjadi sarana utama pemasaran dalam model bisnis *cloud kitchen*. Padahal, karakteristik utama *cloud kitchen* justru terletak pada ketergantungan konsumen terhadap informasi digital dalam proses pembentukan keputusan pembelian.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan model bisnis digital bergerak lebih cepat dibandingkan perkembangan pengaturan hukumnya. Pada saat Undang-Undang Perlindungan Konsumen disahkan pada tahun 1999, model bisnis *cloud kitchen* maupun ekosistem layanan pesan antar makanan berbasis aplikasi belum berkembang sebagaimana saat ini. Akibatnya, berbagai persoalan hukum yang muncul dalam transaksi digital modern masih harus ditafsirkan melalui ketentuan perlindungan konsumen yang bersifat umum. Meskipun pendekatan tersebut masih memungkinkan untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen, karakteristik khusus *cloud kitchen* menunjukkan adanya kebutuhan akan interpretasi hukum yang lebih adaptif terhadap perkembangan perdagangan digital.

Dalam konteks transaksi elektronik, perlindungan hukum terhadap informasi digital sebenarnya juga dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 serta Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.²⁶ Kedua instrumen hukum tersebut pada prinsipnya menegaskan bahwa informasi elektronik yang disampaikan kepada masyarakat harus memenuhi prinsip keandalan, akuntabilitas, dan dapat dipertanggungjawabkan. Ketentuan tersebut memperkuat perlindungan hukum yang telah diberikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen karena informasi yang ditampilkan melalui platform digital pada dasarnya merupakan bagian dari informasi elektronik yang memiliki konsekuensi hukum terhadap para pihak dalam suatu transaksi.

Namun demikian, keberadaan berbagai instrumen hukum tersebut belum sepenuhnya menghilangkan potensi terjadinya ketidaksesuaian informasi produk dalam praktik *cloud kitchen*. Permasalahan yang muncul bukan terletak pada ketiadaan dasar hukum, melainkan pada belum adanya pengaturan yang secara spesifik mengatur standar penyajian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen*. Akibatnya, penilaian mengenai apakah suatu foto produk, deskripsi menu, atau representasi digital tertentu dapat dikategorikan sebagai informasi yang benar,

²⁶ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843, sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 1, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6905.

jelas, dan jujur masih sangat bergantung pada interpretasi terhadap ketentuan umum dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Aspek	Pengaturan Hukum	Kondisi dalam Cloud Kitchen	Analisis
Hak atas informasi	Pasal 4 huruf c UUPK	Konsumen bergantung pada informasi digital	Telah diatur, namun masih bersifat umum
Kewajiban pelaku usaha	Pasal 7 huruf b UUPK	Informasi disampaikan melalui foto dan deskripsi digital	Telah diatur, namun belum mengatur bentuk representasi digital secara spesifik
Informasi elektronik	UU ITE dan PP 71 Tahun 2019	Informasi produk disampaikan melalui platform elektronik	Memberikan dasar perlindungan tambahan terhadap informasi digital
Standar informasi produk cloud kitchen	Belum diatur secara khusus	Risiko ketidaksesuaian informasi masih tinggi	Terdapat kekosongan pengaturan yang bersifat spesifik

Tabel 2. Analisis Kecukupan Perlindungan Hukum Preventif terhadap Konsumen Cloud Kitchen

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menemukan bahwa perlindungan hukum preventif terhadap konsumen dalam model bisnis *cloud kitchen* pada dasarnya telah tersedia dalam sistem hukum Indonesia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik, serta Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019.²⁷ Namun demikian, perlindungan tersebut masih bersifat umum dan belum secara khusus dirancang untuk menjawab karakteristik *cloud kitchen* yang sepenuhnya bergantung pada representasi digital produk. Akibatnya, meskipun konsumen telah memiliki hak atas informasi dan pelaku usaha telah dibebani kewajiban untuk menyampaikan informasi yang benar, masih terdapat ruang yang memungkinkan terjadinya ketidaksesuaian antara informasi yang ditampilkan dengan kondisi produk yang sebenarnya.

Temuan ini sekaligus menunjukkan bahwa perlindungan hukum konsumen dalam model bisnis *cloud kitchen* tidak cukup dipahami hanya sebagai mekanisme

²⁷ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400.

penyelesaian sengketa setelah kerugian terjadi, tetapi juga sebagai upaya menjamin kualitas informasi yang diterima konsumen sejak sebelum transaksi berlangsung. Oleh karena itu, perlindungan hukum preventif melalui pemenuhan hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur menjadi instrumen utama dalam mengurangi risiko kerugian konsumen akibat ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen*.

B. Tanggung Jawab Pelaku Usaha atas Ketidaksesuaian Informasi Produk dalam Bisnis Cloud Kitchen

Pembahasan mengenai tanggung jawab pelaku usaha dalam model bisnis *cloud kitchen* tidak dapat dilepaskan dari perlindungan hukum yang telah dibahas sebelumnya. Sebagaimana telah diuraikan, konsumen memiliki hak untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai barang dan/atau jasa yang ditawarkan, sedangkan pelaku usaha berkewajiban menyampaikan informasi yang sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya. Oleh karena itu, ketika informasi yang ditampilkan kepada konsumen tidak sesuai dengan produk yang diterima, permasalahan tersebut tidak hanya berkaitan dengan ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk, tetapi juga berkaitan dengan pelanggaran terhadap hak konsumen yang dijamin oleh hukum.²⁸

Dalam transaksi *cloud kitchen*, informasi produk memiliki kedudukan yang sangat penting karena menjadi dasar utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Berbeda dengan transaksi konvensional yang masih memungkinkan konsumen melakukan verifikasi langsung terhadap produk sebelum melakukan pembelian, konsumen *cloud kitchen* pada umumnya hanya mengandalkan representasi digital yang ditampilkan melalui platform elektronik. Akibatnya, ketidaksesuaian antara informasi yang ditampilkan dan kondisi produk yang diterima berpotensi memengaruhi kehendak konsumen dalam memberikan persetujuan terhadap suatu transaksi. Dalam kondisi demikian, kerugian yang dialami konsumen tidak semata-mata terletak pada produk yang diterima, tetapi juga pada kegagalan konsumen memperoleh informasi yang akurat sebelum melakukan transaksi.

Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, ketidaksesuaian informasi produk dapat dipandang sebagai bentuk tidak terpenuhinya hak konsumen atas informasi sebagaimana diatur dalam Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pada saat yang sama, kondisi tersebut juga menunjukkan tidak terpenuhinya kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur sebagaimana diatur dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Dengan demikian, hubungan antara hak konsumen dan kewajiban pelaku usaha dalam transaksi *cloud kitchen*

²⁸ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999.

menunjukkan bahwa ketidaksesuaian informasi produk memiliki konsekuensi hukum yang lebih luas dibandingkan sekadar persoalan kualitas produk atau pelayanan kepada konsumen.²⁹

Penelitian William Pratama dan Christine S. T. Kansil menunjukkan bahwa pemenuhan hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perlindungan konsumen dalam layanan pesan antar makanan berbasis digital. Penelitian tersebut menemukan bahwa ketidaksesuaian antara produk yang ditampilkan dan produk yang diterima konsumen dapat menimbulkan kerugian yang pada akhirnya melahirkan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.³⁰ Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa kualitas informasi produk memiliki kedudukan yang sama pentingnya dengan kualitas produk yang diperdagangkan karena informasi merupakan dasar yang digunakan konsumen dalam membentuk ekspektasi terhadap produk yang akan diterima.

Selain itu, penelitian Dini Widyasari dan Hardian Iskandar juga menunjukkan bahwa konsumen yang mengalami kerugian akibat ketidaksesuaian pesanan dalam layanan makanan berbasis digital berhak memperoleh perlindungan hukum melalui mekanisme penggantian produk, pengembalian dana (*refund*), maupun penyelesaian sengketa sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.³¹ Meskipun penelitian tersebut berfokus pada perlindungan hukum setelah kerugian terjadi, temuan tersebut menunjukkan bahwa hukum memberikan konsekuensi terhadap pelanggaran hak konsumen yang timbul dalam transaksi makanan berbasis digital.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen* tidak hanya menimbulkan persoalan perlindungan hukum preventif, tetapi juga menimbulkan konsekuensi hukum yang dapat melahirkan tanggung jawab bagi pelaku usaha. Dengan kata lain, ketika informasi yang digunakan konsumen sebagai dasar pengambilan keputusan ternyata tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya, maka pelanggaran terhadap hak konsumen tersebut berpotensi menjadi dasar bagi lahirnya kewajiban pelaku usaha untuk memberikan pertanggungjawaban hukum atas kerugian yang dialami konsumen. Oleh karena itu, pembahasan selanjutnya perlu diarahkan pada analisis mengenai bentuk tanggung jawab pelaku usaha dan mekanisme ganti rugi yang tersedia dalam hukum perlindungan konsumen Indonesia.

Konsekuensi hukum dari pelanggaran hak konsumen pada dasarnya tercermin dalam ketentuan tanggung jawab pelaku usaha sebagaimana diatur

²⁹ Ibid.

³⁰ William Pratama dan Christine S. T. Kansil, *Perlindungan Hukum Layanan Grab Food Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.

³¹ Dini Widyasari dan Hardian Iskandar, *Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pengguna Jasa ShopeeFood Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen*.

dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Ketentuan tersebut menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, maupun kerugian yang dialami konsumen akibat mengonsumsi barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dengan demikian, perlindungan hukum dalam hukum perlindungan konsumen tidak berhenti pada pengakuan hak konsumen semata, tetapi juga menyediakan mekanisme pertanggungjawaban ketika hak tersebut dilanggar.³²

Dalam konteks *cloud kitchen*, kerugian konsumen tidak selalu muncul dalam bentuk kerusakan fisik produk atau cacat barang sebagaimana lazim ditemukan dalam transaksi konvensional. Kerugian dapat timbul karena konsumen memperoleh produk yang tidak sesuai dengan informasi yang dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Sebagai contoh, konsumen dapat menerima makanan dengan ukuran porsi yang jauh berbeda dari foto yang ditampilkan, komposisi produk yang tidak sesuai dengan deskripsi menu, maupun kualitas produk yang tidak mencerminkan representasi digital yang dipasarkan oleh pelaku usaha. Dalam kondisi demikian, kerugian yang dialami konsumen pada dasarnya berakar pada ketidaksesuaian informasi produk yang telah memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan transaksi.

Dari perspektif hukum perlindungan konsumen, keadaan tersebut menunjukkan bahwa tanggung jawab pelaku usaha tidak hanya lahir ketika produk mengalami kerusakan atau cacat secara fisik, tetapi juga ketika informasi yang disampaikan kepada konsumen tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya. Hal ini sejalan dengan konstruksi hubungan antara Pasal 4 huruf c dan Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menempatkan hak atas informasi dan kewajiban memberikan informasi sebagai bagian dari sistem perlindungan konsumen. Oleh karena itu, apabila ketidaksesuaian informasi produk menyebabkan kerugian bagi konsumen, maka pelanggaran terhadap kewajiban informasi tersebut dapat menjadi dasar lahirnya tanggung jawab hukum pelaku usaha.

Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian William Pratama dan Christine S. T. Kansil yang menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara informasi produk yang ditampilkan dan produk yang diterima konsumen berpotensi menimbulkan kerugian yang mengharuskan pelaku usaha memberikan perlindungan hukum kepada konsumen.³³ Dengan demikian, kualitas informasi produk tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawab pelaku usaha karena informasi merupakan bagian dari proses pemasaran yang digunakan untuk menarik dan meyakinkan konsumen agar melakukan transaksi.

³² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 19.

³³ William Pratama dan Christine S. T. Kansil, *Perlindungan Hukum Layanan Grab Food Berdasarkan Undang-Undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.

Lebih lanjut, Pasal 19 ayat (2) Undang-Undang Perlindungan Konsumen mengatur bahwa ganti rugi dapat diberikan dalam bentuk pengembalian uang, penggantian barang dan/atau jasa yang sejenis atau setara nilainya, perawatan kesehatan, maupun pemberian santunan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa hukum memberikan beberapa alternatif bentuk pertanggungjawaban yang dapat digunakan untuk memulihkan kerugian konsumen. Dalam konteks *cloud kitchen*, bentuk pertanggungjawaban yang paling relevan umumnya berupa pengembalian dana (*refund*) atau penggantian produk yang sesuai dengan informasi yang dijanjikan kepada konsumen.

Bentuk Ketidaksesuaian	Kerugian Konsumen	Bentuk Pertanggungjawaban
Foto produk tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya	Ekspektasi konsumen tidak terpenuhi	Penggantian produk atau pengembalian dana
Deskripsi menu tidak sesuai komposisi produk	Konsumen menerima produk berbeda dari yang dipilih	Penggantian produk atau pengembalian dana
Informasi ukuran porsi tidak sesuai	Kerugian ekonomis konsumen	Pengembalian dana sebagian atau penuh
Klaim tertentu pada produk tidak sesuai kenyataan	Konsumen dirugikan akibat informasi menyesatkan	Ganti rugi sesuai kerugian yang dialami

Tabel 3. Bentuk Pertanggungjawaban Pelaku Usaha atas Ketidaksesuaian Informasi Produk dalam Cloud Kitchen

Meskipun demikian, penerapan mekanisme ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen pada transaksi *cloud kitchen* memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan transaksi konvensional. Hal tersebut disebabkan karena objek sengketa umumnya berkaitan dengan ketidaksesuaian representasi digital produk, seperti ukuran porsi, tampilan makanan, komposisi, maupun kualitas produk yang dipromosikan melalui platform elektronik. Oleh karena itu, validasi terhadap adanya ketidaksesuaian informasi produk tidak lagi dilakukan melalui pemeriksaan langsung di tempat usaha, melainkan bergantung pada alat bukti digital yang dimiliki konsumen, seperti tangkapan layar (*screenshot*) informasi produk pada aplikasi, foto produk yang

diterima, riwayat transaksi elektronik, serta komunikasi antara konsumen dengan pelaku usaha maupun penyedia platform. Bukti-bukti tersebut menjadi dasar untuk menilai apakah telah terjadi ketidaksesuaian informasi yang menimbulkan kerugian sehingga konsumen berhak memperoleh pemulihan melalui mekanisme ganti rugi sebagaimana diatur dalam Pasal 19 Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat dipahami bahwa hukum perlindungan konsumen pada dasarnya telah menyediakan mekanisme pertanggungjawaban bagi pelaku usaha yang menyampaikan informasi produk secara tidak sesuai. Dengan demikian, ketika ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen* menimbulkan kerugian bagi konsumen, pelaku usaha tidak hanya berkewajiban memperbaiki kesalahan yang terjadi, tetapi juga berkewajiban memulihkan hak-hak konsumen melalui mekanisme ganti rugi yang tersedia dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen.

Permasalahan yang muncul dalam model bisnis *cloud kitchen* tidak hanya berkaitan dengan bentuk pertanggungjawaban yang dapat diminta oleh konsumen, tetapi juga berkaitan dengan penentuan pihak yang harus memikul tanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian informasi produk. Persoalan ini menjadi penting karena transaksi *cloud kitchen* pada umumnya melibatkan lebih dari satu pihak, yaitu pelaku usaha *cloud kitchen* sebagai penyedia produk dan platform digital sebagai sarana yang digunakan untuk memasarkan serta mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan pertanyaan mengenai pihak yang seharusnya bertanggung jawab apabila informasi produk yang ditampilkan ternyata tidak sesuai dengan kondisi produk yang diterima konsumen.

Dalam praktiknya, informasi mengenai produk pada layanan pesan antar makanan umumnya berasal dari pelaku usaha yang menawarkan produk tersebut. Pelaku usaha menentukan nama produk, foto produk, deskripsi menu, ukuran porsi, komposisi makanan, serta berbagai informasi lain yang ditampilkan kepada konsumen melalui platform digital. Dengan demikian, pelaku usaha merupakan pihak yang memiliki penguasaan paling besar terhadap informasi yang menjadi dasar pembentukan ekspektasi konsumen sebelum transaksi dilakukan. Oleh karena itu, apabila terjadi ketidaksesuaian antara informasi yang ditampilkan dengan kondisi produk yang sebenarnya, maka secara prinsipil tanggung jawab hukum pertama kali harus diarahkan kepada pelaku usaha sebagai pihak yang mengendalikan substansi informasi tersebut.

Pandangan tersebut sejalan dengan konstruksi hukum dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang menempatkan pelaku usaha sebagai subjek utama yang dibebani kewajiban untuk memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen. Kewajiban tersebut secara tegas diatur dalam Pasal 7 huruf b Undang-Undang Perlindungan Konsumen, sehingga pelanggaran terhadap kewajiban informasi pada dasarnya merupakan bentuk pelanggaran yang dilakukan

oleh pelaku usaha itu sendiri. Dengan demikian, ketika foto produk, deskripsi menu, atau informasi lain yang ditampilkan kepada konsumen tidak sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya, maka pelaku usaha memiliki tanggung jawab hukum untuk memulihkan kerugian yang timbul akibat informasi yang disampaikannya.³⁴

Penelitian Soya Putri Mirena dan Imam Haryanto menunjukkan bahwa dalam layanan pesan antar makanan berbasis digital terdapat pembagian tanggung jawab antara berbagai pihak yang terlibat dalam transaksi, termasuk penyedia platform, pengemudi, dan pelaku usaha penyedia makanan. Namun demikian, tanggung jawab masing-masing pihak ditentukan berdasarkan bentuk kerugian dan sumber permasalahan yang terjadi.³⁵ Apabila kerugian timbul akibat keterlambatan pengiriman atau kesalahan pengantaran, maka tanggung jawab dapat berkaitan dengan pihak pengemudi atau penyedia layanan. Sebaliknya, apabila kerugian timbul akibat ketidaksesuaian informasi mengenai produk yang dipasarkan, maka sumber permasalahan tersebut berasal dari informasi produk yang berada dalam kendali pelaku usaha.

Meskipun demikian, keterlibatan platform digital dalam transaksi *cloud kitchen* tidak dapat diabaikan sepenuhnya. Platform memiliki peran sebagai penyelenggara sistem elektronik yang menyediakan sarana bagi pelaku usaha untuk menyampaikan informasi kepada konsumen. Oleh karena itu, platform tetap memiliki tanggung jawab untuk menyelenggarakan sistem elektronik yang andal, aman, dan dapat digunakan sebagaimana mestinya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang mengatur transaksi elektronik. Akan tetapi, selama platform hanya berperan sebagai perantara yang menampilkan informasi yang berasal dari pelaku usaha dan tidak melakukan perubahan terhadap substansi informasi tersebut, maka tanggung jawab utama atas kebenaran informasi produk tetap berada pada pelaku usaha yang membuat dan menyampaikan informasi tersebut kepada konsumen.

Sumber Permasalahan	Pihak yang Dominan Bertanggung Jawab	Dasar Pertimbangan
---------------------	--------------------------------------	--------------------

³⁴ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Pasal 7 huruf b.

³⁵ Soya Putri Mirena dan Imam Haryanto, "Tanggung Jawab Hukum bagi Konsumen atas Kerugian Layanan GrabFood oleh PT. Grab Teknologi Indonesia," *Jurnal USM Law Review* 7, no. 2 (2024): 699–723, <https://doi.org/10.26623/julr.v7i2.9135>.

Informasi tidak sesuai	produk	Pelaku usaha cloud kitchen	Pelaku usaha mengendalikan substansi informasi produk
Foto menyesatkan	produk	Pelaku usaha cloud kitchen	Foto berasal dari pelaku usaha
Deskripsi menu sesuai	tidak	Pelaku usaha cloud kitchen	Informasi disusun oleh pelaku usaha
Gangguan aplikasi	sistem	Platform digital	Berkaitan dengan penyelenggaraan sistem elektronik
Kesalahan pengantaran		Penyedia pengiriman/pengemudi	Berkaitan dengan pelaksanaan pengiriman produk

Tabel 4. Analisis Pembagian Tanggung Jawab dalam Transaksi Cloud Kitchen

Berdasarkan analisis tersebut, penelitian ini menemukan bahwa dalam model bisnis *cloud kitchen*, tanggung jawab utama atas kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian informasi produk berada pada pelaku usaha sebagai pihak yang menguasai dan menentukan informasi yang digunakan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Meskipun transaksi dilakukan melalui platform digital, keterlibatan platform tidak serta-merta mengalihkan tanggung jawab pelaku usaha atas kebenaran informasi yang disampaikan kepada konsumen. Dengan demikian, hubungan hukum dalam transaksi *cloud kitchen* menunjukkan bahwa pihak yang paling bertanggung jawab terhadap ketidaksesuaian informasi produk adalah pelaku usaha yang menawarkan dan memasarkan produk tersebut kepada konsumen.

D. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap konsumen yang mengalami ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen* pada dasarnya telah tersedia melalui Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan didukung oleh rezim hukum transaksi elektronik. Perlindungan tersebut diwujudkan melalui pengakuan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur serta kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang sesuai dengan kondisi produk yang sebenarnya. Namun demikian, karakteristik *cloud kitchen* yang sepenuhnya bergantung pada representasi digital menyebabkan risiko kerugian konsumen tidak hanya muncul

setelah transaksi berlangsung, tetapi juga sejak proses pembentukan keputusan pembelian. Kondisi ini menunjukkan bahwa perlindungan hukum preventif terhadap kualitas dan akurasi informasi produk memiliki peran yang sama pentingnya dengan perlindungan hukum setelah kerugian terjadi.

Penelitian ini juga menemukan bahwa tanggung jawab utama atas kerugian yang timbul akibat ketidaksesuaian informasi produk berada pada pelaku usaha *cloud kitchen* sebagai pihak yang menguasai, menentukan, dan menyampaikan informasi produk kepada konsumen. Meskipun transaksi dilakukan melalui platform digital, keberadaan platform tidak menghapus tanggung jawab pelaku usaha atas kebenaran informasi yang digunakan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, efektivitas perlindungan konsumen dalam model bisnis *cloud kitchen* tidak hanya bergantung pada tersedianya mekanisme ganti rugi, tetapi juga pada kemampuan hukum untuk menjamin transparansi dan akurasi informasi produk sejak sebelum transaksi dilakukan. Berdasarkan temuan tersebut, diperlukan penguatan pengaturan mengenai standar penyampaian informasi produk dalam perdagangan makanan berbasis digital, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan foto produk, deskripsi menu, ukuran porsi, dan representasi digital lainnya. Pengaturan yang lebih spesifik akan memberikan kepastian hukum bagi konsumen maupun pelaku usaha sekaligus mendukung terciptanya praktik perdagangan digital yang lebih transparan, bertanggung jawab, dan berkeadilan.

E. Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dr. Nurul Fibrianti, S.H., M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, masukan, dan motivasi selama proses penelitian hingga penyusunan artikel ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang atas dukungan akademik yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada Ikatan Penulis Mahasiswa Hukum Indonesia Law Journal, Editor, dan Reviewer yang telah memberikan masukan, kritik, serta saran yang konstruktif sehingga artikel ini dapat disempurnakan dan disajikan dengan lebih baik.

F. Pernyataan Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam publikasi artikel ini.

G. Informasi Pendanaan

Pendanaan dalam penelitian, penulisan, dan penerbitan jurnal ini semuanya didanai melalui dana pribadi penulis pertama.

H. Referensi

- Bernadeta Alvina Diva, Danty Helmalia Putri, Eddy Setiawan, Firmansyah Putra Abbasi, Hayqal Aditya Putra, Nurul Rommadhani, Piere Dawi Angelo, Permata Cinta, dan Yolanda Putri. "Perlindungan Konsumen Terhadap Ketidaksesuaian Tampilan Pangan Pada Label Produk." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9, no. 15 (2023): 45–51. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8199245>.
- Chafid, Candra Chaerul, Zaenal Arifin, dan Muhammad Junaidi. "Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Informasi Produk dalam Transaksi Elektronik." *Indonesia Law Reform Journal (ILRE)*, 2025.
- Hadjon, Philipus M. *Perlindungan Hukum bagi Rakyat di Indonesia: Sebuah Studi tentang Prinsip-Prinsipnya, Penanganannya oleh Pengadilan dalam Lingkungan Peradilan Umum dan Pembentukan Peradilan Administrasi Negara*. Surabaya: Bina Ilmu, 1987.
- Harini, P., A. Rohini, S. Selvanayaki, M. Prahadeeswaran, R. Pangayar Selvi, dan Shokila C. "A Systematic Literature Review of Cloud Kitchen." *Plant Science Today* 12, no. 1 (2025): 1–8. <https://doi.org/10.14719/pst.6016>.
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek).
- Kian, Antonius Maria Laot, Febriyanti Angelia Ginting, dan Putri Ratna Setyowati. "Legal Regulation of Online Food in Indonesia: Challenges for Public Health and Its Comparison with Malaysia." *Jurnal Rekayasa* 8, no. 3 (2025): 4164–4179. <https://doi.org/10.24815/jr.v8i3.48371>.
- Kristiyanti, Celina Tri Siwi. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Sinar Grafika, 2016.
- Mirena, Soya Putri, dan Imam Haryanto. "Tanggung Jawab Hukum bagi Konsumen atas Kerugian Layanan GrabFood oleh PT. Grab Teknologi Indonesia." *Jurnal USM Law Review* 7, no. 2 (2024): 699–723. <https://doi.org/10.26623/julr.v7i2.9135>.
- Miru, Ahmadi, dan Sutarman Yodo. *Hukum Perlindungan Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Nasution, Az. *Hukum Perlindungan Konsumen: Suatu Pengantar*. Jakarta: Diadit Media, 2002.
- Nasution, Az. *Konsumen dan Hukum: Tinjauan Sosial, Ekonomi, dan Hukum pada Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1995.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2023 tentang Perizinan Berusaha, Periklanan, Pembinaan, dan Pengawasan Pelaku Usaha dalam Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 185, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6400. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/122030/pp-no-71-tahun-2019>.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6420.
- Pham, T., A. Sim, dan C. Nguyen. "Invisible Kitchens, Visible Values: Understanding Consumer Trust and Boundary Formation in Digital Food Experiences."

- Accessed June 2026.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/cb.70180>.
- Pratama, William, dan Christine S. T. Kansil. "Perlindungan Hukum Layanan Grab Food Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen." *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia* 9, no. 4 (2024).
- Rahardjo, Satjipto. *Ilmu Hukum*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000.
- Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Sari, Intan Wulan, Ryanel Irzal, dan Viola Audra Jhuniah. "Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Dalam Membeli Barang Yang Tidak Sesuai Dengan Postingan di E-Commerce." *SLJ* 3, no. 2 (2025).
- Shidarta. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Jakarta: Grasindo, 2006.
- Shofie, Yusuf. *Hukum Perlindungan Konsumen Indonesia*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2009.
- Silchenko, Volodymyr. "Cloud Kitchens and Their Impact on the Restaurant Industry." February 7, 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14650775>.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2014.
- Soekanto, Soerjono, dan Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2015.
- Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa, 2005.
- Suhendro. "Halal Product Guarantee Law on Grab Food Application Services in Providing Protection to Consumers." *Journal of Law and Sustainable Development* 11, no. 12 (2023): e02681. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i12.2681>.
- Sunggono, Bambang. *Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3821. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/45288/uu-no-8-tahun-1999>.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 227, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5360.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 251, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5952.
- Widjaja, Gunawan, dan Ahmad Yani. *Hukum tentang Perlindungan Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Widyasari, Dini, dan Hardian Iskandar. "Perlindungan Hukum Bagi Konsumen Terhadap Pengguna Jasa ShopeeFood Ditinjau Dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen." *Unes Law Review* 6, no. 1 (2023): 3603–3612.

- Yadav, Prateek. "Rise of Ghost Kitchens in Urban India: Analyse How Food Delivery-Only Kitchens Operate and Scale." June 17, 2025. <https://doi.org/10.5281/zenodo.15679598>.
- Yulianingsih, Sri, dan Rengga Kusuma Putra. "Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Informasi Produk dalam Transaksi Digital." HAKIM: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial, 2024.
- Zeva, Naila. "Perlindungan Hukum Konsumen terhadap Ketidaksesuaian Informasi Produk dalam Transaksi Digital." Skripsi, Universitas Islam Negeri, 2024.

Biografi Penulis

Hidayat Muhammad Sugiharto

Hidayat Muhammad Sugiharto merupakan mahasiswa Program Studi Sarjana Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. Bidang kajian yang diminatinya meliputi Hukum Perlindungan Konsumen, Hukum Perdata, Hukum Bisnis, serta perkembangan hukum dalam transaksi elektronik dan ekonomi digital. Penelitian ini merupakan bagian dari pengembangan kajian akademiknya mengenai perlindungan hukum konsumen terhadap ketidaksesuaian informasi produk dalam model bisnis *cloud kitchen* di Indonesia.

Dr. Nurul Fibrianti, S.H., M.Hum.

Dr. Nurul Fibrianti, S.H., M.Hum. merupakan dosen pada Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang. Beliau mengampu mata kuliah di bidang Hukum Perdata, Hukum Perlindungan Konsumen, dan Hukum Bisnis, serta aktif melakukan penelitian dan publikasi ilmiah di bidang hukum perdata, perlindungan konsumen, dan perkembangan hukum dalam aktivitas perdagangan berbasis digital. Dalam artikel ini, beliau berperan sebagai dosen pembimbing sekaligus penulis pendamping.

“This Page Intentionally Left Blanks”