

Analisis Yuridis terhadap Pertanggungjawaban Perusahaan atas Klaim Keberlanjutan Palsu dalam Perspektif Hukum Lingkungan

Devi Rismayanti * ^{1a}, Reza Sundari ^{2b}, Syaira Destiani Syawal Aulia ^{3c}, Linda Novianti^{4d}.

¹²³⁴STIE Gema Widya Bangsa, Bandung, 40624, Indonesia.

^{1a}drismayanti682@gmail.com; ^{2b}resasundari05@gmail.com; ^{3c}syairaa009@gmail.com; ^{4d}lindanovianti979@gmail.com

Nomor Handphone : 0857-9511-6033

Abstract: Penerima menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode riset di perpustakaan untuk meneliti kerangka hukum yang mengatur prinsip keberlanjutan dalam bidang hukum lingkungan dan hukum perlindungan konsumen di Indonesia. Penelitian ini juga menganalisis sejarah perkembangan praktik greenwashing, jenis-jenis klaim keberlanjutan yang palsu, dampak hukum terhadap perusahaan, konsumen, dan lingkungan. Selain itu, penelitian ini menggali bentuk tanggung jawab hukum perusahaan, seperti administratif, perdata, dan pidana, serta mengupas nilai-nilai etika bisnis seperti transparansi, integritas, dan akuntabilitas dalam mencegah praktik greenwashing di lingkungan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa greenwashing adalah praktik yang menyesatkan dan manipulatif yang dilakukan perusahaan untuk membangun citra ramah lingkungan tanpa adanya perubahan nyata dalam aktivitas sehari-harinya. Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen dan investor karena menyampaikan informasi yang tidak akurat, tetapi juga melemahkan upaya perlindungan lingkungan dan berpotensi memperburuk kerusakan ekologis. Meskipun regulasi di Indonesia sudah memberikan dasar hukum untuk menindak praktik keberlanjutan yang palsu, masalah pengawasan yang kurang, keterbatasan mekanisme verifikasi, serta kesulitan dalam membuktikan kelangkaan menjadikan penegakan hukum belum efektif dan tidak menimbulkan efek jera. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, peningkatan pengawasan dan verifikasi yang independen, serta penerapan sanksi yang tegas dan proporsional untuk mendorong terwujudnya praktik bisnis yang benar-benar berkelanjutan.

Keywords: *Greenwashing*; Keberlanjutan; Undang-Undang; Lingkungan; Perusahaan

Pendahuluan

Program PROPER yang diinisiasi oleh Kementerian Lingkungan Hidup/Badan Pengendalian Lingkungan Hidup (KLH/BPLH), terdapat PROPER yang berfungsi sebagai alat untuk pembinaan, peningkatan keterlibatan publik, serta pendorong kepatuhan terhadap regulasi sesuai Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009. Program ini semakin diperketat melalui peraturan Menteri LH/BPLH Nomor 7 Tahun 2025, yang mencakup sektor-sektor yang memiliki dampak signifikan seperti kawasan industri, jalan tol, dan perusahaan yang berada di dalam Daerah Aliran Sungai Prioritas (PDAS) memberikan penekanan terhadap pengelolaan limbah yang ditunjukkan oleh data bahwa hanya 39,1% limbah yang dikelola secara memadai.

Sektor dengan jumlah peserta terbesar berasal dari industri kelapa sawit (18%), lalu diikuti oleh sektor perhotelan (6%), dan tekstil (5%). Dari segi wilayah, yang paling banyak adalah Jawa Barat, DKI Jakarta, dan Jawa Timur. Penilaian ini melibatkan partisipasi Pemda, Akademisi, Pusdal, Rumah Sakit, serta Dewan Pertimbangan Koperasi dengan mekanisme evaluasi yang berlapis. Data sementara menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan belum patuh, termasuk 150 kawasan industri. Mereka diberikan waktu untuk mengajukan sanggahan hingga 27 September 2025. Dalam pengawasan kawasan industri Jabodetabek, ditemukan bahwa 55,64% masih belum patuh, dan

KLH/BPLH akan terus melakukan penilaian serta mengambil tindakan yang tegas jika tidak ada perbaikan yang dilakukan. (yulia suryanti, 2025)

Lyon dan Maxwell (2011) menekankan bahwa perusahaan sering kali berada dalam situasi sulit antara menguntungkan diri sendiri dalam jangka pendek dan bertanggung jawab secara sosial. Mereka menjelaskan bahwa ketika perusahaan menghadapi risiko mempersempit atau diaudit, mereka cenderung melakukan *greenwashing* sebagai cara menghindari kritik dari konsumen dan pihak lain yang memperhatikan. Dalam konteks ini, *greenwashing* berfungsi sebagai strategi untuk menjaga reputasi perusahaan tanpa melakukan perubahan yang nyata dalam cara mereka bekerja. Dampak *greenwashing* terhadap citra perusahaan telah menjadi topik yang banyak diteliti. Walker dan Wan (2012) menyatakan bahwa praktik *greenwashing* dapat merusak reputasi perusahaan secara jangka panjang jika konsumen menyadari bahwa klaim yang disampaikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan kenyataan. Ketika konsumen merasa tertipu, hal ini dapat menyebabkan hilangnya kepercayaan yang besar, dan bahkan mungkin memicu tindakan boikot terhadap produk atau layanan perusahaan. (Adjam & Hakim, 2025)

Praktik *greenwashing* sering kali digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan minat konsumen. Ketika niat baik konsumen ingin mendukung keinginannya justru dimanfaatkan oleh pelaku usaha melalui informasi yang menyimpang. Kondisi ini disebut sebagai jebakan konsumsi etis, di mana keputusan konsumen yang seharusnya etis tidak memberikan dampak nyata karena adanya distorsi informasi dari pihak produsen. Secara hukum, konsumen berhak mendapatkan informasi yang benar dan jujur, seperti yang diatur dalam Pasal 4 huruf c dan Pasal 8 ayat (1) huruf f Undang-Undang Perlindungan Konsumen (UUPK). Tindakan *greenwashing* dianggap sebagai pelanggaran hak konsumen. Namun penegakan hukum terhadap praktik *greenwashing* di Indonesia masih terbatas karena belum adanya aturan hukum yang spesifik dan pemahaman yang memadai. Berbeda dengan Amerika Serikat yang memiliki *Green Guides* dan Uni Eropa yang memiliki *EU Ecolabel* serta *Product Environmental Footprint* (PEF), di Indonesia masih mengandalkan SNI ecolabel yang bersifat sukarela. Hal ini menyebabkan pelabelan hijau cenderung bersifat simbolik dan tidak substansial. Rentannya konsumen terhadap *greenwashing* di Indonesia berakibat pada lemahnya regulasi khusus, pengawasan yang belum optimal, rendahnya literasi masyarakat, serta minimnya akuntabilitas para pelaku usaha. (deviana yuanitasari, 2025)

Di Indonesia, terdapat beberapa perangkat hukum yang menilai dan menghukum praktik *greenwashing*. Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup Nomor 32 Tahun 2009 menetapkan prinsip-prinsip seperti kehati-hatian, hak atas informasi, dan tanggung jawab bisnis. Pasal 1365 KUHP dapat digunakan sebagai dasar untuk tindakan hukum terhadap kerugian yang disebabkan oleh praktik *greenwashing*. Di tingkat internasional, *greenwashing* umumnya dipandang sebagai isu perlindungan konsumen. Banyak negara menggunakan undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang persaingan usaha, dan kode periklanan untuk memberikan sanksi kepada bisnis yang membuat klaim menyesatkan. Di Amerika Serikat, Komisi Perdagangan Federal (FTC) mengatur hal ini melalui Undang-Undang Komisi Perdagangan Federal, yang melarang praktik perdagangan yang menipu. Indonesia belum mempertimbangkan regulasi baru untuk mengatasi praktik *greenwashing* dari perspektif hukum lingkungan. Regulasi tersebut dapat diambil dari Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2009 atau berupa peraturan tersendiri, yang mencakup definisi *greenwashing*, unsur-unsur pelanggaran, mekanisme pembuktian, tanggung jawab hukum perusahaan, dan sanksi. Pendekatan ini akan melindungi konsumen, memperkuat keadilan lingkungan, mendukung pembangunan berkelanjutan, dan mencegah citra lingkungan yang menyesatkan yang mengganggu kebijakan lingkungan publik. (deviana yuanitasari, 2025)

Perspektif etika dalam dunia usaha, transparansi, kejujuran, dan tanggung jawab merupakan nilai-nilai dasar yang seharusnya menjadi pedoman bagi perusahaan dalam memberikan informasi yang benar mengenai dampak pada lingkungan dan masyarakat.

Namun, dalam praktiknya implementasi prinsip-prinsip ini tidak sepenuhnya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut. Ketidakcocokan antara pernyataan dan tindakan terkait masalah lingkungan ini menimbulkan risiko hukum, merusak reputasi, serta mengurangi pendapatan yang berdampak langsung pada konsumen dan pemegang saham. Selain itu, lemahnya pengawasan oleh lembaga pengawasan terhadap korporasi yang terlibat dalam praktik *greenwashing*, serta ketiadaan penerapan sanksi yang efektif bagi perusahaan yang membuat klaim yang menyesatkan kondisi tersebut dapat menimbulkan kesenjangan antara norma hukum dan praktik di lapangan.

Berdasarkan isu atau fenomena yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis landasan hukum yang mengatur pembuatan serta pengesahan klaim keberlanjutan dan juga mengidentifikasi batasan serta norma yang berkaitan dengan praktik *greenwashing*. Selanjutnya, studi ini juga akan menjelaskan mekanisme tanggung jawab hukum yang dihadapi perusahaan terkait klaim keberlanjutan yang tidak akurat dari sudut pandang hukum lingkungan, perlindungan terhadap konsumen, dan regulasi di tingkat korporasi. Penelitian ini berniat menilai penerapan prinsip etika bisnis dalam proses penyampaian informasi mengenai keberlanjutan oleh perusahaan serta relevansinya terhadap kepatuhan hukum.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian kepustakaan (*library research*) yang memandang hukum sebagai norma yang berlaku dan mengikat setiap subjek hukum, khususnya dalam kaitannya dengan pertanggungjawaban atas praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh perusahaan. Analisis dilakukan melalui pendekatan perundang-undangan dengan mengkaji ketentuan hukum yang relevan, antara lain Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, serta peraturan di bidang lingkungan hidup dan pertambangan. Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan konseptual yang berkaitan dengan hukum korporasi dan keberlanjutan, serta pendekatan perbandingan dengan membandingkan pengaturan dan praktik penegakan hukum terhadap *greenwashing* di Indonesia dan negara lain yang telah mengembangkan regulasi terkait klaim keberlanjutan. Bahan hukum yang digunakan diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang meliputi bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan dokumen resmi, serta bahan hukum sekunder berupa buku teks, jurnal ilmiah, karya tulis akademik, dan artikel yang relevan dengan topik kajian. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis dan pendekatan yuridis normatif (Novianti, 2024). Sumber data ditelaah secara sistematis dari literatur yang relevan dan otoritatif (Novianti, 2023), kemudian dianalisis secara induktif untuk menghasilkan temuan yang sistematis, faktual, dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian (Novianti, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *library research* untuk menganalisis secara menyeluruh penelitian yang berkaitan dengan *greenwashing*. Studi ini juga menetapkan bahwa hasil penelitian berfokus pada pembahasan topik yang berkaitan dengan studi ini untuk meneliti dampak *greenwashing* dan penerapan hukum terhadap praktik-praktik tersebut. Untuk meningkatkan pemahaman dalam penelitian ini yang bertujuan mencapai tujuan penelitian, studi yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 1.1

Tahun	Nama penulis	judul	Pembahasan
2024	Andri Faizal Priyanto, Agus Bandiyono	Dampak Greenwashing Terhadap Investasi Keberlanjutan Serta Peran Audit Sosial Dalam Implementasi Tanggung Jawab Sosial	Untuk MENGULAS pengaruh greenwashing terhadap ketertarikan investor dan perkembangan investasi berkelanjutan. Di samping itu, studi ini juga membahas mengenai fungsi audit sosial luar dalam pelaksanaan dan penyampaian tanggung jawab sosial oleh perusahaan. (andri faizal priyanto, 2024)
2023	Martha Hasanah Rustam, Hamler, Tat marlina, Duwi handoko, Rahmad Almsyah.	Peran Dan Tanggung Jawab Konsumen Untuk Mencegah Praktik Penipuan Dalam Transaksi Online Dari Perspektif Hukum Lingkungan Konsumen	peranan krusial dalam mencegah tindakan penipuan di transaksi daring, seperti melakukan pemeriksaan pada website atau toko online sebelum bertransaksi, tidak membagikan informasi pribadi yang rahasia, serta melaporkan tindakan penipuan kepada pihak yang berwenang. Pengaruh dari pemahaman konsumen mengenai fungsi dan kewajiban mereka dalam mencegah tindakan penipuan di transaksi daring adalah mampu menurunkan frekuensi insiden penipuan online yang terjadi dan melindungi konsumen dari kerugian finansial serta informasi pribadi yang bisa disalahgunakan. (Hasanah et al., 2023)
2022	Julius Adi Chandra, Muktiono, Rian Sacipto	Analisis Peran Pemerintah Terhadap Praktik Greenwashing Dalam Strategi Investasi Keuangan Berkelanjutan Berbasis ESG	Dalam tulisan ini meneliti fungsi pemerintah khususnya OJK dalam mengatur dan memonitor penerapan keuangan berkelanjutan yang berbasis ESG, serta menganalisis kekurangan dalam regulasi yang ada dan potensi munculnya praktik Greenwashing. (Julius Adi Chandra, Muktiono, 2022)
2019	Niken Ayu Lestari	Pelindungan Hukum Bagi Investor Green Bond Terhadap Resiko Greenwashing	Perlindungan hukum bagi investor Green bond dilakukan melalui mekanisme preventif dan represif, di Indonesia perlindungan preventif diatur pada POJK No. 60/ POJK. 04/2017 namun masih lemah karena belum adanya indikator yang jelas untuk menilai manfaat lingkungan proyek hijau sehingga berpotensi praktik greenwashing, namun di Republik Rakyat Tiongkok memiliki peraturan preventif yang lebih komprehensif, meskipun keduanya sama-sama belum mengatur perlindungan secara khusus terhadap risiko Greenwashing (niken ayu lestari, 2019)

Sejarah Greenwashing

Greenwashing adalah cara perusahaan mengatakan bahwa mereka peduli lingkungan, padahal mereka hanya menggunakan iklan strategi tanpa melakukan perubahan nyata. Mereka sering menyebutkan klaim seperti “ramah lingkungan” atau “berkelanjutan”, tetapi tidak ada bukti bahwa proses produksi, bahan-bahan yang digunakan, atau dampak dari operasional mereka benar-benar ramah lingkungan. Sebaliknya, perusahaan ini hanya ingin menunjukkan bahwa mereka peduli lingkungan agar produk mereka tetap populer di pasaran. Istilah “*greenwashing*” pertama kali digunakan oleh Jay Westerveld, seorang aktivis lingkungan, pada tahun 1986. Ia mengkritik industri perhotelan yang mengajak tamu untuk menghemat udara dengan memakai handuk ulang. Namun, setelah diteliti tujuan sebenarnya adalah untuk mengurangi biaya mencuci handuk, bukan untuk menjaga lingkungan. Praktik ini menjadi awal dari istilah “*greenwashing*” yang sekarang digunakan secara luas di berbagai sektor industri. *Greenwashing* bukan sekedar label palsu pada barang menurut jurnal Sustainability yang diterbitkan MDPI (2023), praktik ini mencerminkan strategi pemasaran yang tidak dilakukan tindakan nyata dari perusahaan yang ingin terlihat “hijau”. Dalam kehidupan sehari-hari, kita bisa menemukan banyak contoh *greenwashing*. Contohnya, produk dengan label “100% alami” yang ternyata mengandung bahan kimia berbahaya atau zat adiktif. Termasuk juga iklan perusahaan energi fosil yang mempromosikan investasi kecil pada energi terbarukan, padahal 90% bisnis mereka masih bergantung pada batu bara dan minyak bumi. Strategi seperti ini sering digunakan perusahaan besar untuk mempertahankan loyalitas pelanggan tanpa harus menghabiskan banyak dana untuk perubahan struktural. Contohnya, penggunaan warna hijau, gambar tanaman atau daun pada kemasan juga bisa disebut taktik *greenwashing* jika tidak diikuti tindakan nyata. Menurut studi ScienceDirect pada tahun 2024, praktik ini sangat merugikan konsumen karena membuat mereka berpikir mereka sedang membeli produk yang baik untuk lingkungan, padahal yang mereka dukung justru perusahaan yang memanipulasi informasi .

Selain merusak kepercayaan, *greenwashing* juga memperlambat gerakan keinginan yang benar-benar bermakna. Saat memilih produk, konsumen berpikir mereka sudah membeli barang yang baik untuk bumi, tetapi pada kenyataannya mereka hanya tergiur janji kosong dari iklan atau label yang beredar. Ini bukan hanya soal salah memilih barang, tapi juga soal kepercayaan yang dihancurkan oleh produsen. Menurut jurnal Sustainability oleh Wuryaningsih dkk. (2023), konsumen yang menyadari dirinya menjadi korban *greenwashing* akan kehilangan kepercayaan, bukan hanya terhadap satu merek, tetapi juga terhadap semua produk yang mengklaim dirinya ramah lingkungan. Selain itu, produk-produk yang ramah lingkungan tetap menyebabkan polusi, limbah, dan kerusakan lingkungan lainnya. Perbedaanannya adalah mereka menyampaikan pesan positif yang membuat konsumen merasa sudah berbuat baik untuk bumi. Ini justru lebih berbahaya, karena membuat masyarakat merasa sudah menjaga lingkungan hanya karena memilih produk yang terkesan ramah lingkungan, padahal sebenarnya justru merusak lingkungan. Nemes dan tim dalam jurnal Ecology and Society (2025) menjelaskan bahwa *greenwashing* menciptakan ilusi bahwa perubahan sedang terjadi, padahal praktik bisnis di baliknya tetap merusak lingkungan. Hal ini justru memperlambat upaya bersama yang sebenarnya diperlukan untuk mengatasi kerusakan lingkungan. Lebih parahnya lagi, *greenwashing* juga bisa memicu gangguan psikologis pada konsumen . Di tengah kembang-kembangnya label-label seperti “*eco*”, “*net zero*”, “*sustainability*”, dan istilah serupa, konsumen jadi pendengar mencakup banyak pilihan yang sulit dipahami. Alih-alih merasa diberdayakan, banyak konsumen justru merasa bingung, kecewa, atau bahkan menginginkannya. Situasi ini biasanya disebut *green confusion*, yaitu kondisi ketika seseorang sulit membedakan mana produk yang benar-benar ramah lingkungan dan mana yang hanya sekedar tipu muslihat. Jika kondisi ini

terus terjadi, kebingungan tersebut bisa berkembang menjadi sesuatu yang lebih serius, yaitu *eco-anxiety*.

Eco-anxiety adalah perasaan cemas, stres, atau bahkan rasa bersalah karena merasa tidak cukup berkontribusi menyelamatkan bumi meski sudah berusaha. Hal ini bisa muncul ketika seseorang menyadari bahwa produk atau merek yang didukung ternyata tidak sebaik yang dijanjikan. Menurut penelitian terbaru yang diterbitkan dalam *Journal of Environmental Psychology* (2024), banyak konsumen justru ingin berkontribusi dalam gaya hidup berkelanjutan, namun merekamemiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam mengenali *greenwashing*. (Oktrarina Paramitha Sandy, 2025)

Bentuk Pertanggungjawaban Perusahaan Pertambangan serta Pidana atas Klaim Keberlanjutan Palsu menurut Regulasi Lingkungan

Praktik Keberlanjutan Klaim Palsu dalam perusahaan pertambangan masih banyak yang melakukan penyimpangan terhadap tanggung jawab sosial serta dalam menjaga lingkungan perusahaan. Karena masih banyak perusahaan yang manipulasi terkait lingkungan yang diklaim sebagai ramah lingkungan, namun dalam praktiknya belum sepenuhnya dilaksanakan sesuai dengan peraturan Perundang-undangan yang ada, sedangkan di perusahaan pertambangan kondisinya sangat berbahaya karena dapat menutupi dampak ekologis yang ditimbulkan seperti dari pencemaran air, adanya kerusakan lahan, serta kegagalan terhadap reklamasi pascatambang. Oleh karena itu, *greenwashing* tidak hanya pelanggaran terhadap etika dalam bisnis dan norma, tetapi juga dapat menimbulkan konsekuensi terhadap pertanggungjawaban hukum administratif, perdata, dan pidana.

Pertanggungjawaban administratif, *greenwashing* dalam perusahaan pertambangan yang berkaitan langsung dengan kewajiban sebagai pelaporan lingkungan, kepatuhan terhadap dokumen AMDAL, serta pelaksanaan reklamasi pascatambang. Tidak adanya rasa tanggung jawab antara laporan keberlanjutan dengan kondisi yang terjadi di lapangan maka dapat dianggap sebagai pelanggaran yang terjadi di administasi lingkungan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup serta Peraturan pelaksanaanya, pemerintah berwenang menjatuhkan hukuman atau sanksi berupa teguran, denda administratif, pembekuan izin lingkungan hingga pencabutan izin usaha atau izin operasi dalam perusahaan pertambangan. Selain itu, dari perspektif standar keberlanjutan (ESG) tindakan ini dapat menjadi suatu kegagalan perusahaan dalam memenuhi prinsip transparansi dan akuntabilitas yang merupakan unsur utama tata kelola perusahaan yang baik.

Aspek pertanggungjawaban perdata *greenwashing* dapat dikategorikan sebagai perbuatan yang melawan hukum karena mengandung unsur informasi yang tidak benar atau menyesatkan publik. Berdasarkan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, perusahaan harus mempertanggungjawabkan apabila terjadi klaim keberlanjutan palsu tersebut menimbulkan kerugian bagi konsumen, investor, maupun masyarakat sekitar wilayah pertambangan. Kerugian tersebut tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga dapat berupa kerusakan lingkungan dan gangguan terhadap kesehatan masyarakat. Selain itu, *greenwashing* juga dapat menunjukkan penyimpangan tujuan dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari instrumen tanggung jawab menjadi sekadar alat pencitraan perusahaan karena sudah melakukan tindakan yang tidak sesuai dengan peraturan yang ada maka perusahaan dapat digugat berupa membayar ganti rugi serta diwajibkan untuk melakukan pemulihan lingkungan.

Aspek pertanggungjawaban pidana praktik yang melakukan *greenwashing* dapat di hukum pidana apabila dilakukan secara sengaja untuk menipu publik atau untuk menutupi pelanggaran lingkungan. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 telah mengatur pertanggungjawaban pidana korporasi terhadap pelanggaran lingkungan,

termasuk perbuatan yang berkaitan dengan penyampaian informasi atau data yang tidak benar mengenai pengelolaan lingkungan. Selain itu, klaim keberlanjutan palsu yang disebarluaskan kepada publik juga dapat dijerat dengan ketentuan penipuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Pidana serta Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik apabila disampaikan melalui media digital. Dalam hal ini juga, tidak hanya korporasi sebagai subjek hukum yang dapat diminta pertanggungjawaban, tetapi juga direksi dan pengurus yang berperan dalam pengambilan keputusan. (Quddus, 2025)

Penerapan Prinsip-Prinsip Etika Bisnis dalam Klaim Keberlanjutan

Prinsip transparansi, integritas, dan akuntabilitas merupakan unsur fundamental dalam etika bisnis yang berperan penting dalam mencegah serta menilai keabsahan klaim keberlanjutan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan praktik greenwashing. Ketiga prinsip ini berfungsi untuk memastikan bahwa informasi keberlanjutan yang disampaikan oleh perusahaan bersifat kredibel, jujur, dan dapat diverifikasi oleh para pemangku kepentingan.

1. Kewajaran

Prinsip keadilan menekankan perlakuan yang sama terhadap semua pemegang saham, baik yang kecil maupun menengah, serta pemegang saham utama, termasuk pemegang saham asing dan investor lainnya. Prinsip ini juga mencakup adanya sistem hukum dan peraturan yang jelas dan berlaku untuk semua pihak. Hal ini penting karena membantu melindungi kepentingan pemegang saham dari tindakan tidak jujur seperti penipuan oleh agen, manajer, atau insider trading. Prinsip keadilan ini bertujuan untuk menyelesaikan masalah yang muncul dari hubungan antara pemilik perusahaan dan pengelola, karena kedua belah pihak memiliki kepentingan yang berbeda, sehingga terjadi konflik kepentingan.

2. Akuntabilitas

Prinsip akuntabilitas berkaitan dengan adanya lembaga yang mengawasi hubungan antar unit pengawasan perusahaan. Akuntabilitas ditunjukkan dengan pembentukan komite komisaris dan arahan yang independen serta komite audit. Akuntabilitas diperlukan untuk mengatasi masalah keagenan antara pemegang saham dan direktur, serta pengendalian kekuasaan komisaris. Praktik - praktik yang diharapkan dalam menerapkan akuntabilitas meliputi memberi kekuasaan kepada dewan untuk mengawasi, menyalakan, dan mengendalikan manajemen agar dapat melindungi kepentingan pemegang saham serta menetapkan batasan yang jelas terhadap kekuasaan dewan.

3. Transparansi

Prinsip transparansi berkaitan dengan kualitas informasi yang diberikan perusahaan. Investor yang percaya bergantung pada kualitas informasi yang disampaikan oleh perusahaan. Oleh karena itu, informasi yang diberikan harus jelas, akurat, tepat waktu, dan mudah dibandingkan dengan indikator yang sama. Prinsip ini diwujudkan dalam pengembangan sistem akuntansi berdasarkan standar dan praktik terbaik, untuk memastikan laporan keuangan berkualitas tinggi, pengembangan teknologi informasi serta sistem akuntansi manajemen, sehingga memastikan pengukuran kinerja yang tepat dan proses pengambilan keputusan yang efektif. Komite dan dewan juga harus mampu mengambil keputusan yang baik, seperti pengumuman lowongan pekerjaan kepada masyarakat.

4. Tanggung Jawab

Responsibilitas berarti tanggung jawab perusahaan sebagai bagian dari masyarakat untuk mematuhi hukum dan peraturan yang berlaku serta memenuhi kebutuhan masyarakat. Tanggung jawab pentingnya pentingnya sistem yang jelas dalam mengatur tanggung jawab perusahaan kepada pemegang saham dan pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Hal ini dilakukan agar mencapai tujuan GCG, yaitu memperhatikan

kepentingan semua pihak yang terkait dengan perusahaan, seperti pemerintah, masyarakat, asosiasi bisnis, dan pihak lainnya.(Nathalia et al., 2022)

Faktor yang Menyebabkan Lemahnya Pengawasan dan Penegakan Hukum atas Klaim Keberlanjutan Palsu

Praktik klaim keberlanjutan palsu (*greenwashing*) sangat bertentangan dengan prinsip perlindungan lingkungan dan konsumen yang sudah diatur dalam peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. Namun, dalam praktiknya pengawasan dan penegakan hukum masih lemah karena kondisi ini dapat dianalisis dengan mengaitkannya pada peraturan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UU PPLH) serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Faktor Lemahnya Pengawasan dan Penegakan Hukum Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menegaskan bahwa perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dilaksanakan berdasarkan asas tanggung jawab negara, keberlanjutan, dan kehati-hatian. Pasal 67 Undang-Undang tersebut mewajibkan setiap manusia untuk memelihara kelestarian fungsi lingkungan hidup serta mencegah pencemaran dan kerusakan lingkungan. Namun, melalui praktik *greenwashing* perusahaan seolah-olah sudah memenuhi kewajibannya sedangkan secara substantif belum tentu sesuai dengan kondisi faktual di lapangan. Salah satu penyebab lemahnya penegakan hukum adalah ketiadaan pengaturan yang secara eksplisit mengatur klaim keberlanjutan palsu dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Meskipun Pasal 68 mewajibkan pelaku usaha untuk memberikan informasi yang transparan, akurat, dan tepat waktu terkait perlindungan lingkungan hidup, norma tersebut belum disertai dengan mekanisme pengawasan dan sanksi yang secara spesifik menargetkan *misrepresentasi* atau manipulasi klaim keberlanjutan. Akibatnya, pelanggaran yang terjadi sering kali hanya dikenai sanksi administratif yang bersifat ringan dan tidak menimbulkan efek jera bagi perusahaan yang melakukan praktik *greenwashing*. (Santoso & Tobing, 2025)

Faktor Lemahnya Pengawasan dan Penegakan Hukum Ditinjau dari Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dari perspektif perlindungan konsumen, *greenwashing* secara jelas melanggar hak konsumen sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, khususnya hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Klaim keberlanjutan palsu merupakan bentuk informasi menyesatkan yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk atau jasa. Namun, lemahnya penegakan hukum terhadap praktik *greenwashing* disebabkan oleh belum optimalnya penerapan Pasal 9 dan Pasal 10 Undang-Undang Perlindungan Konsumen, yang melarang pelaku usaha untuk memberikan pernyataan atau iklan yang menyesatkan. Dalam praktiknya, penegakan ketentuan tersebut masih cenderung berorientasi pada kerugian ekonomi secara langsung, sementara kerugian ekologis serta kerugian non-material yang timbul akibat penyampaian informasi lingkungan yang menyesatkan sering kali diabaikan. Selain itu, posisi konsumen yang lemah dalam menunjukkan bukti juga menjadi hambatan utama. Beban pembuktian atas klaim keberlanjutan palsu cenderung dibebankan kepada konsumen, padahal data dan informasi teknis mengenai dampak lingkungan sepenuhnya dikuasai oleh perusahaan. Kondisi ini menyebabkan perlindungan hukum yang dijanjikan oleh Undang-Undang Perlindungan Konsumen tidak berjalan dengan efektif dalam menghadapi praktik *greenwashing*. Dampak Lemahnya Penegakan Undang-Undang terhadap Perlindungan Lingkungan.

Lemahnya pengawasan dan penegakan hukum terhadap *greenwashing* berdampak langsung pada tidak tercapainya tujuan Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, yaitu menjamin kelangsungan lingkungan hidup dan

keselamatan manusia. *Greenwashing* menciptakan kepatuhan semu, perusahaan terlihat memenuhi kewajiban hukum secara formal, tetapi tetap menjalankan aktivitas yang merusak lingkungan secara substantif. Kondisi ini berpotensi melanggar pencemaran dan kerusakan lingkungan, karena tidak adanya tekanan hukum yang memadai untuk mendorong perubahan perilaku korporasi. Dengan kata lain, lemahnya penegakan hukum membuat Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup kehilangan daya paksa (*enforcement power*) dalam menghadapi praktik manipulatif berbasis klaim keberlanjutan. (deviana yuanitasari, 2025)

Dampak terhadap Perlindungan Konsumen, dari sisi konsumen, lemahnya penerapan Undang-Undang Perlindungan Konsumen terhadap praktik *greenwashing* mengakibatkan hak konsumen tereduksi menjadi norma yang bersifat formal semata. Konsumen tidak hanya dirugikan secara ekonomi, tetapi juga secara etis dan sosial karena tanpa disadari telah berpartisipasi dalam praktik usaha yang berdampak merusak lingkungan. Lebih jauh, sikap yang diberikan terhadap *greenwashing* merusak kepercayaan konsumen terhadap instrumen hukum dan konsep keberlanjutan itu sendiri. Hal ini bertentangan dengan tujuan Undang-Undang Perlindungan Konsumen untuk menciptakan iklim usaha yang sehat, jujur, dan bertanggung jawab. Keterkaitan Undang-Undang Lingkungan Hidup dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen dalam Menanggulangi *Greenwashing*. Secara konseptual, *greenwashing* berada di persimpangan antara hukum lingkungan dan hukum perlindungan konsumen. Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menekankan perlindungan ekosistem dan keberlanjutan, sementara Undang-Undang Perlindungan Konsumen menekankan kejujuran informasi dan keadilan bagi konsumen. Lemahnya pengawasan dan penegakan hukum terjadi karena kedua rezim hukum ini belum diintegrasikan secara efektif dalam menangani klaim keberlanjutan palsu. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan penegakan hukum yang holistik dengan menjadikan *greenwashing* sebagai pelanggaran multidimensi, yakni pelanggaran terhadap kewajiban lingkungan sekaligus pelanggaran terhadap hak konsumen. Tanpa penguatan norma, mekanisme pengawasan, dan sanksi yang tegas, praktik klaim keberlanjutan palsu akan terus berkembang dan melemahkan perlindungan lingkungan serta konsumen. (Santoso & Tobing, 2025)

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa *greenwashing* merupakan kegiatan palsu dalam klaim keberlanjutan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun citra perusahaan yang baik dan ramah pada lingkungan tanpa adanya perubahan yang signifikan dalam cara mereka berbisnis yang dibangun dengan citra ramah lingkungan. Perbuatan ini tidak hanya menipu para konsumen, tetapi menciptakan kepatuhan yang semu terhadap prinsip perlindungan lingkungan, yang berisiko menyebabkan kerusakan lingkungan, pencemaran lingkungan yang paling parah terdapat di sektor pertambangan yang memiliki dampak besar terhadap ekosistem lingkungan. Dalam perspektif hukum, praktik *greenwashing* dapat mengarah pada tanggung jawab administratif, perdata, dan pidana. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Konsumen telah memberikan landasan hukum untuk menangani klaim keberlanjutan palsu meskipun aturannya belum cukup tegas. Kelemahan dalam pengawasan, kesulitan dalam membuktikan, dan belum adanya integritas antara hukum lingkungan dan perlindungan konsumen membuat penegakan hukum terhadap *greenwashing* tidak berjalan dengan efektif dan tidak memberikan efek jera. Selain dampak hukum, *greenwashing* juga melanggar prinsip etika bisnis terutama pada hal transparansi, integritas, dan akuntabilitas serta merusak kepercayaan masyarakat terhadap konsep keberlanjutan itu sendiri. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang dengan jelas mengatur klaim keberlanjutan, peningkatan mekanisme pengawasan dan audit yang independen, serta penerapan sanksi yang tegas dan sesuai. Pendekatan penegakan hukum yang komprehensif dan terintegrasi menjadi langkah

krusial untuk memastikan perlindungan lingkungan dan konsumen berlangsung efektif serta mendorong praktik bisnis yang benar-benar berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpah kasih dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan jurnal yang berjudul "Analisis Yuridis terhadap Pertanggungjawaban Perusahaan atas Klaim Keberlanjutan Palsu dalam Perspektif Hukum Lingkungan." Jurnal ini dibuat sebagai bagian dari proses belajar akademik penulis selama menjalani pendidikan di STIE Gema Widya Bangsa. Dalam proses menulis jurnal ini, penulis menyadari bahwa tidak semua dilakukan sendiri. Banyak orang yang secara langsung atau tidak langsung telah memberikan bantuan, bimbingan, serta dorongan yang sangat berharga, sehingga jurnal ini dapat selesai dengan baik. Untuk itu, penulis dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada Bapak dan Ibu Dosen STIE Gema Widya Bangsa yang telah memberikan ilmu, saran, dan wawasan, khususnya terkait isu hukum, etika bisnis, dan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan.

Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak perpustakaan serta berbagai sumber referensi yang telah membantu penulis dalam memperoleh bacaan dan data pendukung yang relevan dengan topik yang dibahas. Selain itu, dukungan dari keluarga dan teman-teman juga memberikan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan jurnal ini. Penulis menyadari bahwa jurnal ini masih memiliki kelemahan, baik dalam hal pembahasan maupun penyajian. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan masukan yang konstruktif demi meningkatkan kualitas karya ini di masa depan. Harapan penulis adalah jurnal ini dapat memberikan manfaat dan tambahan wawasan, terutama bagi mahasiswa dan pembaca yang tertarik pada topik hukum lingkungan dan tanggung jawab perusahaan.

Referensi

- Adjam, M. A. S., & Hakim, M. Z. (2025). *Strategi Greenwashing : Apakah Perusahaan Benar-benar Peduli terhadap Lingkungan atau Sekadar Gimmick ?* 07(01), 76–83.
- andri faizal priyanto, agus bandiyono. (2024). *DAMPAK GREENWASHING TERHADAP INVESTASI KEBERLANJUTAN SERTA PERAN AUDIT*.
<https://doi.org/10.29407/jae.v9i3.23254>
- deviana yuanitasari. (2025). *Menelaah Greenwashing : perlindungan hukum konsumen di tengah tren produk ramah lingkungan*. 04(April).
- Hasanah, M., Marlina, T., Handoko, D., & Alamsyah, R. (2023). *Peran dan Tanggung Jawab Konsumen untuk Mencegah Praktik Penipuan dalam Transaksi Online dari Perspektif Hukum Perlindungan Konsumen Transaksi online semakin sering dilakukan oleh orang-orang baik di Indonesia maupun di dunia sebagai cara baru untuk melak*. 7(1), 1–24.
- Julius Adi Chandra, Muktiono, R. S. (2022). *Analisis Peranan Pemerintah Terhadap Praktik Greenwashing Dalam Strategi Investasi keuangan Berkelanjutan Berbasis ESG*. 7, 138–146.
- Nathalia, D. G., Anggraini, R., Djasuli, M., Gcg, K., Pelayanan, K., Amanah, S., & Muhammad, N. (2022). *Penerapan Prinsip Transparansi Pada Kegiatan Perdagangan Ditinjau Dari Sifat Amanah Nabi Muhammad*. 2(3), 806–812.
- Niken ayu lestari. (2019). *PERLINDUNGAN HUKUM BAGI INVESTOR GREEN BOND TERHADAP RISIKO GREENWASHING (Studi Perbandingan Hukum*.
- Novianti, L. (2020). *Prinsip Islam dalam Melindungi Hak Minoritas*. *Adliya: Jurnal Hukum dan Kemanusiaan*, 14(2), 228–241.
- Novianti, L. (2023). *Pidana Mati Terhadap Tindak Pidana Terorisme di Indonesia Dihubungkan dengan Tujuan Pemidanaan dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Pidana Islam*. *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(1), 50–70.

- Novianti, L. (2024). Green Constitution dalam Mendorong Green Economy sebagai Pembangunan Inklusif Berkelanjutan. *Gunung Djati Conference Series*, 42, 1–10.
- Oktrarina Paramitha Sandy. (2025). *Mengenal Greenwashing : Strategi Marketing atau Penipuan Konsumen ?* <https://validnews.id/catatan-valid/mengenal-greenwashing-strategi-marketing-atau-penipuan-konsumen>
- Quddus, M. S. (2025). *CSR dan Greenwashing : Tanggung Jawab Hukum terhadap Praktik Pencitraan Semu Korporasi*. 10–24.
- Santoso, B., & Tobing, D. M. L. (2025). *Mengkriminalisasi Greenwashing : Menjawab Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Keberlanjutan (Criminalizing Greenwashing : Addressing Consumer Protection Challenges in the Era of Sustainability)*. 26(1), 102–137.
- yulia suryanti. (2025). *5.476 Perusahaan dinilai Kinerja ketaatan lingkungan oleh KLH/BPLH Melalui PROPER / Kementerian Lingkungan Hidup / Badan Pengendalian Lingkungan Hidup*. kemenlh.go.id/nlh.go.id.