

CSR dan *Greenwashing*: Tanggung Jawab Hukum terhadap Praktik Pencitraan Semu Korporasi

Muh. Syah Quddus

Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

e-mail: muhsyahquddus017@gmail.com

Abstrak

Konsumen global menunjukkan peningkatan signifikan terhadap minat membeli produk berkelanjutan, meskipun tingkat kepercayaan terhadap klaim ramah lingkungan korporasi terus menurun akibat praktik greenwashing. Indonesia menghadapi kompleksitas serupa dengan minimnya kerangka hukum yang mampu menjangkau manipulasi keberlanjutan, di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan. Praktik CSR yang tidak otentik telah menjadi alat pencitraan semu yang merusak kepercayaan publik, memunculkan ketimpangan pasar, dan menimbulkan keunggulan tidak adil bagi pelaku usaha yang menyalahgunakan narasi keberlanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara sistematis konsep CSR dan greenwashing dari perspektif yuridis, mengidentifikasi kelemahan regulasi yang berlaku di Indonesia, serta mengevaluasi bentuk tanggung jawab hukum korporasi dan instrumen penegakan hukum terhadap praktik pencitraan semu tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan hukum normatif yang berfokus pada analisis terhadap norma tertulis, baik nasional maupun internasional, melalui studi kepustakaan. Data penelitian terdiri dari bahan hukum primer, sekunder, dan tersier yang dianalisis secara kualitatif menggunakan metode deduktif untuk menafsirkan, mengonstruksi, serta membandingkan norma yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Greenwashing tidak dapat diklasifikasikan sebagai pelanggaran etis semata karena praktik tersebut mencederai prinsip tanggung jawab hukum yang melekat pada entitas bisnis. CSR telah mengalami pergeseran dari konsep pembangunan berkelanjutan menjadi alat legitimasi simbolik melalui klaim keberlanjutan yang tidak diverifikasi secara hukum. Kekosongan norma legal, lemahnya sistem verifikasi, serta ketiadaan indikator objektif dalam membedakan CSR otentik dan manipulatif menciptakan ruang penyalahgunaan yang sistematis oleh korporasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab hukum terhadap greenwashing harus ditegaskan melalui instrumen perdata, administratif, dan pidana agar CSR tidak tereduksi menjadi strategi pencitraan semu.

Kata kunci: CSR, greenwashing, pencitraan semu, tanggung jawab hukum

PENDAHULUAN

Tren global menunjukkan peningkatan dramatis minat konsumen terhadap produk dan praktik bisnis yang berkelanjutan. Sebanyak 70-78 % konsumen menyatakan bahwa keberlanjutan merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian mereka (Krantz, 2024). Puluhan statistik menunjukkan konsumen semakin skeptis terhadap klaim ramah lingkungan sekitar 52-57% konsumen pernah melihat informasi palsu atau menyesatkan tentang upaya keberlanjutan suatu merek (Fernandes, 2023). Realitas ini menegaskan bahwa perusahaan kini menghadapi tekanan moral dan hukum untuk mempraktikkan CSR secara otentik, bukan sekadar *greenwashing*.

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki situasi yang serupa atau bahkan lebih kompleks. Sebanyak 40 persen konsumen di Indonesia mengaku terdorong membeli produk ramah lingkungan dan siap membayar lebih (Ikhsan, 2025). Peningkatan kesadaran tersebut tidak

diimbangi dengan kerangka hukum yang kuat terhadap praktik greenwashing. Studi akademik lokal mencatat sedikitnya sembilan kasus greenwashing antara 2017 dan 2021 (Magang Alam Lindungi Hutan, 2023). Ketidakmampuan hukum dan regulator dalam mendekripsi serta menindak praktik ini membentuk celah yang memengaruhi akuntabilitas korporasi.

Penerapan CSR sering disalahgunakan sebagai instrumen pemasaran yang bertujuan mempercantik citra tanpa perubahan substantif terhadap dampak sosial dan lingkungan. Pencitraan semacam ini merugikan konsumen dan publik umum. Greenwashing menimbulkan distorsi pasar, melemahkan kepercayaan publik, dan menimbulkan advantage tersendiri bagi perusahaan yang memakai strategi ilegal ini (Wahyuningrum et al., 2024). Penelitian perlu dilakukan agar isu tanggung jawab hukum atas praktik greenwashing menjadi prioritas dalam agenda regulasi dan tata kelola korporat di Indonesia.

Penelitian ini hendak mengemukakan tiga hal utama. Pertama yakni pemetaan konsep CSR dan greenwashing terhadap pijakan yuridis dalam hukum positif dan hukum internasional. Tujuan tersebut penting untuk mengurai sejauh mana norma hukum telah mengakui dan membedakan antara CSR otentik dan pencitraan semu. Kedua yakni mengungkap regulasi yang relevan serta kelemahannya dalam menanggulangi greenwashing secara efektif. Ketiga yakni menjelaskan tanggung jawab hukum korporasi dan alat penegakan hukum yang tersedia atau dapat dituntut untuk segera diperkuat.

Studi oleh Yonandi dan Lie (2025) menyimpulkan bahwa greenwashing mengakar akibat definisi yang tidak jelas, regulasi yang lemah, serta kurangnya enforcement (Alviya et al., 2024). Studi di tingkat global menunjukkan praktik greenwashing meluas hingga kisaran 95 persen produk di AS pernah melakukan klaim palsu (Redaksi Tempo, 2025). Praktik serupa juga meluas di Asia Tenggara survei Kantar menyebut lebih dari 50 persen konsumen global telah menganggap greenwashing sebagai “krisis kepercayaan”.

Regulasi di luar negeri seperti EU Green Deal dan Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) menyediakan kerangka yang lebih jelas dan sanksi yang tegas terhadap praktik greenwashing, termasuk pelaporan keberlanjutan yang di-audit oleh pihak ketiga, definisi hukum yang eksplisit, serta larangan terhadap klaim yang tidak berdasar (Pradipta, 2023). Amerika Serikat melalui “Green Guides” yang dikeluarkan oleh Federal Trade Commission mendorong verifikasi data atas klaim hijau, dan sanksi tegas atas penyimpangan. Keberhasilan pendekatan ini menghasilkan penurunan signifikan praktik greenwashing, misalnya di Eropa tercatat penurunan 12-20 persen pada periode 2023-2024 (Young, 2024).

Kondisi hukum di Indonesia masih menunjukkan keterbatasan dalam menjangkau praktik greenwashing secara normatif. Regulasi CSR yang bersumber dari undang-undang, peraturan OJK, dan skema PROPER milik KLHK hanya memuat ketentuan bersifat umum, sukarela, dan belum secara eksplisit menjangkau manipulasi keberlanjutan oleh korporasi (Istanti & Samsul, 2023). Laporan keberlanjutan yang disusun perusahaan masih bergantung pada data internal tanpa verifikasi pihak ketiga yang independen. Perusahaan memiliki celah untuk menyimulasikan performa ramah lingkungan tanpa dukungan bukti valid yang terukur. Kesenjangan tersebut membutuhkan kajian hukum yang sistematis agar negara memiliki pijakan kuat dalam menghadapi tantangan regulatif atas praktik pencitraan semu. Penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan tersebut melalui pemetaan struktur hukum, kritik atas regulasi yang ada, studi perbandingan dengan praktik internasional, dan analisis tanggung jawab hukum korporasi secara utuh dan terukur.

Penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan kebijakan hukum. Aspek teoritis menghadirkan kerangka yang membedakan secara jelas antara CSR sejati dan praktik greenwashing sebagai dua entitas normatif yang tidak dapat disamakan. Aspek praktis menyediakan analisis regulatif dan pendekatan hukum komparatif yang dapat dijadikan referensi bagi pembuat kebijakan, lembaga pengawas, dan aparat penegak hukum. Hasil penelitian ini membuka peluang bagi pembaruan hukum formal guna memperkuat dasar yuridis tanggung jawab dan penegakan hukum terhadap praktik greenwashing secara lebih transparan dan terukur.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan merupakan penelitian hukum normatif yang berfokus pada analisis sistematis terhadap norma-norma hukum tertulis yang relevan, baik nasional maupun internasional (Irwansyah, 2020). Penelitian ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer seperti undang-undang, peraturan OJK, serta dokumen internasional seperti EU Green Deal dan FTC Green Guides. Bahan hukum sekunder meliputi jurnal ilmiah, literatur akademik, buku teks hukum, dan pendapat ahli, sedangkan bahan hukum tersier mencakup kamus, glosarium, serta ensiklopedia hukum yang digunakan untuk memperjelas istilah teknis. Seluruh data dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang mengandalkan penelusuran sumber hukum melalui basis data resmi dan jurnal akademik.

Analisis data dilakukan secara normatif-kualitatif melalui pendekatan deduktif yang melibatkan penafsiran norma hukum secara sistematis dan teleologis (Irwansyah, 2020). Analisis dimulai dari pengkajian norma tertulis mengenai CSR dan praktik greenwashing, dilanjutkan dengan konstruksi hukum atas keterkaitan peraturan yang ada. Identifikasi kekosongan hukum dan inkonsistensi norma menjadi bagian penting dari tahapan analisis, termasuk perbandingan dengan praktik hukum internasional untuk mengevaluasi efektivitas hukum nasional. Proses analisis juga mencakup penilaian terhadap bentuk tanggung jawab hukum korporasi dari perspektif perdata, administratif, dan pidana untuk mengetahui sejauh mana hukum positif mampu mengatur dan menindak praktik greenwashing secara efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Konseptual dan Yuridis *Corporate Social Responsibility (CSR) dan Greenwashing*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen korporasi terhadap lingkungan sosial dan ekologis yang menjadi bagian tak terpisahkan dari operasi bisnisnya (Zhang et al., 2022). Dalam perspektif hukum internasional, konsep CSR telah diakui melalui berbagai instrumen soft law seperti UN Global Compact, OECD Guidelines for Multinational Enterprises, serta ISO 26000 yang menjadi rujukan global bagi tanggung jawab sosial. ISO 26000 tidak bersifat mengikat, tetapi menyediakan panduan normatif mengenai bagaimana perusahaan seharusnya beroperasi secara etis, bertanggung jawab, dan berkelanjutan (Zukas & Trafkowski, 2022). Panduan ini menekankan tujuh prinsip fundamental, yaitu akuntabilitas, transparansi, perilaku etis, penghormatan terhadap kepentingan pemangku kepentingan, penghormatan terhadap supremasi hukum, penghormatan terhadap norma internasional, serta penghormatan terhadap hak asasi manusia (Kolcava, 2023).

Pengaturan CSR dalam kerangka hukum Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menjalankan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Norma ini menegaskan bahwa entitas bisnis yang mengeksplorasi atau berdampak langsung terhadap lingkungan memiliki tanggung jawab hukum

untuk memberikan kontribusi sosial dan lingkungan. Tanggung jawab tersebut tidak bersifat sukarela, tetapi memiliki landasan hukum yang bersifat imperatif, sehingga pelaksanaannya tidak lagi sekadar praktik etis, melainkan kewajiban normatif (Zukas & Trafkowski, 2022). Penegasan bahwa CSR merupakan kewajiban bagi sektor tertentu menunjukkan orientasi hukum nasional terhadap keadilan ekologis dan perlindungan masyarakat terdampak.

Tujuan CSR dalam konstruksi normatif ini tidak berhenti pada peningkatan citra perusahaan atau pemenuhan formalitas hukum. CSR diarahkan untuk mendorong perusahaan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan, memperkuat harmoni sosial, dan mencegah kerusakan lingkungan (Ballan et al., 2024). Prinsip pembangunan berkelanjutan menuntut agar kegiatan bisnis tidak hanya memprioritaskan keuntungan jangka pendek, tetapi juga mempertimbangkan kepentingan generasi mendatang. CSR menjadi jembatan etis antara aktivitas bisnis dan nilai-nilai kemanusiaan. Fungsi CSR dalam konteks ini lebih jauh bertransformasi menjadi bagian dari tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance) yang mensyaratkan integritas, akuntabilitas, dan keterbukaan dalam setiap keputusan korporasi.

Tipologi CSR terbagi menjadi dua pendekatan utama, yaitu compliance-based dan value-based. CSR berbasis kepatuhan (compliance-based) cenderung dijalankan sebagai tanggapan terhadap kewajiban hukum atau tekanan eksternal, baik dari pemerintah maupun masyarakat sipil (de Sadeleer, 2025). Perusahaan yang menganut pendekatan ini menjalankan CSR sekadar untuk memenuhi kewajiban regulatif, menghindari sanksi, atau memperbaiki citra di mata publik. Sementara itu, CSR berbasis nilai (value-based) lahir dari kesadaran intrinsik perusahaan akan pentingnya etika, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial (Lashitew, 2021). Pendekatan ini biasanya diintegrasikan dalam visi dan misi perusahaan, serta menjadi bagian dari strategi bisnis jangka panjang. CSR value-based dianggap lebih substantif karena tidak didorong oleh paksaan hukum, tetapi dilandasi oleh komitmen moral dan strategis yang mendalam.

Fenomena greenwashing muncul sebagai deviasi dari prinsip CSR yang sejati. Istilah greenwashing pertama kali diperkenalkan oleh Jay Westerveld pada tahun 1986 untuk mengkritik kampanye hotel yang meminta tamu untuk menggunakan kembali handuk mereka sebagai bentuk “kesadaran lingkungan”, padahal sebenarnya dilakukan untuk menghemat biaya operasional tanpa adanya kontribusi nyata terhadap pelestarian lingkungan. Greenwashing merupakan praktik manipulatif yang secara sengaja dilakukan perusahaan melalui penyampaian informasi menyesatkan atau tidak akurat mengenai inisiatif keberlanjutan untuk membentuk citra ramah lingkungan di mata publik (Shanor & Light, 2022). Perusahaan sering mengemas greenwashing dalam bentuk narasi hijau tanpa dasar faktual, simbolisme yang tidak disertai tindakan nyata, atau penyajian data yang tidak melalui verifikasi independen.

Tindakan greenwashing dapat dimanifestasikan dalam berbagai bentuk, antara lain selective disclosure, symbolic actions, dan mislabeling. Selective disclosure terjadi ketika perusahaan hanya mengungkapkan informasi positif terkait lingkungan sembari menyembunyikan dampak negatif dari kegiatan bisnisnya (Zych et al., 2021). Misalnya, sebuah perusahaan tambang dapat menyoroti program penghijauan di satu lokasi tertentu tanpa mengungkapkan pencemaran air atau kerusakan ekosistem di lokasi lainnya. Symbolic actions merujuk pada tindakan simbolik atau kampanye yang tidak berdampak nyata terhadap perbaikan lingkungan (Zhang et al., 2024). Contohnya termasuk penggunaan kemasan berwarna hijau, slogan ramah lingkungan, atau iklan yang menonjolkan kepedulian terhadap alam tanpa ada program keberlanjutan yang terukur. Mislabeling terjadi ketika perusahaan memberikan label atau klaim palsu mengenai produknya,

seperti mencantumkan “100% biodegradable” atau “eco-friendly” tanpa bukti atau sertifikasi yang dapat diverifikasi (Ding et al., 2025). Praktik ini tidak hanya menyesatkan konsumen, tetapi juga melanggar prinsip transparansi dan kejujuran dalam aktivitas bisnis.

Psikologi konsumen memainkan peran penting dalam efektivitas praktik greenwashing. Banyak konsumen saat ini menunjukkan preferensi yang kuat terhadap produk atau layanan yang dianggap ramah lingkungan. Studi oleh Nielsen (2015) menunjukkan bahwa lebih dari 66% konsumen global bersedia membayar lebih untuk produk dari perusahaan yang berkomitmen terhadap dampak sosial dan lingkungan yang positif (Mutuafiq, 2025). Preferensi ini menciptakan insentif ekonomi bagi perusahaan untuk memasarkan diri sebagai entitas berkelanjutan, meskipun komitmen tersebut belum tentu didasarkan pada kenyataan. Ilusi keberlanjutan yang dibentuk melalui greenwashing memperkuat asumsi konsumen bahwa tindakan konsumsi mereka mendukung praktik etis dan pelestarian lingkungan, padahal kenyataannya perusahaan hanya menciptakan narasi hijau sebagai strategi pemasaran. Kepercayaan konsumen terhadap label atau narasi ramah lingkungan menjadi modal simbolik yang dieksloitasi perusahaan demi meraih loyalitas pasar dan keuntungan finansial.

Perbandingan antara CSR sejati dan praktik pencitraan semu dapat dilihat secara konkret melalui sejumlah studi kasus. Salah satu contoh signifikan berasal dari kasus Volkswagen Emission Scandal (2015) yang dikenal sebagai “Dieselgate”. Perusahaan otomotif raksasa asal Jerman tersebut diketahui secara sistematis menggunakan perangkat lunak ilegal untuk memanipulasi hasil uji emisi kendaraan diesel mereka, sementara secara publik mereka mengklaim sebagai pelopor teknologi kendaraan ramah lingkungan (Bondan, 2024). Manipulasi ini berdampak pada penurunan kualitas udara, pelanggaran regulasi lingkungan, serta kerugian besar bagi konsumen yang tertipu oleh klaim keberlanjutan palsu. Investigasi lebih lanjut mengungkapkan bahwa kampanye CSR dan narasi lingkungan yang dibangun oleh Volkswagen tidak berlandaskan pada kinerja lingkungan yang autentik, melainkan strategi pemasaran terencana untuk meningkatkan penjualan dan reputasi.

Di Indonesia, salah satu kasus yang menjadi perhatian publik adalah kampanye ramah lingkungan oleh PT. Toba Pulp Lestari (TPL) yang selama bertahun-tahun mengklaim telah melakukan praktik kehutanan berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat adat (Tambunan, 2021). Walaupun perusahaan secara aktif menerbitkan laporan CSR, namun sejumlah laporan dari WALHI dan masyarakat adat menyebutkan terjadinya perampasan lahan, deforestasi, serta konflik sosial yang berlarut-larut di wilayah konsesi mereka. Klaim perusahaan mengenai keberlanjutan dan kemitraan dengan masyarakat dinilai tidak konsisten dengan kondisi lapangan. Penilaian independen dari lembaga lingkungan menunjukkan ketidaksesuaian antara apa yang dilaporkan dalam dokumen CSR dengan realitas yang dihadapi oleh komunitas lokal. Kasus ini menggambarkan bagaimana narasi CSR digunakan sebagai alat pencitraan korporasi untuk menutupi praktik eksploratif yang bertentangan dengan prinsip keberlanjutan (Dempere et al., 2024).

Analisis terhadap niat hukum atau mens rea perusahaan dalam praktik CSR manipulatif menjadi penting untuk menilai intensi kesengajaan di balik greenwashing. Perusahaan yang secara sadar memproduksi narasi keberlanjutan palsu, menyembunyikan data, atau menghindari verifikasi independen dapat dikualifikasi sebagai pelaku tindakan misleading (Kencana et al., 2023). Niat tersebut tidak dapat dilihat semata dari hasil, tetapi dari pola tindakan yang sistematis, keberadaan unit komunikasi yang agresif dalam memproduksi citra hijau, serta penolakan

terhadap transparansi dan audit lingkungan. Ketika elemen ini terpenuhi, greenwashing bukan hanya menjadi pelanggaran etika, melainkan potensi pelanggaran hukum yang dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum atau penipuan publik (Kudus et al., 2021). Penggunaan CSR sebagai instrumen manipulatif menyalahi prinsip tanggung jawab hukum dan menodai esensi dari keberlanjutan itu sendiri.

CSR tidak selalu mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Perbedaan antara CSR yang otentik dan greenwashing bergantung pada niat, kejujuran, serta integritas informasi yang disampaikan korporasi. Penilaian terhadap praktik CSR memerlukan verifikasi mendalam dan tidak cukup hanya mengandalkan laporan tahunan atau kampanye media. Greenwashing harus dimaknai sebagai bentuk penyimpangan serius yang merusak kepercayaan publik serta melemahkan sistem akuntabilitas korporasi dalam kerangka hukum yang menjunjung keadilan ekologis (Waagstein, 2011). Pemahaman konseptual dan yuridis mengenai CSR serta greenwashing menjadi fondasi utama dalam pengembangan instrumen hukum yang adaptif dan responsif terhadap dinamika keberlanjutan dan tanggung jawab korporasi.

Kerangka Hukum dan Kelemahan Regulasi terhadap Praktik *Greenwashing* di Indonesia

Kerangka hukum nasional yang mengatur praktik Corporate Social Responsibility (CSR) dan aktivitas korporasi yang berkaitan dengan keberlanjutan lingkungan di Indonesia telah terbentuk secara fragmentaris melalui beberapa instrumen hukum positif. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas merupakan landasan hukum pertama yang secara eksplisit menyebutkan CSR sebagai kewajiban bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang atau yang berkaitan dengan sumber daya alam. Pasal 74 undang-undang ini menyatakan bahwa perseroan tersebut wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketentuan tersebut mengikat dan bersifat imperatif, sehingga implementasinya tidak boleh diabaikan oleh entitas bisnis yang termasuk dalam kategori tersebut (Zhao, 2021). Penegasan norma ini menunjukkan pengakuan negara terhadap pentingnya kontribusi korporasi dalam mendorong keadilan sosial dan pelestarian lingkungan.

Persyaratan hukum CSR dalam UU PT tersebut ditekankan pada sektor-sektor yang secara langsung memiliki dampak ekologis dan sosial yang signifikan. Persoalan muncul ketika ketentuan ini tidak secara eksplisit mengatur mengenai kriteria atau indikator CSR yang sah dan substansial. Tidak terdapat kejelasan mengenai bagaimana pelaksanaan CSR dapat diukur dan diawasi, serta tidak terdapat sanksi khusus terhadap perusahaan yang menggunakan CSR sebagai instrumen greenwashing atau pencitraan semata (Wettstein, 2021). Norma dalam Pasal 74 UU PT bersifat umum dan tidak menjangkau aspek teknis pelaporan, mekanisme audit, serta verifikasi independen yang dapat mencegah praktik misleading atau penyesatan publik. Hal ini menciptakan ruang abu-abu dalam praktik pelaporan keberlanjutan yang dapat dimanipulasi oleh perusahaan melalui strategi komunikasi hijau tanpa tindakan konkret.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memberikan kontribusi terhadap regulasi CSR dan keberlanjutan melalui Peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik. Peraturan ini mewajibkan perusahaan yang tergolong dalam lembaga jasa keuangan dan perusahaan terbuka untuk menyusun laporan keberlanjutan (sustainability report) sebagai bagian dari laporan tahunan. Laporan tersebut harus mencakup informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usaha, kebijakan pengelolaan risiko lingkungan, serta keterlibatan pemangku kepentingan (Mohammed et al., 2022). Secara normatif, ketentuan ini memberikan dasar untuk

mendorong transparansi dan akuntabilitas perusahaan terhadap isu lingkungan. Akan tetapi, peraturan ini masih berorientasi pada sektor keuangan dan belum mengikat secara menyeluruh bagi perusahaan di luar sektor tersebut. OJK belum memiliki perangkat normatif yang secara khusus mengatur mengenai misinformasi atau klaim palsu dalam pelaporan keberlanjutan. Tidak terdapat instrumen hukum tegas yang dapat digunakan untuk menindak greenwashing sebagai pelanggaran atas prinsip transparansi dan integritas informasi.

Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) juga mengeluarkan peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan tanggung jawab lingkungan korporasi. Salah satunya adalah Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) yang menjadi mekanisme evaluasi terhadap kinerja lingkungan perusahaan. PROPER memberikan penilaian berdasarkan indikator seperti efisiensi energi, pengurangan limbah, pemenuhan ketentuan AMDAL, serta program pengembangan masyarakat. Program ini memiliki kekuatan moral dan administratif, tetapi tidak memiliki kekuatan hukum pidana atau perdata untuk menindak perusahaan yang menyalahgunakan label hijau sebagai strategi pemasaran (Harris, 2010). PROPER hanya bersifat insentif dan reputasional, bukan represif. Tidak ada ketentuan normatif yang menetapkan bahwa klaim lingkungan yang tidak terbukti dalam laporan PROPER dapat dianggap sebagai pelanggaran hukum yang dapat dikenai sanksi.

Aspek lain dari regulasi green marketing dan green communication juga berkaitan erat dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Pasal 8 ayat (1) huruf f melarang pelaku usaha untuk memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai dengan klaim yang dicantumkan pada label, etiket, keterangan, atau promosi. Pelanggaran terhadap ketentuan ini dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan melawan hukum yang merugikan konsumen. Ketentuan ini menjadi potensi dasar hukum untuk menindak greenwashing sebagai bentuk penyesatan konsumen melalui klaim keberlanjutan yang tidak benar (Mohammed et al., 2022). Akan tetapi, penegakan hukum terhadap pasal ini sangat terbatas, terutama karena sulitnya pembuktian bahwa suatu klaim ramah lingkungan benar-benar menyesatkan secara hukum. Tidak terdapat standar baku atau lembaga sertifikasi nasional yang dapat dijadikan acuan untuk memverifikasi klaim hijau pada produk atau layanan.

Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE) turut memberikan dasar normatif terhadap pelanggaran informasi yang bersifat menyesatkan di ruang digital. Pasal 28 ayat (1) menyebutkan bahwa setiap orang dilarang menyebarkan informasi yang menyesatkan dan merugikan konsumen dalam transaksi elektronik. Greenwashing yang dilakukan melalui media digital, situs web perusahaan, atau media sosial dapat masuk dalam cakupan pelanggaran ini jika terbukti menyesatkan publik secara sistematis. Namun, pelaksanaan ketentuan ini menghadapi tantangan interpretatif, terutama dalam menentukan batas antara strategi komunikasi korporat dan informasi menyesatkan yang bersifat ilegal. Tidak terdapat yurisprudensi atau pedoman penegakan hukum yang spesifik mengenai greenwashing dalam ranah digital.

Ketidakjelasan hukum ini diperparah oleh tidak adanya definisi legal atas greenwashing dalam peraturan perundang-undangan Indonesia. Tidak satu pun undang-undang, peraturan pemerintah, atau peraturan menteri yang memberikan pengertian normatif mengenai apa itu greenwashing, bagaimana bentuknya, serta bagaimana mekanisme pengujinya. Absennya definisi ini menciptakan kesenjangan antara praktik komunikasi hijau yang manipulatif dan kapasitas negara dalam menanggapinya secara hukum. Greenwashing tidak dapat ditindak secara

langsung karena tidak terdapat norma hukum yang mengakui keberadaannya sebagai bentuk pelanggaran hukum yang spesifik.

Ketiadaan indikator dan standar audit CSR dan laporan keberlanjutan turut menjadi faktor utama lemahnya penindakan terhadap greenwashing (Khuong et al., 2021). Tidak terdapat lembaga yang memiliki otoritas hukum dan teknis untuk melakukan audit keberlanjutan secara independen dan objektif. Penilaian terhadap kebenaran klaim lingkungan perusahaan bergantung pada laporan internal yang disusun oleh korporasi sendiri tanpa keterlibatan pihak ketiga yang netral. Tidak terdapat ketentuan yang mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan metodologi perhitungan dampak lingkungan, data primer yang digunakan, atau uji validitas atas klaim yang dibuat. Hal ini memudahkan perusahaan untuk menyampaikan narasi keberlanjutan yang bersifat kosmetik tanpa dasar ilmiah atau operasional yang jelas.

Mekanisme pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelaporan korporasi juga sangat terbatas. OJK sebagai lembaga pengawas sektor jasa keuangan belum memiliki unit khusus yang menangani isu greenwashing. Kementerian Perdagangan dan Kementerian Perindustrian juga belum mengembangkan instrumen evaluasi terhadap green marketing yang bersifat manipulatif. KLHK belum memiliki perangkat hukum untuk menarik laporan keberlanjutan dari perusahaan yang terbukti menyebarkan informasi palsu. Lemahnya sinergi antar lembaga pengawas, minimnya sumber daya manusia yang kompeten dalam audit keberlanjutan, serta kurangnya pelatihan hukum bagi regulator membuat praktik greenwashing berjalan tanpa hambatan hukum yang berarti.

Perbandingan antara Indonesia dan yurisdiksi lain menunjukkan ketimpangan regulatif yang signifikan dalam penanganan greenwashing. Uni Eropa telah mengadopsi pendekatan yang jauh lebih progresif melalui European Green Deal dan Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD). Regulasi CSRD mewajibkan perusahaan besar dan menengah untuk menyusun laporan keberlanjutan berbasis standar yang ditetapkan oleh European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) (Lu & Wang, 2020). Setiap laporan harus diaudit secara independen dan dilaporkan secara publik agar dapat diuji keabsahannya. Informasi yang disampaikan harus mencakup dampak lingkungan dari operasi perusahaan, serta rencana mitigasi terhadap perubahan iklim. UE juga melarang klaim hijau yang tidak dapat dibuktikan secara ilmiah atau tidak memiliki dasar sertifikasi yang jelas.

Amerika Serikat melalui Federal Trade Commission (FTC) menerapkan Green Guides yang digunakan sebagai acuan dalam menilai klaim ramah lingkungan oleh pelaku usaha. Green Guides mengharuskan setiap klaim hijau didasarkan pada bukti yang dapat diverifikasi, serta melarang penggunaan istilah umum seperti “eco-friendly” tanpa penjelasan spesifik. FTC memiliki kewenangan untuk menindak perusahaan yang melanggar panduan tersebut sebagai pelanggaran terhadap Federal Trade Commission Act. Mekanisme pengawasan di AS bersifat aktif dan proaktif, dengan adanya investigasi terhadap kampanye lingkungan yang dianggap menyesatkan.

Tabel 1. Perbandingan Kerangka Regulatif di Indonesia, Uni Eropa, dan Amerika Serikat.

Aspek Regulatif		Indonesia	Uni Eropa	Amerika Serikat
Definisi	Greenwashing	Tidak tersedia dalam hukum positif	Diakui sebagai praktik misleading secara hukum	Diakui melalui FTC <i>Green Guides</i>
Kewajiban Laporan Keberlanjutan		Terbatas untuk sektor keuangan dan SDA	Wajib untuk perusahaan besar dan menengah	Tidak wajib, tetapi dikontrol melalui FTC
Mekanisme	Audit Laporan	Tidak ada standar nasional atau independen	Wajib diaudit oleh pihak ketiga	Dapat diverifikasi dan diaudit jika diperlukan
Penegakan Hukum		Terbatas dan sektoral	Koordinatif dan berbasis hukum komunitas	FTC aktif melakukan penegakan berbasis data
Sanksi terhadap Klaim Palsu		Tidak spesifik untuk <i>greenwashing</i>	Terdapat sanksi administratif dan reputasional	Dapat dikenai tindakan hukum dan denda

Ketimpangan regulasi ini menunjukkan bahwa sistem hukum Indonesia masih belum memiliki kerangka normatif yang memadai untuk menghadapi greenwashing secara efektif. Instrumen hukum yang tersedia belum terintegrasi dan belum dilengkapi mekanisme audit, verifikasi, dan penegakan yang kuat. Situasi ini membuka ruang luas bagi korporasi untuk menggunakan narasi hijau sebagai alat pencitraan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Penegasan greenwashing sebagai isu hukum yang serius membutuhkan pembaruan struktural dalam kerangka peraturan nasional agar mampu menciptakan lingkungan bisnis yang akuntabel, transparan, dan berkelanjutan.

Tanggung Jawab Hukum Korporasi dan Instrumen Penegakan terhadap *Greenwashing*

Tanggung jawab hukum korporasi terhadap praktik greenwashing dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR) memerlukan pendekatan multidimensional yang berpijak pada landasan yuridis yang tegas serta sistem pengawasan yang kredibel (Primec & Belak, 2022). Greenwashing sebagai bentuk pencitraan semu korporasi yang menyampaikan klaim keberlanjutan tanpa dasar nyata menimbulkan dampak hukum yang tidak dapat direduksi hanya pada pelanggaran etika. Korporasi yang melakukan greenwashing tidak hanya mencederai prinsip transparansi dan akuntabilitas publik, tetapi juga dapat merugikan konsumen, merusak lingkungan, dan mendistorsi pasar melalui informasi yang keliru. Tanggung jawab hukum korporasi dalam konteks ini terbagi menjadi tanggung jawab perdata, tanggung jawab administratif, dan potensi tanggung jawab pidana.

Tanggung jawab perdata merupakan bentuk tanggung jawab hukum yang timbul ketika korporasi melakukan perbuatan yang merugikan pihak lain berdasarkan asas perbuatan melawan hukum atau wanprestasi. Perbuatan melawan hukum dalam konteks greenwashing terjadi ketika

perusahaan menyampaikan informasi yang tidak benar atau menyesatkan kepada publik mengenai dampak lingkungan dari produknya, program keberlanjutannya, atau kinerja sosialnya (Wirba, 2024). Konsumen, investor, atau pemangku kepentingan lain yang mengalami kerugian akibat informasi tersebut memiliki hak hukum untuk mengajukan gugatan perdata. Dasar hukum gugatan ini dapat mengacu pada Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa setiap perbuatan melawan hukum yang menimbulkan kerugian bagi orang lain mewajibkan pelaku untuk mengganti kerugian tersebut. Dalam konteks wanprestasi, gugatan dapat diajukan apabila perusahaan telah mengikatkan diri melalui kontrak tertentu, misalnya dalam bentuk komitmen CSR kepada pihak ketiga, namun kemudian tidak memenuhi kewajiban tersebut sesuai dengan perjanjian.

Tanggung jawab administratif muncul ketika korporasi melanggar ketentuan normatif dalam peraturan perundang-undangan yang mengatur kewajiban administratif, seperti penyusunan laporan keberlanjutan atau pengungkapan informasi lingkungan (Adriani, 2018). Perusahaan yang menyampaikan laporan keberlanjutan yang mengandung informasi palsu atau tidak akurat dapat dikenai sanksi administratif oleh lembaga pengawas seperti Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), atau instansi teknis lainnya tergantung sektor usahanya. Sanksi administratif ini dapat berbentuk teguran tertulis, kewajiban perbaikan laporan, denda administratif, hingga pencabutan izin usaha dalam kasus pelanggaran berat. Penetapan tanggung jawab administratif memerlukan kerangka regulatif yang menyebutkan secara eksplisit tentang kewajiban verifikasi informasi dalam laporan keberlanjutan serta menetapkan indikator ketidakpatuhan administratif yang dapat dijadikan dasar sanksi. Tanggung jawab ini bersifat korektif dan preventif, serta berorientasi pada pemulihian tata kelola yang baik melalui mekanisme pengawasan dan pembinaan terhadap korporasi.

Tanggung jawab pidana terhadap praktik greenwashing menjadi topik yang bersifat kompleks dan masih berada dalam wilayah interpretasi hukum. Perbuatan greenwashing dapat dikualifikasikan sebagai tindak pidana jika memenuhi unsur-unsur penipuan publik atau manipulasi data secara sistematis yang dilakukan secara sadar dan disengaja. Penipuan sebagai tindak pidana diatur dalam Pasal 378 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana yang menyebutkan bahwa barang siapa dengan maksud untuk menguntungkan diri sendiri atau orang lain secara melawan hukum, dengan memakai nama palsu, martabat palsu, tipu muslihat, atau rangkaian kebohongan, menggerakkan orang lain untuk menyerahkan suatu barang, memberikan hutang, atau menghapuskan piutang, diancam karena penipuan. Korporasi yang mempublikasikan klaim keberlanjutan yang palsu untuk mempengaruhi keputusan konsumen atau investor dapat dikategorikan telah melakukan tipu muslihat atau kebohongan yang masuk dalam ranah delik penipuan. Penetapan tanggung jawab pidana terhadap badan hukum juga dimungkinkan berdasarkan ketentuan dalam UU Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, yang menyatakan bahwa korporasi dapat dimintai pertanggungjawaban pidana atas pelanggaran lingkungan.

Keberadaan whistleblower menjadi salah satu elemen krusial dalam membongkar praktik greenwashing yang dilakukan oleh korporasi secara tertutup dan sistematis. Whistleblower merupakan individu yang memiliki akses terhadap informasi internal perusahaan dan berani mengungkap praktik tidak etis, ilegal, atau manipulatif kepada publik atau pihak berwenang (Marciano et al., 2021). Mekanisme pelaporan yang terbuka dan aman bagi whistleblower dapat menjadi alat efektif untuk mendeteksi ketidakpatuhan perusahaan terhadap standar keberlanjutan yang dilaporkannya sendiri. Sistem whistleblowing harus didukung oleh kebijakan perusahaan

yang menjamin perlindungan terhadap pelapor dari tindakan balasan atau intimidasi. Perlindungan hukum terhadap whistleblower di Indonesia belum diatur secara spesifik dalam konteks greenwashing, tetapi dapat dirujuk pada UU No. 13 Tahun 2006 tentang Perlindungan Saksi dan Korban serta beberapa peraturan sektoral yang memberikan jaminan keselamatan bagi pelapor pelanggaran hukum.

Peran media massa dan masyarakat sipil juga memiliki kedudukan strategis dalam menjaga akuntabilitas dan transparansi korporasi (Adiputra et al., 2023). Media memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi secara luas dan mempengaruhi opini publik, sehingga dapat membentuk tekanan sosial terhadap perusahaan yang melakukan greenwashing. Investigasi jurnalistik yang dilakukan oleh media dapat mengungkap inkonsistensi antara narasi korporasi dan fakta lapangan, serta membuka ruang diskusi publik mengenai etika bisnis dan keberlanjutan. Masyarakat sipil, termasuk lembaga swadaya masyarakat (LSM), komunitas akademik, dan organisasi lingkungan, berperan dalam melakukan pemantauan independen terhadap pelaksanaan CSR, melakukan kajian atas laporan keberlanjutan, serta mengadvokasi perubahan regulasi. Keterlibatan publik dalam proses ini menciptakan ekosistem pengawasan sosial yang berfungsi sebagai pengimbang kekuasaan korporasi.

Keterbukaan informasi dan akses publik terhadap laporan keberlanjutan menjadi prasyarat utama bagi penguatan partisipasi masyarakat. Laporan CSR dan laporan keberlanjutan harus tersedia secara terbuka, mudah diakses, serta disusun berdasarkan indikator kinerja yang dapat dipahami oleh publik luas (Islam et al., 2022). Penggunaan bahasa teknis yang terlalu kompleks atau data yang tidak terverifikasi hanya akan menciptakan hambatan komunikasi dan memperbesar peluang terjadinya greenwashing. Perusahaan harus memastikan bahwa seluruh klaim lingkungan atau sosial yang mereka sampaikan didukung oleh data yang valid, dapat ditelusuri, dan diaudit oleh pihak independen. Aksesibilitas terhadap informasi ini merupakan bentuk penghormatan terhadap hak publik untuk mengetahui dampak lingkungan dari kegiatan bisnis yang dilakukan di wilayah mereka.

Pembentukan norma hukum baru atau *ius constituendum* mengenai greenwashing diperlukan untuk memberikan kepastian hukum serta memperkuat efektivitas pengawasan. Pengaturan eksplisit tentang greenwashing dalam sistem hukum nasional dapat dimasukkan dalam revisi Undang-Undang CSR atau Undang-Undang Lingkungan Hidup. Norma hukum tersebut harus mencakup definisi legal mengenai greenwashing, kriteria tindakan yang dapat diklasifikasikan sebagai greenwashing, serta konsekuensi hukum yang timbul dari pelanggaran. Penerapan norma ini dapat memperjelas batas antara komunikasi pemasaran yang sah dan penyampaian informasi yang manipulatif. Norma hukum juga perlu mengatur kewajiban verifikasi atas klaim keberlanjutan, serta menetapkan tanggung jawab hukum bagi direksi dan komisaris yang terbukti terlibat dalam pembuatan narasi palsu.

Standarisasi pelaporan CSR dan keberlanjutan harus didasarkan pada indikator kinerja lingkungan yang terukur dan objektif. Indikator tersebut mencakup penggunaan energi, emisi karbon, pengelolaan limbah, konservasi keanekaragaman hayati, serta kontribusi sosial yang dapat dibuktikan melalui data kuantitatif. Pelaporan harus mengikuti prinsip materialitas, komparabilitas, dan keterandalan agar dapat memberikan gambaran yang benar dan adil mengenai kinerja keberlanjutan korporasi. Standar pelaporan dapat mengacu pada Global Reporting Initiative (GRI), Sustainability Accounting Standards Board (SASB), atau standar pelaporan lingkungan dari lembaga nasional yang independen. Audit eksternal wajib dilakukan oleh

lembaga profesional yang tersertifikasi dan bebas konflik kepentingan untuk menjamin integritas informasi yang disampaikan kepada publik.

Peningkatan kapasitas lembaga pengawasan seperti OJK, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU), dan KLHK menjadi bagian penting dalam mewujudkan sistem penegakan hukum terhadap greenwashing yang efektif. Lembaga-lembaga ini harus memiliki unit khusus yang bertugas mengawasi pelaporan keberlanjutan, melakukan audit acak terhadap perusahaan dengan klaim hijau tinggi, serta memberikan sanksi terhadap pelanggaran. Pengawasan harus dilakukan secara terkoordinasi, berbasis data, dan transparan. Lembaga juga harus membuka saluran pelaporan bagi masyarakat untuk melaporkan dugaan greenwashing yang dilakukan oleh perusahaan. Informasi dari masyarakat dapat diverifikasi dan ditindaklanjuti melalui proses investigasi hukum yang profesional dan bebas tekanan politik atau ekonomi.

Keterkaitan antara tanggung jawab hukum korporasi dan instrumen penegakan terhadap praktik greenwashing tidak dapat dipisahkan dari esensi judul penelitian tentang CSR dan pencitraan semu korporasi. Greenwashing bukan sekadar isu komunikasi, melainkan bentuk pelanggaran terhadap integritas tanggung jawab sosial yang dijanjikan oleh perusahaan kepada publik (Ahmadi & Mahargyani, 2024). Pengakuan hukum terhadap tindakan ini sebagai pelanggaran yang dapat dijatuhi tanggung jawab perdata, administratif, maupun pidana menjadi langkah penting dalam menciptakan sistem bisnis yang adil, transparan, dan berkelanjutan. Peran masyarakat, media, dan lembaga negara menjadi bagian dari mekanisme checks and balances yang tidak hanya melindungi konsumen dan lingkungan, tetapi juga memperkuat legitimasi hukum dalam tata kelola korporasi modern. Praktik greenwashing tidak dapat dibiarkan menjadi norma baru dalam dunia usaha yang seharusnya bertanggung jawab secara sosial dan hukum. Pembentukan perangkat hukum yang tegas, sistem audit yang kredibel, serta partisipasi publik yang aktif merupakan instrumen yang menentukan dalam memastikan CSR tidak menjadi topeng untuk menutupi praktik korporasi yang eksploratif.

KESIMPULAN

Praktik pencitraan semu korporasi tidak dapat dianggap sebagai deviasi etis semata, melainkan merupakan pelanggaran terhadap prinsip tanggung jawab hukum yang melekat pada entitas bisnis. CSR sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan telah mengalami pergeseran makna menjadi alat legitimasi reputasi melalui narasi lingkungan yang tidak faktual. Greenwashing muncul akibat absennya standar legal yang mengatur validitas klaim keberlanjutan serta lemahnya sistem verifikasi dan audit independen atas laporan CSR yang disampaikan perusahaan.

Penelusuran terhadap kerangka hukum nasional memperlihatkan kekosongan normatif dalam pengaturan greenwashing secara eksplisit. Ketentuan CSR dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 masih bersifat deklaratif dan tidak menjangkau dimensi tanggung jawab substantif atas manipulasi informasi keberlanjutan. Tidak terdapat indikator hukum yang dapat digunakan untuk membedakan CSR otentik dan CSR manipulatif secara objektif. Regulasi pelaporan keberlanjutan dari OJK maupun sistem pemeringkatan PROPER dari KLHK belum mengatur mekanisme sanksi terhadap laporan yang bersifat simbolik atau menyesatkan. Kondisi ini menunjukkan lemahnya efektivitas hukum dalam menjawab kompleksitas strategi komunikasi hijau yang digunakan secara sistemik oleh korporasi.

Tanggung jawab hukum terhadap greenwashing seharusnya mencakup aspek perdata,

administratif, dan pidana sesuai karakteristik pelanggarannya. Konsumen yang dirugikan memiliki dasar untuk mengajukan gugatan atas dasar perbuatan melawan hukum. Instansi pengawas seharusnya diberikan kewenangan untuk menjatuhkan sanksi administratif berdasarkan laporan keberlanjutan yang terbukti tidak sah. Greenwashing yang disengaja dan sistematis berpotensi dikualifikasikan sebagai penipuan publik dan layak dikenai sanksi pidana korporasi. Ketiadaan norma legal mengenai greenwashing, lemahnya pengawasan, serta minimnya perlindungan terhadap whistleblower mengakibatkan tidak optimalnya penegakan tanggung jawab hukum. Penelitian ini menegaskan urgensi pembentukan norma eksplisit dan sistem pengawasan terukur untuk menghindari transformasi CSR menjadi sekadar alat pencitraan korporasi.

REFERENSI

- Adiputra, W. M., Irawanto, B., & Kurnia, N. (2023). Arena Komunikasi Politik di Indonesia: Bagaimana Masyarakat Sipil Menggunakan Media Baru sebagai Komunikasi Politik. *Jurnal Komunikasi*, 17(2), 207–224. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss2.art5>
- Adriani, N. (2018). Electronic copy available at: *Grou*, 23529(2), 1–45.
- Ahmadi, M. A., & Mahargyani, A. (2024). Pengaruh Kesadaran Lingkungan (Green Awareness) Akan Keputusan Pembelian Konsumen: Literature Review. *J-Fine Journal of Finance, Business and Economics*, 2(1), 1–12.
- Alviya, I., Iftekhar, M. S., Sarvaiya, H., & Sarker, T. (2024). Greenwashing Practices Threat in Indonesian Land-Based Private Sector's Participation in Carbon Trading. *World Congress on Civil, Structural, and Environmental Engineering, Csee*, 1–8. <https://doi.org/10.11159/iceptp24.201>
- Ballan, B., Czarnecki, J. J. (2024). Disclosure, Greenwashing, and the Future of ESG Litigation. *Washington and Lee Law Review*, 81(2).
- Bondan. (2024). Volkswagen, Skandal Dieselgate, dan Masa Depan Industri Otomotif. *Omong-Omong Media*.
- De Sadeleer, N. (2025). The European Green Deal: Greenwashing compounded by deregulation (Omnibus law) or a genuine paradigm shift? *European Journal of Risk Regulation*, 1–32. <https://doi.org/10.1017/err.2025.20>
- Dempere, J., Alamash, E., & Mattos, P. (2024). Unveiling the truth: Greenwashing in sustainable finance. *Frontiers in Sustainability*, 5(5). <https://doi.org/10.3389/frsus.2024.1362051>
- Ding, Y., Wang, X., & Wu, L. (2025). Environmental tax law and greenwashing: The moderating role of digitization. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-025-04831-x>
- European Commission. (2019). *The European Green Deal*. Brussels: European Commission. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52019DC0640>
- European Union. (2022). Directive (EU) 2022/2464 of the European Parliament and of the Council of 14 December 2022 amending Regulation (EU) No 537/2014, Directive 2004/109/EC, Directive 2006/43/EC and Directive 2013/34/EU, as regards corporate sustainability reporting. *Official Journal of the European Union*, L 322, 15–43. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32022L2464>
- Federal Trade Commission (FTC). (2012). *Guides for the Use of Environmental Marketing Claims ("Green Guides")* (16 CFR Part 260). Washington: U.S. Government Printing Office. Retrieved from <https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/truth-advertising/green-guides>

- Fernandes, J. (2023). Global: Are consumers mistrustful of brands' green claims? *YouGov*.
- Harris, L. R. (2010). This is the pre-published version. This is the pre-published version. *Educational Research*, 2021(5), 1–20.
- Ikhsan, R. B. (2025). *Konsumen Indonesia Harus Waspada Terhadap Greenwashing*. Binus University Online Business Management.
- Indonesia. (1847). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgelijk Wetboek)*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Indonesia. (1915). *Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (Wetboek van Strafrecht)*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia. (Disahkan melalui Staatsblad Tahun 1915 Nomor 732).
- Irwansyah. (2020). *Penelitian Hukum: Pilihan Metode & Praktik Penulisan Artikel*. Mirra Buana Media.
- Islam, U., Maulana, N., & Ibrahim, M. (2022). *Pemetaan Topik Penelitian Seputar Corporate Social Responsibility (CSR) pada Perbankan Syariah dan Konvensional: Studi Bibliometrik VOSviewer dan Literature Review*.
- Istanti, A. N., & Samsul, I. (2023). Analysis of Greenwashing Policy in Providing Consumer Protection in Indonesia in View of Act Number 8 of 1999 Concerning Consumer Protection. *De Lega Lata: Jurnal Ilmu Hukum*, 8(1), 8–16. <https://doi.org/10.30596/dll.v8i1.12477>
- Kencana, U., Sirozi, M., & Muchtar, A. (2023). Corporate Social Responsibility in Indonesia Law and Legal Validity. *Russian Law Journal*, 11(3), 1811–1825. <https://doi.org/10.52783/rlj.v11i3.1942>
- Khuong, M. N., Truong an, N. K., & Thanh Hang, T. T. (2021). Stakeholders and Corporate Social Responsibility (CSR) programme as key sustainable development strategies to promote corporate reputation—Evidence from vietnam. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1917333>
- Kolcava, D. (2023). Greenwashing and public demand for government regulation. *Journal of Public Policy*, 43(1), 179–198. <https://doi.org/10.1017/S0143814X22000277>
- Krantz, T. (2024). Apa yang dimaksud dengan data keberlanjutan? *IMB-United States*.
- Kudus, I., Kudus, I., Hadi, N., Kudus, I., Naim, A. H., Kudus, I., Karim, A., & Kudus, I. (2021).
- Lashitew, A. A. (2021). Corporate Uptake of the Sustainable Development Goals: Mere Greenwashing or an Advent of Institutional Change? *Journal of International Business Policy*, 4(1), 184–200. <https://doi.org/10.1057/s42214-020-00092-4>
- Law Enforcement of Corporate Social Responsibility (CSR) In Indonesia*. 24(6), 1–11.
- Lu, J., & Wang, J. (2020). *Journal of International Financial Corporate Governance, Law, Culture, Environmental Performance and CSR Disclosure: A Global Perspective*.
- Magang Alam Lindungi Hutan. (2023). Greenwashing, Strategi Green Marketing yang Harus Dihindari. *Lindungi Hutan*.
- Marciano, B., Syam, A., Suyanto, S., & Ahmar, N. (2021). Whistleblowing System dan Pencegahan Fraud: Sebuah Tinjauan Literatur. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(3), 313–324. <https://doi.org/10.32493/jabi.v4i3.y2 021.p313-324>
- Mohammed, A. A., Ferraris, A., & Troise, C. (2022). CSR practices and creativity during COVID-19 pandemic in the emerging market: Investigating the mediating effect of affective commitment. *Management Decision*, 60(10), 2669–2693. <https://doi.org/10.1108/MD-082021-1021>
- Mutuafiq, A. (2025). *Green Marketing: Strategi Cerdas Untuk Meningkatkan Keberlanjutan Bisnis*. Kompasiana.
- Peraturan OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan.
- Primec, A., & Belak, J. (2022). Sustainable CSR: Legal and Managerial Demands of the New EU Legislation (CSRD) for the Future Corporate Governance Practices. *Sustainability*

- (Switzerland), 14(24). <https://doi.org/10.3390/su142416648>
- Redaksi Tempo. (2025). *Biofuel di Eropa Diduga Berasal dari Ekspor Palsu Limbah Pabrik Minyak Sawit*. Tempo.
- Sena Pradipta. (2023). *Greenwashing as Public Policy Problems: Reflections from Indonesia*.
- Shanor, A., & Light, S. E. (2022). Greenwashing and the First Amendment. *Columbia Law Review*, 122(7), 2033–2118.
- Tambunan. (2021). *Memberi Izin Mudah, Mencabutnya Berbelit*. Aliansi Masyarakat Adat Nusantara.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.
- Waagstein, P. R. (2011). The Mandatory Corporate Social Responsibility in Indonesia: Problems and Implications. *Journal of Business Ethics*, 98(3), 455–466. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0587-x>
- Wahyuningrum, I. F. S., Mukhibad, H., Setyadharma, A., Oktavilia, S., Sriningsih, & Anwar, S. (2024). Revisiting Indonesian corporate carbon disclosure: Does greenwashing obstruct true carbon reduction? *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1414(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1414/1/012060>
- Wettstein, F. (2021). Betting on the Wrong (Trojan) Horse: CSR and the Implementation of the un Guiding Principles on Business and Human Rights. *Business and Human Rights Journal*, 6(2), 312–325. <https://doi.org/10.1017/bhj.2021.21>
- Wirba, A. V. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR): The Role of Government in promoting CSR. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(2), 7428–7454. <https://doi.org/10.1007/s13132-023-01185-0>
- Young, H. (2024). *Apa Itu Greenwashing?* DW.
- Zhang, T., Qin, H., & Xu, W. (2022). Environmental Regulation, Greenwashing Behaviour, and Green Governance of High-Pollution Enterprises in China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(19). <https://doi.org/10.3390/ijerph191912539>
- Zhang, Y., Chen, S., Li, Y., & Ramos, D. L. (2024). Does Environmental Protection Law Bring about Greenwashing? Evidence from Heavy-Polluting Firms in China. *Sustainability (Switzerland)*, 16(5). <https://doi.org/10.3390/su16051782>
- Zhao, J. (2021). *Sustainability*.
- Zukas, T., & Trafkowski, U. (2022). Sustainable Finance: The Regulatory Concept of Greenwashing under EU Law. *EuZ – Zeitschrift Für Europarecht*, 2022(02). <https://doi.org/10.36862/eiz-euz003>
- Zych, G., Budka, B., Czarnecka, M., Kinelski, G., & Wojcik-Jurkiewicz, M. (2021). Concept, Developments, and Consequences of Greenwashing. *European Research Studies Journal*, XXIV(4B), 914–922. <https://doi.org/10.35808/ersj/2779>