



Article History:

Received : 07-05-2026

Received in Revisied : 22-05-2026

Accepted : 02-07-2026

Publish : 25-07-2026

Kata kunci:

*Greenwashing,
Pertanggungjawaban Pidana
Korporasi, KUHP 2023,
Perlindungan Konsumen,
Hukum Lingkungan*

Key Words:

*Greenwashing, Corporate
Criminal Liability, Consumer
Protection, Environmental Law*

ISSN (print): 2722-7448

ISSN (on-line): 2722-7456

Correspondent Writer:

Rindang Gici Oktavianti

E-mail:rindanggici@unars.
ac.id



Pertanggung Jawaban Pidana Korporasi atas Praktik *Greenwashing* dalam Kegiatan Usaha Berbasis Lingkungan

Rindang Gici Oktavianti, Syarifah Umami,
Dini Riski Ramadhania

Fakultas Hukum Universitas Abdurachman Saleh Situbondo, Indonesia

Abstrak

Perkembangan ekonomi hijau mendorong korporasi untuk menampilkan citra ramah lingkungan dalam kegiatan usahanya. Namun demikian, fenomena greenwashing muncul sebagai praktik manipulasi informasi yang menyesatkan konsumen terkait klaim keberlanjutan suatu produk atau kegiatan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik greenwashing dalam perspektif hukum pidana korporasi serta mengkaji pengaturan hukumnya menurut Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual, melalui studi kepustakaan terhadap bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik greenwashing dapat dikualifikasikan sebagai bentuk kejahatan korporasi berupa penyampaian informasi yang menyesatkan (misleading information) yang bertujuan memperoleh keuntungan secara melawan hukum. KUHP 2023 telah memberikan landasan penting dengan mengakui korporasi sebagai subjek hukum pidana, sehingga memungkinkan pertanggungjawaban pidana secara langsung terhadap badan usaha. Sementara itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan terhadap hak konsumen atas informasi yang benar dan melarang klaim yang menyesatkan, sedangkan Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menegaskan kewajiban transparansi informasi lingkungan serta pertanggungjawaban korporasi atas pelanggaran lingkungan. Meskipun demikian, pengaturan mengenai *greenwashing* di Indonesia masih bersifat parsial dan belum diatur secara eksplisit sebagai tindak pidana khusus, sehingga berpotensi menimbulkan kendala dalam penegakan hukum. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang lebih komprehensif, peningkatan pengawasan terhadap klaim lingkungan, serta kesadaran hukum pelaku usaha dan konsumen guna mewujudkan praktik usaha yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Abstract

The development of the green economy has encouraged corporations to project environmentally friendly images in their business activities. However, this trend has also given rise to greenwashing, a practice of disseminating misleading information regarding the environmental sustainability of products or business operations. This study aims to analyze greenwashing from the perspective of corporate criminal liability and examine its legal regulation under Law Number 1 of 2023 on the Indonesian Criminal Code (KUHP), the Consumer Protection Law, and the Environmental Protection and Management Law. This research employs a normative juridical method with statutory and conceptual approaches, relying on the analysis of primary, secondary, and tertiary legal materials. The results indicate that greenwashing can be classified as a form of corporate crime involving misleading information intended to obtain unlawful economic benefits. The new Criminal Code (KUHP 2023) provides a significant legal foundation by recognizing corporations as subjects of criminal liability, thereby enabling direct prosecution of corporate entities. Meanwhile, the Consumer Protection Law safeguards consumers' rights to accurate and truthful information and prohibits misleading claims, while the Environmental Protection and Management Law emphasizes the obligation of transparency in environmental information and corporate accountability for environmental violations. However, the regulation of greenwashing in Indonesia remains fragmented and has not yet been explicitly defined as a specific criminal offense, which may hinder effective law enforcement. Therefore, comprehensive regulatory reforms, stronger supervision of environmental claims, and increased legal awareness among businesses and consumers are necessary to promote sustainable and responsible business practices.

1. Latar belakang

Transformasi tentang paradigma pembangunan menuju ekonomi berkelanjutan (*sustainable devoplement*) telah mengubah orientasi kegiatan usaha di berbagai sektor industri. Korporasi tidak lagi hanya dinilai dari capaian profit, namun juga dari komitmennya terhadap prinsip *environmental, social and governance* (ESG). Seiring dengan semakin meningkatnya kesadaran akan dampak perubahan iklim dan penurunan kualitas lingkungan, tuntutan terhadap perusahaan untuk menerapkan praktik yang mana ramah lingkungan juga semakin tinggi (Soesanto, 2022). Dalam konteks ini, klaim ramah lingkungan menjadi instrument strategis dalam membangun citra dan daya saing perusahaan di pasar global maupun nasional. Namun demikian, meningkatnya tren “ekonomi hijau” juga melahirkan fenomena yang problematik, yaitu praktik *greenwashing*.

Peningkatan kesadaran secara global terhadap isi lingkungan hidup telah mendorong lahirnya berbagai kebijakan dan praktik usaha yang mengedepankan prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dan tanggung jawab lingkungan. Praktik *greenwashing* dalam operasional korporasi modern telah berkembang dari hanya strategi pemasaran yang berlebihan

menjadi bentuk penyesatan informasi yang sistematis dan terstruktur. Secara terminologi, *greenwashing* didefinisikan sebagai penyebaran informasi yang menyesatkan oleh suatu organisasi untuk menyajikan citra publik yang bertanggung jawab secara lingkungan (Dahl, R., 2010). Di tengah gencaran kampanye global sustainability, praktik *greenwashing* muncul sebagai paradoks etis yang menggerus fondasi transisi ekonomi hijau di Indonesia. *Greenwashing* sebagaimana di definisikan oleh *Federal Trade Commision* (FTC) Amerika Serikat dalam *Green Guides* 2012, adalah penyalahgunaan istilah lingkungan secara menyesatkan untuk mempromosikan produk atau layanan. Di negara Indonesia, fenomena ini kian marak seiring ledakan kesadaran konsumen terhadap isu iklim, dimana korporasi berlomba-lomba mengemas praktik usaha destruktif dengan label “*eco-friendly*”, “*zero-waste*”, atau “*carbon-neutral*” demi mengejar jangka pendek.

Fenomena *greenwashing* semakin relevan di Indonesia seiring meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk yang diklaim berkelanjutan. Berbagai perusahaan menggunakan istilah seperti *eco-friendly*, *green product*, *zero waste*, atau *carbon neutral* dalam promosi produknya. Akan tetapi, tidak seluruh klaim tersebut didukung oleh data ilmiah, sertifikasi independen, maupun praktik operasional yang benar-benar mencerminkan prinsip keberlanjutan. Akibatnya, konsumen berpotensi mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi yang tidak akurat, sementara tujuan perlindungan lingkungan hidup menjadi terdistorsi oleh kepentingan pemasaran.

Di tengah maraknya pemasaran hijau tersebut, muncul praktik yang disebut *greenwashing* (Akturan, u., 2018). Istilah tersebut merujuk dalam upaya pelaku usaha untuk menciptakan citra ramah lingkungan yang benar-benar menysatkan, baik melalui pelabelan, iklan dan atau komunikasi produk lainnya. Dalam hal ini korporasi dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan usahanya. Konsep pembangunan berkelanjutan kemudian menjadi landasan utama dalam berbagai sektor usaha berbasis lingkungan, yaitu sejalan dengan amanat Pasal 28H ayat (1) dan Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Praktik tersebut menunjukkan bahwa *greenwashing* bukan hanya persoalan etika bisnis, melainkan juga persoalan hukum karena berkaitan langsung dengan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar serta hak masyarakat atas lingkungan hidup yang baik dan sehat. Oleh karena itu, diperlukan instrumen hukum yang mampu memberikan kepastian hukum sekaligus perlindungan terhadap konsumen dan lingkungan dari praktik penyampaian informasi yang menyesatkan.

Di negara kita, Indonesia, hak konsumen atas informasi yang jelas, benar dan jujur telah dijamin dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Selain hal tersebut, juga terdapat prinsip tanggung jawab sosial dan lingkungan juga telah diatur di berbagai peraturan termasuk di dalamnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH). Di dalam Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup terdapat prinsip kehati-hatian (*precautionary*

principle) yang sepatutnya menjadi acuan dalam aktivitas pemasaran yang menyangkut aspek lingkungan hidup (Nguyen, T.T.H., Yang, Z., Nguyen., Johnson, L. W., and Cao, T. K., 2019)

Pembaharuan hukum pidana nasional melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) memberikan perkembangan signifikan dengan mengakui korporasi sebagai subjek hukum pidana. Hal ini membuka ruang yang lebih luas untuk menjerat praktik *greenwashing* sebagai bentuk kejahatan korporasi, terutama apabila terbukti adanya unsur penipuan atau penyampaian informasi yang menyesatkan demi memperoleh keuntungan ekonomi. Di sisi lain, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan dasar hukum yang kuat dalam melindungi hak konsumen atas informasi yang benar dan jujur, sementara Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi lingkungan yang akurat dan bertanggung jawab.

Meskipun demikian, keberadaan regulasi tersebut masih belum sepenuhnya mampu menjawab kompleksitas praktik *greenwashing*, baik dari aspek definisi, pembuktian, maupun penegakan hukumnya. Hal ini menunjukkan adanya kekosongan norma (*legal gap*) yang berpotensi dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk melakukan praktik manipulatif tanpa risiko hukum yang signifikan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana pengaturan hukum pidana korporasi dapat diterapkan terhadap praktik *greenwashing*, serta sejauh mana efektivitas instrumen hukum yang ada dalam memberikan perlindungan terhadap konsumen dan lingkungan.

Tulisan penelitian ini mencoba menelaah praktik *greenwashing* dari perspektif hukum pidana korporasi dan kejahatan korporasi. Studi ini penting untuk mengisi celah kajian hukum yang masih belum banyak menganalisis keterkaitan antara perlindungan konsumen ditinjau dari UU Perlindungan Konsumen dan isi lingkungan hidup secara dalam konteks pemasaran produk ramah lingkungan yang ditinjau dari UU PPLH. Disamping itu, dalam penelitian ini juga mencoba untuk merespon pertanyaan kritis mengenai sejauh mana hukum di Indonesia yang mampu memberikan perlindungan yang memadai terhadap praktik *greenwashing* serta bentuk pertanggungjawaban pidana korporasi terhadap praktik *greenwashing*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji praktik *greenwashing* dalam perspektif hukum pidana korporasi serta menganalisis pengaturannya menurut KUHP 2023, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, guna menemukan formulasi hukum yang lebih komprehensif dalam menanggulangi fenomena tersebut.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menggunakan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan digunakan untuk menganalisis ketentuan hukum yang berkaitan dengan pertanggungjawaban pidana korporasi dan perlindungan konsumen terhadap praktik *greenwashing*, terutama Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-

Undang Hukum Pidana, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.

Sementara itu, pendekatan konseptual digunakan untuk mengkaji konsep *greenwashing*, kejahatan korporasi (*corporate crime*), serta pertanggungjawaban pidana korporasi berdasarkan doktrin dan literatur hukum yang relevan. Bahan hukum diperoleh melalui studi kepustakaan terhadap peraturan perundang-undangan, jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian.

Selanjutnya, teknik analisis bahan hukum dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis kualitatif, yaitu dengan mengkaji dan menginterpretasikan bahan hukum yang telah dikumpulkan secara sistematis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai isu hukum yang diteliti. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu mengidentifikasi isu hukum, mengklasifikasikan bahan hukum yang relevan, menafsirkan ketentuan hukum yang berlaku, serta menarik kesimpulan berdasarkan argumentasi hukum yang logis dan sistematis. Penulis menggunakan tinjauan pustaka sebagai metode penelitian, dan pendekatan analisis untuk artikel ini adalah analisis bahan hukum kualitatif. Mestika Zed (2004) menegaskan bahwa studi pustaka adalah cara pengumpulan data pustaka melalui pembacaan, pencatatan, dan analisis temuan penelitian (Syafitri & Nuryono, n.d).

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Praktik *Greenwashing* dalam Lingkup Pidana Korporasi

Dalam beberapa dekade terakhir ini, isu tentang lingkungan hidup telah menjadi semakin menjadi perhatian global seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya keberlanjutan (*sustainability*). Kondisi itu mendorong banyak perusahaan untuk menampilkan citra ramah lingkungan dalam kegiatan usahanya. Namun, tidak semua klaim lingkungan yang disampaikan oleh perusahaan mencerminkan kondisi yang sebenarnya. Fenomena ini dikenal dengan istilah *greenwashing*, yaitu praktik pemasaran yang menyesatkan dimana perusahaan memberikan informasi yang berlebihan atau tidak benar mengenai komitmen lingkungan dari suatu produk, jasa, atau kebijakan perusahaan (Delmas & Burbano, 2011).

Greenwashing merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan tindakan perusahaan yang secara sengaja memberikan klaim atau informasi yang menyesatkan terkait kebijakan, produk, atau operasional mereka yang dikatakan ramah lingkungan (Somany, 2023). Istilah tersebut muncul pada sekitar tahun 1986 yang dilakukan oleh aktivis lingkungan Jay Westerveld mengkritik industri perhotelan yang menggunakan strategi pemasaran “hijau” dengan dalih untuk menarik pelanggan tanpa melakukan tindakan nyata yang mendukung pelestarian lingkungan. *Greenwashing* merupakan praktik komunikasi yang dilakukan perusahaan untuk membentuk persepsi publik bahwa produk atau kegiatan usaha mereka lebih ramah lingkungan dibandingkan kondisi yang sebenarnya. Dalam praktiknya dapat terjadi melalui berbagai cara diantaranya adalah seperti penggunaan label ramah lingkungan yang tidak memiliki sertifikasi

resmi, penyembunyian fakta mengenai dampak negative suatu produk terhadap lingkungan atau penyampaian informasi yang tidak lengkap. Maka sebab itu, *greenwashing* tidak hanya berkaitan dengan strategis pemasaran semata, namun juga menyangkut aspek etika bisnis dan tanggung jawab hukum perusahaan terhadap masyarakat.

Praktik *greenwashing* dapat muncul dalam berbagai bentuk diantaranya adalah klaim tanpa dasar dimana perusahaan membuat klaim tentang produk atau kebijakan mereka yang konon adalah ramah lingkungan tanpa memberikan bukti yang jelas, iklan yang menyesatkan dengan menggunakan gambar-gambar atau visual secara alam indah atau simbol lingkungan untuk menciptakan kesan dukungan terhadap keberlanjutan, penggunaan istilah ambigu yang dapat menyesatkan konsumen, inisiatif simbolis yang tampak baik di permukaan saja namun tidak memiliki dampak nyata, sertifikasi tidak valid yang menciptakan kebingungan, serta menonjolkan aspek kecil dari produk yang ramah lingkungan sambil mengabaikan praktik merusak lainnya (de Freitas Netto et al., 2020). Praktik ini tidak hanya merusak kepercayaan konsumen, namun juga menghambat upaya global menuju keberlanjutan lingkungan sejati tentunya dengan implikasi hukum pidana yang semakin relevan di Indonesia.

Ditinjau dari perspektif hukum sendiri, praktik *greenwashing* dapat dikategorikan sebagai bentuk penyampaian informasi yang menyesatkan (*misleading information*) kepada konsumen. *Greenwashing* pada umumnya terjadi melalui beberapa bentuk diantara klaim tanpa bukti (*sin of no proof*), klaim yang tidak relevan (*sin of irrelevance*), serta klaim yang bersifat ambigu atau tidak jelas (*sin of vagueness*) jelas TerraChoice Environmental Marketing (2010). Praktik itu tentunya sangat berpotensi merugikan konsumen karena konsumen sendiri dapat mengambil keputusan pembelian berdasarkan informasi yang tidak akurat mengenai dampak lingkungan suatu produk. Permasalahan *greenwashing* ini juga menimbulkan persoalan etika bisnis dan tanggung jawab korporasi. Perusahaan yang melakukan *greenwashing* tidak hanya mencederai kepercayaan konsumen, namun juga merusak integritas dari sistem pasar itu sendiri.

Di beberapa negara telah mengantisipasi hal tersebut dengan adanya pedoman atau regulasi yang memang secara khusus mengatur tentang klaim lingkungan, misalnya pada *Federal Trade Commision* (FTC) di negara Amerika Serikat yang menerbitkan *Green Guides* yang mana tentunya memberikan pedoman bagi pelaku usaha dalam menggunakan klaim lingkungan secara jujur dan transparan. Pedoman ini memberikan definisi yang jelas dari istilah seperti "*biodegradable*", "*recyclable*" dan "*carbon neutral*" yang mana menekankan bahwa bukti ilmiah harus digunakan untuk mendukung keyakinan yang dipromosikan. Untuk membantu konsumen membandingkan dampak lingkungan produk, konsumen di Uni Eropa dapat menggunakan *Ecolabel* dan *Product Environmental Footprint* (PEF). Kebijakan seperti SNI Ekolabel di Indonesia (Yuanitasari, et al., 2024) telah tersedia, namun begitu penerapannya masih bersifat sukarela dan belum menjadi syarat wajib dalam pemasaran produk dengan klaim lingkungan (Kaonang, G., 2024). Dalam memberikan pelabelan hijau dirasa kurang signifikan karena tidak perlu. Para pelaku usaha bebas menggunakan simbol hijau untuk menarik perhatian pasar tanpa perlu mengikuti SNI atau sertifikasi dari lembaga yang kompeten. Hal ini menyebabkan ketimpangan informasi yang lebih besar dan meningkatkan risiko eksploitasi terhadap pelanggan yang berniat untuk melakukan

konsumsi berkelanjutan. Dari perspektif konsumen, keterbatasan literasi tentang lingkungan dan hukum menjadikan mereka tidak mempunyai cukup ilmu untuk mengenali dan menanggapi praktik *greenwashing*. Terdapat banyak konsumen yang belum memahami perbedaan antara “label hijau” yang sah dan yang palsu (Olivia et al., 2024).

Dalam konteks hukum pidana, fenomena *greenwashing* dapat dikaitkan dengan konsep kejahatan korporasi (*corporate crime*). Clinard dan Yeager (1980) menjelaskan bahwa kejahatan korporasi merupakan tindakan melanggar hukum yang dilakukan oleh perusahaan korporasi atau oleh individu yang bertindak atas nama perusahaan dengan tujuan memperoleh keuntungan ekonomi bagi korporasi tersebut. Dalam praktiknya, kejahatan korporasi seringkali dilakukan melalui kebijakan perusahaan, strategi pemasaran, maupun praktik bisnis yang secara sistematis telah melanggar aturan ketentuan hukum. Lebih lanjut, Wells (2011) menyatakan bahwa korporasi sebagai entitas hukum dapat dimintai pertanggungjawaban pidana apabila terbukti melakukan perbuatan melawan hukum yang memberikan keuntungan bagi perusahaan serta menimbulkan kerugian bagi masyarakat. Dalam konteks *greenwashing*, pertanggungjawaban pidana korporasi dapat muncul apabila klaim lingkungan yang disampaikan oleh perusahaan terbukti menyesatkan konsumen dan dilakukan secara sengaja sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan.

Konsep pertanggungjawaban pidana korporasi sendiri telah berkembang dalam berbagai sistem hukum modern. Menurut Khanna (1996), korporasi dapat dimintai pertanggungjawaban pidana melalui beberapa doktrin, antara lain doktrin *vicarious liability*, doktrin *identification theory*, dan doktrin *corporate culture*. Doktrin *vicarious liability* memungkinkan korporasi untuk bertanggung jawab atas tindakan karyawan atau pengurusnya yang dilakukan dalam rangkaian menjalankan aktivitas perusahaan. Disamping itu, doktrin *identification theory* menganggap bahwa tindakan pengurus yang memiliki posisi strategis dalam perusahaan dapat dianggap sebagai tindakan korporasi itu sendiri.

Praktik *greenwashing* sebagaimana merupakan praktik yang manipulatif di mana perusahaan mengklaim dampak lingkungan positif yang menyesatkan untuk menciptakan citra ramah lingkungan, menimbulkan dampak serius bagi konsumen dan lingkungan (Liu et al., 2023). Namun dilihat dari perspektif Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 Kitab Hukum Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) belum secara spesifik mengatur praktik ini. Peraturan tersebut yang ada hanya memberikan perlindungan umum terhadap penipuan atau misinformasi tanpa secara eksplisit menyebutkan *greenwashing* sebagai bentuk penipuan lingkungan. Ditinjau dari perspektif hukum perlindungan konsumen modern praktik *greenwashing* wajib dipandang sebagai bentuk dari pelanggaran serius karena berkaitan langsung dengan hak konstitusional atas lingkungan hidup yang baik dan sehat sebagaimana dijamin dalam Pasal 28H ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945 yang menegaskan bahwa “Setiap orang berhak hidup sejahtera lahir dan batin, bertempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.” Perlindungan terhadap hak tersebut bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pelaku ekonomi tetapi juga menjadi tanggung jawab negara melalui regulasi dan penegakan hukum. Selain aturan tersebut, terdapat pada Pasal 33 Ayat (3) UUD 1945 menyatakan bahwa “Bumi, air, dan kekayaan alam yang

terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat." Pasal tersebut memberikan kewenangan kepada negara yang mana untuk mengelola sumber daya alam secara bertanggung jawab demi kemakmuran dan kesejahteraan rakyat. Dasar filsosofi negara Indonesia adalah Pancasila juga menekankan atas pentingnya keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Serah et al., 2024) yang berisi tentang, "Keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia," menuntut adanya keadilan dalam pemanfaatan sumber daya alam serta distribusi hasilnya. Klaim lingkungan yang menyesatkan, yang mana hanya mementingkan keuntungan perusahaan tanpa memperhatikan dampak nyata terhadap masyarakat dan lingkungan, bertentangan dengan semangat keadilan sosial.

Maka sanksi hukum yang sangat tegas juga sangat dibutuhkan dalam hal praktik *greenwashing*. Indonesia dapat mengikuti negara-negara lain dalam halnya mengkriminalkan praktik *greenwashing*. Misalnya pelaku *greenwashing* dapat dijatuhi sanksi administratif seperti pencabutan izin usaha, denda administratif maupun pidana, hingga akan memberikan efek jera dan mendorong perusahaan agar lebih bertanggung jawab dalam melakukan klaim lingkungan. Dalam kasus yang mungkin lebih berat, ketika praktik *greenwashing* terbukti mengakibatkan kerugian yang besar dan meluas atau sistemik, maka kemungkinan besar akan adanya penuntutan berdasarkan Undang-Undang Perlindungan Konsumen maupun KUHP dengan delik kebohongan publik atau delik penipuan. Kemudian terdapat peran masyarakat termasuk organisasi atau lembaga lingkungan hidup dan konsumen yang mana perlu pemberdayaan untuk ikut mengawasi dan melaporkan adanya praktik *greenwashing*. Dalam hal tersebut dapat menjadikan kekuatan masyarakat melakukan public pressure dan naming and shaming terbukti kuat dan efektif di berbagai negara lain.

Tanpa adanya regulasi perlindungan hukum yang hanya menjadi wacana, sementara itu para oknum sibuk menggunakan celah hukum untuk mendapatkan kepentingan profit yang besar dengan jangka waktu yang pendek. Oleh sebab itu, peningkatan akan kesadaran lingkungan di sekitar masyarakat butuh dan harus dijadikan peluang dibuatkan adanya sistem atau regulasi hukum terkait praktik tersebut. Negara wajib menjamin bahwa pilihan konsumen terhadap produk lingkungan hijau benar didasarkan pada informasi yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Dengan hal tersebut maka masyarakat dan lebih detailnya para konsumen dapat memiliki upaya konsumsi berkelanjutan dengan adil dan nyata.

3.2 Pengaturan Hukum Pidana Korporasi terkait Greenwashing dalam kegiatan usaha berbasis lingkungan menurut KUHP, UU Perlindungan Konsumen dan UU Perlindungan Lingkungan Hidup

Pembaharuan hukum pidana nasional Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2023 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP) menandai perubahan paradigma yang signifikan dalam sistem pertanggungjawaban pidana di Indonesia, khususnya dengan diakuinya korporasi sebagai subjek hukum pidana. Pengaturan ini menjadi sangat relevan dalam merespon perkembangan kejahatan korporasi modern, termasuk praktik *greenwashing* dalam kegiatan usaha berbasis

lingkungan. *Greenwashing* merupakan praktik manipulasi informasi oleh pelaku usaha dengan memberikan klaim yang menyesatkan terkait aspek keberlanjutan atau ramah lingkungan suatu produk atau kegiatan usaha. Dalam praktiknya, *greenwashing* tidak hanya merugikan konsumen melalui informasi yang tidak benar, tetapi juga berpotensi menghambat upaya perlindungan hidup secara substantif. Oleh karena itu, keberadaan KUHP 2023 memberikan landasan normatif yang lebih kuat dalam menjerat praktik tersebut.

KUHP secara eksplisit mengakui korporasi sebagai subjek tindak pidana, sehingga badan usaha tidak lagi diposisikan hanya sebagai entitas administratif, melainkan sebagai pihak yang dapat dimintai pertanggungjawaban pidana secara langsung. Hal ini tercermin dalam ketentuan yang mengatur bahwa tindak pidana oleh korporasi dapat terjadi apabila perbuatan tersebut dilakukan oleh pengurus, pihak yang memiliki hubungan kerja, atau pihak lain yang bertindak untuk dan atas nama serta demi kepentingan korporasi. Dengan demikian, setiap tindakan yang berkaitan dengan penyampaian informasi atau promosi produk yang mengandung unsur *greenwashing* dapat dikualifikasikan sebagai perbuatan korporasi apabila dilakukan dalam lingkup kegiatan usaha.

Lebih lanjut, pada KUHP 2023 mengatur mengenai dasar pembebanan pertanggungjawaban pidana kepada korporasi. Di Indonesia, konsep korporasi sebagai subjek hukum pidana telah diakui cukup baik dalam KUHP maupun peraturan di luar KUHP. Dalam KUHP yang telah diperbarui terdapat ketentuan tegas bahwa korporasi dapat dimintai pertanggungjawaban pidana apabila memenuhi unsur tindak pidana, yaitu adanya perbuatan melawan hukum, unsur kesalahan, dan keterkaitan langsung antara tindakan pengurus dengan kepentingan korporasi. Dalam konteks *greenwashing*, korporasi bisa dijerat pidana apabila terbukti dengan sengaja menyampaikan informasi palsu atau menyesatkan tentang dampak lingkungan dari produknya dapat dijerat dengan Pasal 378 KUHP tentang penipuan yang mengatur perbuatan dengan maksud menguntungkan diri sendiri secara melawan hukum, serta Pasal 263 KUHP tentang pemalsuan dokumen apabila perusahaan memalsukan sertifikat atau label ramah lingkungan.

Selain itu, karena *greenwashing* tidak lain merupakan penyesatan informasi publik, maka perbuatan tersebut dapat dikategorikan sebagai tindak pidana kejahatan terhadap kepercayaan masyarakat. Dalam kasus tertentu, apabila terdapat unsur penyesatan yang mana merugikan konsumen secara masif, maka korporasi dan pengurusnya dapat dikenai pertanggungjawaban pidana ganda yaitu pidana terhadap badan hukum dan pidana terhadap individu yang terlibat langsung.

Undang-Undang Perlindungan Konsumen secara eksplisit memuat larangan terhadap segala bentuk pernyataan yang tidak benar atau menyesatkan terkait suatu produk. Perlindungan hukum konsumen di Indonesia pada dasarnya telah memiliki dasar yang kuat, khususnya melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Undang-Undang ini memuat sejumlah hak dasar konsumen, termasuk hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa, serta hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur. Ketentuan ini menjadi sangat penting ketika

membahas praktik *greenwashing* (Gatti, L., Pizzetti, M. Seele, P. 2021), yang mana informasi yang menyesatkan mengenai keunggulan lingkungan suatu produk secara langsung bertentangan dengan prinsip-prinsip perlindungan konsumen.

Dalam UUPK pada Pasal 10 huruf a menegaskan bahwa pelaku usaha dilarang membuat atau menyebarkan pernyataan yang menyesatkan mengenai kualitas, guna, atau manfaat produk barang dan jasa. Jika suatu perusahaan mengiklankan produknya seolah-olah ramah lingkungan meskipun tidak demikian, maka hal tersebut merupakan bentuk pelanggaran terhadap pasal tersebut. Lebih lanjut pada Pasal 62 ayat (1) UUPK memberikan sanksi pidana bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan tersebut, dengan ancaman pidana penjara paling lama 5 tahun atau denda paling banyak Rp 2 miliar. Selain aspek pidana, UUPK juga membuka ruang bagi konsumen untuk menuntut ganti rugi atas kerugian yang timbul akibat tindakan menyesatkan tersebut. Dengan demikian, UUPK memiliki fungsi ganda yaitu sebagai perlindungan hukum bagi konsumen sekaligus mekanisme pengawasan terhadap kejujuran dan integritas dalam komunikasi dan promosi produk.

Dalam konteks hukum lingkungan, praktik *greenwashing* bukan hanya sekadar pelanggaran terhadap etika bisnis, namun juga pelanggaran atas hak masyarakat untuk memperoleh informasi lingkungan yang benar dan akurat. UUPPLH memberikan dasar hukum untuk menuntut pertanggungjawaban perusahaan yang melakukan manipulasi informasi lingkungan. Melalui Pasal 65 ayat (1) dan (2) UUPPLH, masyarakat memiliki hak untuk mendapatkan informasi lingkungan hidup yang benar dan berpartisipasi dalam pengelolaan lingkungan. Oleh sebab itu, setiap bentuk penyajian informasi palsu terkait dampak lingkungan suatu produk atau kegiatan usaha dapat dianggap melanggar prinsip keterbukaan informasi publik.

Selain itu pada Pasal 98 sampai 103 UUPPLH mengatur ketentuan pidana bagi korporasi yang menyebabkan pencemaran atau kerusakan lingkungan secara sengaja, dengan ancaman pidana berat termasuk denda hingga puluhan miliar rupiah dan pidana tambahan berupa pencabutan izin usaha. Meskipun praktik *greenwashing* seringkali tidak langsung menimbulkan pencemaran fisik, manipulasi informasi yang mengaburkan fakta lingkungan sejatinya berpotensi menghambat penegakan hukum lingkungan. Dalam praktiknya, tindakan *greenwashing* dapat menutupi tindak pidana lingkungan yang sebenarnya terjadi, seperti pembuangan limbah berbahaya atau penggunaan bahan non sustainable yang bertentangan dengan ketentuan Analisis Mengenai Dampak Lingkungan (AMDAL).

3.3 Perlindungan Konsumen dan Hak Ganti Rugi Akibat Praktik *Greenwashing*

Analisis praktik *greenwashing* tidak dapat berhenti pada aspek pidana korporasi semata. Dalam perspektif hukum perlindungan konsumen, persoalan yang paling mendasar adalah bagaimana hukum memberikan pemulihan terhadap kerugian yang dialami konsumen akibat informasi lingkungan yang menyesatkan.

Konsumen pada umumnya membeli suatu produk karena mempercayai informasi yang disampaikan oleh pelaku usaha. Ketika suatu produk dipromosikan sebagai eco-friendly, green

product, atau memiliki dampak lingkungan yang rendah, maka informasi tersebut menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan pembelian. Apabila kemudian terbukti bahwa klaim tersebut tidak sesuai dengan kenyataan, maka konsumen sesungguhnya telah mengalami kerugian karena membuat keputusan ekonomi berdasarkan informasi yang keliru.

Dalam konteks ini, perlindungan hukum tidak cukup hanya diwujudkan melalui pemberian sanksi pidana kepada korporasi. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen juga memberikan ruang bagi konsumen untuk memperoleh ganti rugi. Pasal 19 UUPK menegaskan bahwa pelaku usaha bertanggung jawab memberikan ganti rugi atas kerusakan, pencemaran, maupun kerugian yang dialami konsumen akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan.

Berdasarkan ketentuan tersebut, konsumen yang dirugikan akibat praktik *greenwashing* pada prinsipnya berhak menuntut:

1. Pengembalian uang (*refund*);
2. Penggantian barang atau jasa yang setara;
3. Kompensasi atas kerugian yang diderita;
4. Bentuk ganti rugi lain sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.

Hak ganti rugi tersebut menjadi penting karena kerugian akibat *greenwashing* tidak selalu berupa kerugian lingkungan, tetapi juga kerugian ekonomi yang dialami konsumen karena membayar lebih mahal untuk produk yang diklaim memiliki nilai keberlanjutan tertentu. Dalam praktik pemasaran modern, produk yang menggunakan klaim ramah lingkungan sering dipasarkan dengan harga premium. Oleh sebab itu, ketika klaim tersebut ternyata tidak benar, konsumen telah dirugikan secara finansial.

Meskipun demikian, terdapat tantangan dalam penerapan hak ganti rugi tersebut. Konsumen sering mengalami kesulitan membuktikan bahwa keputusan pembeliannya dipengaruhi secara langsung oleh klaim lingkungan yang dibuat pelaku usaha. Selain itu, belum terdapat mekanisme khusus dalam UUPK yang secara eksplisit mengatur pembuktian praktik *greenwashing*. Akibatnya, beban pembuktian masih relatif berat bagi konsumen.

Oleh karena itu, penguatan perlindungan hukum terhadap praktik *greenwashing* seharusnya tidak hanya diarahkan pada kriminalisasi dan pemberian sanksi terhadap korporasi, tetapi juga pada penyediaan mekanisme pemulihan yang efektif bagi konsumen. Dengan demikian, tujuan perlindungan konsumen tidak berhenti pada penghukuman pelaku usaha, melainkan juga menjamin pemulihan hak-hak ekonomi masyarakat yang telah dirugikan akibat informasi lingkungan yang menyesatkan.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dapat disimpulkan bahwa praktik *greenwashing* dalam kegiatan usaha berbasis lingkungan merupakan bentuk kejahatan korporasi yang memiliki implikasi serius terhadap perlindungan konsumen dan keberlanjutan lingkungan hidup. Praktik

ini tidak hanya menyesatkan konsumen melalui penyampaian informasi yang tidak benar atau pun ambigu, namun juga berpotensi menghambat upaya perlindungan lingkungan secara substansial. Dalam perspektif hukum positif di Indonesia, pengaturan mengenai *greenwashing* memang belum diatur secara eksplisit sebagai tindak pidana tersendiri. Namun demikian, melalui Undang-Undang Noor 1 Tahun 2023 tentang KUHP, telah tersedia dasar hukum yang cukup kuat dengan diakuinya korporasi sebagai subjek hukum pidana, sehingga memungkinkan penjatuhan pertanggung jawaban pidana secara langsung kepada badan usaha. Praktik *greenwashing* dapat dikualifikasikan sebagai bentuk penipuan, perbuatan curang, atau penyampaian informasi yang menyesatkan yang dilakukan untuk memperoleh keuntungan secara melawan hukum. Selain itu, Undang-Undang Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan yang lebih spesifik terhadap hak konsumen atas informasi yang benar, jelas, dan jujur, serta secara tegas melarang pelaku usaha menyampaikan klaim yang menyesatkan. Sementara itu, Undang-Undang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menegaskan kewajiban pelaku usaha untuk memberikan informasi lingkungan yang akurat serta membuka ruang pertanggungjawaban pidana korporasi dalam hal terjadi pelanggaran yang berdampak pada lingkungan.

Dengan demikian, meskipun pengaturan hukum terkait *greenwashing* masih bersifat parsial dan tersebar, kombinasi antara KUHP 2023, Undang-Undang Perlindungan Konsumen, dan Undang-Undang Lingkungan Hidup secara normatif telah cukup memberikan dasar untuk menjerat praktik tersebut. Namun kelemahan utama terletak pada belum adanya pengaturan khusus dan komprehensif mengenai *greenwashing*, yang menyebabkan potensi kesulitan dalam penegakan hukum, khususnya dalam pembuktian unsur kesalahan dan dampak yang ditimbulkan. Oleh karena itu, diperlukan langkah pembaruan hukum melalui pembentukan regulasi yang secara eksplisit mengatur *greenwashing*, penguatan mekanisme pengawasan terhadap klaim lingkungan, serta peningkatan kesadaran hukum baik bagi pelaku usaha maupun konsumen. Upaya ini penting untuk menjamin terciptanya praktik usaha yang jujur, transparan, dan berkelanjutan, sekaligus melindungi kepentingan masyarakat dan lingkungan hidup secara lebih efektif.

Selain aspek pertanggungjawaban pidana korporasi, praktik *greenwashing* juga menimbulkan konsekuensi hukum dalam bidang perlindungan konsumen. Konsumen yang mengalami kerugian akibat klaim lingkungan yang tidak benar pada prinsipnya memiliki hak untuk memperoleh ganti rugi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen. Oleh karena itu, efektivitas penanggulangan *greenwashing* tidak hanya ditentukan oleh kemampuan negara menjatuhkan sanksi kepada korporasi, tetapi juga oleh tersedianya mekanisme pemulihan yang mampu mengembalikan hak-hak konsumen yang telah dirugikan.

Daftar Pustaka

- Akturan, U. (2018). How does greenwashing affect green branding equity and purchase intention? Empirical research. *Marketing Intelligence & Planning*, 36(7). <https://doi.org/10.1108/MIP-12-2017-0339>

- Dahl, R. (2010). Greenwashing: Do you know what you're buying? *Environmental Health Perspectives*, 118(6).
- De Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. da L. (2020). Concepts and forms of greenwashing: A systematic review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Gatti, L., Pizzetti, M., & Seele, P. (2021). Green lies and their effect on intention to invest. *Journal of Business Research*, 127, 228–240. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.01.028>
- Kaonang, G. (2024). Survei: Kesadaran masyarakat Indonesia terhadap isu lingkungan cukup tinggi. <https://solum.id/greenlifestyle/survei-kesadaran-masyarakat-indonesia-terhadap-isu-lingkungan-cukup-tinggi/>
- Khanna, V. S. (1996). Corporate criminal liability: What purpose does it serve? *Harvard Law Review*, 109(7), 1477–1534.
- Nguyen, T. T. H., Yang, Z., Nguyen, N., Johnson, L. W., & Cao, T. K. (2019). Greenwash and green purchase intention: The mediating role of green skepticism. *Sustainability*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/su11092653>
- Olivia, T., Brealistiti, R., Jennifer, & Hanjaya, T. A. E. (2024). Mewaspadaai praktik greenwashing dalam implementasi ESG. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 12(2). <https://doi.org/10.46273/5eejq04>
- Soesanto, S. (2022). Akuntansi lingkungan menuju ekonomi hijau: Perspektif relasi natural sustainability dengan keberlanjutan bisnis. *Account*, 9(1), 1581–1589. <https://doi.org/10.32722/acc.v9i1.4580>
- Somany, N. (2023). Greenwashing in business: Examining the impact of deceptive environmental claims on consumer behavior and corporate accountability. *International Journal of Social Science and Economic Research*, 8(4), 908–920. <https://doi.org/10.46609/IJSSER.2023.v08i04.024>
- Syafitri, E. R., Nuryono, W., & Bimbingan dan Konseling, M.Pd. (n.d.). *Studi kepustakaan teori konseling "Dialectical Behavior Therapy"*.
- TerraChoice. (2010). *The seven sins of greenwashing*. TerraChoice Environmental Marketing.
- Yuanitasari, D., Kusmayanti, H., & Suwandono, A. (2024). Consumer protection against false ecolabel claims: A legal analysis in Indonesia. *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran*, 6(1), 31–47. <https://doi.org/10.23920/jphp.v6i1.1901>