



PENGATURAN PERLINDUNGAN KONSUMEN BERBASIS HAK ASASI MANUSIA (HAM) TERHADAP PRAKTIK GREENWASHING DALAM KERANGKA AGENDA PEMBANGUNAN RENDAH KARBON DI INDONESIA

HUMAN RIGHTS-BASED CONSUMER REGULATIONS AGAINST GREENWASHING PRACTICES WITHIN THE FRAMEWORK OF LOW CARBON DEVELOPMENT POLICY IN INDONESIA

Putri Raodah

Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email : putriraodah@unram.ac.id

Zahratulain Taufik

Fakultas Hukum Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mataram

Email : zahratulain.taufik@unram.ac.id

Abstrak

Greenwashing adalah praktek pengungkapan informasi ramah lingkungan yang tidak berdasar oleh pelaku usaha, sehingga merugikan konsumen. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis Pengaturan perlindungan konsumen berbasis Hak Asasi Manusia (HAM) terhadap praktik greenwashing dalam kerangka agenda pembangunan rendah karbon di Indonesia. Penelitian menggunakan metode penelitian normatif, pendekatan konseptual dan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian bahwa saat ini peran konsumen dalam PRK hanya sebagai pihak yang dibutuhkan partisipasinya saja, bukan pihak yang secara strategis dilindungi haknya dalam agenda PRK. Perlindungan konsumen dari *Greewashing* adalah HAM yang secara Konstitusional berdasar pada pasal 28H ayat 1 UUD 1945, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Sehingga kedudukan perlindungan konsumen secara hukum lebih tinggi dari PRK karena berdasar konstitusional dan HAM. Perlindungan konsumen dari Greenwashing harus terintegrasi dalam PRK agar outcome PRK tidak mengabaikan perlindungan konsumen dari *d*. Absennya perlindungan konsumen dalam agenda PRK di Indonesia merupakan celah struktural peluang Greenwashing. Diperlukan upaya koordinasi kebijakan antar Kementerian, Lembaga, dan institusi serta advokasi serta advokasi kebijakan industry periklanan untuk mencegah praktik *Greewashing*.

Kata Kunci: *Perlindungan Konsumen, Greenwashing, Pembangunan Rendah Karbon (PRK)*

Abstract

Greenwashing is the practice of disclosing unfounded environmentally friendly information by business actors, thus harming consumers. The purpose of this study is to analyze the Human Rights-based consumer protection regulations (HAM) against greenwashing practices within the framework of the low-carbon development agenda in Indonesia. The study uses normative research methods, conceptual approaches, and laws and regulations. The results of the study indicate that currently the role of consumers in the PRK is only as a party whose participation is required, not a party whose rights are strategically protected in the PRK agenda. Consumer

protection from Greenwashing is a human right that is constitutionally based on Article 28H paragraph 1 of the 1945 Constitution, namely the right to a good and healthy environment. Therefore, the legal status of consumer protection is higher than the PRK because it is based on the constitution and human rights. Consumer protection from Greenwashing must be integrated into the PRK so that the PRK outcome does not ignore consumer protection from d. The absence of consumer protection in the PRK agenda in Indonesia is a structural gap that provides opportunities for Greenwashing. Policy coordination efforts between Ministries, Institutions, and institutions are needed, as well as advocacy and advocacy for advertising industry policies to prevent Greenwashing practices.

Kata Kunci: Consumer Protection, Greenwashing, Indonesia's Low Carbon Development (Indonesia's LCD)

A. LATAR BELAKANG

Indonesia memiliki arah kebijakan penerapan ekonomi hijau berlandaskan pada pelaksanaan Pembangunan rendah karbon (PRK). Kebijakan Ekonomi Hijau dihadirkan untuk memastikan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dapat berjalan selaras dengan peningkatan daya dukung dan daya tampung lingkungan untuk keberlanjutan, serta upaya pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK). Penerapan ekonomi hijau juga membuka peluang besar bagi penciptaan lapangan kerja, investasi hijau, serta pengembangan produk-produk hijau. Dengan pendekatan ini, Indonesia tidak hanya berkomitmen pada pengurangan emisi GRK, tetapi juga pada transformasi ekonomi yang ramah lingkungan dan inklusif.¹ Hal demikian mengharuskan pelaku usaha untuk melakukan penyesuaian. Produk yang mereka miliki dihasilkan dari aktifitas yang tidak mencemari/merusak lingkungan. Begitu pula dalam menjual produknya, pelaku usaha harus memperkenalkan produk kepada konsumen dengan menyampaikan informasi yang jujur dan bukan self-claim ramah lingkungan, tapi ternyata mencemari/merusak lingkungan.

Greenwashing adalah fenomena di mana perusahaan mengklaim bahwa produk atau kebijakan mereka ramah lingkungan, padahal kenyataannya tidak demikian. Fenomena ini berkembang seiring dengan meningkatnya kesadaran publik akan pentingnya keberlanjutan lingkungan. Greenwashing tidak hanya merugikan konsumen yang tertipu oleh klaim palsu tersebut, tetapi juga mengancam lingkungan dengan mengaburkan tanggung jawab perusahaan terhadap keberlanjutan.² Fenomena *greenwashing* merupakan tantangan nyata dalam perlindungan hukum konsumen di tengah meningkatnya trend konsumsi produk ramah lingkungan. Dengan memanfaatkan ketidaktahuan atau kepercayaan konsumen terhadap isu keberlanjutan, pelaku usaha dapat menyampaikan klaim lingkungan yang tidak akurat atau bahkan menyesatkan. Praktik ini tidak hanya merugikan konsumen secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap kerusakan kepercayaan publik terhadap gerakan keberlanjutan secara keseluruhan. Ketiadaan pengaturan spesifik mengenai klaim lingkungan, pelabelan hijau, serta

1 Alicia Tiffany Beandda. 2025. "Naskah Strategi dan Penahapan Pembangunan Rendah Karbon dalam RPJPN 2025-2045 Upaya mencapai Net Zero Emissions." Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Nasional/Bappenas, hlm. 5. <https://lcdi-indonesia.id/wp-content/uploads/2025/05/Strategi-dan-Penahapan-Pembangunan-Rendah-Karbon-dalam-RP-JPN-2025-2045-Upaya-mencapai-Net-Zero-Emissions.pdf>

2 Zentoni, David M.L. Tobing, Budi Santoso. 2025. "Mengkriminalisasi Greenwashing: Menjawab Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Keberlanjutan". Jurnal Litigasi: Rumah Jurnal Fakultas Hukum Universitas Pasundan. 26 (1). <https://doi.org/10.23969/litigasi.v26i1.19243>.

mekanisme pengawasan dan sanksi yang efektif, menjadikan perlindungan hukum konsumen terhadap *greenwashing* belum berjalan optimal.³

Perspektif perlindungan konsumen melihat praktik *greenwashing* juga menimbulkan kerugian dan melanggar hak-hak dasar konsumen. *Indonesian Center for Environmental Law* (ICEL) dalam publikasinya terkait *Greenwashing* menegaskan bahwa payung hukum yang dapat dimanfaatkan saat ini dapat merujuk pada pengaturan dalam Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pada Pasal 4 angka 3 UUPK disebutkan bahwa hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa merupakan salah satu hak-hak konsumen mendasar yang dilindungi. Selain itu pelaku usaha juga dilarang untuk menyesatkan konsumen dengan menyatakan seolah-olah barang/jasa telah memenuhi standar mutu tertentu, serta memproduksi dan/atau memperdagangkan produk dan/atau jasa yang tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, atau keistimewaan sebagaimana dinyatakan dalam label, etiket atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.⁴ Adapun pelanggaran terhadap Pasal 8 UUPK disanksi dengan ancaman pidana penjara dan denda sebagaimana diatur dalam Pasal 62 UUPK. Di samping itu, dalam perspektif lingkungan hidup, Dalam Pasal 68 Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH) juga telah diatur bahwa pelaku usaha memiliki kewajiban untuk memberikan informasi yang terkait dengan perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup secara benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu.⁵ Rekomendasi perbaikan yang diajukan ICEL dalam kajiannya adalah upaya koordinasi kebijakan antar Kementerian, Lembaga, dan institusi serta advokasi kebijakan industri periklanan untuk mencegah praktik *Greenwashing*.⁶

Temuan ICEL tersebut sejalan dengan temuan Asdar Mapiasse dan Mohammad Saleh, bahwa UUPK telah memberikan perlindungan hukum terhadap praktik *Greenwashing* melalui Pasal 4 UUPK tentang hak konsumen atas informasi yang benar. Pasal 7 dan Pasal 8 UUPK mewajibkan pelaku usaha untuk tidak menyesatkan konsumen, serta Pasal 10 UUPK melarang iklan palsu. Pasal 62 UUPK mengatur sanksi bagi pelaku usaha yang terbukti melanggar ketentuan tersebut. Namun yang digaribawahi oleh temuan ini adalah Indonesia belum memiliki regulasi yang secara khusus mengatur praktik *greenwashing*, sehingga penerapan hukumnya masih bergantung pada norma umum dalam UUPK.⁷

Implikasi yuridis dari kedua temuan yang diuraikan didepan adalah *Greenwashing* belum termasuk kategori perbuatan khusus yang dapat dikenakan sanksi yang pasti bagi pelaku usaha (yang melakukan *greewashing*). Ini menimbulkan celah ketidakpastian hukum (*Legal Uncertainty*) bagi perlindungan konsumen di Indonesia. Masalah ini juga berhubungan

3 Deviana yuanitasari, Hazar Kusmayanti, and Agus Suwandono. 2025. "Menelaah Greenwashing: Perlindungan Hukum Konsumen Di Tengah Tren Produk Ramah Lingkungan". *LITRA: Jurnal Hukum Lingkungan, Tata Ruang, Dan Agraria* 4 (2). <https://doi.org/10.23920/litra.v4i2.2276>.

4 Etheldreda E L T Wongkar dan Prilia Kartika Apsari, 2021. "Telaah Kebijakan Sustainable Consumption and Production (SCP) dalam Merespons Fenomena Greenwashing di Indonesia pada Era E-Commerce". *Indonesian Center for Environmental Law*, hlm. 18 <https://icel.or.id/media/pdf/TelaahKebijakanSustainableConsumptionandProductionSCPdalamMeresponsFenomenaGreenwashingdiIndonesiapadaEraECommerce.pdf>

5 Ibid., hlm .19

6 Ibid., hlm 28-29

7 Mappiasse, Asdar, and Mohammad Saleh. 2025. "Tinjauan Yuridis Terhadap Klaim Greenwashing Dalam Produk Konsumen Di Indonesia Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen". *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 5 (4):3699-3705. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i4.4914>.

dengan pertautan Hak Asasi Manusia (HAM) dengan hak-hak konsumen,⁸ konsumen tidak mendapatkan jaminan perlindungan atas dasar hak mendapatkan informasi yang benar, hak atas keamanan serta hak atas lingkungan yang sehat.⁹ Belum ada kajian yang memposisikan Greenwashing tidak hanya soal kebenaran informasi ramah lingkungan sebagai klaim dari pelaku usaha tetapi sebagai bentuk pelanggaran HAM dalam menjamin hak hak konsumen. Sehingga diperoleh kerangka hukum yang relevan dengan agenda Pembangunan rendah karbon di Indonesia. Sehingga perlu untuk dikaji secara hukum dengan pendekatan konseptual dan perundang-undangan bagaimana Pengaturan Perlindungan Konsumen Berbasis Hak Asasi Manusia (HAM) Terhadap Praktik *Greenwashing* Dalam Kerangka Agenda Pembangunan Rendah Karbon di Indonesia.

B. METODE PENELITIAN

Hasil penelitian ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif, yaitu proses untuk menemukan suatu aturan hukum, prinsip hukum, maupun doktrin hukum guna menjawab isu hukum yang dihadapi.¹⁰ Metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang-undangan (*Statuta Approach*) dan pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*).¹¹ Pengumpulan bahan hukum menggunakan studi pustaka (*bibliography study*).¹² Seluruh data dianalisis secara kualitatif dan diolah secara deduktif analitis. Sehingga dari semua data/bahan hukum yang diolah dapat ditarik kesimpulan dan rekomendasi hasil penelitian.¹³

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Konsep dan bentuk Tindakan Greenwashing

Greenwashing memiliki karakteristik yang multidisiplin, belum ada definisi umum greenwashing yang diterima hingga saat ini. Fenomena ini telah dibahas oleh para peneliti dari berbagai bidang seperti Bisnis, Komunikasi, Ekonomi, Teknik Produksi, Ilmu Sosial, Manajemen Lingkungan, dan Hukum. Beberapa akademisi hanya mempertimbangkan isu-isu lingkungan ketika berbicara tentang greenwashing, membedakannya dengan istilah bluewashing, yang merupakan bagian dari isu-isu sosial.¹⁴

Sebagian besar peneliti mendasarkan Greenwashing pada definisi Oxford English Dictionary dan Terra Choice. Dalam definisi ini, fenomena yang dianggap sebagai greenwashing dipandang sebagai tindakan korporasi yang disengaja dengan adanya unsur-unsur yang menyesatkan, yang berfokus pada penipuan para pemangku kepentingan. Karena greenwashing pertama

8 Eman Sulaiman, 2022, "Perlindungan Konsumen Perspektif Hak-Hak Asasi Manusia". Jurnal Pemikiran, Penelitian Hukum, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan Volume 9 Nomor 2, Juni 2022 ISSN: 2355-6439 <https://ojs.unm.ac.id/tomalebbi/article/view/36464/17029>, hlm. 145

9 <https://pslh.ugm.ac.id/pengakuan-universal-ham-atas-lingkungan-hidup-yang-baik-sehat-dan-berkelanjutan/>

10 Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, hlm. 53

11 Peter Mahmud Marzuki, Opcit, hlm 93.

12 Muhaimin, Metode Penelitian Hukum, Cetakan Pertama, Mataram University Press, Mataram, 2020, lhm. 65

13 Budi Nugroho, 2018, Pengalihan Tanggungjawab atas Utang Bea Masuk dari Importir Kepada Pengusaha/Pengurusan Jasa Kepabeanan, Ringkasan Disertasi, Program Doktor Ilmu Hukum UGM, Yogyakarta, 2018

14 Sebastião Vieira de Freitas Netto, Marcos Felipe Falcão Sobral, Ana Regina Bezerra Ribeiro and Gleibson Robert da Luz Soares, 2025. "Concepts and forms of greenwashing: a systematic review", de Freitas Netto et al. Environ Science Europe, 32:19 <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>

kali dituduh pada tahun 1986 oleh Jay Westerveld, seorang aktivis yang menemukan adanya komunikasi organisasi dengan sifat yang menyesatkan, unsur tuduhan menjadi kunci dalam proses tersebut.

Seele dan Gatti adalah satu-satunya peneliti yang mengamati fenomena tersebut dengan menambahkan tuduhan sebagai elemen kunci dalam proses tersebut, yaitu tuduhan atau klaim dari pihak ketiga bahwa seseorang telah melakukan sesuatu yang ilegal atau salah. Tanpa unsur tuduhan, definisi fenomena greenwashing tidak lengkap.¹⁵ Taktik greenwashing yang umum melibatkan penekanan pada atribut hijau minor sambil mengabaikan dampak lingkungan yang signifikan. Misalnya, menonjolkan kemasan yang dapat didaur ulang sambil mengabaikan jejak lingkungan keseluruhan produk. Demikian pula, pemasaran yang berkaitan dengan tujuan mengaitkan produk dengan isu lingkungan dapat menjadi bentuk greenwashing.¹⁶

Meskipun sifatnya menipu, greenwashing dapat memiliki beberapa konsekuensi positif yang tidak diinginkan. Greenwashing dapat meningkatkan kesadaran lingkungan publik, yang berpotensi mengarah pada perilaku ramah lingkungan yang lebih autentik. Lebih lanjut, tekanan untuk membuktikan klaim awal dapat mendorong peningkatan perbaikan lingkungan di dalam perusahaan.¹⁷ Montgomert dkk dalam temuannya menekankan bahwa Greenwashing juga dapat memperluas pasar untuk produk berkelanjutan dengan memperluas daya tariknya bagi konsumen umum. Pada akhirnya, greenwashing dapat mendorong tindakan regulasi yang lebih kuat dan pengawasan yang lebih ketat terhadap klaim Perusahaan.¹⁸ (Montgomery dkk., 2023).

2. Pengaturan Greenwashing dalam Hukum berkaitan dengan Perlindungan Konsumen berbasis Hak Asasi Manusia (HAM) di Indonesia

Perlindungan konsumen berbicara soal keseimbangan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha baik dalam pengaturan maupun implementasi. Pada penelitian yang menguji kekuatan perlindungan konsumen dalam 3 (tiga) putusan pengadilan, dikemukakan bahwa meskipun hukum perlindungan konsumen telah memiliki dasar normatif yang cukup kuat, implementasi di lapangan masih lemah.¹⁹ Dalam setiap putusan yang diuji, terdapat persoalan moral. Pelaku usaha memiliki tanggung jawab moral untuk tidak hanya mematuhi hukum secara formal, tetapi juga menjunjung tinggi etika bisnis. Dalam sistem hubungan konsumen-pelaku usaha, posisi tawar konsumen sering kali jauh lebih lemah, sehingga perlindungan harus diberikan secara aktif oleh pelaku usaha, bukan sekadar pasif menunggu keluhan atau gugatan.²⁰

Uraian di atas bukan untuk mengeneralisir kondisi perlindungan konsumen di Indonesia. Tapi sebagai gambaran bahwa ada masalah dalam sistem hubungan konsumen dan pelaku usaha di Indonesia. Posisi tawar konsumen sering kali jauh lebih lemah, sehingga perlindungan harus

¹⁵ Ibid.,

¹⁶ Feghali, K., Najem, R., & Metcalfe, B. D. (2025). Greenwashing in the era of sustainability: A systematic literature review. *Corporate Governance and Sustainability Review*, 9(1), 18–31. <https://doi.org/10.22495/cgsrv9i1p2>

¹⁷ Ibid.,

¹⁸ Gosselt, J. F., van Rompay, T., & Haske, L. 2019. “Won’t get fooled again: The effects of internal and external CSR ECO-labeling”. *Journal of Business Ethics*, 155(2), 413–424. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3512-8>

¹⁹ Jetmiko Setiawan, Yetti, Indra Afrita, 2025. “Tanggungjawab Pelaku Usaha atas Produk Cacat Tersembunyi.” *Jurnal Ilmu Hukum “THE JURIS”* Vol. IX, No. 1, Juni ISSN 2580-0299, e-ISSN 2580-8370 <http://ejournal.stih-awanglong.ac.id/index.php/juris>

²⁰ Ibid.,

diberikan secara aktif oleh pelaku usaha, bukan sekadar pasif menunggu keluhan atau gugatan. Soal greenwashing yang belum memiliki dasar hukum khusus, tentu juga berpotensi menjadi bukti lemahnya perlindungan konsumen.

Kegiatan greenwashing telah melanggar prinsip-prinsip yang terkandung dalam UUPK.²¹ UUPK adalah aturan umum yang dijadikan dasar hukum larangan praktek greenwashing. Dasar hukum lain yang relevan adalah Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2002 tentang Penyiaran (UUP). UUP telah menetapkan dasar pengaturan praktik penyiaran di Indonesia, termasuk kegiatan periklanan. UUP memiliki dua dasar utama misi penyiaran: keberagaman isi (asas keberagaman isi) dan keberagaman kepemilikan (asas keberagaman kepemilikan). Keberagaman isi merupakan asas yang berarti bahwa isi siaran harus beragam dan ditujukan untuk kepentingan publik.²² Sementara itu, keberagaman kepemilikan merupakan asas yang tidak boleh dikuasai oleh segelintir kelompok untuk menjamin persaingan usaha yang sehat. UUP bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan penyiaran di Indonesia senantiasa berada di bawah asas, tujuan, dan arah penyiaran sebagaimana tercantum dalam Pasal 2, 3, 4, dan 5 UUP. Selain itu, UUP juga bertujuan untuk melindungi masyarakat dari segala tindakan yang tidak bertanggung jawab, curang, atau tidak nyata.²³

Label ramah lingkungan (eco-labeling) merupakan skema label lingkungan yang dikembangkan oleh pemerintah yang memuat informasi mengenai pernyataan yang menunjukkan aspek lingkungan dan merupakan salah satu perangkat dalam rangka pengelolaan lingkungan.²⁴ Klaim ramah lingkungan seperti *Eco-labeling* adalah hak pelaku usaha dalam usaha mendapatkan kepercayaan konsumen untuk membeli barang/jasa mereka. Namun hak ini harus diaplikasikan dengan mengungkapkan informasi yang benar kepada konsumen. Berikut ini dasar hukum Eco-labeling yang menjadi dasar untuk menentukan klaim ramah lingkungan dari pelaku usaha sah dan berdasarkan sertifikasi dari Lembaga yang sah. Sehingga dapat dijadikan panduan dalam menentukan apakah tindakan pelaku usaha adalah self-claim, klaim ramah lingkungan palsu atau greenwashing:

a. Peraturan Pemerintah Nomor 46 tahun 2017 tentang Instrumen Ekonomi Lingkungan Hidup (IELH)

Aturan ini menyebutkan soal internalisasi biaya lingkungan hidup yang menyatakan bahwa pelaku usaha atau pelaksana kegiatan bertanggung jawab memasukkan biaya perhitungan produksi atau biaya usaha (kegiatan). Biaya-biaya tersebut meliputi, pencegahan pencemaran atau kerusakan lingkungan hidup, pemantauan pencemaran dan kerusakan lingkungan hidup.²⁵ Pasal 33, 34 dan 35 adalah ketentuan yang mengatur Label Ramah Lingkungan Hidup. Pasal 33 adalah dasar maksud diadakan Label adalah untuk pengakuan atas pemenuhan kriteria penataan hukum pelaku usaha, pengakuan atas pemenuhan kriteria inovasi dan

21 Irawati, Paramita Prananingtyas, Retno Catur Wulan, 2023. "Regulation Urgency of the Misleading "Greenwashing" Marketing Concept in Indonesia" Indonesia *IOP Conference Series Earth and Environmental Science* 1270(1):012007, DOI:10.1088/1755-1315/1270/1/012007

22 Ibid.,

23 Ibid.,

24 Dhesinta Rini, Wafia Silvi, and Heru Saputra Lumban Gaol. 2025. "SUSTAINABILITY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY LABELING IN SUPPORTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION". *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 9 (1):109-32. <https://doi.org/10.24246/jrh.2024.v9.i1.p109-132>.

25 Indah Dwiprigitaningtyas, Firdaus Muhamad Iqbal, Lily Andayani, Diah Arimbi, 2024. "KEDUDUKAN HUKUM INSTRUMEN EKONOMI LINGKUNGAN HIDUP (IELH) DALAM UPAYA PENANGANAN LINGKUNGAN HIDUP AKIBAT DARI KEGIATAN INDUSTRI: The Legal Status of Environmental Economic Instruments (EEIs) in Addressing Environmental Issues Arising from Industrial Activities". *Res Nullius Law Journal* 6 (2): 127-43. <https://doi.org/10.34010/rnlj.v6i2.8069>.

upaya perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup melebihi yang dipersyaratkan, dan informasi dan perlindungan bagi Masyarakat. Pasal 34 menerangkan tata cara penerapan label, kriteria persyaratan perolehan label, mekanisme pemberian label pemerintah maupun Lembaga independent yang ditunjuk. Pasal 35 mengatur ketentuan label ramah lingkungan hidup untuk produk impor.

- b. Undang-undang Nomor 20 tahun 2014 tentang Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian (UU SPK)

Pada bagian menimbang, UUSPK dibentuk dalam rangka melindungi kepentingan negara, keselamatan, keamanan, dan kesehatan warga negara serta perlindungan flora, fauna, dan pelestarian fungsi lingkungan hidup diperlukan standarisasi dan penilaian kesesuaian. Terdapat ketentuan yang mengatur pencantuman label pada produk dan sanksi bagi pelaku usaha yang mencantumkan label tidak sesuai ketentuan. Kelemahan UU SPK adalah menggunakan istilah “Label” secara umum, tidak mengatur secara khusus terkait Label Ramah Lingkungan Hidup. Namun jika berdiri pada pemahaman bahwa label ramah lingkungan hidup adalah Label dan pertimbangan pembentukan UU SPK, serta definisi standar yang memuat unsur lingkungan hidup, maka ketentuan dalam UU SPK dapat dijadikan dasar hukum dalam menertibkan pelaku usaha yang melakukan tindakan greenwashing.

- c. Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Undang-undang Persaingan Usaha)

Undang-undang Persaingan Usaha tidak secara spesifik mengatur greenwashing. Akan tetapi ruang lingkup dan taktik greenwashing sebagaimana diungkapkan di depan selaras dengan ketentuan Pasal 1 huruf f karena melibatkan ketidakjujuran, melanggar hukum dan potensi menghambat persaingan usaha yang sehat. Jika mengacu pada Pasal 47, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) memiliki wewenang menjatuhkan sanksi administrative kepada pelaku usaha yang terbukti melakukan praktik greenwashing, seperti iklan lingkungan yang menyesatkan sebagai strategi pemasaran.

3. Kedudukan Greenwashing dan Perlindungan Konsumen dalam Agenda Pembangunan Rendah Karbon di Indonesia

Studi Greenwashing dalam pemasaran menggunakan systematic literature review and dan bibliometric analysis, mengungkapkan bahwa greenwashing memiliki implikasi yang luas terhadap kepercayaan konsumen, loyalitas merek, dan praktik pemasaran. Greenwashing seringkali mengikis kepercayaan konsumen dan mendorong skeptisisme, terutama ketika klaim ramah lingkungan kurang transparan atau konsisten. Terkikisnya kepercayaan ini berkaitan langsung dengan skeptisisme konsumen, karena mereka menjadi semakin sadar dan sensitif terhadap klaim ramah lingkungan yang berpotensi menyesatkan.²⁶

Bagi para pembuat kebijakan, temuan ini menunjukkan kebutuhan mendesak untuk menetapkan kerangka regulasi yang lebih ketat yang mendorong akuntabilitas dan mencegah eksploitasi terminologi lingkungan yang samar atau tidak dapat diverifikasi. Mengembangkan sistem sertifikasi yang terstandarisasi dan meningkatkan mekanisme penegakan hukum dapat membantu memulihkan kepercayaan publik dan mendorong keberlanjutan yang sesungguhnya.²⁷ Di Indonesia, untuk penataan label ramah lingkungan yang bersifat sukarela masih belum

26 Antonios Persakis, Theodoros Nikolopoulos, Ioannis C. Negkakis dan Athanasios Pavlopoulos. 2025. “Greenwashing in marketing: a systematic literature review and bibliometric analysis”. International Review on Public and Nonprofit Marketing <https://doi.org/10.1007/s12208-025-00452-x>

27 Ibid.,

cukup mampu mengurangi praktek greenwashing sehingga tujuan dalam konsumsi dan produksi berkelanjutan belum tercapai secara optimal.²⁸ Bagaimana dengan Greenwashing dan Perlindungan Konsumen dalam Agenda Pembangunan Rendah Karbon di Indonesia ?.

Dokumen RPJMN 2025–2029 memuat target penurunan intensitas emisi GRK sebesar 45,17% dan pencapaian Indeks Kualitas Lingkungan Hidup sebesar 77,20 pada tahun 2029, sebagai bagian dari sasaran makro pembangunan nasional yang menekankan pertumbuhan tinggi berkelanjutan.²⁹ Target tersebut dapat dicapai melalui pendekatan multi-sektor yang mencakup sektor energi, hutan dan lahan, pertanian, ekosistem karbon biru seperti mangrove dan lamun, industri, serta pengelolaan limbah. Setiap sektor memiliki peran penting dan pendekatan tersendiri dalam mengurangi emisi GRK, yang kemudian terintegrasi menjadi langkah kolektif untuk mencapai tujuan PRK. Terdapat 6 kegiatan prioritas yang tertuang pada Program Prioritas (PP) PRK yaitu sebagai berikut:³⁰

- a. Penurunan emisi Gas Rumah Kaca (GRK) sektor Energi;
- b. Penurunan Emisi GRK sektor berbasis lahan;
- c. Peningkatan cadangan karbon di ekosistem karbon biru
- d. Peningkatan upaya dekarbonisasi sektor industri
- e. Penguatan aksi penurunan emisi GRK di sektor Pengelolaan Limbah
- f. Penguatan tata Kelola dan faktor pendukung pencapaian target penurunan emisi GRK serta nilai ekonomi Karbon (NEK)

Pada sisi pelaku usaha, program prioritas PRK merupakan acuan dalam menciptakan nilai internal dan pemodelan bisnis perusahaan untuk menghasilkan nilai ekonomi tinggi yang didasarkan pada dekarbonisasi.³¹ Selanjutnya menjadi narasi dalam promosi informasi tentang produk/kegiatan usaha kepada konsumen, sehingga narasi dekarbonisasi menjadi nilai pasar. Menurut Scales, pemasaran hijau berusaha menggoda konsumen hijau dalam upaya perluasan pasar dan peningkatan profit. Praktik produksi yang ramah lingkungan tidak lagi dilihat sebagai kewajiban, tetapi justru sebagai taktik bisnis yang strategis yang menguntungkan. Dengan demikian, konsumerisme hijau merupakan bagian dari kapitalisme hijau yang berupaya mengurangi dampak lingkungan dengan memanfaatkan kekuatan pasar dan motif laba.³²

Scales turut menambahkan bahwa konsumerisme hijau justru mengacu pada terbentuknya fetisisme komoditas baru, yang dampaknya lebih besar dari yang terlihat. Karena dalam usaha untuk memberikan informasi mengenai “kehijauan” suatu produk, konsumerisme hijau melakukan simplifikasi mengenai apa itu hijau. Dampak terhadap lingkungan dijadikan sederhana dan konsep-konsep abstrak seperti “ramah lingkungan” direduksi menjadi label,

28 Dhesinta Rini, Wafia Silvi, and Heru Saputra Lumban Gaol. 2025. “SUSTAINABILITY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY LABELING IN SUPPORTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION”. *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 9 (1):109-32. <https://doi.org/10.24246/jrh.2024.v9.i1.p109-132>.

29 Tim Penyusun, 2025. Strategi dan Penerapan Pembangunan Rendah Karbon dalam RPJPN 2025-2029, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas, hlm. 7 <https://lcdi-indonesia.id/wp-content/uploads/2022/03/Pembangunan-Rendah-Karbon-Pergeseran-Paradigma-Menuju-Ekonomi-Hijau-di-Indonesia-Ringkasan-Bagi-Pembuat-Kebijakan-2019.pdf>

30 Ibid., lm. 8

31 Mikko Sairanen, Leena Aarikka-Stenroos. 2024. “Low-carbon business models: Review and typology”. *Manajemen Pemasaran Industri Volume 123*, Hal. 222-250, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.10.001>

32 Nur Belian, 2024. “Green Konsumerisme Sebagai Kritik Terhadap Peran Manusia dalam Gerakan Lingkungan”. *Vol 2, No 2*, E-ISSN 3047-0714 P-ISSN 3047-1451, <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/senafil> DOI: <https://doi.org/10.24071/snf.v2i2.8506>

simbol, dan metrik. Hal ini dapat mengarahkan fokus konsumen ke satu isu dan melupakan yang lainnya. Terdapat cara yang lebih baik dalam mengantarkan bumi ke masa depan yang lebih cerah, yaitu menjadi lebih sadar mengenai sumber daya yang dikerahkan dalam produksi tiap barang yang digunakan.³³ Dengan demikian, harus ada jaminan kepastian hukum kebenaran narasi dekarbonisasi pelaku usaha. Pengelolaan dan perlindungan lingkungan hidup dan perlindungan konsumen berdiri pada garis yang sama dalam memerangi narasi greenwashing dari pelaku usaha. Hal ini penting karena PRK juga mendorong insentif fiskal seperti subsidi energi terbarukan atau pajak karbon untuk pelaku usaha yang menerapkan teknologi hijau (mengembangkan infrastruktur yang mendukung teknologi rendah karbon).³⁴ Sehingga tercipta koeksistensi berlakunya setiap aturan terkait perlindungan konsumen dalam PRK.

Bagaimana hak konsumen dalam agenda PRK Indonesia?. Agenda PRK menempatkan konsumen pada Penguatan aksi penurunan emisi GRK di sektor Pengelolaan Limbah. Pada tahun 2035-2039, terdapat penguatan nilai tambah limbah bagi konsumen dan produsen. Kedudukan konsumen adalah sebagai pihak yang dibutuhkan partisipasi aktifnya,³⁵ bukan pihak yang secara strategis dilindungi haknya dalam agenda PRK. Agenda ini memang berada pada tataran makro pembangunan berkelanjutan milik Indonesia, sedangkan perlindungan konsumen bukan komponen strategis yang dijadikan tujuan. Perlindungan konsumen adalah HAM yang secara Konstitusional berdasar pada pasal 28H ayat 1 UUD 1945, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.³⁶ Sehingga kedudukan perlindungan konsumen secara hukum lebih tinggi dari PRK karena berdasar konstitusional dan HAM. Ini menjadi elemen yang mengikat pelaku usaha yang melakukan greenwashing. Perlindungan konsumen dari Greenwashing harus terintegrasi dalam PRK agar outcome PRK tidak mengabaikan perlindungan konsumen dari klaim berkelanjutan. Absennya perlindungan konsumen dalam agenda PRK di Indonesia merupakan celah terstruktur adanya Greenwashing.

D. KESIMPULAN

Perlindungan konsumen dari tindakan Greenwashing oleh pelaku usaha di Indonesia belum memiliki dasar hukum yang spesifik/khusus mengatur larangan dan sanksi tindakan Greenwashing. Meskipun demikian, beberapa peraturan perundang-undangan seperti UUPK, UU Penyiaran, UU Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian, UU Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta Peraturan Pemerintah tentang instrument ekonomi lingkungan hidup (IELH) dapat dijadikan dasar hukum umum yang bersifat parsial. Dalam agenda PRK, konsumen diposisikan sebagai pihak yang dibutuhkan partisipasi aktifnya, bukan pihak yang secara strategis dilindungi haknya dari praktek pengungkapan informasi yang menyesatkan dari pelaku usaha yang seolah-olah kegiatan usaha mereka sejalan dengan agenda PRK. Perlindungan konsumen dari Greenwashing adalah bagian dari perlindungan HAM, secara Konstitusional berdasar pada pasal 28H ayat 1 UUD 1945, yaitu hak mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat. Sehingga perlindungan konsumen secara hukum memiliki legitimasi lebih

³³ Ibid.,

³⁴ Op Cit, Tim Penyusun, 2025. Strategi dan Penerapan Pembangunan Rendah Karbon dalam RPJPN 2025-2029, hlm. 12

³⁵ Ibid., hlm. 64

³⁶ https://bphn.go.id/data/documents/uud_1945.pdf

tinggi dari PRK karena berdasar konstitusional dan HAM sedangkan PRK adalah kebijakan pembangunan. Sebagai langkah penguatan perlindungan konsumen dan tercapainya target PRK, Indonesia memang memiliki mekanisme penguatan tata Kelola melalui inventarisasi, verifikasi, dan registrasi emisi GRK. Namun mekanisme tersebut belum cukup tanpa upaya integrasi regulasi dan penguatan kelembagaan perdagangan karbon (termasuk bursa karbon) dan perlindungan. Badan perlindungan konsumen nasional (BPKN) harus diberikan wewenang dalam agenda PRK untuk melaksanakan fungsi pengawasan (*surveillance*).

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Peter Mahmud Marzuki, 2011. "Penelitian Hukum". Kencana Prenda Media Group, Jakarta,
- Amiruddin dan Zainal Asikin, 2023. "Pengantar Metode Penelitian Hukum". Cetakan Ketiga Belas, Rajawali Pers, Jakarta.

Jurnal

- Alicia Tiffany Beandda. 2025. "Naskah Strategi dan Penahapan Pembangunan Rendah Karbon dalam RPJPN 2025-2045 Upaya mencapai Net Zero Emissions." Kementerian Perencanaan dan Pembangunan Nasional/Bappenas, hlm. 5. <https://lcdi-indonesia.id/wp-content/uploads/2025/05/Strategi-dan-Penahapan-Pembangunan-Rendah-Karbon-dalam-RPJPN-2025-2045-Upaya-mencapai-Net-Zero-Emissions.pdf>
- Antonios Persakis, Theodoros Nikolopoulos, Ioannis C. Negkakis dan Athanasios Pavlopoulos. 2025. "Greenwashing in marketing: a systematic literature review and bibliometric analysis". International Review on Public and Nonprofit Marketing <https://doi.org/10.1007/s12208-025-00452-x>
- Deviana yuanitasari, Hazar Kusmayanti, and Agus Suwandono. 2025. "Menelaah Greenwashing: Perlindungan Hukum Konsumen Di Tengah Tren Produk Ramah Lingkungan". *LITRA: Jurnal Hukum Lingkungan, Tata Ruang, Dan Agraria* 4 (2). <https://doi.org/10.23920/litra.v4i2.2276>.
- Dhesinta Rini, Wafia Silvi, and Heru Saputra Lumban Gaol. 2025. "SUSTAINABILITY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY LABELING IN SUPPORTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION". *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 9 (1):109-32. <https://doi.org/10.24246/jrh.2024.v9.i1.p109-132>.
- Dhesinta Rini, Wafia Silvi, and Heru Saputra Lumban Gaol. 2025. "SUSTAINABILITY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY LABELING IN SUPPORTING SUSTAINABLE CONSUMPTION AND PRODUCTION". *Refleksi Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 9 (1):109-32. <https://doi.org/10.24246/jrh.2024.v9.i1.p109-132>.
- Eman Sulaiman, 2022, "Perlindungan Konsumen Perspektif Hak-Hak Asasi Manusia". *Jurnal Pemikiran, Penelitian Hukum, Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan* Volume 9 Nomor 2, Juni 2022 ISSN: 2355-6439 <https://ojs.unm.ac.id/tomalebbi/article/view/36464/17029>, hlm. 145

- Etheldreda E L T Wongkar dan Prilia Kartika Apsari, 2021. “Telaah Kebijakan Sustainable Consumption and Production (SCP) dalam Merespons Fenomena Greenwashing di Indonesia pada Era E-Commerce”. Indonesian Center for Environmental Law, hlm. 18 <https://icel.or.id/media/pdf/TelaahKebijakanSustainableConsumptionandProductionSCPdalamMeresponsFenomenaGreenwashingdiIndonesiapadaEraECommerce.pdf>
- Feghali, K., Najem, R., & Metcalfe, B. D. (2025). Greenwashing in the era of sustainability: A systematic literature review. *Corporate Governance and Sustainability Review*, 9(1), 18–31. <https://doi.org/10.22495/cgsrv9i1p2>
- Gosselt, J. F., van Rompay, T., & Haske, L. 2019. “Won’t get fooled again: The effects of internal and external CSR ECO-labeling”. *Journal of Business Ethics*, 155(2), 413–424. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3512-8>
- Indah Dwiprigitaningtias, Firdaus Muhamad Iqbal, Lily Andayani, Diah Arimbi, 2024. “KEDUDUKAN HUKUM INSTRUMEN EKONOMI LINGKUNGAN HIDUP (IELH) DALAM UPAYA PENANGANAN LINGKUNGAN HIDUP AKIBAT DARI KEGIATAN INDUSTRI: The Legal Status of Environmental Economic Instruments (EEIs) in Addressing Environmental Issues Arising from Industrial Activities”. *Res Nullius Law Journal* 6 (2): 127-43. <https://doi.org/10.34010/rnlj.v6i2.8069>.
- Irawati, Paramita Prananingtyas, Retno Catur Wulan, 2023. “Regulation Urgency of the Misleading “Greenwashing” Marketing Concept in Indonesia” *Indonesia IOP Conference Series Earth and Environmental Science* 1270(1):012007, DOI: [10.1088/1755-1315/1270/1/012007](https://doi.org/10.1088/1755-1315/1270/1/012007)
- Jetmiko Setiawan, Yetti, Indra Afrita, 2025. “ Tanggungjawab Pelaku Usaha atas Produk Cacat Tersembunyi.” *Jurnal Ilmu Hukum “THE JURIS”* Vol. IX, No. 1, Juni ISSN 2580-0299, e-ISSN 2580-8370 <http://ejournal.stih-awanglong.ac.id/index.php/juris>
- Mappiasse, Asdar, and Mohammad Saleh. 2025. “Tinjauan Yuridis Terhadap Klaim Greenwashing Dalam Produk Konsumen Di Indonesia Berdasarkan UU Perlindungan Konsumen”. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik* 5 (4):3699-3705. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v5i4.4914>.
- Mikko Sairanen, Leena Aarikka-Stenroos. 2024. “Low-carbon business models: Review and typology”. *Manajemen Pemasaran Industri Volume 123* , Hal. 222-250, <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.10.001>
- Nur Belian, 2024. “Green Konsumerisme Sebagai Kritik Terhadap Peran Manusia dalam Gerakan Lingkungan”. *Vol 2, No 2*, E-ISSN 3047-0714 P-ISSN 3047-1451, <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/senafil> DOI: <https://doi.org/10.24071/snf.v2i2.8506>
- Sebastião Vieira de Freitas Netto, Marcos Felipe Falcão Sobral, Ana Regina Bezerra Ribeiro and Gleibson Robert da Luz Soares, 2025. “Concepts and forms of greenwashing: a systematic review”, de Freitas Netto et al. *Environ Science Europe*, 32:19 <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>
- Zentoni, David M.L. Tobing, Budi Santoso. 2025. “Mengkriminalisasi Greenwashing: Menjawab Tantangan Perlindungan Konsumen di Era Keberlanjutan”. *Jurnal*

Litigasi: Rumah Jurnal Fakultas Hukum Universitas Pasundan. 26 (1). <https://doi.org/10.23969/litigasi.v26i1.19243>.

Dokumen Resmi Pemerintah

Tim Penyusun, 2025. Strategi dan Penerapan Pembangunan Rendah Karbon dalam RPJPN 2025-2029, Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas, hlm. 7 <https://lcdi-indonesia.id/wp-content/uploads/2022/03/Pembangunan-Rendah-Karbon-Pergeseran-Paradigma-Menuju-Ekonomi-Hijau-di-Indonesia-Ringkasan-Bagi-Pembuat-Kebijakan-2019.pdf>

Website

<https://pslh.ugm.ac.id/pengakuan-universal-ham-atas-lingkungan-hidup-yang-baik-sehat-dan-berkelanjutan/>

https://bphn.go.id/data/documents/uud_1945.pdf

<https://www.hukumonline.com/berita/a/urgensi-fungsi-pengawasan-dalam-pelindungan-data-pribadi-lt645af912b46a4/>