

Analisis Praktik Greenwashing dalam Perspektif Tanggung Jawab Korporasi sebagai Perbuatan Melawan Hukum Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata

Komang Svanita Wulandini¹, I Gusti Ayu Eviani Yuliantari², Komang Satria Wibawa Putra³, Bagus Gede Ari Rama⁴

Universitas Pendidikan Nasional (UNDIKNAS) Denpasar, Indonesia

svanitawulandini@gmail.com¹, ayueviani@undiknas.ac.id²,

komangsatria@undiknas.ac.id³, arirama@undiknas.ac.id⁴

Submitted: 06th July 2026 | **Edited:** 30th August 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Wulandini, K. S., Yuliantari, I. G. A. E., Putra, K. S. W., & Rama, B. G. A. (2026). Analisis Praktik Greenwashing dalam Perspektif Tanggung Jawab Korporasi sebagai Perbuatan Melawan Hukum Berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(3), 2138-2150.

ABSTRACT

Greenwashing has become an emerging concern in consumer protection as corporations increasingly use environmental claims to promote products and strengthen their market image. The main problem arises when such claims are misleading, unsupported, or presented without adequate information, potentially causing consumers to make purchasing decisions based on inaccurate environmental representations. This study aims to examine the regulation of greenwashing in Indonesia and analyze the possibility of imposing corporate civil liability through an unlawful act claim under Article 1365 of the Indonesian Civil Code. This research employs normative legal research using statutory, conceptual, and case approaches. Primary and secondary legal materials were collected through library research and analyzed qualitatively using legal interpretation and legal reasoning. The study finds that although Indonesian law does not yet provide a specific regulation defining greenwashing, misleading environmental claims may be examined within the existing consumer protection framework, particularly the consumer's right to accurate, clear, and honest information. Such conduct may also be assessed as an unlawful act when the elements of unlawfulness, fault, loss, and causation are established. Accordingly, Article 1365 may provide a civil-law basis for consumer claims, subject to proof of the relevant elements in each case.

Keywords : Greenwashing, Corporate Liability, Consumer Protection, Unlawful Act, Civil Law

PENDAHULUAN

Memasuki dekade ketiga abad ke-21, perhatian terhadap perubahan iklim dan keberlanjutan telah memengaruhi perilaku pasar dan preferensi konsumen. Konsumen semakin mempertimbangkan dampak lingkungan, keberlanjutan, dan tanggung jawab perusahaan dalam menentukan pilihan produk. Perubahan tersebut mendorong perusahaan menggunakan strategi green marketing untuk menyampaikan komitmen lingkungan sekaligus membangun citra positif di hadapan konsumen. Namun,

peningkatan penggunaan klaim lingkungan juga membuka peluang munculnya greenwashing, yaitu penyampaian informasi atau representasi mengenai manfaat lingkungan suatu produk, jasa, atau kegiatan perusahaan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi sebenarnya. Netto et al. (2020) menjelaskan bahwa greenwashing memiliki berbagai bentuk dan dapat muncul ketika perusahaan membangun citra lingkungan yang lebih baik daripada kinerja lingkungan yang sesungguhnya. Kondisi tersebut menjadi persoalan karena konsumen tidak selalu memiliki kemampuan untuk memverifikasi kebenaran klaim lingkungan yang bersifat teknis. Szabo dan Webster (2021) menunjukkan bahwa persepsi terhadap greenwashing dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap produk maupun perusahaan, sedangkan Ruiz-Blanco et al. (2022) menunjukkan bahwa karakteristik perusahaan tertentu dapat berkaitan dengan kecenderungan melakukan greenwashing. Dengan demikian, klaim lingkungan bukan lagi sekadar instrumen komunikasi pemasaran, tetapi juga berkaitan dengan kualitas informasi yang menjadi dasar keputusan ekonomi konsumen.

Praktik greenwashing dapat dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi, antara lain penggunaan istilah lingkungan yang tidak jelas, penonjolan manfaat lingkungan tertentu tanpa menjelaskan dampak lainnya, penggunaan simbol atau label yang memberikan kesan ramah lingkungan, serta penyampaian klaim yang sulit diverifikasi. Persoalan tersebut semakin kompleks karena konsumen dapat menerima informasi lingkungan sebagai bagian dari nilai produk dan menjadikannya pertimbangan dalam keputusan pembelian. Penelitian mengenai iklan hijau perusahaan menunjukkan bahwa klaim lingkungan dalam komunikasi korporasi tidak selalu didukung oleh informasi yang memadai, sementara penelitian mengenai produk dengan klaim keberlanjutan menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara klaim dan kondisi produk dapat menimbulkan persepsi tertipu pada konsumen (Szabo & Webster, 2021; Parguel et al., 2019). Dalam konteks Indonesia, persoalan tersebut memiliki relevansi yuridis karena Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK) memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Istanti dan Samsul (2023) menunjukkan bahwa praktik greenwashing dapat menimbulkan kebingungan konsumen dan perlu dianalisis dalam kerangka perlindungan konsumen Indonesia. Sejalan dengan itu, Gultom dan Sakti (2023) mengidentifikasi bahwa sejumlah instrumen hukum

nasional dapat digunakan untuk memberikan perlindungan terhadap konsumen dalam menghadapi praktik greenwashing, meskipun masih terdapat kebutuhan untuk memperkuat pengaturan dan penegakannya. Kajian Yuanitasari et al. (2024) juga menunjukkan bahwa klaim ecolabel yang tidak benar merupakan persoalan yang berkaitan langsung dengan perlindungan konsumen dan masih menghadapi kesenjangan regulasi serta penegakan hukum.

Implikasi greenwashing tidak terbatas pada persoalan etika pemasaran, tetapi dapat berkembang menjadi persoalan hukum apabila informasi yang disampaikan menyesatkan dan menimbulkan kerugian bagi konsumen. Konsumen dapat mengalami kerugian ekonomi ketika membayar harga lebih tinggi karena menganggap suatu produk memiliki manfaat lingkungan tertentu, sementara keputusan pembeliannya ternyata didasarkan pada informasi yang tidak akurat. Selain itu, greenwashing dapat menimbulkan kerugian non-ekonomi berupa hilangnya kepercayaan dan terganggunya kebebasan konsumen dalam menentukan pilihan secara sadar. Dalam perspektif hukum Indonesia, kondisi tersebut perlu ditempatkan dalam hubungan antara UUPK dan ketentuan mengenai Perbuatan Melawan Hukum (PMH) dalam Pasal 1365 KUH Perdata. Pasal tersebut pada prinsipnya mensyaratkan adanya perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan sebab akibat antara perbuatan dengan kerugian. Oleh karena itu, tidak setiap klaim lingkungan yang berlebihan dengan sendirinya dapat dinyatakan memenuhi seluruh unsur PMH; diperlukan penilaian terhadap fakta dan pembuktian masing-masing unsur dalam perkara konkret. Pendekatan tersebut sejalan dengan kajian hukum mengenai greenwashing yang menempatkan perlindungan konsumen, keakuratan klaim lingkungan, dan tanggung jawab pelaku usaha sebagai persoalan yang saling berkaitan (Balqis et al., 2023; Istanti & Samsul, 2023; Yuanitasari et al., 2024). Pada tataran internasional, kajian mengenai green claims juga menekankan pentingnya klaim lingkungan yang benar, dapat diverifikasi, dan dapat dibandingkan untuk mencegah distorsi informasi serta persaingan usaha yang tidak sehat (Borgi, 2023).

Permasalahan tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengkaji greenwashing tidak hanya sebagai persoalan pemasaran atau perlindungan konsumen, tetapi juga sebagai kemungkinan dasar pertanggungjawaban perdata korporasi. Meskipun hukum positif Indonesia belum memiliki satu ketentuan khusus yang secara eksplisit memberikan definisi dan mekanisme pertanggungjawaban atas greenwashing, substansi

perbuatannya dapat dianalisis melalui ketentuan mengenai informasi konsumen, larangan informasi atau promosi yang menyesatkan, serta ketentuan PMH. Kajian terdahulu di Indonesia telah membahas perlindungan konsumen terhadap greenwashing dan tanggung jawab pelaku usaha, tetapi pembahasan yang secara khusus mengonstruksikan praktik tersebut melalui pemenuhan unsur-unsur Pasal 1365 KUH Perdata masih perlu diperdalam, terutama mengenai perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausalitas. Pada saat yang sama, literatur internasional memperlihatkan bahwa persoalan greenwashing semakin berkembang seiring meningkatnya penggunaan klaim keberlanjutan dalam komunikasi korporasi dan pemasaran (Lane, 2019; Johnson & Greenwell, 2022; Borochoff-Porte & Cooper, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana praktik greenwashing dapat dikualifikasikan sebagai Perbuatan Melawan Hukum dalam perspektif tanggung jawab korporasi di Indonesia, dengan fokus pada pemenuhan unsur-unsur Pasal 1365 KUH Perdata serta implikasinya terhadap perlindungan konsumen dan kepastian hukum. Dengan pendekatan tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan konstruksi argumentasi hukum yang lebih terukur mengenai kemungkinan pertanggungjawaban perdata korporasi atas klaim lingkungan yang menyesatkan.

LANDASAN TEORI

Praktik greenwashing merupakan persoalan yang muncul ketika informasi mengenai manfaat atau kinerja lingkungan suatu produk, jasa, maupun kegiatan perusahaan disampaikan secara berlebihan, tidak lengkap, atau tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Delmas dan Burbano (2019) menjelaskan bahwa greenwashing dapat dipahami sebagai kondisi ketika perusahaan membangun komunikasi mengenai kinerja lingkungan yang lebih positif daripada keadaan yang sebenarnya. Dalam perkembangannya, persoalan tersebut tidak hanya berkaitan dengan strategi komunikasi perusahaan, tetapi juga dengan kualitas informasi yang diterima konsumen. Lyon dan Montgomery (2019) menempatkan greenwashing sebagai persoalan informasi yang dapat memengaruhi hubungan antara perusahaan, konsumen, dan pemangku kepentingan. Dari perspektif konsumen, de Freitas Netto et al. (2020) menunjukkan bahwa greenwashing memiliki berbagai bentuk, mulai dari klaim lingkungan yang tidak jelas hingga penyampaian informasi yang menonjolkan aspek positif tertentu sambil mengabaikan

dampak lingkungan lainnya. Temuan Szabo dan Webster (2021) selanjutnya menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap greenwashing dapat memengaruhi penilaian terhadap produk dan perusahaan. Dengan demikian, greenwashing dalam penelitian ini dipahami bukan semata-mata sebagai persoalan etika pemasaran, melainkan sebagai praktik penyampaian informasi lingkungan yang perlu diuji berdasarkan standar kebenaran, kejelasan, dan kejujuran informasi kepada konsumen.

Dalam konteks hukum Indonesia, belum terdapat satu ketentuan khusus yang secara komprehensif mendefinisikan greenwashing dan mengatur mekanisme pertanggungjawabannya. Meskipun demikian, substansi praktik tersebut dapat dikaitkan dengan norma perlindungan konsumen yang telah tersedia. Istanti dan Samsul (2023) menunjukkan bahwa klaim lingkungan yang menyesatkan dapat menimbulkan kebingungan konsumen dan perlu dianalisis berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Pasal 4 huruf c UUPK memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa. Ketentuan tersebut menjadi penting ketika klaim lingkungan digunakan sebagai bagian dari informasi yang memengaruhi keputusan pembelian. Balqis et al. (2023) juga menunjukkan bahwa praktik greenwashing dapat menimbulkan kerugian bagi konsumen produk ramah lingkungan dan dapat dikaitkan dengan tanggung jawab pelaku usaha berdasarkan ketentuan perlindungan konsumen. Dalam perkembangan yang lebih mutakhir, Yuanitasari et al. (2024) menjelaskan bahwa klaim ecolabel yang tidak benar menghadapi persoalan berupa keterbatasan regulasi, lemahnya pengawasan, dan kebutuhan harmonisasi standar. Oleh sebab itu, ketiadaan istilah greenwashing secara eksplisit dalam UUPK tidak berarti bahwa seluruh praktik tersebut berada di luar jangkauan hukum; yang perlu dinilai adalah apakah tindakan konkret pelaku usaha bertentangan dengan hak konsumen dan kewajiban hukum yang berlaku.

Selain melalui hukum perlindungan konsumen, praktik greenwashing dapat dianalisis menggunakan konsep Perbuatan Melawan Hukum sebagaimana diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata. Secara doktrinal, suatu perbuatan dapat menimbulkan kewajiban mengganti kerugian apabila terdapat perbuatan yang melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan sebab akibat antara perbuatan dan kerugian. Dalam konteks greenwashing, unsur melawan hukum tidak seharusnya dianggap otomatis

terpenuhi hanya karena suatu klaim lingkungan dipandang berlebihan. Penilaiannya perlu dikaitkan dengan kewajiban hukum pelaku usaha, hak konsumen, kepatutan, serta fakta mengenai bentuk dan substansi klaim yang disampaikan. Borgi (2022) menekankan pentingnya klaim lingkungan yang benar, dapat dipercaya, dapat diverifikasi, dan dapat dibandingkan karena ketidakjelasan klaim dapat mengganggu perlindungan konsumen sekaligus persaingan pasar. Sementara itu, Chen dan Chang (2020) menunjukkan bahwa persepsi terhadap greenwashing memiliki konsekuensi terhadap kepercayaan konsumen, sehingga aspek informasi menjadi bagian penting dalam menilai dampak praktik tersebut. Dalam perspektif hukum nasional, Silalahi et al. (2024) menemukan bahwa Indonesia belum secara eksplisit melarang greenwashing, tetapi UUPK dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dapat menjadi dasar normatif yang relevan. Dengan demikian, Pasal 1365 KUH Perdata dapat digunakan sebagai dasar analisis pertanggungjawaban perdata sepanjang seluruh unsurnya dapat dibuktikan dalam perkara konkret.

Konsep tanggung jawab korporasi dalam penelitian ini juga perlu dibedakan antara tanggung jawab badan hukum dan tanggung jawab pribadi pengurus. Korporasi sebagai badan hukum memiliki kedudukan sebagai subjek hukum yang mempunyai hak dan kewajiban sendiri, sehingga tindakan yang dilakukan dalam kegiatan usaha tidak serta-merta dibebankan kepada individu pengurus. Namun, dalam keadaan tertentu, tindakan pekerja atau organ perusahaan yang dilakukan dalam lingkup pekerjaan dan untuk kepentingan perusahaan dapat menimbulkan konsekuensi hukum bagi korporasi. Pemahaman tersebut penting dalam perkara greenwashing karena klaim lingkungan dapat berasal dari keputusan pemasaran, pelabelan, publikasi korporasi, maupun informasi yang disetujui oleh manajemen. Pawestri dan Okto (2024) menunjukkan bahwa greenwashing dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak adil sekaligus merugikan konsumen, sehingga persoalan tersebut tidak hanya berkaitan dengan hubungan individual antara pelaku usaha dan konsumen, tetapi juga dengan integritas persaingan usaha. Dengan kerangka tersebut, penelitian ini menempatkan greenwashing sebagai praktik yang dapat menimbulkan tanggung jawab perdata apabila dapat dibuktikan bahwa informasi lingkungan yang disampaikan bertentangan dengan kewajiban hukum atau kepatutan, dilakukan dengan kesalahan, menimbulkan kerugian yang dapat dibuktikan, dan memiliki hubungan kausal dengan kerugian konsumen. Konstruksi ini sekaligus

memberikan batas agar penerapan Pasal 1365 KUH Perdata tidak didasarkan semata-mata pada adanya klaim lingkungan, melainkan pada pembuktian unsur PMH secara konkret.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum normatif atau doctrinal legal research, karena objek kajian berfokus pada norma, asas, doktrin, dan konstruksi pertanggungjawaban hukum terhadap praktik greenwashing dalam sistem hukum Indonesia. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (statute approach), pendekatan konseptual (conceptual approach), dan pendekatan kasus (case approach). Pendekatan perundang-undangan digunakan dengan menelaah ketentuan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen, tanggung jawab korporasi, lingkungan hidup, dan Perbuatan Melawan Hukum, khususnya Pasal 1365 KUH Perdata serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Pendekatan konseptual digunakan untuk menganalisis konsep greenwashing, perlindungan konsumen, Perbuatan Melawan Hukum, kesalahan, kerugian, hubungan kausalitas, dan tanggung jawab korporasi berdasarkan doktrin serta pendapat para ahli hukum. Setia Negara (2023) menempatkan penelitian hukum normatif sebagai kajian yang perlu menjelaskan secara proporsional jenis pendekatan yang digunakan agar konstruksi argumentasi hukumnya dapat dipertanggungjawabkan. Sementara itu, pendekatan kasus digunakan secara terbatas sebagai bahan untuk memahami penerapan prinsip hukum pada perkara yang relevan dengan klaim lingkungan atau informasi yang menyesatkan, dengan memperhatikan fakta hukum, pertimbangan hukum, dan ratio decidendi dari putusan yang dipilih.

Bahan hukum dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum primer meliputi KUH Perdata, Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, serta putusan pengadilan yang relevan dengan isu yang dikaji. Bahan hukum sekunder meliputi buku hukum, artikel jurnal ilmiah, doktrin, dan hasil penelitian yang membahas greenwashing, perlindungan konsumen, PMH, serta

tanggung jawab korporasi. Pengumpulan bahan hukum dilakukan melalui studi kepustakaan dengan cara mengidentifikasi, menginventarisasi, mengklasifikasikan, dan menghubungkan bahan hukum berdasarkan permasalahan penelitian. Negara (2023) menegaskan pentingnya penempatan bahan hukum dan pendekatan secara konsisten dalam penelitian hukum normatif, sedangkan penelitian normatif dengan pendekatan statute, konseptual, dan kasus dapat digunakan untuk menghubungkan norma hukum dengan konsep dan penerapannya dalam perkara tertentu. Selanjutnya, bahan hukum dianalisis secara deskriptif-kualitatif melalui interpretasi hukum dan penalaran yuridis yang sistematis. Analisis dilakukan dengan menghubungkan norma yang berlaku dengan konsep greenwashing, kemudian menguji secara bertahap unsur perbuatan melawan hukum, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausalitas untuk menghasilkan kesimpulan mengenai kemungkinan pertanggungjawaban perdata korporasi berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata.

HASIL PENELITIAN

Analisis Unsur-Unsur Perbuatan Melawan Hukum dalam Praktik Greenwashing

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik greenwashing dapat dianalisis melalui konstruksi Perbuatan Melawan Hukum (PMH) berdasarkan Pasal 1365 KUH Perdata, tetapi pemenuhannya tidak dapat dianggap terjadi secara otomatis hanya karena suatu perusahaan menggunakan klaim yang berkaitan dengan lingkungan. Kualifikasi sebagai PMH harus dilihat dari keadaan konkret, terutama mengenai substansi klaim, kewajiban hukum yang berlaku, bentuk kesalahan, kerugian yang timbul, dan hubungan sebab akibat antara klaim dengan kerugian konsumen. Temuan ini memperkuat pandangan Szabo dan Webster (2021) bahwa greenwashing tidak hanya berkaitan dengan citra lingkungan perusahaan, tetapi juga memengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dan perusahaan. Dalam konteks hukum Indonesia, Istanti dan Samsul (2023) juga menunjukkan bahwa informasi lingkungan yang menyesatkan dapat menimbulkan kebingungan konsumen dan perlu ditempatkan dalam kerangka perlindungan konsumen. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini terletak pada pengembangan analisis tersebut ke dalam konstruksi PMH, khususnya dengan menguji kemungkinan hubungan antara pelanggaran terhadap hak konsumen atas informasi dan unsur “melawan hukum” dalam Pasal 1365 KUH Perdata.

Unsur pertama yang perlu dibuktikan adalah adanya perbuatan melawan hukum. Dalam konteks greenwashing, unsur ini dapat dikaitkan dengan penyampaian informasi lingkungan yang tidak benar, tidak jelas, tidak lengkap, atau menyesatkan apabila tindakan tersebut bertentangan dengan kewajiban hukum maupun standar kepatutan yang harus dipenuhi pelaku usaha. Pasal 4 huruf c Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan hak kepada konsumen untuk memperoleh informasi yang benar, jelas, dan jujur. Oleh karena itu, klaim lingkungan yang terbukti tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya dapat menjadi dasar untuk menilai adanya pelanggaran terhadap hak konsumen. Temuan ini sejalan dengan Gultom dan Sakti (2023) yang menemukan bahwa praktik greenwashing dapat dikaji melalui sejumlah instrumen hukum yang telah tersedia di Indonesia, meskipun belum terdapat regulasi khusus yang secara komprehensif mengatur greenwashing. Pada sisi lain, hasil penelitian ini memberikan penekanan tambahan bahwa keberadaan pelanggaran terhadap norma perlindungan konsumen belum dengan sendirinya menyelesaikan persoalan PMH; tetap diperlukan analisis mengenai unsur-unsur lain sebagaimana dipersyaratkan Pasal 1365 KUH Perdata. Pendekatan tersebut menghindari perluasan tanggung jawab hukum yang hanya didasarkan pada persepsi bahwa suatu klaim lingkungan dianggap berlebihan.

Unsur kedua adalah kesalahan (*schuld*), yang dapat berupa kesengajaan maupun kelalaian. Dalam praktik greenwashing, kesengajaan dapat terjadi apabila perusahaan dengan sadar menyampaikan informasi lingkungan yang tidak sesuai dengan fakta untuk membangun citra tertentu atau meningkatkan daya tarik produk. Sementara itu, kelalaian dapat berkaitan dengan tidak dilakukannya verifikasi yang memadai terhadap dasar ilmiah suatu klaim, terutama ketika informasi berasal dari pemasok atau pihak ketiga. Pizzetti et al. (2021) menunjukkan bahwa greenwashing dapat terjadi secara langsung melalui tindakan perusahaan maupun secara tidak langsung melalui rantai pasok, sehingga tanggung jawab terhadap akurasi klaim lingkungan perlu memperhatikan proses pengawasan dan verifikasi dalam rantai nilai perusahaan. Temuan tersebut relevan dengan konstruksi penelitian ini karena kesalahan tidak selalu berbentuk manipulasi yang dilakukan secara langsung oleh manajemen, tetapi dapat pula muncul dari kegagalan perusahaan menjalankan kehati-hatian yang wajar. Dengan demikian, penentuan kesalahan dalam perkara greenwashing perlu dilakukan berdasarkan fakta konkret mengenai pengetahuan perusahaan, proses verifikasi, sumber informasi, dan tingkat

kehati-hatian yang seharusnya dilakukan sebelum klaim lingkungan disampaikan kepada publik.

Unsur ketiga adalah kerugian. Penelitian ini menemukan bahwa kerugian dalam praktik greenwashing perlu dibedakan antara kerugian materiil dan kerugian immateriil. Kerugian materiil dapat berupa pengeluaran konsumen yang didasarkan pada klaim lingkungan yang ternyata tidak benar, termasuk kemungkinan pembayaran harga premium atas nilai lingkungan yang sebenarnya tidak tersedia. Sementara itu, kerugian immateriil dapat berkaitan dengan hilangnya kepercayaan atau rasa dirugikan akibat keputusan ekonomi yang didasarkan pada informasi yang tidak akurat. Namun, keberadaan kerugian tersebut tetap harus dapat dibuktikan sesuai dengan standar pembuktian dalam perkara perdata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Szabo dan Webster (2021) yang memperlihatkan bahwa persepsi greenwashing memiliki konsekuensi terhadap persepsi konsumen terhadap produk dan perusahaan. Balqis et al. (2023) juga menempatkan kerugian konsumen sebagai aspek penting dalam menganalisis perlindungan hukum terhadap produk yang dipasarkan dengan klaim ramah lingkungan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kerugian akibat greenwashing tidak cukup hanya diasumsikan dari adanya klaim yang menyesatkan, melainkan harus dihubungkan dengan kondisi konsumen yang secara nyata mengalami kerugian.

Unsur keempat adalah hubungan kausalitas antara perbuatan dan kerugian. Unsur ini merupakan salah satu persoalan penting dalam konstruksi pertanggungjawaban perdata atas greenwashing, karena konsumen perlu menunjukkan bahwa informasi lingkungan yang menyesatkan memiliki hubungan yang relevan dengan keputusan pembelian atau kerugian yang dialaminya. Tidak setiap konsumen yang membeli produk dengan klaim lingkungan dapat secara otomatis dianggap mengalami kerugian akibat greenwashing. Faktor lain, seperti harga, kualitas, merek, ketersediaan, dan karakteristik produk, dapat pula memengaruhi keputusan pembelian. Karena itu, penelitian ini menempatkan kausalitas sebagai unsur yang harus dianalisis secara konkret, bukan diasumsikan. Posisi tersebut memperkuat hasil Istanti dan Samsul (2023) yang menunjukkan bahwa klaim lingkungan yang menyesatkan dapat menimbulkan consumer confusion, sekaligus memperluas pembahasannya dengan menempatkan kebingungan tersebut dalam kerangka pembuktian hubungan sebab akibat dalam PMH. Secara keseluruhan, keempat unsur tersebut menunjukkan bahwa Pasal 1365 KUH Perdata dapat

menjadi dasar analisis pertanggungjawaban perdata atas greenwashing, sepanjang masing-masing unsur dapat dibuktikan secara memadai.

Tanggung Jawab Korporasi sebagai Subjek Hukum dalam Perspektif Perdata

Hasil penelitian selanjutnya menunjukkan bahwa persoalan greenwashing tidak berhenti pada pertanyaan mengenai ada atau tidaknya pelanggaran oleh individu yang membuat atau menyampaikan klaim lingkungan, tetapi juga menyangkut pihak yang dapat dimintai pertanggungjawaban. Sebagai badan hukum, perseroan memiliki kedudukan hukum yang terpisah dari pemegang saham maupun pengurusnya. Oleh karena itu, ketika klaim lingkungan dibuat atau disebarluaskan dalam rangka kegiatan usaha dan untuk kepentingan korporasi, pertanggungjawaban perlu dianalisis berdasarkan hubungan antara tindakan tersebut dengan fungsi dan kegiatan korporasi. Ketentuan mengenai pertanggungjawaban atas perbuatan pihak yang berada dalam hubungan kerja perlu dibaca secara hati-hati dan tidak serta-merta disamakan dengan pertanggungjawaban pribadi setiap direksi atau karyawan. Gultom dan Sakti (2023) menunjukkan bahwa tanggung jawab korporasi merupakan bagian penting dalam konstruksi hukum greenwashing di Indonesia. Sementara itu, Pizzetti et al. (2021) memperlihatkan bahwa sumber persoalan greenwashing dapat berada pada perusahaan maupun rantai pasoknya, sehingga mekanisme pengawasan internal dan eksternal perusahaan menjadi relevan dalam menentukan bentuk pertanggungjawaban.

Implikasi dari temuan tersebut adalah bahwa tanggung jawab korporasi dalam perkara greenwashing perlu dibangun melalui pembuktian yang menghubungkan tindakan, kewenangan, kesalahan, dan manfaat ekonomi perusahaan. Dengan kata lain, perusahaan tidak dapat semata-mata melepaskan diri dari tanggung jawab dengan alasan bahwa klaim dibuat oleh bagian pemasaran atau pihak lain apabila dapat dibuktikan bahwa klaim tersebut merupakan bagian dari kegiatan usaha perusahaan dan berada dalam lingkup pengelolaan atau pengawasan perusahaan. Sebaliknya, tanggung jawab korporasi juga tidak boleh ditetapkan hanya berdasarkan keberadaan klaim lingkungan tanpa membuktikan unsur PMH. Temuan ini memperluas penelitian terdahulu dengan menawarkan konstruksi yang lebih terukur: greenwashing dapat menjadi dasar pertanggungjawaban perdata apabila terdapat klaim yang bertentangan dengan kewajiban hukum atau kepatutan, terdapat kesalahan, terdapat kerugian yang dapat dibuktikan, dan terdapat hubungan kausal antara klaim dengan kerugian tersebut. Dengan konstruksi

demikian, Pasal 1365 KUH Perdata tidak diposisikan sebagai dasar untuk menghukum setiap bentuk komunikasi lingkungan perusahaan, melainkan sebagai instrumen hukum yang dapat digunakan untuk memberikan pemulihan ketika praktik greenwashing memenuhi seluruh persyaratan PMH.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa persoalan greenwashing dalam konteks hukum Indonesia tidak semata-mata terletak pada ketidakjujuran komunikasi lingkungan, tetapi pada kemampuan hukum untuk memastikan bahwa konsumen memperoleh informasi yang dapat dipercaya sekaligus memperoleh pemulihan ketika informasi tersebut menimbulkan kerugian. Makna utama temuan penelitian adalah bahwa Pasal 1365 KUH Perdata dapat dikembangkan sebagai instrumen pertanggungjawaban perdata terhadap praktik greenwashing, tetapi penerapannya harus didasarkan pada pembuktian konkret terhadap setiap unsur PMH dan tidak dapat disimpulkan hanya dari keberadaan klaim lingkungan yang berlebihan. Kontribusi penelitian ini terletak pada konstruksi hubungan antara norma perlindungan konsumen dan PMH sebagai dasar untuk menilai tanggung jawab korporasi atas klaim lingkungan yang menyesatkan, sehingga memperluas perspektif hukum terhadap praktik greenwashing yang belum memiliki pengaturan khusus dalam satu rezim hukum tersendiri. Implikasinya, pelaku usaha perlu menempatkan akurasi, keterbukaan, dan verifikasi klaim lingkungan sebagai bagian dari tanggung jawab hukumnya, sedangkan konsumen memiliki dasar argumentasi yang lebih kuat untuk memperoleh perlindungan dan pemulihan apabila dapat membuktikan adanya pelanggaran, kesalahan, kerugian, dan hubungan kausal dalam perkara konkret.

DAFTAR PUSTAKA

- Balqis, T., Widiyanti, I. D., & Zulaika, E. (2023). Legal protection for eco-friendly product consumer losses due to the practice of greenwashing. *Law Review*, 23(2).
- Borgi, P. (2023). Green claims, green washing and consumer protection in the European Union. *Journal of Financial Crime*, 30(1), 143-153.
- Borochoff-Porte, A., & Cooper, J. (2023). Applying consumer protection basics to greenwashing “recyclability” cases. *Harvard Environmental Law Review*.
- Boulanger, C. (2020). The comparative sociology of legal doctrine: Thoughts on a research program. *German Law Journal*, 21(7), 1362-1377.
- Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2020). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 166, 107-119.

- 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, 19.
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2019). The drivers of greenwashing. *California Management Review*, 61(3), 64-87.
- Gultom, R. S. H., & Sakti, M. (2023). Praktik greenwashing: Perlindungan hukum dan tanggung jawab korporasi ditinjau dari hukum Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 4(3), 626-641.
- 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).
- Johnson, T. F., & Greenwell, M. P. (2022). Are companies using Twitter to greenwash and hide bad environmental performance? *Energy, Ecology and Environment*, 7, 213-226.
- Lane, E. L. (2019). Greenwashing 2.0. *Columbia Journal of Environmental Law*, 38(2).
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2019). The means and end of greenwash. *Organization & Environment*, 32(1), 83-105.
- Netto, S. V. de F., 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, Article 19.
- Parguel, B., Benoît-Moreau, F., & Larceneux, F. (2019). How sustainability ratings might deter greenwashing: A closer look at ethical corporate communication. *Journal of Business Ethics*.
- Pawestri, S. P., & Okto, N. (2024). Peranan KPPU menghadapi greenwashing untuk menciptakan persaingan usaha sehat demi melindungi konsumen. *Jurnal Persaingan Usaha*, 4(2).
- Pizzetti, M., Gatti, L., & Seele, P. (2021). Firms talk, suppliers walk: Analyzing the locus of greenwashing in the blame game and introducing “vicarious greenwashing”. *Journal of Business Ethics*, 170(1), 21-38.
- Ruiz-Blanco, S., Romero, S., & Fernandez-Feijoo, B. (2022). Green, blue or black, but washing-What company characteristics determine greenwashing? *Environment, Development and Sustainability*, 24, 4024-4045.
- Setia Negara, T. A. (2023). Normative legal research in Indonesia: Its origins and approaches. *Audito Comparative Law Journal*, 4(1).
- Silalahi, D. W. L., Pujiyono, & Mulyana, A. N. (2024). Legal reconstruction related to handling greenwashing practices as an effort for customer protection in Indonesia. *Russian Law Journal*, 12(2).
- Szabo, S., & Webster, J. (2021). Perceived greenwashing: The effects of green marketing on environmental and product perceptions. *Journal of Business Ethics*, 171, 719-739.
- 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.