



**ANALISIS PRAKTIK *GREENWASHING* SHEIN DALAM INDUSTRI *FAST FASHION*
BERDASARKAN PERSPEKTIF HUKUM LINGKUNGAN INDONESIA**

Agnes Angelika ^{a*}, Naira Puspita ^b, Keyza Naila Humaira Hermana ^c, Rizky Akbar Maulidina ^d

^a Fakultas Hukum / Jurusan Ilmu Hukum; agnesnglka134@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^b Fakultas Hukum / Jurusan Ilmu Hukum; nairapuspita76@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^c Fakultas Hukum / Jurusan Ilmu Hukum; keyzanaila@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

^d Fakultas Hukum / Jurusan Ilmu Hukum; rizkyakbar100405@students.unnes.ac.id, Universitas Negeri Semarang; Kampus Sekaran, Gunungpati, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

* Penulis Korespondensi: Agnes Angelika

ABSTRACT

The fast fashion industry contributes significantly to environmental damage through the exploitation of natural resources, textile waste, and carbon emissions. Amidst increasing public awareness of environmental issues, many companies are exploiting sustainability claims as a marketing strategy, leading to greenwashing practices. This study analyzes greenwashing practices in the SHEIN case from the perspective of Indonesian environmental law and its relationship to the Sustainable Development Goals (SDGs). The method used is normative juridical with a legislative approach and case studies. The results show that although Indonesia does not yet have specific regulations regarding greenwashing, existing legal instruments in environmental protection and consumer protection can be used as a basis for action. This practice contradicts the principles of transparency, prudence, and responsibility in environmental law. In addition, greenwashing also has the potential to hinder the achievement of the SDGs, especially goals 12 and 13 related to sustainable consumption and production, as well as climate action. Therefore, strengthening regulations, increasing supervision, and more effective law enforcement are needed to prevent similar practices in the future, in line with sustainable development goals, especially in the context of the global fashion industry in Indonesia.

Keywords: *greenwashing; fast fashion; environmental law; SHEIN; SDGs*

Abstrak

Industri *fast fashion* berkontribusi besar terhadap kerusakan lingkungan melalui eksploitasi sumber daya alam, limbah tekstil, serta emisi karbon. Di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan, banyak perusahaan memanfaatkan klaim keberlanjutan sebagai strategi pemasaran yang berujung pada praktik *greenwashing*. Penelitian ini menganalisis praktik *greenwashing* pada kasus SHEIN dari perspektif hukum lingkungan Indonesia serta berkaitan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs). Metode yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun Indonesia belum memiliki regulasi khusus mengenai *greenwashing*, instrumen hukum yang ada dalam perlindungan lingkungan dan perlindungan konsumen dapat dijadikan dasar penindakan. Praktik tersebut bertentangan dengan prinsip keterbukaan, kehati-hatian, dan tanggung jawab dalam hukum lingkungan. Selain itu, *greenwashing* juga berpotensi menghambat pencapaian SDGs terutama tujuan ke-12 dan ke-13 yang berkaitan dengan konsumsi dan produksi berkelanjutan serta aksi iklim. Oleh karena itu diperlukan penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, serta penegakan hukum yang lebih efektif untuk mencegah praktik serupa di masa mendatang agar selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan khususnya dalam konteks industri *fashion* global di Indonesia.

Kata Kunci: *greenwashing*; *fast fashion*; hukum lingkungan; SHEIN; SDGs

1. PENDAHULUAN

Krisis lingkungan hidup global terus mengalami peningkatan akibat berkembangnya aktivitas industri yang menekankan efisiensi produksi dan tingginya pola konsumsi masyarakat modern. Salah satu sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap kerusakan lingkungan adalah industri *fast fashion*. Pertumbuhan industri *fast fashion* didorong oleh kemampuan perusahaan menyediakan produk fesyen berharga rendah dengan pergantian tren yang berlangsung sangat cepat. Namun, dibalik pertumbuhan tersebut, industri *fast fashion* menghasilkan limbah tekstil dalam jumlah besar yang sulit terurai dan berpotensi mencemari lingkungan. Aktivitas produksi dalam industri *fast fashion* turut meningkatkan eksploitasi sumber daya alam melalui penggunaan air, energi, dan bahan kimia secara berlebihan yang berpotensi mencemari ekosistem.

Perkembangan *fast fashion* turut mendorong terjadinya *overproduction* dan *overconsumption* di masyarakat. Perubahan tren yang berlangsung dalam waktu singkat mendorong perusahaan menghasilkan produk dalam jumlah besar guna mempertahankan daya saing pasar, sedangkan konsumen didorong membeli pakaian secara berulang walaupun belum tentu dibutuhkan. Akibatnya, volume limbah tekstil terus meningkat dan menimbulkan berbagai dampak ekologis. Selain menghasilkan limbah tekstil, model produksi *fast fashion* juga berkontribusi terhadap peningkatan emisi gas rumah kaca dan pola konsumsi yang eksploitatif. Ini memperlihatkan bahwa industri *fast fashion* tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ekonomi semata, tetapi juga memiliki implikasi besar terhadap keberlangsungan lingkungan hidup dan kualitas hidup masyarakat.

Di tengah meningkatnya kesadaran publik terhadap isu lingkungan, banyak perusahaan *fast fashion* mulai menggunakan klaim seperti “*eco-friendly*”, “*conscious*”, “*green collection*”, atau “*sustainable fashion*” sebagai strategi pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Tapi, tidak seluruh klaim tersebut mencerminkan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Banyak perusahaan memberikan informasi yang tidak jelas, berlebihan, bahkan menyesatkan terkait komitmen keberlanjutan mereka. Praktik ini dikenal sebagai *greenwashing*, yaitu upaya perusahaan membentuk persepsi publik bahwa kegiatan usahanya mendukung keberlanjutan lingkungan, meskipun praktik bisnis yang dijalankan belum mencerminkan komitmen tersebut [7]. *Greenwashing* berpotensi menyesatkan konsumen melalui informasi lingkungan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Praktik *greenwashing* memiliki dampak yang luas, baik terhadap konsumen maupun terhadap upaya perlindungan lingkungan hidup. Konsumen dapat mengalami kerugian karena memperoleh informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya mengenai suatu produk. *Greenwashing* juga berpotensi menghambat tercapainya perlindungan lingkungan yang efektif karena perusahaan lebih berfokus pada pencitraan daripada melakukan perubahan nyata terhadap sistem produksinya [9]. Kondisi tersebut bertentangan dengan prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tujuan ke-12 mengenai *responsible consumption and production* serta tujuan ke-13 mengenai *climate action*. Oleh sebab itu, *greenwashing* tidak hanya dipandang sebagai persoalan etika bisnis, tetapi juga menjadi persoalan hukum yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap perlindungan lingkungan dan hak konsumen [6].

Salah satu praktik *greenwashing* yang menyita perhatian global terjadi pada perusahaan *fast fashion* SHEIN. Menurut [National Geographic Indonesia](#) (2024), otoritas persaingan Italia menjatuhkan denda kepada SHEIN karena dianggap menyebarkan klaim lingkungan yang menyesatkan melalui promosi dan situs resminya. Klaim mengenai sistem daur ulang, pengurangan emisi, dan konsep keberlanjutan dinilai tidak sesuai dengan fakta serta cenderung membingungkan konsumen. Selain itu, regulator juga menilai bahwa komitmen perusahaan terkait pengurangan emisi gas rumah kaca bertentangan dengan peningkatan emisi yang terjadi dalam operasional perusahaan. Kasus tersebut menunjukkan bahwa *greenwashing* telah menjadi isu hukum internasional yang memerlukan pengawasan dan penegakan hukum yang lebih tegas.

Pembangunan berkelanjutan pada hakikatnya menempatkan perlindungan lingkungan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari proses pembangunan ekonomi dan sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa penegakan hukum lingkungan harus dilakukan secara konsisten agar mampu mencegah terjadinya pelanggaran yang merugikan masyarakat maupun ekosistem. Namun lemahnya pengawasan, ketidaktegasan penegakan hukum, dan kurangnya koordinasi antar lembaga sering menyebabkan berbagai pelanggaran lingkungan tetap berlangsung tanpa pengendalian yang optimal. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan perlindungan lingkungan tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi, tetapi juga pada efektivitas pelaksanaan hukum dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan [2].

Penelitian mengenai *greenwashing* dalam industri *fast fashion* pada umumnya lebih banyak membahas aspek etika bisnis dan perlindungan konsumen. Namun, kajian yang secara khusus menganalisis praktik *greenwashing* berdasarkan perspektif hukum lingkungan Indonesia serta dikaitkan dengan prinsip *Sustainable Development Goals* (SDGs) masih relatif terbatas. Penelitian ini menawarkan analisis hukum lingkungan terhadap praktik *greenwashing* dengan menggunakan kasus SHEIN sebagai studi kasus serta mengaitkannya dengan implementasi prinsip SDGs di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengkaji pengaturan hukum terhadap praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion*, bentuk pertanggungjawaban perusahaan, serta relevansinya dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan *Sustainable Development Goals* (SDGs) guna mewujudkan perlindungan lingkungan yang lebih efektif dan mendukung pembangunan berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif dengan menitikberatkan pada analisis terhadap norma hukum melalui studi kepustakaan. Pendekatan yang digunakan meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan kasus (*case approach*) [17]. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah regulasi yang relevan, khususnya Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH). Adapun pendekatan kasus diterapkan dengan menganalisis praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion* yang diberitakan oleh *National Geographic*, yakni kasus SHEIN. Kasus tersebut dipilih karena mencerminkan praktik klaim lingkungan yang diduga menyesatkan konsumen dalam industri *fast fashion*.

Bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder [14]. Bahan hukum primer meliputi Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagai landasan normatif utama. Sementara itu, bahan hukum sekunder mencakup jurnal ilmiah, buku, artikel, serta literatur lain yang relevan dengan hukum lingkungan dan praktik *greenwashing*. Seluruh bahan hukum tersebut dianalisis secara kualitatif melalui kegiatan pengkajian dan interpretasi terhadap norma-norma hukum yang berkaitan dengan praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion* di Indonesia, guna menghasilkan argumentasi hukum yang sistematis dan komprehensif [17].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan dalam penelitian ini difokuskan pada praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion* serta implikasinya dalam perspektif hukum lingkungan di Indonesia. Analisis dilakukan terhadap bentuk praktik *greenwashing*, pelanggaran prinsip-prinsip hukum lingkungan, aturan hukum dan sanksi yang dapat diterapkan, serta berkaitan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs).

3.1. *Greenwashing* dalam Industri *Fast Fashion*

Seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap dampak buruk yang ditimbulkan oleh industri *fast fashion*, banyak merek besar yang mulai meluncurkan kampanye dan menunjukkan komitmen terhadap pembangunan keberlanjutan sebagai respons dari diskursus tersebut. Namun, tak sedikit dari upaya tersebut yang dianggap hanya strategi pencitraan tanpa ada praktik nyata dalam sistem produksinya. Hal inilah yang disebut dengan *greenwashing*.

Greenwashing atau *eco-washing* adalah praktik ketika perusahaan menampilkan diri seolah-olah lebih ramah lingkungan daripada kondisi sebenarnya. Praktik ini dilakukan untuk menarik konsumen yang peduli terhadap lingkungan tanpa adanya upaya nyata atau langkah yang substansial dalam menjaga kelestarian lingkungan [18]. Sementara itu, *National Geographic* Indonesia mengartikan *greenwashing* sebagai bentuk penipuan yang dilakukan untuk memperlihatkan citra produk atau praktik suatu perusahaan agar nampak bertanggung jawab terhadap lingkungan atau sosial. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menarik perhatian konsumen yang memiliki *awareness* terhadap keberlanjutan lingkungan. Dengan kata lain, *greenwashing* adalah kondisi di mana perusahaan mempromosikan inisiatif keberlanjutan secara simbolik tetapi tidak disertai dengan bukti operasional yang nyata [1].

Pada industri *fast fashion*, wujud dari *greenwashing* ini ada berbagai macam. Beberapa merek besar menggaungkan narasi keberlanjutan dalam kampanye pemasaran mereka yang dilakukan dengan menonjolkan program-program dengan label “*eco-friendly*” melalui program pengumpulan pakaian bekas,

atau layanan daur ulang pakaian. Upaya tersebut dilakukan melalui gaya visual yang menarik, penggunaan istilah ilmiah yang terdengar kredibel, serta narasi mengenai misi menyelamatkan bumi [15]. Padahal kenyataannya, kontribusi lini produk ramah lingkungan masih sangat minim dibandingkan dengan total volume produksi korporasi yang tetap masif dan berbasis *fast fashion* yang jauh dari konsep keberlanjutan.

Salah satu contoh konkret dalam praktik *greenwashing* dapat dilihat pada brand asal Tiongkok SHEIN yang dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi raksasa *fast fashion* terbesar. Merek ini dikenal dengan model bisnis *ultra-fast fashion* di mana ribuan desain diproduksi setiap harinya dengan harga yang sangat murah. Hal tersebut menjadi daya tarik yang berhasil membawa SHEIN menjadi salah satu merek paling laris di kalangan generasi muda di seluruh dunia.

Di balik kesuksesannya, SHEIN kerap dikritik karena praktik *greenwashing* yang dianggap menyesatkan konsumen. SHEIN meluncurkan program bernama "evoluSHEIN" yang mengklaim komitmen mereka terhadap keberlanjutan dengan menggunakan sejumlah material yang diklaim ramah lingkungan. AGCM (*Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*) atau yang dikenal dengan Otoritas Persaingan Usaha Italia menyampaikan kritik tentang sistem daur ulang dan konsep "sirkular" yang dikatakan dapat mengurangi sampah. Namun, klaim tersebut dinilai tidak benar atau setidaknya menyesatkan. Selain itu, otoritas Italia juga mempertanyakan janji SHEIN untuk mengurangi emisi gas rumah kaca sebesar 25% pada tahun 2030 dan mencapai net zero pada tahun 2050. Menurut AGCM, janji tersebut masih terlalu umum dan tidak jelas, bahkan bertolak belakang dengan fakta bahwa emisi gas rumah kaca SHEIN meningkat pada tahun 2023 dan 2024 [19]. Para pengamat dan aktivis lingkungan menilai langkah yang dilakukan SHEIN tidak lebih dari sekadar polesan citra, mengingat model bisnis inti SHEIN yang mengandalkan produksi massal dan pergantian koleksi dengan kecepatan ekstrim tetap berjalan tanpa perubahan substansial.

3.2. Kehadiran Kerangka Hukum Terkait Praktik *Greenwashing* di Indonesia

Pengaturan hukum terhadap praktik *greenwashing* di Indonesia hingga saat ini belum memiliki regulasi yang secara khusus mendefinisikan serta mengatur praktik tersebut sebagai suatu pelanggaran hukum tersendiri. Meski demikian, kerangka hukum lingkungan yang berlaku di Indonesia telah menyediakan sejumlah instrumen normatif yang dapat dijadikan dasar dalam menindak praktik *greenwashing*. Meski Indonesia memiliki instrumen hukum yang relevan untuk menindak *greenwashing*, seperti larangan informasi menyesatkan dan prinsip kehati-hatian, belum ada regulasi yang secara eksplisit mendefinisikan dan mengatur praktik tersebut.

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH) menjadi payung hukum utama dalam pengaturan perlindungan lingkungan di Indonesia dan secara normatif memuat sejumlah ketentuan yang bersinggungan langsung dengan praktik *greenwashing*, meski tidak disebutkan secara gamblang. Selain UU PPLH, terdapat pula beberapa peraturan lain yang dapat menjadi landasan hukum, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Undang-Undang Nomor 24 Tahun 1997 tentang Penyiaran, serta Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan dan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Beberapa regulasi tersebut dapat menjadi payung hukum terhadap praktik *greenwashing* serta dapat mengakomodasi kepentingan konsumen dan lingkungan, meski pengaturannya masih tersebar dan tidak terintegrasi dalam satu instrumen hukum khusus [10].

Tiga hal yang menjadi penyebab utama *greenwashing* adalah kebijakan pemerintah, ketatnya persaingan, dan peluang pasar [1]. Terbentuknya kerangka-kerangka hukum lingkungan menunjukkan komitmen bangsa dalam menanggulangi praktik *greenwashing* sekaligus mewujudkan *sustainable environment*. Hal tersebut merupakan salah satu langkah maju dalam rumusan kebijakan lingkungan, namun kurangnya peraturan yang lebih spesifik terkait *greenwashing* menggambarkan kesenjangan [20]. Asas *lex specialis* sangat diperlukan karena aturan yang terpecah-pecah dan syarat pengungkapan yang rumit membuat praktik *greenwashing* masih terus terjadi [3]. Dengan demikian, pembentukan aturan hukum yang komprehensif terkait *greenwashing* menjadi suatu hal krusial demi menjamin tercapainya kepastian hukum terutama bagi para korporasi sebagai pelaku usaha dan para konsumennya.

3.3. Pelanggaran Prinsip Hukum Lingkungan dalam Praktik *Greenwashing*

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dimanfaatkan sebagian perusahaan untuk membangun citra usaha yang mendukung berkelanjutan lingkungan melalui berbagai klaim lingkungan. Perusahaan memanfaatkan kondisi tersebut dengan membangun citra seolah-olah memiliki komitmen terhadap

perlindungan lingkungan, padahal kenyataannya aktivitas produksi yang dilakukan masih menimbulkan dampak ekologis yang besar. Dalam industri *fast fashion*, klaim keberlanjutan sering diwujudkan melalui penggunaan label seperti “*eco-friendly*”, “*conscious*”, “*green collection*”, atau “*sustainable fashion*” tanpa adanya transparansi mengenai proses produksi maupun bukti ilmiah yang dapat diverifikasi [11].

Oleh karena itu, jika dilihat dari sudut pandang hukum lingkungan, praktik *greenwashing* bertentangan dengan tujuan perlindungan lingkungan hidup yang menekankan transparansi dan tanggung jawab pelaku usaha. Ruang lingkup hukum lingkungan tidak terbatas pada pengendalian pencemaran semata, tetapi juga mencakup kewajiban pelaku usaha untuk menyampaikan informasi lingkungan secara jujur kepada masyarakat. Dengan demikian, penyampaian informasi lingkungan yang menyesatkan dapat dipandang sebagai bentuk pelanggaran terhadap prinsip-prinsip dasar hukum lingkungan [11].

Salah satu prinsip yang dilanggar dalam praktik *greenwashing* adalah prinsip kehati-hatian (*precautionary principle*). Melalui prinsip kehati-hatian, setiap pelaku usaha diwajibkan memperhatikan kemungkinan dampak lingkungan sebelum menyampaikan klaim keberlanjutan kepada publik (UU Nomor 32 Tahun 2009). Dalam praktik *greenwashing*, perusahaan menyampaikan klaim keberlanjutan tanpa kajian yang jelas dan tanpa data ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan. Akibatnya, konsumen diarahkan untuk mempercayai bahwa produk tersebut aman bagi lingkungan, padahal proses produksinya masih menghasilkan limbah tekstil, pencemaran air, dan emisi karbon dalam jumlah besar [13]. Prinsip kehati-hatian sendiri secara eksplisit diatur dalam Pasal 2 huruf f Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH). Ketentuan tersebut menegaskan bahwa perlindungan lingkungan hidup harus dilaksanakan berdasarkan prinsip kehati-hatian guna mencegah terjadinya kerusakan lingkungan yang lebih besar. Dengan demikian, ketika perusahaan menyampaikan klaim lingkungan tanpa dasar yang jelas, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai bentuk pengabaian terhadap prinsip kehati-hatian (UU Nomor 32 Tahun 2009).

Selain prinsip kehati-hatian, praktik *greenwashing* juga bertentangan dengan prinsip keterbukaan (*transparency principle*). Prinsip keterbukaan menempatkan transparansi informasi lingkungan sebagai hak yang harus diperoleh masyarakat secara jelas dan akurat. Dalam praktiknya, perusahaan *fast fashion* seringkali hanya menonjolkan kampanye hijau sebagai strategi pemasaran, namun tidak menjelaskan keseluruhan rantai produksi yang sebenarnya menghasilkan dampak lingkungan serius. Hal tersebut menyebabkan masyarakat tidak memperoleh informasi secara utuh mengenai kondisi sebenarnya dari produk yang mereka konsumsi [11]. Pelanggaran terhadap prinsip keterbukaan juga berkaitan dengan hak masyarakat atas informasi lingkungan hidup sebagaimana diatur dalam Pasal 65 ayat (2) UUPPLH. Pasal tersebut menyatakan bahwa setiap orang berhak memperoleh akses informasi lingkungan hidup yang berkaitan dengan peran dalam pengelolaan lingkungan hidup. Oleh sebab itu, ketika perusahaan memberikan informasi yang tidak lengkap atau menyesatkan mengenai dampak lingkungannya, maka hak masyarakat atas informasi yang benar menjadi terabaikan [9].

Praktik *greenwashing* juga mencerminkan pengabaian terhadap prinsip tanggung jawab (*responsibility principle*) yang seharusnya dijalankan oleh pelaku usaha. Dalam hukum lingkungan, setiap pelaku usaha wajib bertanggung jawab terhadap dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh kegiatan usahanya [9]. Namun, perusahaan yang melakukan *greenwashing* lebih fokus membangun citra ramah lingkungan dibandingkan melakukan perbaikan nyata terhadap sistem produksi mereka. Kondisi ini menunjukkan adanya penghindaran tanggung jawab moral maupun hukum atas pencemaran dan kerusakan lingkungan yang terjadi [13]. Kewajiban tanggung jawab pelaku usaha tercermin dalam Pasal 68 UUPPLH yang mewajibkan setiap pelaku usaha memberikan informasi yang benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu terkait perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup. Dalam konteks ini, penyampaian klaim lingkungan yang tidak sesuai fakta dapat dipandang sebagai bentuk pelanggaran terhadap kewajiban hukum tersebut (UU Nomor 32 Tahun 2009).

Disamping itu, *greenwashing* juga bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam kegiatan usaha. Perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran hijau secara berlebihan (*overclaim sustainability*) pada dasarnya menciptakan kesan yang menyesatkan mengenai tingkat keberlanjutan produk yang dipasarkan. Praktik ini dapat menyesatkan konsumen karena mereka membeli produk berdasarkan keyakinan bahwa produk tersebut mendukung keberlanjutan lingkungan. Padahal, realitas produksi perusahaan masih menunjukkan praktik eksploitasi sumber daya dan pencemaran lingkungan yang tinggi [21].

Sejumlah penelitian memandang *greenwashing* sebagai bentuk manipulasi informasi lingkungan karena perusahaan memperoleh keuntungan ekonomi melalui klaim keberlanjutan yang tidak sesuai fakta. Apabila praktik seperti ini terus berkembang tanpa pengawasan hukum yang memadai, maka akan menghambat upaya perlindungan lingkungan hidup dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap konsep pembangunan berkelanjutan [8]. Hal ini menunjukkan praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion* bukan hanya etika bisnis, tetapi juga merupakan bentuk pelanggaran terhadap prinsip-prinsip fundamental hukum lingkungan.

3.4. Penerapan Sanksi Jika Praktik *Greenwashing* di Indonesia

Hingga saat ini Indonesia belum memiliki aturan khusus yang secara spesifik mengatur praktik *greenwashing*, namun praktik tersebut tetap dapat dijerat melalui beberapa aturan yang telah ada, terutama Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPPLH) dan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen [21].

Pada industri *fast fashion*, praktik *greenwashing* umumnya dilakukan melalui promosi produk yang diklaim berkelanjutan tanpa dukungan data yang dapat diverifikasi. Jika tindakan tersebut dilakukan, maka perusahaan dapat dianggap memberikan informasi yang menyesatkan kepada masyarakat dan konsumen [4]. Hal ini karena informasi lingkungan yang disampaikan tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya. Apabila praktik seperti kasus SHEIN terjadi di Indonesia, maka perusahaan berpotensi melanggar Pasal 68 UUPPLH yang mewajibkan pelaku usaha memberikan informasi yang benar, akurat, terbuka, dan tepat waktu terkait perlindungan lingkungan hidup. Ketika perusahaan menyampaikan klaim keberlanjutan tanpa data yang dapat diverifikasi, maka kewajiban hukum tersebut tidak terpenuhi (UU Nomor 32 Tahun 2009).

Selain itu, praktik *greenwashing* juga dapat dikaitkan dengan pelanggaran hak masyarakat atas informasi lingkungan hidup sebagaimana diatur dalam Pasal 65 ayat (2) UUPPLH. Konsumen memiliki hak untuk mengetahui kondisi sebenarnya dari produk yang mereka gunakan, termasuk dampak lingkungan dari proses produksinya. Oleh sebab itu, penyampaian informasi yang menyesatkan dapat merugikan hak konsumen untuk memperoleh informasi yang benar dan transparan (UU Nomor 32 Tahun 2009). Apabila terbukti melanggar ketentuan lingkungan hidup, perusahaan dapat dikenakan sanksi administratif berdasarkan Pasal 76 UUPPLH berupa teguran tertulis, paksaan pemerintah, pembekuan izin lingkungan, hingga pencabutan izin usaha. Sanksi administratif menjadi langkah awal yang dapat dilakukan pemerintah untuk menghentikan praktik pemasaran lingkungan yang menyesatkan (UU Nomor 32 Tahun 2009).

Selain sanksi administratif, perusahaan juga dapat dimintai pertanggungjawaban secara perdata apabila praktik *greenwashing* menyebabkan kerugian bagi konsumen maupun masyarakat. Konsumen yang merasa dirugikan karena membeli produk berdasarkan klaim keberlanjutan palsu dapat mengajukan gugatan ganti rugi melalui mekanisme perlindungan konsumen. Dalam hal ini, perusahaan dianggap telah melakukan perbuatan melawan hukum karena memberikan informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan [4]. Praktik *greenwashing* juga memiliki potensi dikenakan sanksi pidana apabila dilakukan secara sengaja untuk memperoleh keuntungan ekonomi melalui manipulasi informasi lingkungan. Dalam beberapa kajian akademik, tindakan tersebut dipandang sebagai bentuk *environmental fraud* karena menyesatkan publik dan menghambat perlindungan lingkungan hidup. Oleh karena itu, apabila terbukti terdapat unsur kesengajaan dan kerugian yang ditimbulkan, maka pendekatan hukum pidana lingkungan dapat diterapkan terhadap pelaku usaha [8].

Dalam kasus seperti SHEIN, pihak yang dapat dimintai pertanggungjawaban hukum tidak hanya korporasi sebagai badan usaha, tetapi juga pihak manajemen atau direksi yang mengambil kebijakan pemasaran terkait klaim keberlanjutan tersebut. Hal ini sesuai dengan konsep pertanggungjawaban pidana maupun administratif terhadap pengurus perusahaan.

Penerapan sanksi terhadap praktik *greenwashing* di Indonesia pada dasarnya penting untuk memberikan efek jera sekaligus menjaga kepercayaan masyarakat terhadap konsep bisnis berkelanjutan. Apabila pengawasan hukum tidak dilakukan secara konsisten, perusahaan akan terus memanfaatkan isu lingkungan sebagai alat pemasaran tanpa melakukan perubahan substantif dalam aktivitas produksinya [13].

3.5. Keterkaitan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs)

Praktik *greenwashing* menjadi salah satu persoalan serius dalam upaya mewujudkan pembangunan berkelanjutan. Istilah ini merujuk pada tindakan perusahaan yang menampilkan citra ramah lingkungan melalui iklan, label, maupun kampanye keberlanjutan, padahal aktivitas bisnis yang dijalankan masih menimbulkan kerusakan lingkungan [5]. Praktik semacam ini semakin sering dijumpai dalam industri *fast*

fashion karena perusahaan berlomba membangun citra ramah lingkungan di mata konsumen. Akibatnya, tujuan utama *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang menekankan prinsip pembangunan keberlanjutan dan keberlanjutan lingkungan menjadi terhambat.

Tujuan ke-12 dalam SDGs menekankan pentingnya sistem produksi dan konsumsi yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Target ini menekankan pentingnya efisiensi penggunaan sumber daya, pengurangan limbah, serta transparansi dalam proses produksi. Namun, praktik *greenwashing* menyebabkan masyarakat memperoleh informasi yang menyesatkan mengenai produk yang dianggap “ramah lingkungan” [26]. Dalam industri *fast fashion*, perusahaan sering menggunakan istilah seperti “*eco-friendly*”, “*conscious*”, “*green collection*”, atau “*sustainable fashion*” tanpa bukti yang jelas mengenai proses produksinya [7]. Kondisi tersebut membuat masyarakat sulit membedakan perusahaan yang benar-benar menerapkan keberlanjutan dengan perusahaan yang hanya memanfaatkan isu lingkungan sebagai strategi pemasaran [12]. Selain itu, klaim lingkungan yang menyesatkan dapat mempengaruhi perilaku konsumen sehingga mendorong pembelian produk secara berlebihan. Padahal, budaya konsumsi cepat dalam industri *fast fashion* bertentangan dengan prinsip produksi dan konsumsi berkelanjutan yang menjadi inti SDGs 12 [23]. Oleh sebab itu, praktik *greenwashing* dapat menghambat terciptanya sistem produksi yang transparan dan akuntabel.

SDGs 13 menekankan pentingnya langkah konkret dalam pengendalian perubahan iklim melalui pengurangan emisi dan kebijakan lingkungan yang efektif. Akan tetapi, *greenwashing* sering kali dipakai perusahaan untuk membangun citra peduli iklim tanpa melakukan perubahan nyata terhadap aktivitas industrinya [22]. Banyak perusahaan mengklaim telah melakukan pengurangan emisi karbon atau menggunakan bahan berkelanjutan, tetapi tidak disertai data yang dapat diverifikasi. Situasi ini menyebabkan publik kesulitan membedakan antara perusahaan yang benar-benar menjalankan praktik berkelanjutan dengan perusahaan yang hanya memanfaatkan isu lingkungan sebagai strategi pemasaran [6]. Dampak lainnya adalah terhambatnya aksi iklim secara global. Ketika perusahaan lebih fokus pada pencitraan dibandingkan perubahan nyata, maka upaya pengurangan emisi karbon menjadi tidak efektif [7]. Dalam jangka panjang, praktik tersebut dapat mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap kampanye lingkungan dan melemahkan partisipasi publik dalam mendukung aksi perubahan iklim. Dengan demikian, *greenwashing* bukan hanya persoalan etika bisnis, tetapi juga menjadi ancaman terhadap pencapaian SDGs 13.

Hukum memiliki posisi penting dalam mencegah praktik *greenwashing* sekaligus mendukung pencapaian SDGs. Regulasi yang jelas dapat menjadi instrumen pengawasan terhadap klaim lingkungan yang dibuat perusahaan. Dalam konteks Indonesia, perlindungan terhadap lingkungan hidup telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang menegaskan kewajiban pelaku usaha menjaga kelestarian lingkungan (UU Nomor 8 Tahun 1999). Hukum perlindungan konsumen juga dapat digunakan untuk menindak perusahaan yang memberikan informasi menyesatkan kepada masyarakat. Melalui Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, pelaku usaha diwajibkan memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi barang atau jasa yang diperdagangkan (UU Nomor 8 Tahun 1999). Pengawasan yang ketat mencegah perusahaan menggunakan klaim lingkungan secara manipulatif. Pemerintah juga dapat memperkuat pencapaian SDGs melalui penerapan standar sertifikasi lingkungan, kewajiban pelaporan keberlanjutan (*sustainability reporting*), serta pemberian sanksi administratif maupun pidana bagi pelaku *greenwashing*. Langkah tersebut penting untuk menciptakan transparansi dan meningkatkan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak lingkungan dari kegiatan usahanya [16]. Dengan demikian, keberadaan hukum tidak hanya berfungsi sebagai alat penegakan aturan, tetapi juga menjadi sarana untuk mendorong praktik bisnis yang lebih berkelanjutan, transparan, dan selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion* merupakan bentuk penyampaian klaim lingkungan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi nyata aktivitas produksi perusahaan. Dalam kasus SHEIN, praktik tersebut terlihat melalui penggunaan narasi keberlanjutan dan klaim ramah lingkungan yang dinilai tidak sejalan dengan fakta mengenai peningkatan emisi, produksi massal, serta model bisnis *ultra-fast fashion* yang tetap berpotensi merusak lingkungan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *greenwashing* tidak hanya menjadi persoalan etika bisnis, tetapi juga berkaitan dengan tanggung jawab hukum perusahaan terhadap perlindungan lingkungan hidup dan hak konsumen atas informasi yang benar.

Berdasarkan sudut pandang hukum lingkungan Indonesia, meskipun belum terdapat regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur *greenwashing*, praktik tersebut tetap dapat dijangkau melalui berbagai instrumen hukum yang telah ada, terutama Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup serta Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. *Greenwashing* bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar hukum lingkungan, khususnya prinsip kehati-hatian, keterbukaan, dan tanggung jawab, karena perusahaan menyampaikan klaim keberlanjutan tanpa transparansi dan tanpa bukti yang dapat diverifikasi. Apabila praktik seperti kasus SHEIN terjadi di Indonesia, perusahaan berpotensi dikenakan sanksi administratif, perdata, maupun pidana apabila terbukti memberikan informasi yang menyesatkan dan menimbulkan kerugian bagi masyarakat atau lingkungan hidup. Praktik *greenwashing* juga berkaitan dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya tujuan ke-12 mengenai *responsible consumption and production* serta tujuan ke-13 mengenai *climate action*. Klaim lingkungan yang menyesatkan dapat menghambat terciptanya pola konsumsi dan produksi yang berkelanjutan serta melemahkan upaya pengendalian perubahan iklim karena perusahaan lebih berfokus pada pencitraan dibandingkan perubahan nyata terhadap sistem produksinya. Maka, diperlukan penguatan regulasi yang lebih spesifik terkait *greenwashing*, peningkatan pengawasan terhadap klaim keberlanjutan perusahaan, serta penegakan hukum yang konsisten agar perlindungan lingkungan hidup dan tujuan pembangunan berkelanjutan dapat tercapai secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. Alviya, M. S. Iftekhar, H. Sarvaiya, and T. Sarker, "Greenwashing Practices Threat in Indonesian Land-Based Private Sector's Participation in Carbon Trading," in *World Congress on Civil, Structural, and Environmental Engineering*, 2024, pp. 1–8, doi: 10.11159/iceptp24.201.
- [2] A. Niravita, A. Masyhar, R. Rodyah, S. Suhadi, V. Chhachhar, and M. A. H. Fikri, "The Potential of Criminal Sanctions in Indonesia's Spatial Planning Law from a Sustainable Development Perspective," *Indonesian Journal of Environmental Law and Sustainable Development*, vol. 4, no. 2, pp. 375–408, 2025, doi: 10.15294/ijel.v4i2.19096.
- [3] C. P. Buttigieg and S. Pulis, "Strategic initiatives to address greenwashing," *ERA Forum*, vol. 25, no. 3, pp. 327–337, 2024, doi: 10.1007/s12027-024-00815-7.
- [4] R. N. B. Dascha and U. Kamal, "Perlindungan Konsumen terhadap Praktik Greenwashing di Indonesia," *Keadilan Jurnal Fakultas Hukum Universitas Tulang Bawang*, vol. 23, no. 2, 2025.
- [5] S. V. de Freitas Netto, M. F. F. Sobral, A. R. B. Ribeiro, and G. R. da L. Soares, "Concepts and forms of greenwashing: A systematic review," *Environmental Sciences Europe*, vol. 32, no. 1, pp. 1–12, 2020, doi: 10.1186/s12302-020-0300-3.
- [6] M. D. T. de Jong, G. Huluba, and A. D. Beldad, "Different Shades of Greenwashing: Consumers' Reactions to Environmental Lies, Half-Lies, and Organizations Taking Credit for Following Legal Obligations," *Journal of Business and Technical Communication*, vol. 34, no. 1, pp. 38–76, 2020, doi: 10.1177/1050651919874105.
- [7] M. A. Delmas and V. C. Burbano, "The Drivers of Greenwashing," *California Management Review*, vol. 54, no. 1, pp. 64–87, 2011.
- [8] Z. J. Fernando, W. E. Sary, and A. W. Anditya, "Greenwashing as a Crime and the Urgency of Redesigning the Environmental Criminal Law Paradigm," *Jurnal Kajian Pembaruan Hukum*, vol. 5, no. 1, pp. 55–90, 2025, doi: 10.19184/jkph.v5i1.53693.
- [9] M. A. H. Fikri, Y. D. Novita, and M. I. Gusthomi, "Development of the National Food System through Digitalization and Downstreaming to Strengthen National Food Security," *Indonesia Journal of Environment Law and Sustainable Development*, vol. 2, no. 2, pp. 169–198, 2023.
- [10] R. S. H. Gultom and M. Sakti, "Praktik Greenwashing: Perlindungan Hukum dan Tanggung Jawab Korporasi Ditinjau dari Hukum Indonesia," *Jurnal Interpretasi Hukum*, vol. 4, no. 3, 2023, doi: 10.55637/juinhum.4.3.8331.626-641.
- [11] N. F. Hanifah, D. F. R. Panggabean, R. H. Putry, and M. Albarqy, "Greenwashing Sebagai Tantangan terhadap Pemenuhan Hak Atas Lingkungan Hidup yang Layak dalam Perspektif Hak Asasi Manusia di Indonesia," *Jurnal Studia Legalia: Jurnal Ilmu Hukum*, vol. 6, no. 1, pp. 1–13, 2025.
- [12] F. Johnsson, I. Karlsson, J. Rootzén, A. Ahlbäck, and M. Gustavsson, "The framing of a sustainable development goals assessment in decarbonizing the construction industry – Avoiding 'Greenwashing,'" *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, vol. 131, pp. 1–13, 2020, doi: 10.1016/j.rser.2020.110029.

- [13] R. F. Lebie and R. R. Br. Sihombing, "Greenwashing as Environmental Fraud: Highlighting the Lack of Regulation and Law Enforcement in Indonesia," *Estudiante Law Journal*, vol. 7, no. 2, pp. 532–544, 2025, doi: 10.33756/eslaj.v7i2.31612.
- [14] S. H. Muhaimin, *Metode Penelitian Hukum*. Mataram: Mataram University Press, 2020.
- [15] N. Nazlina, D. Khaerunnisa Hanum, F. Satrio Utomo, and R. Indrayani, "Greenwashing Industri Fast Fashion: Komunikasi Keberlanjutan atau Ilusi Ramah Lingkungan?," *ARUNIKA: Bunga Rampai Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 1, pp. 55–85, 2025.
- [16] N. Nemes *et al.*, "An Integrated Framework to Assess Greenwashing," *Sustainability*, vol. 14, no. 8, pp. 1–13, 2022, doi: 10.3390/su14084431.
- [17] H. Nur Solikin, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*. Jakarta: CV. Penerbit Qiara Media, 2021.
- [18] D. R. Pangloly, F. P. Kalalo, and A. E. Gerungan, "Pengaturan Hukum Lingkungan terhadap Praktik Greenwashing di Indonesia," *Lex Administratum: Jurnal Fakultas Hukum UNSRAT*, vol. 13, no. 3, 2025.
- [19] M. Puspadini, "Toko Baju Asal China Shein Kena Denda Rp 18,9 Miliar Gegara Ini," *CNBC Indonesia*, Aug. 11, 2025.
- [20] D. Rahmawati, "Urgensi Pembentukan Regulasi Greenwashing: Studi Komparatif dan Implikasi bagi Indonesia," *MAKSIGAMA*, vol. 19, no. 1, pp. 95–109, 2025.
- [21] P. Raodah and Z. Taufik, "Pengaturan Perlindungan Konsumen Berbasis Hak Asasi Manusia (HAM) terhadap Praktik Greenwashing dalam Kerangka Agenda Pembangunan Rendah Karbon di Indonesia," *Unizar Law Review*, vol. 8, no. 2, pp. 202–213, 2025, doi: 10.36679/ulr.v8i2.112.
- [22] C. Santos, A. Coelho, and A. Marques, "A systematic literature review on greenwashing and its relationship to stakeholders: State of art and future research agenda," *Management Review Quarterly*, vol. 74, no. 3, pp. 1397–1421, 2024, doi: 10.1007/s11301-023-00337-5.
- [23] United Nations, *Resolution 70/125 Outcome Document of the High-Level Meeting of the General Assembly on the Overall Review of the Implementation of the Outcomes of the World Summit on the Information Society*, 2016.
- [24] Indonesia, *Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen*, 1999.
- [25] Indonesia, *Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*, 2009.
- [26] A. Wahyudin, M. P. Sari, I. Maftukhah, and S. Raharja, "Pengembangan Model Keterkaitan Greenwashing dengan Sustainable Development Goals (SDGs): Analisis Bibliometrik," *Bookchapter Alam Universitas Negeri Semarang*, vol. 1, no. 2, pp. 37–67, 2023, doi: 10.15294/ka.v1i2.145.