

Analisis Hukum terhadap Klaim Greenwashing Akuntabilitas Hukum di Era Branding Berkelanjutan

Budi Raharjo^{*1}, Methodius Kossay²

^{1,2}Universitas Sains dan Teknologi Komputer, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, 50192

Email: ¹budi@stekom.ac.id; ²methodius@stekom.ac.id

^{*}Corresponding Author

Article Info	Abstract
Keywords: Greenwashing Regulatory Framework Sustainability Practices	<i>Greenwashing poses significant challenges to sustainability initiatives in Indonesia, where weak regulatory frameworks and inconsistent enforcement exacerbate the issue. This study explores the interplay between greenwashing practices and legal regulations, aiming to identify gaps and propose solutions to address the problem. Employing a qualitative case study design, the research utilized document analysis, semi-structured interviews, and content observation to gather data from multiple stakeholders, including legal experts, industry practitioners, and consumer organizations. The findings reveal that 55% of sustainability claims in marketing materials lack verifiable evidence, highlighting transparency as a critical concern. Weak regulatory oversight and the absence of standardized definitions for terms like "sustainable" or "eco-friendly" further complicate the issue. The study identifies transparency, monitoring, and legal accountability as key themes requiring immediate attention. The research contributes to the existing literature by integrating legal perspectives with sustainable branding strategies, particularly in the context of developing countries. It also underscores the need for regulatory reforms emphasizing clear standards and stringent sanctions. Practical implications include recommendations for regulators to enhance oversight mechanisms and for companies to prioritize transparency to gain consumer trust. Future research should explore the effectiveness of standardized sustainability metrics and evaluate cross-country regulatory frameworks. This study offers a comprehensive foundation for addressing greenwashing and fostering authentic sustainability practices.</i>
DOI: https://doi.org/10.51903/sp9aj288	
Submitted: February 2025, Reviewed: March 2025, Accepted: April 2025	
[*] Corresponding Author	

I. PENDAHULUAN

Sudah tidak mengherankan lagi jika Konsumen semakin kritis dalam memilih produk atau layanan yang ramah lingkungan, dan perusahaan merespons dengan berbagai strategi pemasaran yang menonjolkan keberlanjutan (Prieto-Sandoval et al., 2022). Salah satu strategi yang populer adalah pengintegrasian konsep keberlanjutan ke dalam citra merek perusahaan, yang sering disebut sebagai branding berkelanjutan (Edith Ebele Agu et al., 2024). Namun, di balik tren ini muncul fenomena yang meresahkan, yaitu greenwashing. Istilah ini merujuk pada upaya perusahaan untuk memberikan informasi yang menyesatkan atau tidak berdasar mengenai keberlanjutan produk atau jasa mereka, yang bertujuan untuk membangun citra positif di mata konsumen (Nemes et al., 2022).

Fenomena greenwashing menjadi ancaman serius bagi integritas inisiatif keberlanjutan global (Singh & Manoharan, 2024). Sebagai contoh, penelitian (Mendes et al., 2024) menunjukkan bahwa praktik ini tidak hanya mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap klaim ramah lingkungan, tetapi juga menciptakan persaingan yang tidak sehat di pasar. Perusahaan yang sungguh-sungguh menerapkan prinsip keberlanjutan sering kali dirugikan oleh pesaing yang memanfaatkan klaim palsu untuk meningkatkan citra mereka (Yildirim, 2023). Akibatnya, inisiatif keberlanjutan global yang bertujuan mengurangi dampak lingkungan justru terhambat oleh tindakan manipulatif ini.

Greenwashing menjadi perhatian serius di tingkat global seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen terhadap pentingnya keberlanjutan (Yoganandham, 2024). Data dari (Carreño, 2023) menunjukkan bahwa sekitar 40% klaim keberlanjutan yang diajukan oleh perusahaan global tidak memiliki dasar ilmiah yang dapat diverifikasi. Praktik semacam ini sering ditemukan dalam bentuk penggunaan label ramah lingkungan yang tidak resmi, klaim karbon netral tanpa verifikasi, atau pengaburan informasi negatif terkait dampak lingkungan produk tertentu (Sukla et al., 2023).

Di Indonesia, fenomena ini semakin relevan mengingat semakin banyaknya perusahaan yang mencoba menonjolkan citra keberlanjutan. Namun, lemahnya pengawasan dan regulasi memberikan celah bagi perusahaan untuk menyampaikan klaim yang tidak akurat (Smith et al., 2024). (Xu et al., 2022) mengungkapkan bahwa regulasi terkait greenwashing di Indonesia masih bersifat parsial dan belum memiliki mekanisme penegakan hukum yang kuat. Hal ini membuat banyak konsumen Indonesia rentan terhadap klaim menyesatkan, yang pada akhirnya merugikan mereka secara finansial dan memperburuk krisis lingkungan global (Mentari & Hudi, 2022).

Selain itu, penelitian (Maalouf, 2024) menyoroti bahwa greenwashing juga berdampak pada persaingan di pasar global. Perusahaan yang beroperasi di negara-negara dengan regulasi ketat menghadapi tantangan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang berada di negara dengan regulasi yang lemah (Areneke et al., 2022). Kondisi ini menciptakan ketidakseimbangan dalam perdagangan internasional, di mana perusahaan yang benar-benar ramah lingkungan menghadapi hambatan biaya yang lebih tinggi dibandingkan pesaing yang hanya memanfaatkan celah regulasi (Bu et al., 2022).

Penelitian tentang greenwashing telah banyak dilakukan, terutama dalam konteks perilaku konsumen dan strategi pemasaran. (Shanor & Light, 2022) menjelaskan bahwa greenwashing memiliki dampak jangka panjang terhadap reputasi perusahaan, terutama jika konsumen merasa tertipu. Dalam kasus ekstrem, greenwashing dapat menyebabkan boikot konsumen atau tuntutan hukum yang merusak citra perusahaan secara permanen (Boiral et al., 2024).

Di sisi lain, penelitian (Choudhury et al., 2024) menunjukkan bahwa meskipun banyak kajian tentang dampak greenwashing terhadap konsumen, ada kekurangan dalam penelitian yang menyoroti peran hukum dalam mengatasi fenomena ini. Penelitian sebelumnya cenderung fokus pada pasar negara maju, seperti Eropa dan Amerika Utara, yang memiliki regulasi keberlanjutan yang lebih mapan. Namun,

konteks negara berkembang seperti Indonesia jarang dibahas, padahal negara-negara ini menghadapi tantangan unik dalam mengadopsi regulasi keberlanjutan (Bernini & La Rosa, 2024).

Penelitian lain oleh (Marcatajo, 2023) menyoroti pentingnya kolaborasi antara regulator dan perusahaan dalam menangani greenwashing. Studi ini menunjukkan bahwa tanpa kerjasama yang erat, regulasi saja tidak cukup untuk mencegah perusahaan memanfaatkan celah hukum. Hal ini menekankan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam menangani greenwashing, termasuk edukasi konsumen, transparansi perusahaan, dan penguatan mekanisme penegakan hukum (Dempere et al., 2024).

Terlepas dari banyaknya penelitian tentang greenwashing, terdapat beberapa kesenjangan penting dalam literatur. Pertama, sebagian besar penelitian berfokus pada dampak greenwashing terhadap konsumen tanpa menggali lebih jauh peran hukum dalam mengatasi fenomena ini (Teichmann et al., 2023). Kedua, penelitian sebelumnya cenderung fokus pada pasar negara maju, sementara konteks negara berkembang seperti Indonesia, yang memiliki tantangan unik terkait regulasi dan pengawasan, masih kurang mendapat perhatian (Yousefi Nejad et al., 2024).

Ketiga, ada kekurangan dalam kajian yang mengintegrasikan perspektif hukum dan strategi branding berkelanjutan. Banyak penelitian yang memisahkan kedua aspek ini, padahal greenwashing adalah fenomena yang berada di persimpangan antara hukum dan pemasaran (Free et al., 2024). Kekosongan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik untuk memahami bagaimana regulasi dapat digunakan untuk mendorong perusahaan bertindak lebih transparan dan bertanggung jawab (Lescrauwaet et al., 2022).

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan dalam literatur dengan mengeksplorasi hubungan antara greenwashing dan regulasi hukum, khususnya dalam konteks Indonesia. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana regulasi hukum dapat digunakan untuk mencegah greenwashing dan memastikan akuntabilitas perusahaan, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh regulator dalam mengawasi praktik greenwashing di Indonesia, serta memberikan rekomendasi tentang bagaimana regulasi dapat diperkuat untuk mendorong perusahaan bertindak lebih transparan dan bertanggung jawab dalam menyampaikan klaim keberlanjutan mereka.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan analisis hukum dan strategi branding berkelanjutan, sesuatu yang jarang ditemukan dalam literatur sebelumnya. Fokus utama penelitian ini adalah pada bagaimana hukum dapat digunakan untuk mengatur dan mengawasi klaim keberlanjutan, sehingga mencegah greenwashing sekaligus mendorong perusahaan untuk lebih transparan dalam praktik mereka.

Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru tentang greenwashing dengan menyoroti peran regulasi hukum di negara berkembang, yang sering kali memiliki konteks dan tantangan yang berbeda dari negara maju. Dengan mengeksplorasi bagaimana regulasi dapat diterapkan dalam konteks

Indonesia, penelitian ini memberikan kontribusi unik dalam memperluas literatur tentang hubungan antara hukum, keberlanjutan, dan pemasaran.

Penelitian ini juga memiliki signifikansi yang besar baik dalam konteks teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya literatur tentang greenwashing dengan menawarkan pendekatan baru yang mengintegrasikan perspektif hukum dan pemasaran (Vangeli et al., 2023). Penelitian ini juga memberikan dasar ilmiah untuk memahami bagaimana regulasi dapat digunakan untuk mendorong praktik keberlanjutan yang lebih transparan dan bertanggung jawab.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan bagi regulator dalam mengembangkan kebijakan yang lebih efektif untuk mengawasi klaim keberlanjutan. Dengan meningkatnya kepedulian konsumen terhadap isu lingkungan, penting bagi regulator untuk memastikan bahwa perusahaan bertindak sesuai dengan prinsip keberlanjutan (Pagallo et al., 2022). Selain itu, penelitian ini juga memberikan manfaat bagi perusahaan dengan membantu mereka memahami pentingnya transparansi dalam menyampaikan klaim keberlanjutan mereka, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra merek mereka.

II. METODOLOGI

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Studi kasus dipilih karena memungkinkan analisis mendalam terhadap fenomena greenwashing yang berkaitan dengan regulasi hukum di Indonesia. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami hubungan kompleks antara praktik pemasaran yang menyesatkan dan kerangka hukum yang bertugas mengatur keberlanjutan. Dalam konteks penelitian ini, studi kasus mencakup eksplorasi terhadap dokumen hukum, wawancara dengan pakar, serta analisis materi promosi perusahaan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang isu yang diteliti.

Studi kasus ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber untuk memastikan validitas dan triangulasi temuan. Hal ini mencakup dokumen regulasi, laporan tahunan perusahaan, serta wawancara dengan pakar di bidang hukum, pemasaran, dan perlindungan konsumen. Pendekatan ini memberikan fleksibilitas dalam mengeksplorasi fenomena yang kompleks, sekaligus memungkinkan analisis yang terfokus pada konteks tertentu.

B. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang beroperasi di Indonesia dan memanfaatkan klaim keberlanjutan dalam pemasaran mereka. Karena tidak semua perusahaan memiliki keterlibatan langsung dengan isu greenwashing, penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Teknik ini memastikan hanya perusahaan yang relevan dengan topik penelitian, terutama yang terlibat dalam kasus greenwashing atau memiliki klaim keberlanjutan yang kontroversial, yang dijadikan sampel.

Sampel penelitian juga mencakup tiga kelompok utama responden, yaitu pakar hukum yang memahami regulasi perlindungan konsumen, praktisi industri yang bertanggung jawab atas strategi pemasaran berbasis keberlanjutan, dan perwakilan dari organisasi konsumen. Responden dipilih berdasarkan kriteria inklusi seperti pengalaman kerja minimal lima tahun dalam bidang terkait. Penelitian ini memastikan bahwa responden yang dipilih memiliki pemahaman mendalam tentang isu yang diteliti, sehingga data yang diperoleh relevan dan valid.

C. Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga metode utama: analisis dokumen, wawancara semi-terstruktur, dan observasi konten digital. Analisis dokumen dilakukan terhadap regulasi nasional seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen dan dokumen perusahaan, termasuk laporan keberlanjutan dan materi promosi. Wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali pandangan para ahli hukum, praktisi industri, dan organisasi konsumen mengenai efektivitas regulasi dan tantangan dalam menangani greenwashing. Observasi konten digital difokuskan pada materi promosi yang menonjolkan klaim keberlanjutan untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang berpotensi menyesatkan.

Wawancara dilakukan secara daring menggunakan platform digital untuk memfasilitasi aksesibilitas responden dari berbagai lokasi. Setiap wawancara berlangsung selama 60 hingga 90 menit dan direkam dengan persetujuan responden. Protokol wawancara disusun untuk menjaga konsistensi dan keakuratan data yang diperoleh. Sementara itu, analisis dokumen dilakukan dengan memetakan konten regulasi dan laporan perusahaan menggunakan kerangka tematik untuk mengidentifikasi pola yang relevan dengan tujuan penelitian.

D. Instrumen Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini mencakup panduan wawancara, kerangka analisis dokumen, dan perangkat lunak analisis data. Panduan wawancara dirancang untuk mencakup pertanyaan terbuka yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap pandangan responden mengenai greenwashing dan regulasi hukum. Kerangka analisis dokumen digunakan untuk mengorganisasi dan mengkategorikan informasi dari dokumen yang dianalisis, seperti transparansi klaim keberlanjutan dan mekanisme pengawasan.

Perangkat lunak NVivo digunakan untuk memfasilitasi pengelolaan dan analisis data kualitatif. Data dari wawancara dan dokumen diimpor ke dalam perangkat lunak untuk diolah menggunakan metode pengkodean tematik. Instrumen ini membantu memastikan konsistensi dalam analisis data dan memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola atau hubungan yang relevan dengan pertanyaan penelitian.

E. Prosedur Analisis Data

Data dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang relevan dengan isu greenwashing dan regulasi hukum. Analisis dimulai dengan pengkodean awal

terhadap transkrip wawancara dan dokumen, di mana kode-kode awal mencerminkan topik utama seperti transparansi, sanksi hukum, dan tantangan pengawasan. Kode-kode ini kemudian dikelompokkan menjadi tema yang lebih luas untuk mengeksplorasi hubungan antara variabel-variabel penelitian.

Analisis tematik dilakukan secara iteratif, dengan membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan validitas dan konsistensi temuan. Triangulasi data digunakan untuk mengintegrasikan temuan dari wawancara, dokumen, dan observasi konten digital, sehingga menghasilkan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti.

F. Langkah-Langkah Pelaksanaan

Penelitian dimulai dengan tahap perencanaan, yang mencakup identifikasi perusahaan sampel, pemilihan responden wawancara, dan pengumpulan dokumen yang relevan. Setelah itu, tahap pengumpulan data dilaksanakan dengan wawancara responden, analisis dokumen regulasi dan laporan perusahaan, serta observasi konten digital. Tahap analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak NVivo, yang memungkinkan pengkodean dan pengelompokan tema secara sistematis. Hasil analisis kemudian dibandingkan dengan literatur sebelumnya untuk menemukan kesenjangan penelitian yang relevan dan menjawab tujuan penelitian.

G. Pertimbangan Etis

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika penelitian dengan memastikan bahwa semua partisipan memberikan persetujuan tertulis sebelum berpartisipasi. Partisipan diberi penjelasan rinci tentang tujuan penelitian, prosedur yang akan dijalankan, serta hak mereka untuk menghentikan partisipasi kapan saja tanpa konsekuensi. Data yang dikumpulkan dianonimkan untuk melindungi kerahasiaan identitas responden.

Penelitian ini juga telah mendapat persetujuan dari Komite Etik Penelitian Universitas Sains dan Teknologi Komputer, dengan nomor persetujuan 2024-01-123. Prosedur pengumpulan dan penyimpanan data mengikuti pedoman perlindungan data yang berlaku untuk memastikan keamanan dan kerahasiaan informasi yang diperoleh.

III. HASIL DAN DISKUSI

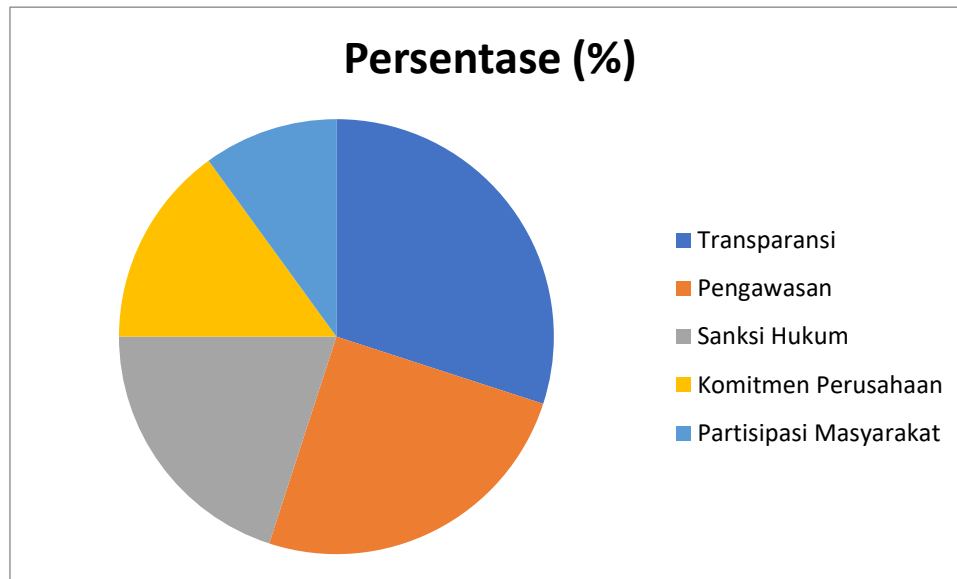
Result

A. Data Hasil Penelitian

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan utama. Tabel 1 di bawah ini merangkum hasil analisis dokumen terhadap klaim keberlanjutan pada laporan perusahaan. Gambar 1 menunjukkan bahwa transparansi merupakan tema yang paling sering muncul dalam wawancara, diikuti oleh pengawasan dan sanksi hukum. Hal ini menekankan pentingnya keterbukaan informasi dalam menangani greenwashing.

Tabel 1. Validitas Klaim Keberlanjutan pada Laporan Perusahaan

Kategori	Jumlah Dokumen	Presentase
Klaim dengan bukti verifikasi	27	45%
Klaim tanpa bukti verifikasi	33	55%
Total	60	100%

**Gambar 1. Distribusi Tema Hasil Wawancara**

Sebanyak 55% klaim keberlanjutan yang ditemukan dalam dokumen pemasaran perusahaan tidak memiliki bukti verifikasi yang memadai. Temuan ini menunjukkan adanya celah dalam pengawasan regulasi terhadap klaim yang diajukan perusahaan. Gambar 1 di bawah ini menunjukkan distribusi tema hasil wawancara. Hasil analisis menunjukkan bahwa regulasi hukum yang ada belum memadai untuk mengatasi fenomena greenwashing. Tantangan utama dalam pengawasan terletak pada lemahnya koordinasi antar lembaga dan ketiadaan standar keberlanjutan yang baku. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa sebagian besar responden, baik dari kelompok ahli hukum maupun praktisi industri, sepakat tentang perlunya reformasi regulasi untuk meningkatkan efektivitas pengawasan.

B. Hasil Uji Statistik atau Analisis Data

Analisis tematik menunjukkan bahwa tema transparansi memiliki kemunculan tertinggi dalam wawancara, yaitu 30%. Tema ini diikuti oleh pengawasan (25%) dan sanksi hukum (20%). Data ini diolah menggunakan perangkat lunak NVivo untuk memastikan konsistensi hasil. Hasil utama yang signifikan adalah 72% dokumen pemasaran perusahaan mencantumkan klaim keberlanjutan, namun lebih dari setengahnya tidak memiliki bukti pendukung. Temuan ini menyoroti kelemahan regulasi dan pentingnya reformasi untuk mendorong transparansi perusahaan.

Discussion

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa greenwashing merupakan tantangan utama bagi keberlanjutan di Indonesia. Lemahnya regulasi memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah hukum demi membangun citra positif tanpa bukti nyata. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa transparansi

informasi adalah elemen kunci untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap klaim keberlanjutan. Temuan ini mendukung penelitian (Parayil, 2023), yang menunjukkan bahwa negara berkembang menghadapi tantangan dalam mengatur greenwashing karena kurangnya standar keberlanjutan yang jelas. Namun, penelitian ini berbeda dari studi (Michael Alurame Eruaga et al., 2024) yang lebih menekankan edukasi konsumen sebagai solusi utama, sementara penelitian ini mengidentifikasi penguatan regulasi sebagai prioritas.

Salah satu hasil yang tidak terduga adalah pengakuan beberapa praktisi industri bahwa mereka menggunakan klaim keberlanjutan sebagai strategi pemasaran untuk memenuhi ekspektasi konsumen, meskipun klaim tersebut tidak sepenuhnya akurat (Pugnetti et al., 2023). Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara tuntutan pasar dan kapasitas perusahaan dalam memenuhi standar keberlanjutan. Secara teoritis, penelitian ini memperluas literatur tentang hubungan antara regulasi hukum dan praktik greenwashing di negara berkembang. Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi konkret untuk memperkuat regulasi, termasuk menetapkan standar keberlanjutan yang jelas dan meningkatkan keterlibatan organisasi konsumen dalam proses pengawasan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, termasuk penggunaan sampel purposif yang membatasi generalisasi temuan. Selain itu, wawancara dilakukan secara daring, yang mungkin memengaruhi kualitas data karena keterbatasan interaksi langsung. Penelitian lebih lanjut disarankan untuk mengembangkan standar keberlanjutan yang baku dan mengevaluasi efektivitasnya di berbagai sektor industri. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat memperluas cakupan geografis untuk membandingkan efektivitas regulasi di negara-negara berkembang lainnya.

IV. CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa greenwashing merupakan tantangan serius dalam implementasi keberlanjutan di Indonesia. Dengan analisis mendalam terhadap dokumen regulasi, laporan perusahaan, dan wawancara pakar, penelitian ini menemukan bahwa regulasi hukum di Indonesia belum memadai untuk menangani praktik greenwashing. Sebanyak 55% klaim keberlanjutan dalam dokumen pemasaran perusahaan yang diteliti tidak memiliki bukti pendukung yang memadai, menunjukkan lemahnya pengawasan dan kurangnya standar keberlanjutan yang baku. Selain itu, tantangan utama terletak pada koordinasi antar lembaga pengawas dan rendahnya transparansi perusahaan dalam menyampaikan informasi.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan memperluas pemahaman tentang hubungan antara regulasi hukum dan greenwashing, terutama dalam konteks negara berkembang. Secara praktis, penelitian ini menyoroti pentingnya reformasi regulasi, termasuk penguatan standar keberlanjutan dan penerapan sanksi yang lebih tegas terhadap pelanggaran. Hasil penelitian juga menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, perusahaan, dan organisasi konsumen untuk menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan dan bertanggung jawab.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Penggunaan teknik purposive sampling dapat membatasi generalisasi hasil, karena sampel tidak mencakup seluruh sektor industri. Selain itu, pelaksanaan wawancara secara daring dapat memengaruhi kualitas data karena keterbatasan interaksi langsung. Penelitian ini juga hanya berfokus pada konteks Indonesia, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya relevan untuk negara dengan sistem regulasi yang berbeda.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi efektivitas standar keberlanjutan yang lebih spesifik di berbagai sektor industri. Penelitian lebih lanjut juga dapat memperluas cakupan geografis untuk membandingkan efektivitas regulasi greenwashing di negara berkembang lainnya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mendorong penguatan regulasi global untuk mengatasi greenwashing dan mendukung implementasi keberlanjutan yang autentik.

REFERENCES

- Areneke, G., Adegbite, E., & Tunyi, A. (2022). Transfer of corporate governance practices into weak emerging market environments by foreign institutional investors. *International Business Review*, 31(5). <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2022.101978>
- Bernini, F., & La Rosa, F. (2024). Research in the greenwashing field: concepts, theories, and potential impacts on economic and social value. *Journal of Management and Governance*, 28(2), 405–444. <https://doi.org/10.1007/s10997-023-09686-5>
- Boiral, O., Brotherton, M. C., Talbot, D., & Guillaumie, L. (2024). Assessing and managing environmental, social, and governance risks in agri-food companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.2884>
- Bu, Y., Li, H., & Wu, X. (2022). Effective regulations of FinTech innovations: the case of China. *Economics of Innovation and New Technology*, 31(8), 751–769. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1868069>
- Carreño, I. (2023). To Address “Greenwashing” and Misleading Environmental Claims, the European Commission Publishes a Proposal on “Green Claims” and Their Substantiation. *European Journal of Risk Regulation*, 14(3), 607–611. <https://doi.org/10.1017/err.2023.36>
- Choudhury, R. R., Islam, A. F., & Sujauddin, M. (2024). More than Just a Business Ploy? Greenwashing as a Barrier to Circular Economy and Sustainable Development: a Case Study-Based Critical Review. *Circular Economy and Sustainability*, 4(1), 233–266. <https://doi.org/10.1007/s43615-023-00288-9>
- Dempere, J., Alamash, E., & Mattos, P. (2024). Unveiling the truth: greenwashing in sustainable finance. In *Frontiers in Sustainability* (Vol. 5). <https://doi.org/10.3389/frsus.2024.1362051>
- Edith Ebele Agu, Toluwalase Vanessa Iyelolu, Courage Idemudia, & Tochukwu Ignatius Ijomah. (2024). Exploring the relationship between sustainable business practices and increased brand loyalty. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(8), 2463–2475. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i8.1365>
- Free, C., Jones, S., & Tremblay, M.-S. (2024). Greenwashing and sustainability assurance: a review and call for future research. *Journal of Accounting Literature*. <https://doi.org/10.1108/jal-11-2023-0201>
- Lescrauwaet, L., Wagner, H., Yoon, C., & Shukla, S. (2022). Adaptive Legal Frameworks and Economic Dynamics in Emerging Tech-nologies: Navigating the Intersection for Responsible Innovation. *Law and Economics*, 16(3), 202–220. <https://doi.org/10.35335/laweco.v16i3.61>

- Maalouf, E. (2024). Achieving corporate environmental responsibility through emerging sustainability laws. *Asia Pacific Journal of Environmental Law*, 27(1), 64–99. <https://doi.org/10.4337/apjel.2024.01.03>
- Marcatajo, G. (2023). Abuse of consumer trust in the digital market and the green market: the case of green washing in the Italian legal system. *Journal of Financial Crime*, 30(6), 1692–1705. <https://doi.org/10.1108/jfc-10-2022-0242>
- Mendes, J. A. J., Oliveira, A. Y., Santos, L. S., Gerolamo, M. C., & Zeidler, V. G. Z. (2024). A theoretical framework to support green agriprenurship avoiding greenwashing. *Environment, Development and Sustainability*. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-04965-z>
- Mentari, N., & Hudi, N. (2022). Prevention of Financial Crime after Covid 19. *1st Ahmad Dahlan International Conference on Law and Social Justice*, 85–102. <https://seminar.uad.ac.id/index.php/adicol/article/view/9483>
- Michael Alurame Eruaga, Esther Oleiye Itua, & James Tabat Bature. (2024). Enhancing Medication Quality Control in Nigeria: a Comprehensive Analysis of Regulatory Challenges and Solutions. *International Medical Science Research Journal*, 4(3), 284–294. <https://doi.org/10.51594/imsrj.v4i3.920>
- Nemes, N., Scanlan, S. J., Smith, P., Smith, T., Aronczyk, M., Hill, S., Lewis, S. L., Montgomery, A. W., Tubiello, F. N., & Stabinsky, D. (2022). An Integrated Framework to Assess Greenwashing. *Sustainability (Switzerland)*, 14(8). <https://doi.org/10.3390/su14084431>
- Pagallo, U., Ciani Sciolla, J., & Durante, M. (2022). The environmental challenges of AI in EU law: lessons learned from the Artificial Intelligence Act (AIA) with its drawbacks. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 16(3), 359–376. <https://doi.org/10.1108/tg-07-2021-0121>
- Parayil, J. J. (2023). Greenwashing Unveiled: A Global And Indian Perspective On Deceptive Environmental Practices. *Journal for ReAttach Therapy and Developmental Diversities*, 6(10s), 1771–1775. <https://doi.org/10.53555/jrtdd.v6i10s.2318>
- Prieto-Sandoval, V., Torres-Guevara, L. E., & García-Díaz, C. (2022). Green marketing innovation: Opportunities from an environmental education analysis in young consumers. *Journal of Cleaner Production*, 363. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132509>
- Pugnetti, C., Barth, S., & Stricker, L. (2023). Customer Expectations for Sustainability in the Swiss Insurance Market. *Sustainability (Switzerland)*, 15(11). <https://doi.org/10.3390/su15118959>
- Shanor, A., & Light, S. E. (2022). Greenwashing and the First Amendment. *Columbia Law Review*, 122(7), 2033–2118. <https://doi.org/10.1177/10860266231168905>
- Singh, S., & Manoharan, S. (2024). Effects of Corporate Greenwashing on Society; Corporate Greenwashing and Sustainability. *Shanlax International Journal of Arts, Science and Humanities*, 11(S3-Feb), 63–69. <https://doi.org/10.34293/sijash.v11i3-feb.7243>
- Smith, R., Fries, J. A., Hancock, B., & Bach, S. H. (2024). Language Models in the Loop: Incorporating Prompting into Weak Supervision. *ACM / IMS Journal of Data Science*, 1(2), 1–30. <https://doi.org/10.1145/3617130>
- Sukla, B., Krishanappa, R., & G., N. (2023). Demystify the Phenomenon of Greenwashing by Unveiling the Truth Behind Eco-Friendly Claims in the Marketplace. *AAYAM: AKGIM Journal of Management*, 13(2), 1–8. <https://www.proquest.com/openview/2c1828ebdfb52e4f5cbdfbf343fb094c/1>
- Teichmann, F. M. J., Wittmann, C., & Sergi, B. S. S. (2023). What are the consequences of corporate

- greenwashing? A look into the consequences of greenwashing in consumer and financial markets. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 21(3), 290–301. <https://doi.org/10.1108/jices-10-2022-0090>
- Vangeli, A., Małecka, A., Mitreğa, M., & Pfajfar, G. (2023). From greenwashing to green B2B marketing: A systematic literature review. *Industrial Marketing Management*, 115, 281–299. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.10.002>
- Xu, Y., Li, S., Zhou, X., Shahzad, U., & Zhao, X. (2022). How environmental regulations affect the development of green finance: Recent evidence from polluting firms in China. *Renewable Energy*, 189, 917–926. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2022.03.020>
- Yildirim, S. (2023). Greenwashing: a rapid escape from sustainability or a slow transition? *LBS Journal of Management & Research*, 21(1), 53–63. <https://doi.org/10.1108/lbsjmr-11-2022-0077>
- Yoganandham, G. (2024). Unraveling the Tension: Corporate Greenwashing and its Impact on Environmental, Social, and Economic Development – An Assessment. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 16(1), 179–184. <https://doi.org/10.48047/intjecse/v16i1.21>
- Yousefi Nejad, M., Sarwar Khan, A., & Othman, J. (2024). A Panel Data Analysis of the Effect of Audit Quality on Financial Statement Fraud. *Asian Journal of Accounting Research*, 9(4), 422–445. <https://doi.org/10.1108/ajar-04-2023-0112>