

ANALISIS YURIDIS PRAKTIK GREENWASHING DALAM KLAIM DAUR ULANG PRODUK PLASTIK DI INDONESIA

Rinjani Naurah Sakhi¹, Christopher Fernandito Egbert Nihamaking², Annisa Maharani Arum Putri³, Chiara Nathania Jasmine Hartawan⁴, Muhammad Adymas Hikal Fikri⁵

Hukum, Universitas Negeri Semarang, Semarang

Email: rinjaninaurahs@students.unnes.ac.id¹, christoaja88@students.unnes.ac.id², iccamaharani93@students.unnes.ac.id³, hartawandinda@students.unnes.ac.id⁴, Hikal@mail.unnes.ac.id⁵

ABSTRAK

Isu sampah plastik di Indonesia semakin kompleks seiring meningkatnya konsumsi produk berbahan plastik, khususnya botol plastik, yang tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan sampah yang optimal. Dalam perkembangan praktik industri, muncul fenomena greenwashing, yaitu praktik klaim lingkungan yang menyesatkan seperti “ramah lingkungan”, “dapat didaur ulang” yang tidak sepenuhnya sesuai dengan kondisi factual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk praktik greenwashing dalam klaim daur ulang sampah plastik oleh produsen botol plastik, serta mengkaji pertanggungjawaban hukum pelaku usaha dan pengaturan hukumnya di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif serta pendekatan kasus di lapangan melalui wawancara dengan pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik greenwashing masih terjadi akibat lemahnya standar verifikasi klaim lingkungan, keterbatasan infrastruktur daur ulang, Secara hukum, praktik ini berpotensi melanggar ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, serta edukasi publik untuk mencegah praktik greenwashing dan mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya terkait pengurangan sampah plastik.

Kata kunci

Greenwashing, sampah plastik, produsenbotol plastic, hukum lingkungan

ABSTRACT

The issue of plastic waste in Indonesia has become increasingly complex in line with the rising consumption of plastic-based products, particularly plastic bottles, which is not matched by an optimal waste management system. In industrial practice, a phenomenon known as greenwashing has emerged, referring to misleading environmental claims such as “eco-friendly” and “recyclable,” which do not fully reflect factual conditions in the field. This study aims to analyze the forms of greenwashing practices in recycling claims of plastic waste by plastic bottle manufacturers, as well as to examine the legal liability of business actors and its legal framework in Indonesia. The research method used is normative juridical and empirical, employing a statutory approach and field case studies through interviews with business actors. The findings indicate that greenwashing practices still occur due to weak standards for verifying environmental claims, limited recycling infrastructure, and lack of transparency in information disclosure to consumers. Legally, such practices potentially violate the provisions of Law No. 8 of 1999 on Consumer Protection and Law No. 32 of 2009 on Environmental Protection and Management. Therefore, strengthening regulations, improving supervision, and enhancing public education are necessary to prevent greenwashing practices and to support the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly in reducing plastic waste.

Keywords | *Greenwashing, plastic Waste, plastic bottle manufacturers, environmental law*

1. PENDAHULUAN

Permasalahan sampah plastik kini menjadi salah satu isu lingkungan global yang semakin mendesak, termasuk di Indonesia. Tingginya penggunaan plastik sekali pakai yang tidak diimbangi dengan sistem pengelolaan limbah yang optimal telah mengakibatkan akumulasi sampah yang menimbulkan dampak serius terhadap ekosistem, kesehatan manusia, serta keberlanjutan lingkungan. Sebagai respons terhadap meningkatnya perhatian dan tekanan publik terhadap isu lingkungan, banyak pelaku usaha mulai mencantumkan berbagai klaim pada produknya, seperti “ramah lingkungan”, “dapat didaur ulang”, maupun istilah lain yang mencerminkan kepedulian terhadap lingkungan.

Meskipun demikian, tidak seluruh klaim tersebut didasarkan pada fakta maupun didukung oleh sistem pengelolaan yang memadai. Kondisi ini dikenal sebagai *greenwashing*, yaitu praktik penyampaian informasi yang berpotensi menyesatkan konsumen terkait manfaat lingkungan suatu produk. Dalam konteks produk plastik, klaim “dapat didaur ulang” kerap kali tidak mencerminkan kondisi nyata di lapangan, terutama karena keterbatasan infrastruktur daur ulang di Indonesia. Akibatnya, konsumen berisiko terpengaruh oleh informasi tersebut dan secara tidak langsung tetap berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah sampah plastik.

Akibatnya, konsumen berisiko terpengaruh oleh informasi tersebut dan secara tidak langsung tetap berkontribusi terhadap meningkatnya jumlah sampah plastik. Lebih jauh, praktik *greenwashing* juga dapat melemahkan kepercayaan publik terhadap upaya pelestarian lingkungan yang sebenarnya, serta menghambat terbentuknya perilaku konsumsi yang bertanggung jawab. Dari perspektif hukum, praktik *greenwashing* dapat dikategorikan sebagai bentuk pelanggaran terhadap prinsip kejujuran dan transparansi dalam kegiatan usaha. Dalam hukum Indonesia, terdapat sejumlah regulasi yang dapat dijadikan dasar untuk menilai praktik tersebut, antara lain Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mengatur larangan pemberian informasi yang menyesatkan, serta Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup yang menekankan pentingnya perlindungan terhadap lingkungan hidup dari aktivitas yang merugikan. (Daskarata et al., 2025)

Selain itu, praktik *greenwashing* juga berpotensi bertentangan dengan kewajiban pelaku usaha untuk beritikad baik dalam menjalankan kegiatan usahanya, termasuk dalam memberikan informasi yang benar, jelas, dan jujur kepada konsumen. Dalam konteks ini, klaim lingkungan yang tidak dapat diverifikasi atau tidak didukung oleh kondisi faktual dapat dianggap sebagai bentuk perbuatan melawan hukum yang merugikan kepentingan konsumen dan masyarakat luas. Lebih lanjut, praktik tersebut juga dapat dikaitkan dengan lemahnya standar dan pengawasan terhadap penggunaan label atau klaim lingkungan, sehingga membuka peluang bagi pelaku usaha untuk memanfaatkan celah regulasi. (Gunawan, 2025)

Selain itu, dalam beberapa tahun terakhir, isu sampah plastik semakin banyak dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi pemasaran oleh berbagai pelaku usaha. Banyak perusahaan berlomba-lomba menampilkan citra peduli lingkungan dengan mengangkat narasi pengurangan sampah plastik, penggunaan bahan daur ulang, maupun

komitmen terhadap keberlanjutan. Namun, tidak jarang klaim tersebut hanya bersifat simbolik atau sebatas strategi komunikasi tanpa diikuti perubahan signifikan dalam proses produksi maupun sistem pengelolaan limbah. Fenomena ini menunjukkan bahwa isu sampah plastik tidak hanya menjadi permasalahan lingkungan, tetapi juga telah bergeser menjadi komoditas dalam praktik bisnis.

Keadaan ini semakin diperburuk oleh rendahnya tingkat pemahaman konsumen terhadap keabsahan klaim lingkungan yang disampaikan oleh pelaku usaha. Sebagian besar konsumen cenderung menerima begitu saja label atau informasi yang menggunakan istilah “ramah lingkungan” tanpa melakukan penelaahan lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara yuridis praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang produk plastik di Indonesia, serta menilai efektivitas regulasi yang ada dalam mengatasi permasalahan tersebut. Maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan hukum lingkungan dan perlindungan konsumen yang lebih responsif terhadap tantangan ekologis saat ini. Berdasarkan tujuan tersebut yang dikerjakan maka rumusan masalahnya adalah a) bagaimana bentuk praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam klaim pengelolaan dan daur ulang sampah plastik?. b) Bagaimana pengaturan hukum di Indonesia dalam mengatur klaim lingkungan oleh pelaku usaha terkait sampah plastik? c) Bagaimana pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang sampah plastik?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian hukum dengan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan ini digunakan untuk mengkaji ketentuan hukum yang berlaku sekaligus melihat bagaimana praktik *greenwashing* dilakukan oleh pelaku usaha dalam realitas di lapangan, khususnya terkait klaim daur ulang pada produk plastik. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif-analitis, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis mengenai praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang produk plastik, kemudian dianalisis berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan empiris. Pendekatan perundang-undangan dilakukan dengan menelaah berbagai peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan lingkungan hidup guna mengetahui landasan hukum yang mengatur klaim lingkungan oleh pelaku usaha. Sementara itu, pendekatan empiris digunakan untuk mengkaji praktik yang terjadi di masyarakat, khususnya perilaku pelaku usaha dalam memberikan klaim lingkungan terhadap produk plastik.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara dengan pelaku usaha yakni produsen botol plastik sebagai subjek penelitian, serta pihak terkait lainnya yang relevan, guna mengetahui praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang produk plastik. Sementara itu, data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan lingkungan hidup, seperti Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Adapun bahan hukum sekunder

terdiri dari buku, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian yang relevan dengan topik *greenwashing* dan sampah plastik.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode yang saling melengkapi yaitu melalui wawancara dilakukan secara langsung dengan pelaku usaha, khususnya produsen botol plastik, guna memperoleh informasi terkait praktik pemberian klaim lingkungan pada produk yang dihasilkan. Kedua, studi kepustakaan (*library research*) dilakukan dengan menelaah berbagai bahan hukum dan literatur yang relevan, seperti peraturan perundang-undangan, buku, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *greenwashing* dan sampah plastik. Melalui teknik tersebut, diharapkan data yang diperoleh dapat mendukung analisis secara komprehensif terhadap praktik *greenwashing* dalam penelitian ini.

3. PEMBAHASAN

3.1 Bentuk Praktik *Greenwashing* yang Dilakukan oleh Pelaku Usaha dalam Klaim Pengelolaan dan Daur Ulang Sampah Plastik

Secara umum, *greenwashing* ditandai dengan penggunaan istilah-istilah seperti “ramah lingkungan”, “eco-friendly”, “berkelanjutan”, atau “dapat didaur ulang” tanpa penjelasan yang jelas, standar yang terukur, maupun bukti yang memadai. Praktik ini bertujuan untuk menarik minat konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan, sekaligus meningkatkan citra perusahaan di mata publik.

Greenwashing merupakan suatu praktik yang dilakukan oleh pelaku usaha dengan cara memberikan klaim, informasi, atau citra seolah-olah produk, jasa, atau kegiatan usahanya ramah lingkungan, padahal kenyataannya tidak sepenuhnya demikian. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan upaya “mencuci hijau” suatu produk melalui strategi pemasaran yang menonjolkan aspek keberlanjutan, namun tidak didukung oleh tindakan nyata atau data yang dapat dipertanggungjawabkan. (Fikri, Muhammad Adymas Hikal, Dhian Novita, 2023)

Dalam perspektif hukum, *greenwashing* dapat dipahami sebagai bentuk penyampaian informasi yang menyesatkan, karena konsumen tidak mendapatkan keterangan yang akurat, jelas, dan jujur mengenai kondisi sebenarnya dari suatu produk. Akibatnya, konsumen berisiko mengambil keputusan yang tidak tepat, sementara pelaku usaha justru memperoleh keuntungan dari citra positif yang dibangun secara tidak sesuai dengan kenyataan.

Greenwashing juga dapat dimaknai sebagai strategi komunikasi pemasaran yang secara sengaja menampilkan kesan ramah lingkungan, namun tidak didukung oleh praktik keberlanjutan yang sesungguhnya. Dalam penerapannya, pelaku usaha kerap hanya menonjolkan satu *aspek* tertentu yang tampak “hijau”, sementara mengabaikan dampak lingkungan yang lebih luas dari keseluruhan proses produksi.

Salah satu bentuk *greenwashing* yang seringkali ditemukan adalah penggunaan klaim “100% dapat didaur ulang” (*100% recyclable*) pada botol plastik. Secara teknis, sebagian besar botol plastik memang memiliki potensi untuk didaur ulang, namun pada praktiknya tidak seluruhnya benar-benar melalui proses tersebut. Keterbatasan fasilitas daur ulang, sistem pengumpulan sampah yang belum efektif, serta rendahnya tingkat pemilahan sampah di masyarakat menyebabkan sebagian besar botol plastik tetap berakhir di tempat pembuangan akhir atau mencemari lingkungan. Oleh karena itu, klaim tersebut berpotensi menyesatkan karena tidak merepresentasikan secara menyeluruh kondisi nyata dalam siklus pengelolaan sampah. (Arifin & Niravita, 2025).

Selain itu, terdapat juga praktik penggunaan istilah “ramah lingkungan” (*eco-friendly*) tanpa disertai penjelasan yang jelas dan terukur. Istilah tersebut kerap digunakan secara umum tanpa informasi mengenai standar, sertifikasi, atau indikator yang mendasarinya. Akibatnya, konsumen mengalami kesulitan dalam menilai kebenaran klaim tersebut dan berpotensi beranggapan bahwa produk tersebut tidak menimbulkan dampak negatif bagi lingkungan, padahal pada kenyataannya masih menggunakan bahan plastik sekali pakai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu produsen botol plastik, diketahui bahwa penggunaan istilah “ramah lingkungan” pada produk pada praktiknya lebih digunakan untuk kepentingan pemasaran. Narasumber menyatakan bahwa pencantuman klaim tersebut bertujuan untuk menarik perhatian konsumen yang saat ini semakin peduli terhadap isu lingkungan. Namun, dalam pelaksanaannya, klaim tersebut tidak selalu didukung oleh standar khusus maupun sertifikasi resmi.

Produsen juga mengakui bahwa keterbatasan sistem pengelolaan dan fasilitas daur ulang di Indonesia menjadi kendala utama sehingga tidak semua produk yang diklaim ramah lingkungan benar-benar diproses sesuai dengan klaim tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat ketidaksesuaian antara informasi yang disampaikan kepada konsumen dengan kondisi yang terjadi di lapangan, yang berpotensi menimbulkan praktik *greenwashing*. Lalu dari hasil wawancara dengan narasumber kedua yang mana juga merupakan produsen botol plastik lain menjelaskan bahwa klaim seperti “dapat didaur ulang” atau “ramah lingkungan” pada dasarnya hanya merujuk pada jenis bahan plastik yang secara teknis bisa didaur ulang. Narasumber menjelaskan bahwa proses daur ulang sangat bergantung pada banyak faktor di luar kendali produsen, seperti sistem pengelolaan sampah yang tersedia serta kebiasaan masyarakat dalam memilah sampah (Niravita et al., 2025)

Bentuk lain dari *greenwashing* dapat dilihat dari klaim penggunaan bahan daur ulang (*recycled material*), misalnya dengan mencantumkan bahwa botol plastik dibuat dari sejumlah persentase bahan hasil daur ulang. Meskipun klaim tersebut tidak sepenuhnya keliru, sering kali informasi yang disampaikan kurang transparan, seperti tidak dijelaskan secara rinci berapa persen kandungan bahan daur ulang yang digunakan atau apakah proses produksinya masih menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan. Bahkan, dalam beberapa kasus, penggunaan bahan daur ulang hanya dalam jumlah kecil, namun dikomunikasikan secara berlebihan sehingga menimbulkan kesan bahwa produk tersebut sepenuhnya ramah lingkungan dan berkelanjutan. (Nada et al., 2024).

Klaim tersebut umumnya hanya menitikberatkan pada penggunaan bahan baku tanpa memperhatikan keseluruhan siklus hidup produk (*life cycle*), mulai dari tahap produksi, distribusi, hingga pembuangan akhir. Padahal, penggunaan bahan daur ulang tidak secara langsung menjadikan suatu produk bebas dari dampak lingkungan, terutama apabila proses produksinya masih menghasilkan emisi tinggi atau limbah tambahan. Di samping itu, ketiadaan standar yang jelas dan dalam penyampaian persentase bahan daur ulang memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk menyajikan informasi secara selektif. Kondisi ini pada akhirnya dapat menimbulkan persepsi yang keliru di kalangan konsumen, seolah-olah produk tersebut telah sepenuhnya memenuhi prinsip keberlanjutan, padahal kontribusinya dalam mengurangi sampah plastik masih terbatas.

Selain itu, dalam konteks permasalahan sampah plastik, klaim penggunaan bahan daur ulang sering kali tidak secara langsung berbanding lurus dengan upaya pengurangan sampah plastik di lapangan. Meskipun produsen menyatakan telah

menggunakan bahan daur ulang, kenyataannya volume produksi botol plastik baru tetap tinggi, sehingga jumlah sampah yang dihasilkan juga terus meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa klaim tersebut belum menyentuh akar permasalahan, yaitu tingginya konsumsi plastik sekali pakai.

Penggunaan bahan daur ulang juga tidak menjamin bahwa produk tersebut akan kembali didaur ulang setelah digunakan. Dalam kondisi sistem pengelolaan sampah yang belum optimal, banyak botol plastik tetap berakhir di tempat pembuangan akhir atau mencemari lingkungan. Akibatnya, siklus plastik tidak benar-benar tertutup (*closed loop*), sehingga klaim keberlanjutan menjadi kurang relevan terhadap kondisi nyata penanganan sampah plastik. Praktik *greenwashing* dalam bentuk ini tidak hanya berpotensi menyesatkan konsumen, tetapi juga menghambat upaya sistematis dalam mengurangi permasalahan sampah plastik secara keseluruhan

Praktik *greenwashing* dalam klaim penggunaan bahan daur ulang pada produk botol plastik juga perlu dilihat dalam kaitannya dengan tujuan pembangunan berkelanjutan atau Sustainable Development Goals (SDGs). Salah satu tujuan yang relevan adalah SDG 12 (Responsible Consumption and Production) yang menekankan pentingnya pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan. Praktik *greenwashing* bertentangan dengan tujuan tersebut karena mendorong perilaku konsumsi yang didasarkan pada informasi yang tidak akurat, sehingga konsumen tidak mampu mengambil keputusan yang bertanggung jawab. (Nauri, Maulvi Aldi, M Adymas Hikal Fikri, 2024)

Praktik *greenwashing* juga memiliki keterkaitan dengan SDG 13 (Climate Action), karena proses produksi dan pengelolaan plastik turut menyumbang emisi gas rumah kaca. Klaim penggunaan bahan daur ulang yang tidak disampaikan secara transparan berpotensi menyamarkan fakta bahwa proses produksi masih menghasilkan emisi yang cukup besar, sehingga tidak sejalan dengan upaya pengendalian perubahan iklim.

Sustainable Development Goals (SDGs) menekankan pentingnya tindakan nyata dalam mengurangi emisi dan meningkatkan upaya mitigasi serta adaptasi terhadap perubahan iklim. Dalam konteks ini, praktik *greenwashing* justru dapat menghambat pencapaian tujuan tersebut karena menciptakan kesan seolah-olah pelaku usaha telah berkontribusi terhadap pengurangan emisi, padahal upaya yang dilakukan belum signifikan. Hal ini dapat menurunkan urgensi bagi perusahaan untuk melakukan inovasi yang benar-benar berorientasi pada efisiensi energi, pengurangan penggunaan bahan baku plastik, serta pengembangan sistem produksi yang lebih ramah lingkungan.

Praktik ini juga berdampak pada aspek akuntabilitas dan transparansi yang menjadi prinsip penting dalam pencapaian SDGs. Informasi yang tidak akurat atau tidak lengkap terkait dampak lingkungan suatu produk dapat menghambat upaya pemantauan dan evaluasi terhadap kontribusi sektor industri dalam penanganan perubahan iklim. Dalam upaya mendukung keberlanjutan SDGs diperlukan adanya perubahan pola produksi yang benar-benar berkelanjutan. Namun, apabila pelaku usaha hanya menitikberatkan pada klaim tanpa disertai implementasi yang nyata, maka upaya pengurangan sampah plastik dan emisi tidak dapat berjalan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa praktik *greenwashing* tidak hanya bertentangan dengan satu tujuan tertentu, tetapi juga berpotensi menghambat pencapaian berbagai target SDGs secara keseluruhan.

Ketidaksesuaian antara klaim dan praktik tersebut dapat menghambat perubahan perilaku konsumen yang menjadi salah satu kunci dalam pencapaian SDGs. Konsumen yang percaya bahwa produk tertentu sudah “ramah lingkungan” cenderung tidak

mengurangi konsumsi plastiknya, sehingga volume sampah plastik tetap tinggi. Hal ini berlawanan dengan semangat SDGs yang mendorong pengurangan konsumsi berlebihan dan peningkatan efisiensi sumber daya. Maka diperlukan komitmen lebih kuat dari pelaku usaha untuk tidak hanya mengedepankan klaim, tetapi juga menerapkan praktik produksi yang transparan dan berkelanjutan. (Nirmalasari et al., 2021).

Hal ini terlihat dalam konteks produsen botol plastik sebagai pelaku usaha, praktik ini terlihat ketika perusahaan hanya menonjolkan klaim seperti “dapat didaur ulang” atau “mengandung bahan daur ulang” tanpa diikuti perubahan signifikan dalam sistem produksi maupun pengurangan volume plastik yang dihasilkan.

3.2 Pengaturan Hukum di Indonesia dalam Mengatur Klaim Lingkungan oleh Pelaku usaha Terkait Sampah Plastik

Salah satu landasan hukum yang utama adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen yang mewajibkan pelaku usaha untuk menyampaikan informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi serta jaminan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan. Dalam konteks ini, penggunaan klaim seperti “ramah lingkungan” yang tidak disertai penjelasan yang memadai atau tidak sesuai dengan kondisi nyata dapat dikategorikan sebagai informasi yang menyesatkan. Oleh karena itu, praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh produsen botol plastik berpotensi bertentangan dengan ketentuan tersebut.

Kewajiban pelaku usaha tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup tanggung jawab untuk memastikan bahwa informasi tersebut dapat dipertanggungjawabkan secara faktual. Artinya, setiap klaim lingkungan yang dicantumkan pada produk seharusnya didukung oleh data, standar, atau mekanisme yang jelas, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan konsumen. Dalam hal ini, penggunaan istilah yang bersifat umum tanpa penjelasan rinci dapat dianggap melanggar prinsip transparansi yang menjadi dasar perlindungan konsumen.

Dalam praktiknya produsen botol plastik sering hanya berfokus pada aspek teknis bahan, seperti kemampuan plastik untuk didaur ulang, tanpa menjelaskan keterbatasan sistem pengelolaan sampah di Indonesia yang menyebabkan tidak semua produk benar-benar masuk ke proses daur ulang. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara klaim yang disampaikan dengan realitas pengelolaan sampah plastik yang terjadi di masyarakat. Akibatnya, konsumen dapat memiliki persepsi yang keliru bahwa produk tersebut sepenuhnya aman bagi lingkungan.

Posisi konsumen dalam hal ini relatif lemah karena sulit untuk memverifikasi secara langsung kebenaran klaim yang disampaikan oleh produsen botol plastik. Ketergantungan pada informasi yang terdapat pada label atau iklan membuat konsumen rentan terhadap pengaruh komunikasi pemasaran yang tidak sepenuhnya akurat. Praktik tersebut juga dapat memengaruhi perilaku pasar secara keseluruhan. Ketika produsen botol plastik yang menggunakan klaim lingkungan memperoleh keuntungan reputasi, pelaku usaha lain terdorong untuk mengikuti pola yang sama tanpa melakukan perubahan substansial pada proses produksinya. Hal ini dapat memperluas praktik *greenwashing* di sektor industri plastik dan menghambat terjadinya inovasi yang benar-benar berorientasi pada pengurangan sampah plastik.

Posisi konsumen tetap berada dalam kondisi yang rentan karena keterbatasan akses dan kemampuan untuk memverifikasi kebenaran klaim yang disampaikan. Konsumen pada umumnya hanya mengandalkan informasi yang terdapat pada label atau iklan tanpa mengetahui proses produksi di baliknya. Dalam konteks hukum lingkungan, praktik ini juga dapat dilihat sebagai bentuk yang tidak sejalan dengan prinsip kehati-

hatian (*precautionary principle*) dan prinsip tanggung jawab produsen (*extended producer responsibility*), di mana pelaku usaha seharusnya turut bertanggung jawab atas dampak lingkungan dari produk yang dihasilkan, tidak hanya berhenti pada tahap pemasaran. Namun, dalam praktiknya, produsen botol plastik cenderung membatasi tanggung jawabnya pada klaim teknis produk tanpa memastikan keberlanjutan pengelolaan sampah setelah produk digunakan.

Kondisi pengelolaan sampah plastik di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan fasilitas daur ulang, belum meratanya sistem pemilahan sampah di tingkat rumah tangga, serta rendahnya tingkat pengumpulan kembali botol plastik pascakonsumsi. Banyak botol plastik yang telah digunakan tidak masuk ke rantai daur ulang formal, melainkan berakhir di tempat pembuangan akhir. Konsumen pada umumnya hanya mengandalkan informasi yang terdapat pada label atau iklan tanpa mengetahui proses produksi di baliknya. Oleh karena itu, penguatan regulasi, pengawasan, serta penegakan hukum menjadi sangat penting agar produsen botol plastik tidak menyalahgunakan klaim lingkungan, serta agar prinsip kejujuran dalam hukum perlindungan konsumen dapat benar-benar diterapkan secara efektif di tengah kondisi nyata pengelolaan sampah plastik yang masih belum optimal.

Selain itu, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup juga menjadi dasar hukum yang mengatur tanggung jawab pelaku usaha terhadap dampak lingkungan dari kegiatan usahanya. Undang-undang ini menegaskan pentingnya penerapan prinsip kehati-hatian, tanggung jawab, serta kewajiban untuk menjaga dan melestarikan lingkungan hidup. Dalam kaitannya dengan klaim lingkungan, pelaku usaha tidak cukup hanya menyampaikan pernyataan yang bersifat simbolis, tetapi juga harus memastikan bahwa proses produksi serta pengelolaan limbah yang dilakukan benar-benar memberikan kontribusi terhadap perlindungan lingkungan secara nyata. (Pricilla et al., 2025)

Ketentuan ini juga mengarah pada kewajiban pelaku usaha untuk mengendalikan dampak lingkungan sejak tahap perencanaan hingga pascaproduksi. Artinya, tanggung jawab tidak hanya berhenti pada produk yang dipasarkan, tetapi juga mencakup seluruh rangkaian kegiatan yang berpotensi menimbulkan pencemaran atau kerusakan lingkungan. Dalam konteks produsen botol plastik, hal ini menjadi penting karena proses produksinya berkontribusi terhadap timbulan sampah plastik yang sulit terurai dan berpotensi mencemari lingkungan dalam jangka panjang.

Penerapan prinsip tanggung jawab lingkungan juga mengharuskan adanya keterbukaan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Klaim seperti “ramah lingkungan” atau “dapat didaur ulang” seharusnya didukung oleh data yang dapat diuji kebenarannya serta sistem pengelolaan yang jelas dan terukur. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi, maka klaim lingkungan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran yang tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya, sehingga berpotensi memunculkan praktik *greenwashing* yang tidak sejalan dengan tujuan perlindungan lingkungan sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

Kurangnya transparansi dalam klaim lingkungan juga dapat menghambat upaya pengawasan dan penegakan hukum oleh pihak berwenang, karena sulitnya membedakan antara klaim yang benar-benar berbasis fakta dengan klaim yang bersifat manipulatif. Kondisi ini memperlemah efektivitas regulasi lingkungan serta membuka ruang bagi pelaku usaha untuk tetap menggunakan narasi keberlanjutan tanpa perubahan nyata dalam praktik produksinya.

Penerapan prinsip tanggung jawab lingkungan juga mengharuskan adanya keterbukaan dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Klaim seperti “ramah lingkungan” atau “dapat didaur ulang” seharusnya didukung oleh data yang dapat diuji kebenarannya serta sistem pengelolaan yang jelas dan terukur. Apabila hal tersebut tidak terpenuhi, maka klaim lingkungan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran yang tidak mencerminkan kondisi yang sebenarnya, sehingga berpotensi memunculkan praktik *greenwashing* yang tidak sejalan dengan tujuan perlindungan lingkungan sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut.

Lalu, ketidakterbukaan informasi juga dapat memengaruhi tingkat kepercayaan publik terhadap pelaku usaha maupun kebijakan lingkungan yang ada. Ketika masyarakat mulai meragukan keabsahan klaim-klaim lingkungan, maka partisipasi publik dalam mendukung upaya pengurangan sampah plastik dan perlindungan lingkungan dapat menurun. Ketentuan mengenai pengelolaan sampah dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah juga mengarah pada tanggung jawab pelaku usaha untuk ikut serta dalam pengurangan dan penanganan sampah, termasuk sampah plastik yang dihasilkan dari produknya.

Namun demikian, dalam praktiknya pengaturan tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengatur standar klaim lingkungan atau mekanisme verifikasi terhadap istilah seperti “ramah lingkungan” atau “dapat didaur ulang”. Ketiadaan standar yang jelas ini membuka ruang bagi terjadinya perbedaan interpretasi dan penyalahgunaan klaim oleh pelaku usaha, termasuk produsen botol plastik. Oleh karena itu, diperlukan penguatan regulasi yang lebih teknis, seperti penetapan standar klaim lingkungan, kewajiban audit atau sertifikasi, serta pengawasan yang lebih ketat, agar informasi yang disampaikan kepada publik benar-benar dapat dipertanggungjawabkan dan tidak menimbulkan praktik *greenwashing*.

Pengaturan tersebut dalam praktiknya masih menghadapi tantangan pada tahap implementasi. Hal ini terlihat dari belum adanya standar baku yang secara khusus mengatur definisi operasional dari klaim lingkungan seperti “ramah lingkungan”, “dapat didaur ulang”, atau “mengandung bahan daur ulang”. Akibatnya, pelaku usaha memiliki ruang interpretasi yang luas dalam menyampaikan klaim tersebut, yang pada akhirnya dapat membuka peluang terjadinya *greenwashing*. Selain itu, mekanisme pengawasan dan pembuktian terhadap kebenaran klaim lingkungan juga masih belum berjalan secara optimal, sehingga penegakan hukum sering kali bersifat reaktif, bukan preventif.

Dalam konteks produsen botol plastik, kondisi ini menjadi semakin relevan karena produk mereka memiliki kontribusi besar terhadap timbulan sampah plastik di Indonesia. Tanpa adanya regulasi teknis yang lebih rinci, seperti kewajiban sertifikasi klaim lingkungan, audit independen, atau pelabelan berbasis standar yang terukur, maka klaim keberlanjutan berpotensi tetap menjadi alat pemasaran.

Ada beberapa peran pemerintah terkait hal ini dalam fungsi regulasi, pemerintah berperan menyusun dan memperkuat norma hukum yang mengatur kewajiban pelaku usaha dalam menyampaikan informasi lingkungan secara benar dan tidak menyesatkan. Ketentuan dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, serta Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah menjadi dasar yang perlu diturunkan lebih lanjut ke dalam aturan teknis, misalnya mengenai standar klaim “ramah lingkungan”, “dapat didaur ulang”, dan “mengandung bahan daur ulang”. Dalam konteks ini, pemerintah juga berperan penting

dalam menetapkan standar pelabelan lingkungan agar tidak terjadi penafsiran bebas oleh pelaku usaha.

Kedua, dalam fungsi pengawasan, pemerintah melalui kementerian dan lembaga terkait bertugas memastikan bahwa klaim yang disampaikan oleh produsen, termasuk produsen botol plastik, sesuai dengan kondisi faktual di lapangan. Pengawasan ini mencakup verifikasi terhadap iklan, label produk, serta dokumen pendukung yang digunakan untuk mendukung klaim lingkungan. Dengan adanya pengawasan yang efektif, potensi terjadinya *greenwashing* dapat diminimalisir sejak awal sebelum merugikan konsumen dan lingkungan.

Selain itu, pemerintah berwenang memberikan sanksi terhadap pelaku usaha yang terbukti menyampaikan informasi menyesatkan atau melakukan praktik *greenwashing*. Sanksi tersebut dapat berupa teguran, penarikan produk, denda administratif, hingga sanksi pidana sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. Penegakan hukum ini penting untuk memberikan efek jera sekaligus memastikan bahwa pelaku usaha benar-benar mematuhi prinsip kejujuran dan transparansi dalam kegiatan usahanya. Pemerintah juga memiliki peran edukatif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu lingkungan dan klaim produk ramah lingkungan. Dalam konteks sampah plastik, edukasi publik sangat penting agar konsumen tidak mudah terpengaruh oleh klaim yang bersifat pemasaran semata. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih kritis dalam memilih produk dan ikut berkontribusi dalam pengurangan sampah plastik.

Peran edukatif ini dapat diwujudkan melalui kampanye nasional, sosialisasi di media massa, hingga program edukasi di tingkat sekolah dan komunitas mengenai bahaya sampah plastik serta pentingnya pengurangan penggunaan plastik sekali pakai. Pemerintah juga dapat mendorong literasi lingkungan (*environmental literacy*) agar masyarakat mampu memahami makna sebenarnya dari istilah seperti “dapat didaur ulang” atau “ramah lingkungan”, sehingga tidak hanya menerima informasi secara pasif. Selain itu, edukasi publik juga berfungsi untuk membangun kesadaran kolektif bahwa pengelolaan sampah plastik tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi juga membutuhkan partisipasi aktif masyarakat. Dengan meningkatnya pemahaman tersebut, diharapkan masyarakat tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga pengawas sosial (*social control*) yang dapat mendorong pelaku usaha, termasuk produsen botol plastik, untuk lebih transparan dalam menyampaikan klaim lingkungan.

Pemerintah dapat mendorong transparansi informasi dengan menyediakan panduan atau standar sederhana yang dapat dipahami masyarakat untuk menilai klaim lingkungan pada produk. Hal ini penting agar konsumen tidak hanya bergantung pada label atau iklan, tetapi juga memiliki kemampuan dasar untuk membedakan klaim yang valid dan yang berpotensi menyesatkan. Pemerintah juga dapat bekerja sama dengan pelaku usaha, lembaga pendidikan, dan organisasi masyarakat sipil dalam membangun kesadaran kolektif mengenai pengurangan sampah plastik. Kolaborasi ini penting untuk menciptakan perubahan perilaku yang lebih luas, tidak hanya pada tingkat individu, tetapi juga pada tingkat industri dan kebijakan.

Pemerintah juga dapat mengembangkan sistem informasi publik berbasis digital yang memuat edukasi, data pengelolaan sampah, serta panduan identifikasi klaim lingkungan yang benar. Dengan adanya akses informasi yang mudah dan terbuka, masyarakat tidak hanya menjadi objek edukasi, tetapi juga subjek aktif yang mampu melakukan pengawasan terhadap praktik pelaku usaha, termasuk produsen botol plastik. Peran pemerintah dalam pengaturan hukum dan edukasi terkait klaim lingkungan oleh

pelaku usaha, termasuk produsen botol plastik, juga memiliki keterkaitan langsung dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs). Dalam hal ini, fungsi regulasi, pengawasan, penegakan hukum, dan edukasi tidak hanya bertujuan untuk melindungi konsumen dan lingkungan, tetapi juga menjadi instrumen penting dalam mendukung target pembangunan berkelanjutan.

Dari perspektif SDG 12 (Responsible Consumption and Production), pengaturan hukum yang mewajibkan transparansi informasi lingkungan serta larangan terhadap informasi yang menyesatkan merupakan bentuk upaya untuk mendorong pola produksi dan konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Ketika pemerintah mengawasi klaim seperti “ramah lingkungan” atau “dapat didaur ulang” yang digunakan oleh produsen botol plastik, maka hal tersebut secara langsung mendukung terciptanya pasar yang lebih transparan dan mencegah praktik *greenwashing* yang dapat menyesatkan konsumen.

Dalam konteks SDG 13 (Climate Action), pengaturan hukum mengenai tanggung jawab lingkungan pelaku usaha menjadi penting untuk memastikan bahwa aktivitas industri plastik tidak menutupi dampak emisi yang dihasilkan. Regulasi yang mewajibkan kejelasan informasi dan pengelolaan limbah yang bertanggung jawab membantu mendorong industri untuk lebih serius dalam mengurangi jejak karbon, bukan sekadar mengandalkan klaim keberlanjutan secara simbolik. Dengan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai sampah plastik dan klaim lingkungan, pemerintah membantu membentuk masyarakat yang lebih kritis dan sadar lingkungan. Hal ini penting agar konsumen tidak mudah terpengaruh oleh strategi pemasaran yang tidak berbasis fakta, sehingga mampu berperan sebagai pengawas sosial terhadap pelaku usaha.

Dalam konteks implementasi kebijakan, peran pemerintah juga berkaitan dengan SDG 16 (Peace, Justice and Strong Institutions) yang menekankan pentingnya institusi yang efektif, transparan, dan akuntabel. Penguatan regulasi, peningkatan pengawasan, serta penegakan hukum terhadap praktik *greenwashing* mencerminkan upaya membangun sistem hukum yang adil dan dapat dipercaya. Hal ini penting agar pelaku usaha, termasuk produsen botol plastik, tidak memanfaatkan celah hukum untuk menyampaikan klaim yang tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam perspektif tata kelola lingkungan modern, pemerintah juga dituntut untuk menerapkan prinsip *evidence-based policy*, yaitu kebijakan yang didasarkan pada data dan bukti ilmiah terkait dampak sampah plastik. Hal ini penting karena permasalahan plastik bukan hanya persoalan hukum formal, tetapi juga menyangkut dinamika produksi, konsumsi, dan sistem pengelolaan limbah yang kompleks. Dengan pendekatan ini, regulasi tidak hanya bersifat reaktif terhadap pelanggaran, tetapi juga preventif dalam mencegah munculnya klaim yang menyesatkan sejak awal.

Dalam praktik di lapangan, produsen botol plastik sering menghadapi keterbatasan sistem pengelolaan sampah nasional, seperti rendahnya tingkat pemilahan sampah dan belum optimalnya infrastruktur daur ulang. Namun, kondisi ini tidak dapat dijadikan pembenaran untuk menyampaikan klaim yang tidak proporsional kepada konsumen. Di sinilah peran pemerintah menjadi penting untuk menetapkan batas yang jelas antara klaim yang sah dan klaim yang menyesatkan, sehingga produsen memiliki pedoman yang pasti dalam berkomunikasi dengan publik. Konsumen yang memiliki literasi lingkungan yang baik akan lebih mampu menilai apakah klaim seperti “100% dapat didaur ulang” benar-benar mencerminkan kondisi nyata atau hanya strategi pemasaran. Hal ini secara tidak langsung menciptakan tekanan pasar (*market pressure*) yang mendorong produsen untuk lebih transparan dan bertanggung jawab.

3.3 Pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang sampah plastik

Pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang sampah plastik pada dasarnya berkaitan dengan kewajiban hukum untuk menyampaikan informasi yang benar, tidak menyesatkan, serta dapat dipertanggungjawabkan kepada konsumen. Dalam konteks ini, pelaku usaha seperti produsen botol plastik yang mencantumkan klaim “dapat didaur ulang”, “ramah lingkungan”, atau “mengandung bahan daur ulang” memiliki tanggung jawab hukum apabila klaim tersebut tidak sesuai dengan kondisi faktual atau tidak dapat dibuktikan kebenarannya.

Dalam aspek tanggung jawab perdata, pelaku usaha dapat dimintai ganti rugi oleh konsumen apabila terbukti mengalami kerugian akibat informasi yang menyesatkan. Misalnya, konsumen merasa telah memilih produk yang dianggap ramah lingkungan, namun pada kenyataannya produk tersebut tetap berkontribusi terhadap peningkatan sampah plastik tanpa sistem daur ulang yang efektif. Kerugian tersebut dapat menjadi dasar tuntutan hukum berdasarkan prinsip tanggung jawab pelaku usaha terhadap produk yang dipasarkan.

Dari sisi administrasi, pemerintah melalui instansi terkait dapat memberikan sanksi berupa teguran, penarikan produk dari peredaran, hingga pembatasan kegiatan usaha apabila ditemukan pelanggaran terhadap ketentuan perlindungan konsumen dan lingkungan hidup. Pengawasan ini penting untuk memastikan bahwa klaim lingkungan yang digunakan oleh pelaku usaha, khususnya produsen botol plastik, tidak digunakan secara sembarangan sebagai alat pemasaran.

Sementara itu, dalam aspek lingkungan, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menekankan prinsip tanggung jawab mutlak dan kehati-hatian dalam setiap kegiatan usaha yang berdampak pada lingkungan. Dalam konteks klaim daur ulang, pelaku usaha tidak hanya bertanggung jawab atas produk yang dihasilkan, tetapi juga terhadap dampak lingkungan dari siklus hidup produk tersebut, termasuk tahap pascakonsumsi. Apabila klaim daur ulang tidak mencerminkan kondisi nyata pengelolaan sampah plastik, maka hal tersebut dapat dianggap sebagai bentuk pengabaian terhadap prinsip perlindungan lingkungan.

Produsen botol plastik sebagai pelaku usaha memiliki tanggung jawab yang lebih besar karena produk yang dihasilkan memiliki volume tinggi dalam timbulan sampah plastik nasional. Oleh karena itu, klaim daur ulang tidak dapat hanya didasarkan pada potensi teknis bahan, tetapi harus disertai dengan sistem pengelolaan yang nyata, transparan, dan dapat diverifikasi. Tanpa hal tersebut, klaim yang disampaikan berpotensi dikategorikan sebagai *greenwashing* yang dapat menimbulkan konsekuensi hukum.

Pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap praktik *greenwashing* tidak hanya terbatas pada aspek pelanggaran informasi konsumen, tetapi juga mencakup tanggung jawab lingkungan secara lebih luas. Penguatan regulasi, pengawasan, serta penegakan hukum menjadi sangat penting agar klaim daur ulang dalam industri plastik tidak hanya menjadi strategi pemasaran, tetapi benar-benar mencerminkan upaya nyata dalam mengurangi sampah plastik dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Dalam konteks produsen botol plastik, tanggung jawab hukum juga berkaitan dengan prinsip *extended producer responsibility* (EPR), yaitu tanggung jawab produsen terhadap seluruh siklus hidup produk, termasuk setelah produk digunakan oleh konsumen. Jika klaim daur ulang tidak diikuti dengan keterlibatan nyata dalam sistem

pengumpulan dan pengolahan limbah, maka dapat dinilai bahwa tanggung jawab tersebut belum sepenuhnya dijalankan.

Pertanggungjawaban hukum pelaku usaha terhadap praktik *greenwashing* tidak hanya terbatas pada aspek pelanggaran informasi konsumen, tetapi juga mencakup tanggung jawab lingkungan secara lebih luas. Penguatan regulasi teknis, standar verifikasi klaim lingkungan, serta peningkatan pengawasan menjadi sangat penting agar klaim daur ulang dalam industri plastik tidak hanya menjadi strategi pemasaran, tetapi benar-benar mencerminkan upaya nyata dalam mengurangi sampah plastik dan menjaga keberlanjutan lingkungan.

Dalam praktik di lapangan, pembuktian terhadap kebenaran klaim lingkungan sering kali menjadi tantangan tersendiri karena keterbatasan standar verifikasi yang baku. Hal ini membuka ruang terjadinya *greenwashing*, di mana pelaku usaha dapat menggunakan istilah “daur ulang” secara umum tanpa indikator yang terukur, seperti persentase bahan, tingkat keberhasilan proses daur ulang, maupun keterlacakan (traceability) material. Kondisi ini menunjukkan bahwa persoalan bukan hanya pada klaim itu sendiri, tetapi juga pada lemahnya sistem kontrol dan standardisasi informasi lingkungan di tingkat nasional. Selain itu, dari perspektif perlindungan konsumen, praktik *greenwashing* juga dapat dikategorikan sebagai pelanggaran terhadap prinsip transparansi informasi yang seimbang. Konsumen pada akhirnya tidak hanya membutuhkan informasi promosi, tetapi juga informasi risiko lingkungan yang melekat pada produk

Ketidaktegasan standar hukum mengenai definisi operasional “dapat didaur ulang” juga menciptakan ruang interpretasi yang luas bagi pelaku usaha. Akibatnya, suatu produk dapat dikategorikan “recyclable” secara teknis, tetapi tidak secara praktis dapat diproses dalam sistem pengelolaan sampah yang tersedia di Indonesia. Hal ini memperlihatkan adanya ketidaksinkronan antara klaim industri dan kapasitas infrastruktur lingkungan yang ada di lapangan. Pelaku usaha, termasuk produsen botol plastik, juga memiliki tanggung jawab moral dan hukum untuk tidak hanya mengejar citra hijau melalui klaim pemasaran, tetapi benar-benar melakukan perbaikan dalam proses produksi, penggunaan bahan baku, serta keterlibatan dalam sistem pengelolaan sampah. Tanpa komitmen nyata dari industri, upaya pengurangan sampah plastik hanya akan berhenti pada tingkat narasi, bukan pada perubahan struktural.

Masyarakat sebagai konsumen juga memiliki peran penting dalam menciptakan tekanan pasar (*market pressure*) agar pelaku usaha lebih transparan. Hal ini hanya dapat terjadi jika masyarakat memiliki literasi lingkungan yang memadai untuk membedakan klaim yang valid dan yang bersifat menyesatkan. Oleh karena itu, edukasi publik menjadi bagian penting dalam membangun kesadaran kolektif.

4. KESIMPULAN

Praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang sampah plastik merupakan bentuk penyampaian informasi lingkungan yang tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi faktual di lapangan, khususnya yang dilakukan oleh produsen botol plastik. Klaim seperti “dapat didaur ulang”, “ramah lingkungan”, atau “mengandung bahan daur ulang” biasanya lebih bersifat strategis untuk kepentingan pemasaran, tanpa diimbangi dengan transparansi, standar yang jelas, maupun sistem pengelolaan sampah yang memadai.

Dari aspek hukum, praktik tersebut pada dasarnya telah memiliki dasar pengaturan dalam berbagai peraturan perundang-undangan, terutama Undang-Undang

Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, serta Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2008 tentang Pengelolaan Sampah yang menekankan kewajiban pelaku usaha untuk bertindak jujur, bertanggung jawab, dan tidak menyesatkan dalam menyampaikan informasi. Namun, implementasinya masih menghadapi tantangan karena belum adanya standar teknis yang secara spesifik mengatur validitas klaim lingkungan serta lemahnya mekanisme pengawasan di lapangan.

Praktik *greenwashing* bertentangan dengan tujuan Sustainable Development Goals, khususnya SDG 12 (konsumsi dan produksi bertanggung jawab) dan SDG 13 (aksi iklim), karena menghambat transparansi, mengurangi efektivitas pengurangan sampah plastik, serta menutupi dampak lingkungan dari produksi plastik. Hal ini membuat pencapaian pembangunan berkelanjutan menjadi tidak optimal. Solusi terhadap praktik *greenwashing* dalam klaim daur ulang sampah plastik harus dipahami sebagai tanggung jawab bersama yang bersifat sistemik. Tanpa sinergi antara regulasi yang kuat, komitmen pelaku usaha, dan kesadaran masyarakat, maka permasalahan sampah plastik akan terus berulang dan klaim keberlanjutan hanya akan menjadi alat pemasaran tanpa dampak nyata bagi lingkungan.

Diperlukan peningkatan pengawasan dan penegakan hukum yang lebih konsisten terhadap pelaku usaha, khususnya produsen botol plastik, agar setiap klaim yang disampaikan benar-benar dapat dibuktikan secara ilmiah dan sesuai dengan kondisi faktual pengelolaan sampah di lapangan. Dari sisi pelaku usaha, disarankan untuk tidak hanya berfokus pada strategi pemasaran berbasis citra lingkungan, tetapi juga meningkatkan tanggung jawab nyata dalam siklus produksi dan pascakonsumsi, seperti penggunaan bahan yang benar-benar dapat didaur ulang dan keterlibatan dalam sistem pengelolaan sampah

Masyarakat diharapkan dapat meningkatkan literasi lingkungan agar lebih kritis dalam menilai klaim produk dan tidak mudah terpengaruh oleh label “hijau” yang tidak memiliki dasar yang jelas. Dengan demikian, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat agar upaya pengurangan sampah plastik dapat berjalan efektif dan selaras dengan prinsip keberlanjutan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R., & Niravita, A. (2025). Editorial Introduction: Contemporary Issues on Advocacy and Legal Services. *Indonesian Journal of Advocacy and Legal Services*, 7(2), 291–296.
- Daskarata, H. A., Setiawan, W. I., Adiyatma, M. I., Prananto, M. A., Kamal, U., & Rajib, R. K. (2025). PRODUK RAMAH LINGKUNGAN DI INDONESIA LEGAL ANALYSIS OF GREENWASHING IN ENVIRONMENTALLY. *Jurnal Hukum Lingkungan*, 2, 10337–10347.
- Fikri, Muhammad Adymas Hikal, Yustina Dhian Novita, M. I. G. (2023). Development of the National Food System through Digitalization and Downstreaming to Strengthen National Food Security. *Indonesian Journal of Environmental Law and Sustainable Development*, 2, 23–34.
- Gunawan, D. (2025). Menelaah Greenwashing: Perlindungan Hukum Konsumen di Tengah Tren Produk Ramah Lingkungan Examining Greenwashing: Legal Protection of Consumers Amid The Trend of Environmentally Friendly Products

- PENDAHULUAN Dalam beberapa tahun terakhir , kesadaran mas. *LITRA : Jurnal Hukum Lingkungan Tata Ruang Dan Agraria*, 04(April).
- Nada, D. C., Adymas, N. A. P. M., & Hikal Fikri S.H., M. H. (2024). ANALISIS PENERAPAN ZERO WASTE DALAM PENGELOLAAN SAMPAH RUMAH TANGGA GUNA MENINGKATKAN KUALITAS LINGKUNGAN HIDUP. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2, 9–24.
- Nauri, M Maulvi Aldi, M Adymas Hikal Fikri, U. K. (2024). STRATEGI PENANGANAN LIMBAH BATERAI KENDARAAN LISTRIK DEMI MASA DEPAN INDONESIA YANG LEBIH BERSIH. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2, 177–194.
- Niravita, A., Masyhar, A., Chhachhar, V., Adymas, M., Fikri, H., & Semarang, U. N. (2025). The Potential of Criminal Sanctions in Indonesia ' s Spatial Planning Law from a Sustainable Development Perspective. *Indonesian Journal of Environmental Law and Sustainable Development*, 4(2), 375–408.
- Nirmalasari, R., Khomsani, A. A., Nur, D., Rahayu, M., Syahrudin, M., Anwar, M. R., Jennah, R., & Syafiyah, S. (2021). Pemanfaatan Limbah Sampah Plastik Menggunakan Metode Ecobrick di Desa Luwuk Kanan. *Jurnal Lingkungan*, 10(03), 469–477.
- Pricilla, F., Gerungan, A. E., & Ratulangi, S. (2025). Pengaturan hukum lingkungan terhadap praktik greenwashing di indonesia 1. *Jurnal Hukum Lingkungan*, 13(3), 12–13.