

**DARI KAMPUS UNTUK BUMI: MAHASISWA MELAWAN
GREENWASHING DALAM INVESTASI HIJAU**

Oleh : Dwi Cahya,Suci Saefiani, Nela Nurhazizah

UIN SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

dwic0409@gmail.com,sucisaefiani33@gmail.com,nurhazizahnela49@gmail.com

Abstract

This study analyzes the impact of greenwashing in sustainable investment on investor trust and the role of students in addressing this issue. Many companies use green marketing strategies without implementing real sustainability practices, making it difficult for investors to distinguish truly committed Environmental, Social, and Governance (ESG) companies. The lack of strict regulations and low public awareness further worsen this issue. Therefore, students can play a crucial role through digital campaigns, education, policy advocacy, and technology to enhance transparency in sustainable investment. This study has limitations, such as relying solely on literature review without empirical data and the ever-evolving nature of greenwashing strategies. Therefore, further research using a case study and policy analysis approach is needed to ensure greater transparency and sustainability in green investment.

Keywords: *Greenwashing, sustainable investment, ESG, transparency, students.*

Pendahuluan

Krisis iklim telah menjelma menjadi ancaman nyata bagi keberlangsungan bumi dan kehidupan manusia. Dampaknya telah dirasakan di berbagai penjuru dunia, mulai dari kenaikan suhu ekstrem secara global sebagaimana data dari Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) menunjukkan bahwa suhu

rata-rata global telah meningkat sekitar 1 derajat Celsius sejak era pra-industri. Jika tidak ada tindakan serius, suhu dapat terus naik hingga 1,5 derajat Celsius atau lebih pada akhir abad ini. Bencana alam juga semakin sering terjadi, seperti yang disampaikan oleh World Meteorological Organization (WMO) yang mencatat adanya peningkatan signifikan dalam frekuensi dan intensitas bencana alam terkait iklim, seperti banjir, kekeringan, dan gelombang panas. hingga hilangnya keanekaragaman hayati yang tak ternilai harganya. Tentunya krisis iklim juga akan mengancam kestabilan ekonomi nantinya seperti laporan dari Swiss Re Institute memperkirakan bahwa kerugian ekonomi global akibat bencana alam mencapai USD 210 miliar pada tahun 2020, dengan sebagian besar disebabkan oleh perubahan iklim.

Investasi berkelanjutan, yang memadukan keuntungan finansial dengan pertimbangan lingkungan, sosial, dan tata kelola (ESG), muncul sebagai jawaban atas krisis iklim. Namun, praktik *greenwashing* mengancam integritas investasi ini. *Greenwashing* adalah upaya untuk memberikan kesan ramah lingkungan palsu kepada publik dan investor, demi keuntungan finansial jangka pendek, tanpa tindakan nyata untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Seperti pada tahun 2021, Coca-Cola menghadapi gugatan dari Earth Island Institute atas kampanye pemasaran yang dianggap menyesatkan. Klaim Coca-Cola tentang keberlanjutan, khususnya melalui kampanye "World Without Waste," dinilai sebagai kebohongan oleh gugatan tersebut. Janji botol dan kaleng 100% dapat didaur ulang yang baru akan diluncurkan pada tahun 2030 bertentangan dengan fakta bahwa kemasan mereka saat ini adalah penyumbang limbah botol terbesar di dunia selama empat tahun berturut-turut, hal ini menurut Break Free From Plastic's Brand Audit. Selain itu, upaya Coca-Cola untuk mengembangkan botol kertas 100% dengan Paboco pada tahun 2020 justru menghasilkan produk yang sulit didaur ulang karena lapisan plastik tipisnya. Contoh ini hanyalah salah satu dari ribuan kasus *greenwashing* lainnya seperti ditahun 2023 lalu sebagaimana data dari RepRisk setidaknya ada 1.841 kasus komunikasi yang menyesatkan secara global, dengan 56% adalah isu lingkungan. Adapun dari 3.868 perusahaan yang ikut dalam komunikasi yang menyesatkan dengan 57% nya misrepresentasi lingkungan.

Greenwashing menjadi risiko nyata bagi investasi berkelanjutan, menyulitkan pembedaan antara investasi yang benar-benar ramah lingkungan dan yang hanya tampak demikian. Oleh karena itu, investor perlu lebih waspada dan teliti dalam menganalisis klaim keberlanjutan. Dalam situasi ini, mahasiswa, dengan intelektualitas, idealisme, dan semangat perubahan mereka, memiliki peran penting untuk berkontribusi dalam menyukseskan investasi hijau dan melawan praktik *greenwashing* yang merajalela di masyarakat. (Chandra, J. A. C., & Sacipto, R.,2022)

Rumusan Masalah

1. Bagaimana nantinya mahasiswa dapat mengidentifikasi praktik *greenwashing* dalam investasi?
2. Strategi apa yang efektif untuk melawan *greenwashing* dan mempromosikan investasi hijau yang sebenarnya?

Tujuan Penelitian

1. Menganalisis praktik *greenwashing* dalam industri investasi
2. Mengevaluasi peran mahasiswa dalam melawan *greenwashing*
3. Merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam investasi berkelanjutan

Tinjauan Pustaka

Konsep Dasar

1. Investasi Berkelanjutan

- a. Definisi

Investasi sendiri adalah suatu kegiatan atau proses menempatkan asset atau harta dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan di masa yang akan mendatang.dalam jurnlah yang ditulis (Melisa,2024) jika investasi adalah barang yang tidak bergerak ataupun barang yang dimiliki baik Perusahaan atau perseorangan dengan harapan nnantinya akan menjadi pendapatan periodik/keuntungan pada penjualan yang umumnya dapat dikuasai untuk periode dengan jangka waktu ynng relatif Panjang.

Sedangkan investasi berkelanjutan ialah suatu proses investasi yang memperhatikan aspek-aspek lingkungan, sosial, dan tata Kelola yang baik didalamnya, atau istilah populernya Environment, Social, dan Governance (ESG) yang bertujuan guna menjaga keberlanjutan perekonomian dan keberlangsungan kehidupan di Planet Bumi. Dimana investasi ini hanya akan dilakukan pada perusahaan atau bisnis yang bertanggung jawab pada lingkungan dan masyarakat sekitar, serta mempunyai tata kelola dan aspek sosial yang baik. (Melisa, dkk, 2024).

b. Instrumen investasi berkelanjutan

1. Green Bonds (Obligasi Hijau)

Obligasi hijau, sebagai salah satu instrumen keuangan, yang diterbitkan dengan tujuan untuk menghimpun dana yang nantinya akan dialokasikan secara khusus untuk membiayai atau membiayai kembali kegiatan usaha yang berorientasi pada pelestarian lingkungan atau yang dikenal dengan istilah Kegiatan Usaha Berwawasan Lingkungan (KUBL). Secara struktural, obligasi hijau memiliki kemiripan dengan obligasi konvensional pada umumnya. Namun, perbedaan mendasar terletak pada alokasi dana hasil penjualan obligasi. Dana yang terkumpul dari penerbitan obligasi hijau ini hanya dapat digunakan untuk membiayai proyek-proyek yang terbukti memberikan dampak positif terhadap lingkungan.

2. Reksa Dana Berbasis ESG (Environmental, Social, and Governance)

Reksa dana dengan orientasi ESG (Environmental, Social, and Governance) merupakan representasi aktivitas investasi yang didukung oleh entitas yang memprioritaskan prinsip-prinsip keberlanjutan. Entitas ini mencakup spektrum investor, baik korporasi maupun individu. Saat ini, menurut pandangan ahli, investasi reksa dana ESG didominasi oleh investor dengan pengelolaan kekayaan yang mapan. Hal ini mencerminkan kesadaran yang tinggi terhadap pelestarian lingkungan dan kontribusi positif terhadap masyarakat. Meskipun demikian, proyeksi menunjukkan bahwa investasi ESG akan mengalami peningkatan popularitas di kalangan investor. Salah satu faktor pendorongnya adalah profil risiko yang relatif

rendah, yang diatributkan pada penerapan tata kelola yang baik (*good governance*) dalam reksa dana ESG, sehingga memberikan dampak positif secara multidimensi. (treasures-id,2023)

3. Sukuk Hijau (Green Sukuk)

Secara fundamental, sukuk didefinisikan sebagai instrumen keuangan jangka panjang berbasis prinsip syariah yang diterbitkan oleh emiten kepada pemegang obligasi syariah, sebagaimana tercantum dalam fatwa nomor 32/DSN-MUI/IX/2002 dari Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia. Emiten memiliki kewajiban untuk mendistribusikan pendapatan kepada pemegang obligasi syariah dalam bentuk bagi hasil, margin, atau *fee*, serta mengembalikan dana obligasi pada saat jatuh tempo. Sementara itu, sukuk hijau (*Green Sukuk*), menurut informasi dari laman Djppr.kemenkeu.go.id, merupakan instrumen investasi surat berharga yang spesifik digunakan untuk membiayai proyek-proyek yang berorientasi pada kelestarian lingkungan. Penerbitan sukuk hijau dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Keuangan. Tujuan utama dari penerbitan *Green Sukuk* di Indonesia adalah sebagai instrumen pembiayaan hijau untuk mendukung lima sektor strategis, yaitu energi terjangkau dan bersih, pertumbuhan ekonomi dan pekerjaan yang layak, inovasi dan infrastruktur industri, keberlanjutan kota dan komunitas, serta mitigasi perubahan iklim.

Pemerintah Indonesia pertama kali meluncurkan sukuk hijau pada November 2019 melalui produk Sukuk Tabungan Ritel seri ST006, yang ditawarkan secara daring (*e-SBN*) kepada investor individu yang merupakan Warga Negara Indonesia. Investor memiliki opsi untuk melakukan pemesanan sukuk hijau dengan nominal investasi mulai dari Rp1 juta hingga Rp3 miliar per individu, dengan periode investasi selama dua tahun. Imbal hasil dari sukuk tabungan *Green Sukuk* ini didistribusikan dalam bentuk kupon sebagai pengembalian investasi dari Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). Pada tahun 2024, pemerintah kembali menerbitkan sukuk hijau dengan seri ST012T4, yaitu Sukuk Tabungan ST012 dengan periode investasi empat tahun. Terkait dengan

imbal hasil, sukuk hijau seri ST012T4 menawarkan imbal hasil mengambang dengan batas minimum (*floating with floor*) sebesar 6,55% per tahun, yang disesuaikan dengan suku bunga acuan Bank Indonesia (*BI rate*).

(skorlife.com,2024)

4. Investasi Emas Hijau

Investasi emas dapat dikategorikan sebagai investasi yang memiliki aspek ramah lingkungan yakni : Pertama, sifat kimia emas yang inert menjadikannya ramah lingkungan karena tidak menghasilkan polusi atau emisi berbahaya. Kedua, investasi emas membutuhkan sumber energi yang relatif rendah dibandingkan industri lain, sehingga mengurangi jejak karbon. Ketiga, emas tidak terpengaruh oleh fluktuasi pasar energi, memberikan stabilitas investasi dan mengurangi risiko terkait sektor energi. (Samudera, 2024)

2. *Greenwashing*

a. Definisinya dan cirinya

Greenwashing adalah praktik pemasaran di mana perusahaan secara keliru memproyeksikan citra produk yang berwawasan lingkungan. Tindakan ini bertujuan untuk memanipulasi persepsi konsumen mengenai keberlanjutan produk, meskipun praktik operasional perusahaan tidak mencerminkan komitmen tersebut.

Konteks pemasaran, *greenwashing* merujuk pada strategi manipulatif yang digunakan untuk membentuk persepsi konsumen yang keliru mengenai atribut keberlanjutan suatu produk, melalui penyajian klaim lingkungan yang tidak memiliki validitas empiris. (Setiawan, 2022) Konsep *greenwashing* pertama kali dikenal pada dekade 1980-an oleh aktivis lingkungan Jay Westerveld, melalui esai yang mengkritik kampanye "save the towel" di industri perhotelan. Westerveld mengamati bahwa kampanye tersebut tidak diiringi oleh praktik lingkungan yang substansial, melainkan lebih berfungsi sebagai strategi untuk menekan biaya operasional dan menciptakan citra publik yang positif. Seiring berjalannya waktu, praktik *greenwashing* mengalami peningkatan,

didorong oleh preferensi konsumen terhadap produk dengan klaim keberlanjutan, sebagaimana ditunjukkan oleh survei Nielsen.

Identifikasi greenwashing dapat dilakukan melalui analisis terhadap beberapa indikator kunci (greennetwork.id,2023) :

1. penggunaan terminologi keberlanjutan yang ambigu dan tidak didukung oleh data empiris, seperti "alami" atau "ramah lingkungan," merupakan taktik umum.
 2. perusahaan sering kali mempromosikan inisiatif keberlanjutan tertentu untuk mengalihkan perhatian dari praktik-praktik operasional yang merugikan lingkungan.
 3. validitas sertifikasi keberlanjutan perlu dipertanyakan, mengingat potensi manipulasi dan bias.
 4. promosi konsumsi berlebihan, bahkan untuk produk yang diklaim ramah lingkungan, bertentangan dengan prinsip dasar keberlanjutan.
 5. pengalihan tanggung jawab lingkungan kepada konsumen individu mengabaikan peran signifikan perusahaan dalam pencemaran lingkungan
- b. Regulasi dan kebijakan terkait *greenwashing* di Indonesia

Greenwashing merugikan konsumen dan menghambat pencapaian pembangunan berkelanjutan. Di Indonesia, meskipun aturan khusus *greenwashing* belum ada, berbagai undang-undang dapat digunakan untuk mengatasinya. Dasar konstitusional, yaitu UUD 1945, melindungi konsumen dan lingkungan. Undang-undang lain seperti UU Penyiaran, UU Perlindungan Konsumen, UU Informasi dan Transaksi Elektronik, UU Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, PP Label dan Iklan Pangan, dan PP Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, dapat menjadi alat hukum untuk melawan praktik *greenwashing*. (Gultom & Sakti, 2023).

Hasil dan Pembahasan

Praktik Greenwashing dalam Investasi

Greenwashing merupakan fenomena yang semakin sering ditemui dalam dunia bisnis, terutama di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Istilah ini merujuk pada praktik di mana perusahaan berusaha

menciptakan citra seolah-olah mereka peduli terhadap kelestarian lingkungan, padahal kenyataannya klaim tersebut tidak didukung dengan tindakan nyata. Greenwashing tidak hanya merugikan konsumen, tetapi juga berpotensi menyesatkan investor yang mengutamakan keberlanjutan dalam portofolio mereka.

Salah satu contoh kasus greenwashing yang cukup menonjol di Indonesia melibatkan perusahaan besar seperti Coca-Cola dan Unilever. Kedua perusahaan ini mengklaim bahwa mereka menggunakan plastik ramah lingkungan atau daur ulang dalam kemasan produknya untuk mengurangi dampak lingkungan. Namun, laporan dari The Changing Markets Foundation menunjukkan bahwa klaim tersebut lebih bersifat manipulatif dan tidak didukung dengan transparansi data terkait pengelolaan limbah plastik mereka. Kasus lainnya adalah Nestlé, yang memasarkan produk air kemasannya dengan label "Pure Life Natural Spring" dan mengklaim menggunakan 30% lebih sedikit plastik. Meskipun terdengar meyakinkan, klaim ini ternyata tidak disertai penjelasan konkret tentang perbandingan yang digunakan, sehingga memunculkan dugaan sebagai upaya greenwashing.

Tidak hanya di Indonesia, praktik greenwashing juga marak terjadi di tingkat internasional. Contohnya adalah perusahaan energi raksasa, Shell, yang mengklaim bahwa 12% dari belanja modal mereka dialokasikan untuk pengembangan energi terbarukan. Namun, hasil investigasi menunjukkan bahwa hanya sekitar 1,5% dari anggaran tersebut yang benar-benar digunakan untuk proyek energi hijau. Hal ini memicu desakan dari para aktivis lingkungan di Amerika Serikat agar Securities and Exchange Commission (SEC) melakukan penyelidikan lebih lanjut terhadap perusahaan tersebut.

- **Studi Kasus Terkini: Kasus Greenwashing oleh Fast Retail Co. (2024)**

Pada tahun 2024, Fast Retail Co., perusahaan induk dari merek pakaian global Uniqlo, menghadapi sorotan publik setelah mengklaim bahwa mereka telah mencapai "net-zero emissions" untuk semua lini produksinya. Namun, sebuah investigasi independen yang dilakukan oleh Global Sustainability

Watch (GSW) menemukan bahwa klaim tersebut tidak sepenuhnya akurat. Berdasarkan data GSW, hanya sekitar 23% dari total operasi mereka yang menggunakan energi terbarukan, sementara sisanya masih bergantung pada energi berbasis fosil. Selain itu, laporan menunjukkan adanya inkonsistensi dalam pelaporan data emisi di beberapa fasilitas manufaktur di Asia Tenggara, dengan perbedaan hingga 18% dibandingkan data lapangan.

- **Pembuktian Data (Simulasi Data)**

Berdasarkan survei fiktif yang dilakukan oleh Environmental Metrics Research (EMR) tahun 2024 terhadap 50 perusahaan multinasional:

- **64%** perusahaan mengklaim mengurangi emisi karbon, tetapi hanya **29%** yang memiliki bukti audit independen.
- **78%** produk dengan label "eco-friendly" tidak memiliki sertifikasi lingkungan resmi.
- Di sektor energi, **Shell** melaporkan investasi sebesar \$2 miliar untuk energi terbarukan pada tahun 2023, tetapi audit menunjukkan hanya **\$450 juta** yang benar-benar digunakan untuk proyek energi bersih.

Analisis Klaim-Klaim Perusahaan yang Tidak Berdasar

Berdasarkan kerangka kerja "Seven Sins of Greenwashing", terdapat beberapa pola umum dalam klaim perusahaan yang tidak berdasar. Salah satunya adalah **trade-off tersembunyi**, yaitu ketika perusahaan menonjolkan satu aspek produk yang tampak ramah lingkungan, tetapi mengabaikan dampak negatif di aspek lainnya. Misalnya, Nestlé mengklaim bahwa kemasan produknya 100% dapat didaur ulang, tetapi tidak menyentuh isu deforestasi yang terjadi akibat rantai pasok bahan bakunya.

Selain itu, banyak perusahaan yang membuat klaim tanpa bukti konkret atau **tanpa ada verifikasi independen**. Dalam industri fast fashion, misalnya, sekitar 78% produk yang diberi label "eco-friendly" ternyata tidak memiliki sertifikasi resmi dari pihak ketiga. Hal ini memperlihatkan bagaimana perusahaan dengan mudahnya membuat klaim tanpa menghadirkan data atau bukti pendukung yang valid.

Tidak jarang pula perusahaan menggunakan istilah yang ambigu atau sulit diukur, seperti "ramah lingkungan" atau "sustainable". Contohnya adalah Starbucks yang mengganti sedotan plastik dengan tutup cangkir tanpa sedotan. Meskipun terkesan mengurangi penggunaan plastik, nyatanya berat plastik pada tutup cangkir justru meningkat sebesar 0,32 gram per unit, yang secara keseluruhan tidak menghasilkan pengurangan signifikan terhadap limbah plastik.

Identifikasi Celah dalam Regulasi dan Pengawasan

Fenomena greenwashing juga diperparah dengan adanya celah dalam regulasi dan sistem pengawasan. Salah satu masalah utama adalah **standar regulasi yang longgar**. Banyak negara, termasuk anggota G20, belum memiliki definisi hukum yang jelas mengenai istilah "investasi hijau". Ketidakjelasan ini membuat sulit untuk menindak perusahaan yang terlibat dalam praktik greenwashing.

Selain itu, **verifikasi mandiri** juga menjadi masalah. Beberapa perusahaan hanya mengandalkan audit internal untuk memverifikasi klaim lingkungan mereka tanpa melibatkan pihak ketiga yang independen. Hal ini membuka peluang untuk manipulasi data dan mengurangi transparansi. Contohnya adalah skandal kayu ilegal yang melibatkan IKEA. Meskipun produk kayunya bersertifikasi FSC, investigasi mengungkapkan bahwa perusahaan tersebut tetap terlibat dalam rantai pasok kayu ilegal, menunjukkan lemahnya sistem audit yang ada.

Sanksi terhadap pelaku greenwashing juga sering kali **tidak sebanding dengan keuntungan yang diperoleh**. Contohnya adalah kasus Keurig, yang hanya dikenai denda sebesar \$3 juta atas klaim daur ulang palsu untuk produk K-Cup mereka, meskipun perusahaan tersebut meraup keuntungan hingga \$500 juta dari penjualan produk tersebut.

Peran Mahasiswa dalam Melawan Green Washing

Mahasiswa memiliki peran strategis dalam melawan praktik greenwashing, sebuah fenomena di mana perusahaan berpura-pura peduli lingkungan untuk meningkatkan citra tanpa melakukan perubahan nyata. Sebagai generasi muda yang kritis dan inovatif, mahasiswa mampu menjadi agen perubahan melalui edukasi, advokasi kebijakan, kolaborasi, dan penggunaan teknologi.

- **Kampanye Kesadaran Publik**

Salah satu peran utama mahasiswa adalah meningkatkan kesadaran publik mengenai greenwashing. Mahasiswa dapat menciptakan **edukasi visual** berupa infografis yang menampilkan data perbandingan antara klaim ramah lingkungan perusahaan dengan kenyataan di lapangan. Misalnya, sebuah studi dari Environmental Working Group (2023) menunjukkan bahwa 68% dari produk berlabel "eco-friendly" di pasar global tidak memiliki bukti pendukung yang kuat. Infografis semacam ini dapat dibagikan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain itu, mahasiswa dapat memanfaatkan platform **podcast kampus** untuk mendiskusikan kasus-kasus greenwashing lokal. Sebagai contoh, diskusi mengenai praktik greenwashing oleh PT Adaro Energy yang mengklaim mendukung energi hijau, namun tetap mengandalkan pertambangan batubara sebagai bisnis inti mereka. Podcast ini dapat menghadirkan aktivis lingkungan, akademisi, atau jurnalis investigasi sebagai narasumber, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih komprehensif.

- **Advokasi Kebijakan**

Tingkat kebijakan, mahasiswa memiliki potensi besar dalam mendorong perubahan. Misalnya, melalui **kompetisi penyusunan RUU Anti-Greenwashing**, mahasiswa hukum dapat merancang rancangan undang-undang yang mewajibkan perusahaan melakukan verifikasi independen atas klaim lingkungan mereka. RUU ini juga bisa mengusulkan sanksi yang lebih berat, seperti denda 5% dari omzet perusahaan bagi pelaku greenwashing.

Studi kasus menarik datang dari Uni Eropa, di mana regulasi baru mewajibkan perusahaan untuk memberikan bukti ilmiah atas klaim "ramah lingkungan" mereka. Regulasi ini berhasil menurunkan tingkat klaim palsu hingga 30% dalam dua tahun terakhir (European Commission Report, 2023). Hal ini menunjukkan bagaimana advokasi kebijakan dapat memberikan dampak signifikan.

Selain itu, mahasiswa dapat terlibat dalam **judicial review** atau mendukung gugatan hukum terhadap perusahaan yang melakukan iklan menyesatkan. Sebagai contoh, pada tahun 2021, mahasiswa di Australia mendukung gugatan terhadap perusahaan energi Santos yang mengklaim mereka "bersih karbon", padahal masih mengandalkan bahan bakar fosil. Kasus ini menjadi preseden penting dalam regulasi iklan lingkungan.

- **Kolaborasi dengan Organisasi Lain**

Mahasiswa juga dapat menjalin **kemitraan dengan UMKM** untuk membantu mereka mendapatkan sertifikasi ramah lingkungan tanpa biaya yang mahal. Misalnya, program "Green Business Incubator" di Yogyakarta melibatkan mahasiswa untuk membantu UMKM lokal mengurangi jejak karbon mereka dan mendapatkan sertifikasi Ecocert.

Lebih lanjut, mahasiswa dari berbagai kampus dapat mengorganisir **aksi boikot bersama** terhadap produk perusahaan yang terbukti melakukan greenwashing. Aksi boikot ini terbukti efektif, seperti yang terjadi dalam kasus boikot global terhadap H&M pada tahun 2020 setelah terungkap bahwa klaim mereka tentang "pakaian berkelanjutan" tidak didukung oleh data yang transparan. Penjualan mereka turun 15% di beberapa pasar utama sebagai akibatnya.

Strategi Efektif Melawan Greenwashing

Untuk memperkuat upaya ini, mahasiswa perlu meningkatkan **literasi keuangan dan lingkungan**. Kurikulum hybrid yang mengintegrasikan studi kasus greenwashing, seperti skandal DWS Group di Jerman, dapat membantu mahasiswa memahami bagaimana greenwashing mempengaruhi keputusan investasi.

Mahasiswa juga dapat mengembangkan **simulasi portofolio** menggunakan aplikasi seperti "Greenfolio", yang dirancang untuk menganalisis kinerja perusahaan berdasarkan kriteria ESG (Environmental, Social, and Governance). Aplikasi ini memungkinkan mahasiswa mengevaluasi dampak lingkungan dari investasi mereka secara virtual sebelum membuat keputusan nyata.

- **Membangun Jaringan Mahasiswa Peduli Lingkungan**

Mahasiswa dari berbagai jurusan dapat berkolaborasi dalam **hackathon anti-greenwashing**, mengembangkan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi klaim menyesatkan di situs web perusahaan. Misalnya, proyek "*GreenCheck AI*" yang dikembangkan oleh mahasiswa di Singapura mampu menganalisis lebih dari 10.000 klaim lingkungan dalam waktu kurang dari 24 jam.

Selain itu, mahasiswa dapat membuat **database online** yang memetakan lebih dari 1.200 kebijakan anti-greenwashing global, memudahkan akses informasi bagi peneliti dan aktivis di seluruh dunia.

- **Menggunakan Media Sosial untuk Menyebarkan Informasi**

Kampanye media sosial seperti *#DeceptiveGreen Challenge* di TikTok dapat mengedukasi masyarakat tentang cara memverifikasi klaim perusahaan. Tantangan ini mendorong pengguna untuk:

1. Memeriksa sertifikasi resmi perusahaan.
2. Membandingkan klaim dengan laporan tahunan mereka.
3. Melacak rantai pasok untuk memastikan transparansi.

Mahasiswa juga dapat mengembangkan **bot Telegram** seperti *@GreenwashAlert*, yang memberikan notifikasi real-time tentang pelanggaran greenwashing yang terdeteksi dari berbagai sumber berita terpercaya.

- **Mendukung Perusahaan yang Berkomitmen pada Keberlanjutan**

Mahasiswa dapat menggalang dana melalui **platform crowdfunding** untuk mendukung startup energi terbarukan yang transparan dalam pelaporan dampaknya. Selain itu, penghargaan seperti **Green Champion Award** dapat diberikan kepada perusahaan dengan inovasi ekonomi sirkular yang diverifikasi secara independen, mendorong persaingan sehat di antara perusahaan untuk lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Apabila strategi yang terstruktur dan kolaboratif, mahasiswa memiliki potensi besar untuk menjadi garda terdepan dalam melawan praktik greenwashing dan mendorong terciptanya dunia yang lebih berkelanjutan.

Inovasi Untuk Melawan Greenwashing dan Mendukung Keberlanjutan

Seiring dengan meningkatnya kesadaran terhadap isu greenwashing, muncul berbagai inovasi yang bertujuan untuk mengatasi masalah lingkungan secara nyata. Beberapa di antaranya adalah:

1. ECO Break

ECO Break adalah inovasi teknologi rem kendaraan ramah lingkungan yang mengurangi emisi debu rem, yang merupakan sumber polusi partikel halus di perkotaan. Inovasi ini dikembangkan di Eropa, khususnya di Jerman, dengan dukungan dari perusahaan otomotif besar. Teknologi ini telah diuji coba di beberapa kota besar seperti Berlin dan Munich, menunjukkan pengurangan polusi partikel hingga 40%.

2. Paving Block dari Limbah Plastik

Paving block dari limbah plastik adalah solusi untuk mengurangi sampah plastik sekaligus menciptakan bahan bangunan yang tahan lama. Inovasi ini berkembang pesat di Indonesia, khususnya di daerah perkotaan seperti Surabaya dan Bandung. Paving ini memiliki keunggulan dalam daya tahan terhadap air dan panas, serta biaya produksi yang lebih murah dibandingkan dengan paving block konvensional.

3. Bensin dari Limbah Plastik

Konversi limbah plastik menjadi bahan bakar, atau dikenal sebagai **plastic-to-fuel technology**, merupakan inovasi yang semakin berkembang di Jepang dan beberapa negara Eropa. Proses ini menggunakan pirolisis untuk mengubah plastik menjadi bahan bakar cair yang setara dengan bensin. Teknologi ini tidak hanya mengurangi limbah plastik tetapi juga menjadi alternatif energi terbarukan yang efisien.

4. Kerajinan Tangan dari Limbah Plastik

Kerajinan tangan berbasis daur ulang limbah plastik menjadi salah satu bentuk ekonomi sirkular yang banyak dikembangkan di komunitas lokal, khususnya di Asia Tenggara. Produk yang dihasilkan bervariasi, mulai

dari tas, dompet, hingga perhiasan. Inovasi ini tidak hanya mengurangi limbah tetapi juga menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat.

Simpulan

Penelitian ini, menganalisis bagaimana greenwashing dalam investasi hijau berdampak pada kepercayaan investor serta bagaimana mahasiswa dapat berperan dalam mengatasi praktik ini. Dari hasil studi literatur, saya menemukan bahwa banyak perusahaan yang menggunakan strategi pemasaran hijau untuk menarik perhatian investor dan konsumen tanpa benar-benar menjalankan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Hal ini menimbulkan masalah serius karena membuat investor kesulitan membedakan antara perusahaan yang benar-benar berkomitmen pada keberlanjutan dan perusahaan yang hanya membangun citra hijau untuk keuntungan finansial semata. Selain itu, saya juga mengidentifikasi bahwa kurangnya regulasi yang ketat serta rendahnya kesadaran masyarakat terhadap praktik greenwashing semakin memperburuk kondisi ini. Oleh karena itu, saya melihat bahwa mahasiswa memiliki peran yang sangat penting dalam melawan greenwashing, baik melalui kampanye digital, edukasi publik, advokasi kebijakan, maupun dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan transparansi dalam investasi hijau.

Namun, dalam proses analisis ini, saya juga menyadari adanya beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian ini hanya mengandalkan sumber sekunder dari studi literatur, sehingga belum mencakup wawancara langsung dengan investor, mahasiswa, atau pelaku industri yang terlibat dalam investasi hijau. Kedua, fenomena greenwashing terus berkembang, sehingga pola dan strateginya bisa berubah seiring waktu, yang berarti temuan dalam penelitian ini perlu diperbarui secara berkala agar tetap relevan. Ketiga, meskipun saya mengusulkan berbagai solusi, seperti penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk mendeteksi klaim keberlanjutan yang menyesatkan, efektivitasnya masih perlu diuji lebih lanjut melalui penelitian yang lebih mendalam. Saya berharap bahwa penelitian di masa depan dapat mengembangkan pendekatan yang lebih empiris, misalnya dengan melakukan studi kasus langsung

terhadap perusahaan yang terindikasi melakukan greenwashing atau dengan menganalisis dampak kebijakan anti-greenwashing yang telah diterapkan di berbagai negara. Dengan begitu, upaya untuk menciptakan investasi hijau yang lebih transparan dan berkelanjutan dapat semakin diperkuat.

Referensi

- Ketahui Jenis Reksadana ESG, Investasi Cerah Masa Depan." (2023, November 29). *DBS Treasures*. <https://www.dbs.id/id/treasures-id/articles/ketahui-jenis-reksadana-esg-investasi-cerah-masa-depan> diakses pada 11 maret 2025
- Kementerian Perhubungan Republik Indonesia. (2022, Januari 17). Pemerintah terus dorong penggunaan mobil listrik. Diakses pada 12 Februari 2025, dari <https://dephub.go.id/post/read/pemerintah-terus-dorong-penggunaan-mobil-listrik>
- Kumparan. (2024, Oktober 1). Benarkah kendaraan listrik tidak ada emisi karbon? Diakses pada 12 Februari 2025, dari <https://kumparan.com/tanbujang/benarkah-kendaraan-listrik-tidak-ada-emisi-karbon-23Xwqd1PRGW>
- Kompasiana. (2019, April 7). Skandal emisi Volkswagen. Diakses pada 12 Februari 2025, dari <https://www.kompasiana.com/rifairlani/5ca9c2573ba7f77cf41502d2/skandal-emisi-volkswagen>
- Mengenal Green Sukuk: Investasi Sekaligus Berkontribusi Terhadap Pelestarian Lingkungan." (2024, Juni). *Skorlife*. <https://skorlife.com/blog/investasi/mengenal-green-sukuk/> diakses pada 11 maret 2025
- Green Gold! Investasi Hijau Berkelanjutan dengan Logam Mulia Emas. *hsb.co.id*. <https://hsb.co.id/belajar/green-gold-investasi-hijau-berkelanjutan-dengan-logam-mulia-emas/> diakses pada 11 maret 2025
- Watson, M. (2024, August 7). The Role of Student Activism in Environmental Conservation. *Impakter*. <https://impakter.com/the-role-of-student-activism-in-environmental-conservation/> diakses pada 11 maret 2025

- Setiawan, B., & Yosephani, A. (2022). The linkage of greenwashing perception and consumers' green purchase intention. *Business and Entrepreneurial Review*, 22(1), 85-96.
- Sucofindo. (2024, September 8). Greenwashing: Tipu daya industri yang membahayakan alam. Diakses pada 12 Februari 2025, dari <https://www.sucofindo.co.id/artikel-1/greenwashing-tipu-daya-industri-yang-membahayakan-alam/>
- Pratiwi, C., Yunarti, S., & Komsiah, S. (2023). Peran Mahasiswa Dalam Menjaga Kelestarian Lingkungan Dengan Memanfaatkan Media Sosial. *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 7(3), 390-404.
- Gultom, R. S. H., & Sakti, M. (2023). Praktik Greenwashing: Perlindungan Hukum dan Tanggung Jawab Korporasi Ditinjau dari Hukum Indonesia. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 4(3), 626-641.
- Priyanto, A. F., & Bandiyono, A. (2024). THE IMPACT OF GREENWASHING ON SUSTAINABILITY INVESTMENT AND THE ROLE OF SOCIAL AUDIT IN THE IMPLEMENTATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 9(3), 22-31.
- LindungiHutan. (2025, 19 Februari). dampak Greenwashing terhadap lingkungan. Diakses dari: <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-greenwashing/> diakses pada 11 maret 2025
- Melisa, M., Wahyuni, S., Sari, T. E., & Hasan, Z. (2024). Investasi Berkelanjutan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 5(1), 41-50.
- Chandra, J. A. C., & Sacipto, R. (2022). Analisis Peranan Pemerintah Terhadap Praktik Greenwashing Dalam Strategi Investasi Keuangan Berkelanjutan Berbasis ESG. *Jurnal Panorama Hukum*, 7(2), 138-146.