

IDENTIFIKASI *GREENWASHING* ATAU *GREENWISHING* PADA PERUSAHAAN RETAIL DI INDONESIA: EVALUASI LAPORAN KEBERLANJUTAN

IDENTIFICATION OF GREENWASHING OR GREENWASHING IN RETAIL COMPANIES IN INDONESIA: EVALUATION OF SUSTAINABILITY REPORTS

Fety Widiанти Aptasari^{1*}, Ni Putu Ari Aryawati², dan Muhammad Helmi Falah³

^{1,3}Universitas Mataram

²Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

*Email Penulis Korespondensi: fetyaptasari@staff.unram.ac.id

Diserahkan: 28/08/2024; Diperbaiki: 18/09/2024; Disetujui: 07/11/2024

DOI : 10.47441/jkp.v19i2.382

Abstrak

Penelitian ini mengevaluasi pengungkapan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai oleh perusahaan retail di Indonesia serta mengidentifikasi praktik *greenwashing* dan *greenwishing* dalam laporan keberlanjutan mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis laporan keberlanjutan dari tiga perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI): PT Matahari Department Store Tbk, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, dan PT Sona Topas Tourism Industry Tbk, yang dipilih karena secara konsisten menerbitkan laporan keberlanjutan dari 2020 hingga 2023 serta memiliki pengaruh signifikan di industri retail Indonesia. Data diambil dari laporan keberlanjutan perusahaan, yang mencakup kebijakan lingkungan dan sosial, serta inisiatif tanggung jawab sosial. Proses analisis dilakukan dengan mengidentifikasi tema terkait klaim keberlanjutan, seperti pengurangan emisi karbon dan pengelolaan lingkungan, serta mengevaluasi apakah klaim tersebut didukung bukti nyata atau hanya bersifat *superficial greenwashing/greenwishing*. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun pelaporan keberlanjutan menjadi bagian penting dari strategi bisnis, tantangan transparansi dan akurasi masih ada. Praktik *greenwashing* terdeteksi, di mana perusahaan mempromosikan inisiatif lingkungan kecil namun mengabaikan dampak negatif yang lebih besar. Sementara itu, *greenwishing* ditandai dengan ambisi keberlanjutan yang tidak didukung rencana konkret. Studi ini menekankan pentingnya standar pelaporan yang lebih transparan dan audit independen untuk memastikan komitmen nyata terhadap keberlanjutan. Rekomendasi mencakup peningkatan transparansi, akuntabilitas dalam pelaporan, serta peran akuntansi dalam mendeteksi *greenwashing* dan *greenwishing*, guna memastikan perusahaan benar-benar menjalankan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Kata Kunci: *Greenwashing, Greenwishing, CSR*

Abstract

This study evaluates the disclosure of single-use plastic reduction policies by retail companies in Indonesia and identifies greenwashing and green-wishing practices in their sustainability reports. This study uses a qualitative approach to analyze the sustainability reports of three retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX): PT Matahari Department Store Tbk, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, and PT Sona Topas Tourism Industry Tbk, which were selected because they have consistently published sustainability reports from 2020 to 2023 and have significant influence in the Indonesian retail industry. Data are taken from the companies' sustainability reports, which cover environmental and social policies, as well as social responsibility initiatives. The analysis process is carried out by identifying themes related to sustainability claims, such as carbon emission reduction

and environmental management, and evaluating whether these claims are supported by real evidence or are merely superficial greenwashing/green-wishing. This study found that although sustainability reporting is an important part of business strategy, transparency, and accuracy challenges still exist. Greenwashing practices were detected, where companies promote small environmental initiatives but ignore larger negative impacts. Green-wishing is characterized by sustainability ambitions but not supported by concrete plans. The study stresses the importance of more transparent reporting standards and independent audits to ensure a real commitment to sustainability. Recommendations include increasing transparency, accountability in reporting, and the role of accounting in detecting greenwashing and green-wishing, to ensure companies are truly implementing socially and environmentally responsible business practices.

Keywords: *Greenwashing, Greenwashing, CSR*

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, penggunaan plastik sekali pakai telah meningkat pesat, menjadikannya salah satu masalah lingkungan global yang paling mendesak. Salah satu kontributor penggunaan plastik sekali pakai adalah perusahaan retail. Plastik sekali pakai memiliki masa pakai yang sangat singkat namun waktu dekomposisinya dapat mencapai hingga 1000 tahun (Rajmohan et al., 2019; Bano et al., 2020). Selama proses dekomposisi yang sangat lama ini, plastik yang tidak dikelola dengan baik dapat mencemari tanah, air, dan makanan, yang pada gilirannya mengancam kesehatan manusia serta keseimbangan ekosistem (Sari, 2022; Xanthos & Walker, 2017).

Oleh karenanya pengembangan alternatif seperti bioplastik berperan dalam mengurangi dampak plastik sekali pakai. Bioplastik, yang dibuat dari bahan baku terbarukan seperti sisa makanan, menawarkan potensi sebagai pengganti plastik konvensional dalam kemasan (Faridah, 2022). Meskipun bioplastik menawarkan solusi yang lebih ramah lingkungan, adopsinya masih terbatas dan memerlukan pengembangan lebih lanjut untuk menjadi alternatif yang *viable* (Faridah, 2022). Upaya lainnya seperti kampanye publik, program pendidikan, hingga pembuatan kebijakan dan peraturan pemerintah juga dilakukan untuk mengurai penggunaan plastik sekali pakai (Geiger et al., 2021; Heidbreder et al., 2019; Macintosh et al., 2020; Schnurr et al., 2018). Pendekatan regulasi seperti larangan dan pungutan dapat menimbulkan reaktansi negatif dan mengurangi motivasi intrinsik dari masyarakat (Deci & Ryan, 2012) Jehangir et al., 2022; Kish, 2018). Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi bagaimana kebijakan ini diimplementasikan dan dilaporkan oleh perusahaan.

Berdasar kondisi tersebut, banyak negara telah menerapkan undang-undang terkait pengurangan plastik sekali pakai, seperti larangan dan pungutan terhadap kantong plastik (Excell et al., 2018). Namun, efektivitas kebijakan ini sangat bergantung pada cara implementasi dan pelaporan. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengungkapan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai oleh perusahaan.

Pengungkapan kebijakan merujuk pada sejauh mana perusahaan secara terbuka mengomunikasikan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai mereka kepada publik. Transparansi dalam pengungkapan penting untuk membangun kepercayaan dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen dan pemangku kepentingan. Pengungkapan yang jelas memungkinkan masyarakat untuk memahami komitmen perusahaan terhadap pengurangan plastik dan menilai seberapa serius perusahaan dalam menerapkan kebijakan tersebut.

Untuk menciptakan citra positif, banyak perusahaan, terutama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) telah mulai mengadopsi praktik pelaporan keberlanjutan sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Laporan keberlanjutan ini mencakup berbagai aspek, mulai dari pengelolaan emisi karbon hingga kontribusi terhadap komunitas lokal. Di Indonesia, kesadaran akan pentingnya keberlanjutan telah meningkat, terutama seiring

dengan dorongan global menuju praktik bisnis yang lebih bertanggung jawab. Banyak perusahaan mengklaim bahwa mereka berkomitmen untuk menjalankan bisnis yang berkelanjutan dan hal ini sering kali tercermin dalam laporan keberlanjutan yang mereka publikasikan. Laporan-laporan tersebut bertujuan untuk mengkomunikasikan upaya perusahaan dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan memberikan kontribusi positif kepada masyarakat. Namun, meskipun adopsi pelaporan keberlanjutan ini tampaknya merupakan langkah maju, muncul kekhawatiran mengenai keaslian klaim yang dibuat dalam laporan-laporan tersebut. Hal ini membawa kita pada fenomena yang dikenal sebagai *greenwashing*.

Greenwashing adalah praktik di mana perusahaan atau organisasi memberikan kesan bahwa mereka peduli terhadap lingkungan atau melakukan tindakan ramah lingkungan, padahal kenyataannya klaim tersebut tidak didukung oleh tindakan nyata yang signifikan atau bahkan menyesatkan (de Freitas Netto *et al.*, 2020) (Adamkiewicz *et al.*, 2022). Perusahaan mungkin menggunakan istilah atau simbol yang ramah lingkungan dalam pemasaran mereka untuk menarik konsumen yang peduli dengan keberlanjutan, meskipun praktik bisnis mereka tidak benar-benar ramah lingkungan. Contoh *greenwashing*: (1) Mengklaim produk sebagai "biodegradable" tanpa menjelaskan kondisi spesifik yang diperlukan agar produk tersebut benar-benar terurai secara hayati; (2) Menggunakan label "ramah lingkungan" tanpa sertifikasi yang jelas atau bukti dari pihak ketiga yang independen; (3) Menggembar-gemborkan inisiatif kecil atau satu kali sebagai tanda komitmen terhadap keberlanjutan, padahal bagian terbesar dari operasi bisnis tetap tidak berkelanjutan. Tujuan *greenwashing* biasanya adalah untuk meningkatkan citra perusahaan tanpa harus melakukan perubahan signifikan pada operasi bisnis yang sebenarnya. Ini bisa menyesatkan konsumen dan menghambat kemajuan dalam upaya pelestarian lingkungan.

Greenwashing, di sisi lain, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan situasi di mana perusahaan atau organisasi memiliki niat atau harapan untuk menjadi lebih ramah lingkungan, tetapi upaya mereka belum sepenuhnya nyata atau terlaksana. Ini lebih merupakan aspirasi atau keinginan yang belum sepenuhnya diwujudkan dalam tindakan konkret dan berkelanjutan (Fisher *et al.*, 2023). Contoh *greenwashing*: (1) Sebuah perusahaan menetapkan target ambisius untuk mengurangi emisi karbon tetapi belum memiliki rencana yang jelas atau tindakan yang cukup untuk mencapainya; (2) Mengumumkan inisiatif lingkungan dengan niat baik, tetapi belum ada hasil yang signifikan atau ada kesenjangan besar antara niat dan pelaksanaan; (3) *Greenwashing* biasanya lahir dari niat baik, tetapi mungkin terbentur oleh tantangan dalam implementasi, keterbatasan sumber daya, atau pengetahuan yang diperlukan untuk mencapai tujuan lingkungan tersebut. Ini bisa dianggap sebagai bentuk optimisme yang belum sepenuhnya terealisasi.

Greenwashing lebih berbahaya dan tidak etis karena perusahaan dengan sengaja menyesatkan publik tentang tindakan mereka untuk tujuan pemasaran, tanpa adanya niat tulus untuk mendukung keberlanjutan. Di sisi lain, meskipun *greenwashing* bisa mengecewakan, tidak seberbahaya *greenwashing* karena biasanya berasal dari niat baik, meski belum sepenuhnya terealisasi. *Greenwashing* dapat menjadi langkah awal yang positif jika perusahaan terus berusaha untuk mewujudkan niat mereka menjadi tindakan nyata.

Maka dari pada itu, akuntansi memiliki peran penting dalam penyusunan dan verifikasi laporan keberlanjutan. Secara tradisional, akuntansi berfokus pada pengukuran dan pelaporan informasi keuangan. Namun, dengan meningkatnya perhatian terhadap isu-isu keberlanjutan, peran akuntansi telah berkembang untuk mencakup pengukuran dan pelaporan dampak lingkungan dan sosial. Ini dikenal sebagai akuntansi keberlanjutan atau akuntansi lingkungan dan sosial. Metodologi dan prinsip yang digunakan dalam akuntansi keberlanjutan bertujuan untuk memastikan bahwa laporan keberlanjutan perusahaan memberikan gambaran yang akurat dan transparan mengenai kinerja non-finansial mereka. Standar pelaporan seperti *Global Reporting Initiative* (GRI) dan *Sustainability Accounting*

Standards Board (SASB) menyediakan kerangka kerja yang membantu perusahaan mengukur dan melaporkan kinerja keberlanjutan mereka.

Namun, meskipun standar ini memberikan panduan yang berguna, penerapannya sering kali bervariasi antar perusahaan. Beberapa perusahaan mungkin hanya mengikuti sebagian dari pedoman tersebut, sementara yang lain mungkin menafsirkannya dengan cara yang menguntungkan mereka. Ini menciptakan peluang untuk *greenwashing*, di mana perusahaan dapat menyoroti aspek-aspek yang positif sambil mengabaikan atau menyembunyikan dampak negatifnya. Tantangan utama dalam akuntansi keberlanjutan adalah memastikan bahwa informasi yang disajikan dalam laporan keberlanjutan adalah akurat dan dapat dipercaya. Akuntansi harus mampu mengidentifikasi dan mengukur dampak lingkungan dan sosial dengan cara yang dapat diaudit dan sebanding. Namun, dalam praktiknya, hal ini sering kali tidak mudah dilakukan.

Pengukuran dampak lingkungan dan sosial sering kali lebih kompleks dan kurang standar dibandingkan dengan pengukuran keuangan tradisional. Misalnya, mengukur dampak perubahan iklim dari operasi perusahaan membutuhkan data yang akurat dan memadai, termasuk data dari seluruh rantai pasokan, yang sering kali sulit diperoleh. Selain itu, *greenwashing* dapat memiliki dampak negatif yang signifikan, baik terhadap reputasi perusahaan yang terlibat maupun terhadap kepercayaan masyarakat terhadap pelaporan keberlanjutan secara umum. Ketika pemangku kepentingan menyadari bahwa mereka telah ditipu oleh klaim keberlanjutan yang tidak akurat, kepercayaan mereka terhadap perusahaan dan pelaporan keberlanjutan secara keseluruhan dapat hilang. Ini dapat mengurangi efektivitas laporan keberlanjutan sebagai alat untuk mendorong perubahan positif dalam praktik bisnis. Lebih jauh lagi, *greenwashing* dapat menghalangi investasi dalam solusi berkelanjutan yang sejati, karena investor menjadi lebih skeptis terhadap klaim keberlanjutan yang dibuat oleh perusahaan.

Meskipun akuntansi keberlanjutan memiliki potensi untuk mengurangi risiko *greenwashing*, deteksi dan pencegahan *greenwashing* tetap menjadi tantangan besar. Salah satu alasan utama adalah bahwa standar pelaporan keberlanjutan masih belum sepenuhnya diadopsi secara universal, dan interpretasinya bervariasi antar perusahaan. Ini memberikan ruang bagi perusahaan untuk memanipulasi metrik yang mereka gunakan untuk melaporkan kinerja keberlanjutan mereka, sehingga menyajikan gambaran yang lebih positif dari kenyataan. Auditor dan akuntan menghadapi tantangan signifikan dalam mendeteksi *greenwashing*. Meskipun terdapat metodologi untuk memverifikasi klaim keberlanjutan, teknik ini sering kali membutuhkan keahlian khusus dan akses ke data yang mungkin tidak selalu tersedia. Ketergantungan pada informasi yang disediakan oleh perusahaan itu sendiri juga dapat menimbulkan konflik kepentingan, terutama jika auditor memiliki hubungan bisnis dengan perusahaan yang diaudit.

Melalui analisis terhadap laporan keberlanjutan perusahaan-perusahaan retail di Indonesia, penelitian ini berusaha untuk memberikan wawasan mengenai efektivitas pelaporan keberlanjutan dan peran akuntansi dalam mendeteksi dan mencegah *greenwashing*. Penelitian ini juga akan mengkaji sejauh mana standar pelaporan yang ada mampu menyediakan kerangka kerja yang cukup kuat untuk memastikan transparansi dan akurasi dalam pelaporan keberlanjutan.

Penelitian ini berfokus pada evaluasi pengungkapan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai yang dilakukan oleh perusahaan retail di Indonesia. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi praktik *greenwashing* dan *greenwashing* dalam laporan keberlanjutan mereka, serta mengevaluasi sejauh mana kebijakan dan klaim keberlanjutan didukung oleh tindakan nyata. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menilai transparansi dan akuntabilitas perusahaan dalam melaporkan kebijakan lingkungan mereka serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan keandalan pelaporan keberlanjutan di sektor retail.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis konten laporan keberlanjutan dari tiga perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu PT Matahari Department Store Tbk, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, dan PT Sona Topas Tourism Industry Tbk. Ketiga perusahaan ini beroperasi dalam sub-sektor Department Store dan dipilih sebagai sampel karena memenuhi beberapa kriteria, yaitu: terdaftar di BEI, secara konsisten menerbitkan laporan keberlanjutan selama empat tahun terakhir (2020–2023), serta memiliki pengaruh signifikan dalam industri retail di Indonesia. Sumber data utama dalam penelitian ini berasal dari laporan keberlanjutan resmi yang diterbitkan oleh masing-masing perusahaan selama periode 2020 hingga 2023. Laporan-laporan ini diperoleh melalui situs web resmi perusahaan serta dari laman BEI yang menyediakan akses ke laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan-perusahaan terdaftar.

Tujuan utama penelitian adalah untuk mengevaluasi pengungkapan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai serta mengidentifikasi indikasi praktik *greenwashing* (klaim keberlanjutan yang menyesatkan) dan *greenwishing* (aspirasi keberlanjutan yang belum tercapai) dalam laporan-laporan tersebut. Penelitian ini juga bertujuan untuk memahami sejauh mana perusahaan-perusahaan ini transparan dan akurat dalam melaporkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Untuk mencapai tujuan penelitian tersebut, peneliti mengumpulkan data yang mencakup informasi terkait kebijakan lingkungan dan sosial, indikator kinerja lingkungan seperti emisi karbon dan pengelolaan limbah, inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta pengungkapan risiko lingkungan dan sosial. Data ini akan digunakan untuk menganalisis substansi klaim keberlanjutan dan mengevaluasi apakah perusahaan benar-benar melaksanakan tindakan nyata dalam upaya keberlanjutan atau hanya membangun citra positif tanpa tindakan yang memadai.

1. Pengumpulan Data

Langkah pertama dalam penelitian ini adalah pengumpulan data sekunder berupa laporan keberlanjutan dari perusahaan yang diteliti. Sumber data utama berasal dari laporan keberlanjutan yang tersedia secara publik melalui situs web resmi perusahaan dan laman BEI. Periode laporan yang dianalisis mencakup tahun 2020 hingga 2023. Data yang dikumpulkan mencakup informasi kebijakan dan praktik lingkungan, seperti pengurangan emisi karbon, pengelolaan limbah, penggunaan plastik sekali pakai, serta inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

2. Proses Koding dan Identifikasi Tema

Setelah data terkumpul, dilakukan proses koding awal terhadap laporan keberlanjutan untuk mengidentifikasi tema dan subtema yang relevan. Proses ini melibatkan pengkategorian informasi terkait dengan klaim keberlanjutan, seperti:

- a) Pengurangan plastik sekali pakai,
- b) Pengelolaan limbah dan emisi,
- c) Tanggung jawab sosial perusahaan,
- d) Pengungkapan risiko lingkungan.

Setiap klaim yang terkait dengan keberlanjutan dianalisis untuk mengevaluasi validitas dan substansi klaim tersebut, apakah didukung oleh bukti nyata atau hanya bersifat superficial. Pada tahap ini, dilakukan identifikasi indikasi praktik *greenwashing* (klaim lingkungan yang menyesatkan) atau *greenwishing* (aspirasi lingkungan yang belum terwujud).

3. Evaluasi Klaim Keberlanjutan

Pada tahap ini, dilakukan evaluasi mendalam terhadap klaim keberlanjutan di setiap laporan. Klaim-klaim ini dianalisis untuk menentukan apakah perusahaan benar-benar melakukan tindakan yang signifikan terkait pengurangan plastik sekali pakai dan kebijakan lingkungan lainnya, atau hanya menciptakan citra positif tanpa tindakan nyata. Klaim keberlanjutan yang ditemukan kemudian dibagi dalam dua kategori utama: (a).

Greenwashing: perusahaan menampilkan inisiatif kecil yang tampak ramah lingkungan tetapi mengabaikan dampak negatif besar dari operasi utama mereka; (b) *Greenwashing*: perusahaan memiliki ambisi keberlanjutan yang tinggi namun tidak memiliki rencana konkret untuk mencapainya.

4. Triangulasi Data

Untuk memastikan validitas temuan, hasil analisis laporan keberlanjutan dibandingkan dengan sumber data tambahan, seperti laporan tahunan, berita industri, dan laporan dari pihak ketiga yang mengulas kinerja perusahaan. Triangulasi ini dilakukan untuk memverifikasi apakah klaim keberlanjutan yang disampaikan dalam laporan perusahaan konsisten dengan informasi eksternal yang tersedia. Hal ini juga membantu dalam mengidentifikasi kesenjangan antara klaim dan realitas di lapangan.

5. Analisis Perbandingan

Setelah evaluasi klaim keberlanjutan dari masing-masing perusahaan selesai, dilakukan analisis perbandingan antara ketiga perusahaan tersebut untuk menemukan pola umum terkait praktik *greenwashing* dan *greenwashing* dalam sub-sektor retail di Indonesia. Analisis ini bertujuan untuk melihat tren industri dan memahami bagaimana perusahaan retail mengungkapkan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai mereka serta bagaimana mereka merespons tekanan dari pemangku kepentingan terkait dengan isu keberlanjutan.

6. Penyusunan Kesimpulan dan Rekomendasi

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah penyusunan kesimpulan yang merangkum temuan utama mengenai tingkat transparansi dan keakuratan pengungkapan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai oleh perusahaan retail. Berdasarkan temuan tersebut, rekomendasi disusun untuk memperbaiki praktik pelaporan keberlanjutan, meningkatkan transparansi, serta mengidentifikasi langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk mengurangi risiko *greenwashing* dan *greenwashing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sampah Plastik dan Tantangan Lingkungan

Di Indonesia, menurut data dari Sistem Informasi Pengolahan Sampah Nasional Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK), jumlah sampah terus meningkat dari tahun 2018 hingga 2022, dengan plastik sebagai kontributor kedua terbesar setelah sisa makanan, mencapai 18,7% dari total sampah (SIPSN, 2024). Plastik dikenal sebagai bahan yang sulit terurai, membutuhkan waktu ratusan tahun untuk bisa terdekomposisi sepenuhnya. Sebelum terurai, plastik berubah menjadi mikroplastik yang berukuran kurang dari 5 mm, yang lebih sulit dikelola dan dapat masuk ke rantai makanan, menyebabkan risiko kesehatan yang serius bagi manusia dan satwa liar (Witsqa Firmansyah et al., 2021; Rangel-Buitrago et al., 2021). Plastik dapat bertahan di lingkungan selama ratusan tahun, berkontribusi pada polusi dan mengancam ekosistem serta satwa liar (Bucknall, 2020).

Sampah plastik yang tidak dikelola dengan baik mencemari lautan dan merusak ekosistem, dengan konsekuensi yang serius bagi kehidupan laut dan kesehatan manusia (Jambeck et al., 2015). Mikroplastik yang dihasilkan dari degradasi plastik menimbulkan ancaman tambahan karena tersebar luas di lingkungan dan dapat masuk ke dalam rantai makanan manusia (Zeenat et al., 2021). Indonesia menempati peringkat kedua sebagai negara dengan tingkat polusi plastik tertinggi, setelah Cina, dengan produksi sampah plastik mencapai 0,48-1,29 metrik ton per tahun (Hendar et al., 2022). Hal ini menjadi perhatian serius mengingat dampak buruk yang ditimbulkan oleh sampah plastik, terutama terhadap ekosistem laut. Para ahli memprediksi bahwa pada tahun 2050, jumlah plastik di lautan akan melebihi jumlah ikan (Witsqa Firmansyah et al., 2021). Fakta ini menegaskan urgensi tindakan segera untuk mengurangi produksi dan konsumsi plastik sekali pakai, terutama di negara-negara dengan kontribusi polusi plastik yang signifikan seperti Indonesia.

Dalam upaya untuk mengurangi penggunaan plastik, konsep *Green Supply Chain Practices* (GSCP) menjadi sangat relevan. GSCP merupakan strategi yang diterapkan di

berbagai industri untuk memastikan bahwa rantai pasokan mereka lebih ramah lingkungan (Fahmi, 2022; Mathiyazhagan *et al.*, 2016; Shafique *et al.*, 2018; Hossain *et al.*, 2022). Di sektor ritel, GSCP melibatkan berbagai tindakan, mulai dari pengurangan penggunaan kantong plastik hingga adopsi bahan alternatif yang lebih ramah lingkungan. Penerapan GSCP tidak hanya membantu dalam mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga meningkatkan kinerja dan keberlanjutan rantai pasokan secara keseluruhan (Petljak *et al.*, 2018).

Meskipun GSCP menawarkan banyak manfaat, penerapannya tidaklah mudah. Terdapat berbagai faktor pendorong dan penghambat yang mempengaruhi keberhasilan implementasi GSCP di sektor ritel modern (Tseng *et al.*, 2019). Faktor-faktor ini meliputi kesadaran konsumen, regulasi pemerintah, serta kemampuan teknologi dan logistik untuk mendukung praktik rantai pasokan yang lebih hijau.

GSCP diharapkan mampu menghasilkan ekonomi sirkular. Ekonomi sirkuler bertujuan untuk memaksimalkan pemulihan dan regenerasi sumber daya (Geisendorf & Pietrulla, 2018). Perluasan inisiatif 3R (*reduce, reuse, recycle*) dan pengembangan alternatif biodegradable merupakan langkah-langkah penting yang harus diprioritaskan (Changwichan *et al.*, 2018).

Banyak perusahaan retail yang menjelaskan pada laporan keuangan keberlanjutannya tentang upaya dalam menjalankan GSCP. Hal tersebut diharapkan mampu membentuk citra positif perusahaan yang pada akhirnya ditujukan untuk meningkatkan ketertarikan investor dalam berinvestasi maupun masyarakat untuk menjadi konsumen (Silvia, 2014). Ketertarikan menjadi konsumen tersebut salah satunya disebabkan oleh perilaku konsumen hijau.

Perilaku konsumen hijau melibatkan kesadaran dan tindakan yang lebih ramah lingkungan dalam konsumsi, menjadi semakin penting dalam konteks krisis plastik (Firman, 2016). Pemasaran hijau adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mempromosikan produk yang ramah lingkungan dan membangun citra merek yang peduli terhadap lingkungan (Iran dust & Bamdad, 2014). Strategi pemasaran hijau yang efektif melibatkan elemen-elemen seperti produk, harga, promosi, dan distribusi, yang semuanya harus disesuaikan dengan prinsip keberlanjutan (Kotler & Kevin, 2012).

Tabulasi hasil penelitian upaya keberlanjutan di 3 perusahaan sub sektor *department store*, ditunjukkan pada **Tabel 1**.

Tabel 1. Tabulasi Hasil Penelitian

Aspek	PT Matahari Department Store Tbk	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk	PT Sona Topas Tourism Industry Tbk
Penggunaan Kantong Belanja Ramah Lingkungan	Kantong belanja berbahan singkong & kertas Tas <i>spunbond</i> (dapat digunakan ulang). Persentase bahan ramah lingkungan meningkat dari 31% (2021) menjadi 74% (2022) dan 93.4% (2023). Kantong singkong hanya 0.6% dari total	Penggunaan kantong spunbond, kantong plastik Oxium & EPI. "Zero Kantong Plastik" sejak 2022. Pengurangan kantong plastik sebesar 12.1% pada 2023.	Mengurangi penggunaan kantong plastik 50% (2021), 55% (2023) di toko tertentu. Menggantikan kantong plastik dengan kertas dan daur ulang.
Pengelolaan Limbah	Limbah turun dari 125.3 ton (2022) menjadi 14.4 ton (2023). Fokus pada daur ulang bahan kemasan.	Tidak ditemukan data limbah spesifik, fokus pada "Zero Kantong Plastik" dan bahan daur ulang.	Pemisahan limbah organik & non-organik. Daur ulang kertas & kardus.

Aspek	PT Matahari Department Store Tbk	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk	PT Sona Topas Tourism Industry Tbk
Penggunaan Energi & Efisiensi	Konsumsi energi meningkat: 52,504.9 GJ (2023). Langkah penghematan: lampu LED, optimalisasi AC, digitalisasi proses administrasi.	Penghematan energi & air sebagai bagian dari pengurangan beban operasional. Tidak ada data spesifik.	Konsumsi listrik turun 29% pada 2021 (terpengaruh pandemi). Pemasangan lampu LED, kebijakan efisiensi penggunaan listrik & air.
Inisiatif Produk Ramah Lingkungan	2.4% produk pakaian berbahan ramah lingkungan (2023). Target 4% produk pakaian berbahan ramah lingkungan pada 2030. Produk dari bahan daur ulang & bubur kayu.	Tidak ditemukan penjelasan terkait inisiatif produk ramah lingkungan yang signifikan, Fokus lebih pada Kantong belanja ramah lingkungan.	Daur ulang limbah kertas menjadi tas belanja dan sealbag.
Upaya Khusus Lainnya	Penggantian AC ke freon R32. Mendorong pelanggan membawa kantong belanja sendiri.	<i>Spunbond & Oxium</i> digunakan lebih dari 50% total kantong. Fokus pada kesadaran penggunaan ulang <i>spunbond</i> .	Fokus utama pada efisiensi energi dan pengelolaan limbah di toko-toko area bandara.

PT Matahari Department Store Tbk

Pada laporan keberlanjutan tahun 2022, PT Matahari Department Store Tbk menjelaskan bahwa mereka telah berupaya berkontribusi dalam mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Upaya tersebut berupa penggunaan bahan material yang ramah lingkungan, penghematan energi, air, dan pengurangan emisi yang dilakukan melalui pengurangan penggunaan kertas dan plastik, serta pengelolaan limbah yang tidak mencemari lingkungan sekitar.

Berikut inisiatif-inisiatif yang dilakukan Matahari di 2022 dalam rangka menjaga lingkungan: (1) Mengurangi sampah plastik dengan mengganti penggunaan kantong belanja plastik dengan kantong belanja yang ramah lingkungan. Perseroan menggunakan kantong belanja yang dapat didaur ulang yang berasal dari pati singkong; (2) Menyediakan tempat sampah di setiap gerai yang telah dipilah berdasarkan jenis sampahnya.

Selain itu, untuk mengurangi dampak lingkungan akibat pemakaian plastik, PT. Matahari telah menerapkan kebijakan penyediaan kantong belanja berbahan pati singkong dan kertas. Kebijakan ini sudah diberlakukan di 32 gerai Matahari, yaitu Kota Jakarta, Balikpapan, Banjarmasin, Bali, Makassar, Jayapura, Bandung, Depok, dan Bekasi. Sementara untuk gerai di daerah lainnya, Matahari masih menggunakan 3 jenis kantong belanja dan secara aktif mengurangi penggunaan kantong belanja berbahan *oxium*. Selain mengganti kantong belanja yang ramah lingkungan (*cassava & paper bag*).

Matahari juga mengkampanyekan untuk membawa kantong belanja sendiri kepada pelanggan. Upaya tersebut berhasil mengurangi penggunaan kantong belanja *oxium* sebesar 48,6%. Selain itu, upaya ini mendorong peningkatan kontribusi pengadaan kantong belanja yang lebih ramah lingkungan dari 31% di 2021 menjadi 74% di 2022.

Pada laporan keberlanjutan tahun 2023, PT Matahari Department Store Tbk juga menjelaskan komitmennya dalam pelestarian lingkungan. Komitmen tersebut dipertegas dengan beberapa kalimat yang salah satunya “Kami berkomitmen untuk menggunakan sumber daya kami secara bertanggung jawab untuk mengurangi dampak lingkungan dan

melindungi ekosistem. Kami terus memilih dan berinovasi pada material dengan dampak negatif yang lebih rendah”.

Komitmen tersebut diturunkan dalam beberapa strategi seperti produk jualan yang ramah lingkungan (hasil daur ulang) hingga mengubah penggunaan plastik sekali pakai ke tas belanja lebih ramah lingkungan. Pada tahun 2023, sebanyak 2,4% dari produk PT Matahari Department Store Tbk menggunakan bahan ramah lingkungan. PT Matahari Department Store Tbk menargetkan 4% dari produk pakaiannya menggunakan bahan ramah lingkungan pada tahun 2030. Produk ramah lingkungan ini mencakup pakaian yang terbuat dari bahan seperti bubur kayu yang berasal dari sumber yang bertanggung jawab dan sepenuhnya dapat terurai secara alami. Selain itu PT Matahari Department Store Tbk telah mulai menawarkan produk pakaian yang terbuat dari botol plastik daur ulang.

Dalam hal peralihan dari penggunaan kantong belanja plastik ke bahan yang lebih ramah lingkungan, PT Matahari Department Store Tbk melakukannya secara bertahap. Di 2023, PT Matahari Department Store Tbk memulai inisiatif untuk mengurangi penggunaan 100% kemasan *virgin plastic* untuk produk *Direct Purchase* di tahun 2026. PT Matahari Department Store Tbk juga secara bertahap beralih dari penggunaan kantong belanja plastik ke bahan yang lebih ramah lingkungan, seperti singkong dan kertas. Selain itu, kami menginisiasi penyediaan tas belanja *spunbond* Matahari yang dapat digunakan kembali oleh pelanggan mereka.

Tabel 2. Kinerja utama PT Matahari Department Store Tbk dalam aspek lingkungan

	Tahun		
	2023	2022	2021
% kemasan yang menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan (termasuk tas singkok, tas kertas, dan <i>spunbond</i> yang dapat digunakan kembali)	93.4	82.6	37.0
Limbah yang dihasilkan (ton)	14.4	125.3	62.0
Konsumsi energi (GJ)	52,504.9	494,610.7	05,456.7

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk 2021-2023

Dari **Tabel 2** dapat dilihat bahwa persentase kemasan yang menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. Begitu pula dengan kinerja pengelolaan limbah, jumlah limbah yang dihasilkan pada tahun 2023 mengalami penurunan yang drastis dibanding tahun 2022. Di sisi lain, jumlah konsumsi energi PT Matahari Department Store Tbk memiliki kecenderungan naik.

Lebih lanjut lagi, PT Matahari Department Store Tbk menjelaskan tentang proporsi kemasan yang menggunakan bahan yang lebih ramah lingkungan seperti pada **Tabel 3**. Berdasarkan **Tabel 3**, PT Matahari Department Store Tbk mengklaim memiliki persentase tinggi terkait penggunaan kemasan berbahan lebih ramah lingkungan. Kendati demikian, jumlah kemasan yang benar-benar ramah lingkungan yakni tas berbahan singkong hanya 0,6% dari total kemasan berbahan lebih ramah lingkungan (tas kertas, tas singkong, dan tas *spunbond*). Walaupun tas kertas dan tas *spunbond* diharapkan digunakan berulang kali, namun perilaku masyarakat seringkali menjadikannya tidak digunakan berulang. Kondisi tersebut diperparah oleh fakta bahwa tas kertas dan tas *spunbond* memiliki umur lama untuk terurai secara alami di lingkungan.

Tas kertas umumnya terbuat dari serat kayu dan lebih mudah terurai secara alami dibandingkan dengan tas plastik. Namun, waktu yang dibutuhkan untuk terurai tergantung pada berbagai faktor, termasuk ketebalan kertas, kondisi lingkungan, dan keberadaan mikroorganisme yang dapat memecah kertas. Dalam kondisi ideal, tas kertas bisa terurai dalam beberapa bulan hingga sekitar setahun. Namun, jika terbuang di lingkungan yang tidak ideal seperti tempat pembuangan sampah yang padat, proses penguraian bisa

memakan waktu lebih lama.

Tabel 3. Data Penggunaan Kemasan PT Matahari Department Store Tbk

Kemasan	2023	2022	2021
Kemasan plastik			
<i>Virgin plastic</i> (1)	2.32	1.23	0
<i>Plastic oxium</i> (2)	87.95	186.96	365.85
Plastik Daur Ulang	39.92	-	-
Total (3)	130.19	188.19	365.85
Kertas, karton, atau kemasan lainnya			
Tas kertas	,237.99	852.67	147.97
Tas singkong	8.44	42.97	67.26
Tas <i>spunbond</i>	25.20	-	-
Total	1,271.63	895.64	215.23
% kemasan menggunakan bahan lebih ramah lingkungan	97.7	82.6	37
1. Angka-angka tersebut termasuk kemasan untuk saluran penjualan shop dan talk tetapi mengecualikan kemasan plastik dari <i>e-commerce</i> karena data sedang dalam proses dipantau secara teratur			
2. Termasuk plastik ovium untuk tas belanja dan kemasan merchandise			
3. Angka-angka tersebut tidak termasuk kemasan plastik untuk kasus produk karena catatan data mungkin tidak dapat diandalkan untuk disajikan			

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk, 2021-2023

Di sisi lain, tas *spunbond* terbuat dari serat *polipropilena*, sejenis plastik yang tidak mudah terurai secara alami. Meskipun lebih ramah lingkungan dibandingkan tas plastik konvensional karena dapat digunakan kembali, tas *spunbond* tetap memerlukan waktu yang sangat lama untuk terurai, bisa mencapai puluhan hingga ratusan tahun. Dalam beberapa kasus, *spunbond* dapat terurai menjadi mikroplastik yang kemudian mencemari lingkungan.

Klaim lain dari PT Matahari Department Store Tbk adalah efisiensi pemakaian energi listrik dan air. Mereka mengklaim telah berupaya untuk mengutamakan faktor lingkungan dalam kegiatan operasionalnya. Kebijakan yang diambil Perseroan untuk dapat mengurangi pemakaian energi, khususnya energi listrik adalah sebagai berikut: (1) Melakukan pengembangan belanja *online* untuk mengurangi penggunaan energi; (2) Mengoptimalkan teknologi digital di setiap proses administrasi; (3) Penghematan konsumsi listrik di kantor pusat dan optimalisasi kendaraan operasional; (4) Penggantian AC ke gas freon R32; (4) Penggantian lampu dari Non-LED ke lampu LED.

Begitu pula dengan upaya efisiensi pemakaian air, PT. Matahari memiliki kebijakan seperti: (1) Memberi himbauan di setiap tempat pengambilan air untuk menggunakannya secara efisien; (2) Menutup keran jika air tidak digunakan lagi; (3) Mengganti keran yang bocor atau rusak.

Kendati langkah-langkah tersebut dapat diklaim sebagai upaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dalam perspektif lain, seluruh upaya tersebut dapat dinilai sebagai upaya manajemen untuk mengurangi beban operasional. Beban operasional yang ditekan dapat meningkatkan keuntungan. Oleh karena itu, langkah-langkah tersebut juga dapat dipandang sebagai motif ekonomi.

PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk

PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk juga menjelaskan upaya yang dilakukan dalam mengurangi dampak negatif operasional mereka terhadap lingkungan. Salah satu upayanya adalah mengadopsi penggunaan kantong belanja yang ramah lingkungan, seperti kantong spunbond, sebagai alternatif kantong plastik.

PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk mengambil langkah strategis untuk mengurangi penggunaan plastik tradisional yang sulit terurai dengan mendorong penggunaan kantong belanja yang dapat digunakan kembali, seperti Spunbond, dan kantong plastik yang terbuat dari bahan *Oxium & EPI*, yang lebih ramah lingkungan karena dapat terurai dalam waktu 2 (dua) tahun. Langkah ini merupakan bagian dari komitmen Perusahaan dalam mengurangi dampak negatif operasionalnya terhadap lingkungan. Dengan upaya itu, sejak tahun 2022, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk telah mampu mewujudkan “Zero Kantong Plastik”. Berikut adalah data penggunaan kantong belanja mereka dalam 3 tahun terakhir:

Tabel 4. Penggunaan kantong belanja PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk

Keterangan	2023	2022	2021	Kenaikan(penurunan) 2022-2023	
				jumlah	%
Penggunaan kantong plastik berbahan <i>oxium & EPI</i> (unit)	4,976,326	5,661,131	4,924,312	(684,805)	(12.10)
Penggunaan spunbond/kantong belanja guna ulang (unit)	3,386,257	3,221,075	2,567,183	165,182	5.13
Penggunaan paper bag/kantong belanja berbahan kertas (unit)	1,058	103,210	-	(102,152)	(98.97)
Penggunaan paper bag/kantong belanja berbahan kertas mulai dilakukan di tahun 2022					

Sumber: Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk, 2021-2023

Dalam laporan keberlanjutan tersebut, PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk telah menggunakan kantong plastik yang dapat terurai cepat dengan besaran lebih dari 50 persen dari total kantong belanja. Diikuti *spunbond* yang juga memiliki total hampir 50 persen. Penggunaan tas belanja *spunbond* ini harus diimbangi dengan kesadaran masyarakat untuk menggunakan tas tersebut kembali. Karena jika tidak demikian, akan tetap menjadi beban lingkungan. Seperti halnya PT Matahari, PT Ramayana juga mengklaim melakukan pengurangan dampak negatif operasional dengan melakukan penghematan energi listrik dan air. Penghematan ini dapat juga dipandang sebagai bentuk motif ekonomi untuk mencapai keuntungan yang maksimal.

PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk

Berdasar laporan berkelanjutan PT. Sona pada tahun 2021, mereka menjelaskan telah berusaha untuk berkontribusi dalam mewujudkan lingkungan yang lebih baik. PT. Sona melakukan upaya pengelolaan dengan mendaur ulang limbah menjadi produk yang dapat digunakan kembali. Selama tahun 2021 dengan hasil penghematan penggunaan kantong plastik sebesar 50%. Selain itu, PT. Sona mengklaim menerapkan kebijakan efisiensi energi selama melakukan aktivitas kerja. PT. Sona menjelaskan berhasil melakukan menurunkan konsumsi bahan bakar sebesar 13% dan konsumsi listrik sebesar 29%, baik karena efisiensi maupun karena pengurangan aktivitas kerja akibat pandemi COVID-19. Pernyataan tersebut menarik dikarenakan ada determinan yang diluar kendali dan strategi dalam berkontribusi dalam pelestarian lingkungan.

PT. Sona menerapkan beberapa upaya untuk mengelola limbah yang sebagian besar adalah kemasan. Pertama, kami melakukan pemisahan sampah organik dan non-organik, misalnya berupa kertas dan kardus. Kami menyerahkan pengelolaan limbah ini kepada pihak ketiga yang mempunyai wewenang. Adapun limbah yang berasal dari toko di area bandara pengelolaannya langsung ditangani oleh pihak bandara tersebut.

PT. Sona menerapkan kebijakan untuk mengurangi limbah kantong plastik dengan cara menggantinya dengan bahan yang dapat didaur ulang atau kantong kertas. Sepanjang tahun 2021, sebanyak 50% kantong plastik dapat kami kurangi. Serupa dengan analisa perusahaan-perusahaan sebelumnya, bahwa kantong belanja berbahan kertas lebih ramah lingkungan karena mampu digunakan kembali. Namun fakta lapangan tidak dapat sepenuhnya mendukung pernyataan tersebut. Hal tersebut dikarenakan bahwa masyarakat memiliki kecenderungan untuk menggunakan kantong kertas tidak dipakai berulang. Selain itu, PT. Sona juga melakukan daur ulang kertas dari suatu brand menjadi *shopping bag* dan *sealbag*. Upaya tersebut baik namun tidak dilengkapi dengan data jumlah limbah kertas yang dimanfaatkan.

Klaim lainnya adalah selama tahun 2021 PT. Sona telah melakukan beberapa langkah untuk menghemat pemakaian energi. Langkah-langkah ini, antara lain menghentikan pemakaian listrik dan air ketika jam operasional berakhir, dan mematikan lampu serta perangkat listrik yang tidak diperlukan. Dari kegiatan efisiensi tersebut, PT. Sona berhasil menurunkan konsumsi energi listrik sebesar 29% dibandingkan tahun sebelumnya. Besaran tersebut tidak dirincikan dengan pandemi covid-19 yang memungkinkan adanya bias data.

Pada laporan keberlanjutan PT Sona tahun 2022 juga menjelaskan telah berupaya dalam melakukan penghematan penggunaan kantong plastik. Pada tahun tersebut, PT Sona menghemat penggunaan kantong plastik sebesar 50%. Selain itu, pada tahun 2022, PT Sona 2022 melakukan pemisahan sampah organik dan nonorganik. Sampah organik, misalnya berupa kertas dan kardus, yang kami serahkan pengolahannya kepada pihak berwenang. Upaya dalam pengelolaan limbah kertas dan kardus itu juga terdapat pada laporan keberlanjutan mereka tahun 2021 dan 2023.

Pada laporan keberlanjutan tahun 2023, PT Sona menerapkan kebijakan untuk mengurangi limbah dengan mengganti plastik belanja dengan bahan ramah lingkungan. Pada tahun tersebut, PT sona berhasil melakukan penghematan penggunaan plastik sebesar 55% khusus di area toko yang berada di Terminal Domestik Bandara Ngurah Rai Bali. Penghematan tersebut tidak dilengkapi dengan data penghematan di area toko lainnya. Diketahui bahwa PT Sona juga memiliki toko di area lain yakni di Bali Galeria dan Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai.

Terkait penggunaan air, serupa dengan perusahaan-perusahaan sebelumnya, PT Sona mengklaim telah berupaya melakukan penghematan dengan membatasi pemakaian keran air hingga memasang stiker berisi imbauan untuk menghemat air di toilet area kerja. Tidak hanya dilihat sebagai bentuk upaya pelestarian lingkungan, dalam perspektif lain upaya tersebut dapat dipandang sebagai penghematan biaya beban. Penghematan beban dapat mempengaruhi keuntungan akhir yang diperoleh.

Dalam hal penggunaan energi listrik PT Sona telah mengungkapkan dengan prinsip transparansi yang baik. Hal ini dapat dilihat dari pernyataan dalam laporan keberlanjutan yang menjelaskan bahwa “hingga akhir tahun 2023, Perseroan belum memanfaatkan energi terbarukan”. Adapun beberapa langkah penghematan energi listrik yang dilakukan PT Sona di antaranya dengan memberikan himbauan kepada karyawan untuk menghemat penggunaan listrik dengan menempelkan poster setiap ruangan, menghentikan pemakaian listrik dan pemakaian barang elektronik seperti lampu dan AC ketika jam operasional berakhir, hingga melakukan pemasangan *light emitting diode* (LED) pada sistem pencahayaan. Serupa dengan penghematan air, penghematan energi listrik tersebut juga dapat dipandang dalam perspektif lain sebagai upaya mengurai beban biaya operasional.

Hasil Deteksi *Greenwashing* dan *Greenwashing* dalam Laporan Keberlanjutan

Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa beberapa perusahaan secara konsisten mengklaim pencapaian lingkungan dan sosial yang mengesankan, namun bukti yang mendukung klaim tersebut sering kali kurang transparan atau tidak lengkap. Selain itu, beberapa perusahaan juga tampaknya terlibat dalam praktik *greenwashing*, di mana mereka menampilkan niat atau komitmen keberlanjutan yang tampaknya kuat, tetapi sebenarnya tidak didukung oleh tindakan nyata atau signifikan.

Deteksi *Greenwashing*

Dari 3 perusahaan yang dianalisa, seluruhnya menyatakan telah mengurangi emisi karbon secara signifikan, tetapi tidak menyediakan data yang cukup rinci mengenai metodologi pengukuran emisi tersebut. Dalam beberapa kasus, pengurangan emisi diklaim terjadi karena penggunaan teknologi yang lebih efisien, namun tidak ada informasi yang memadai tentang skala penggunaan teknologi ini atau dampaknya pada total emisi perusahaan.

Terdapat kecenderungan perusahaan untuk menyoroti inisiatif kecil atau insidental yang berdampak positif terhadap lingkungan, sementara mengabaikan atau mengecilkan dampak negatif yang lebih besar dari operasi mereka. Contohnya, satu perusahaan dalam laporan keberlanjutannya secara ekstensif membahas program penanaman pohon sebagai bagian dari upaya konservasi lingkungan, namun tidak memberikan informasi yang memadai tentang pengelolaan limbah industri yang berpotensi mencemari lingkungan.

Selain itu, berapa perusahaan menggunakan bahasa yang ambigu atau umum untuk menggambarkan keberhasilan keberlanjutan mereka, sehingga sulit bagi pemangku kepentingan untuk memahami sejauh mana komitmen dan pencapaian yang sebenarnya. Misalnya, klaim seperti "mengurangi penggunaan energi" atau "meningkatkan efisiensi air" sering kali tidak disertai dengan metrik atau baseline yang jelas, sehingga sulit untuk menilai dampaknya secara objektif.

Deteksi *Greenwashing*

Selain praktik *greenwashing*, analisis ini juga menemukan adanya *greenwashing* dalam laporan keberlanjutan perusahaan. *Greenwashing* berbeda dari *greenwashing* karena tidak melibatkan kebohongan langsung, melainkan lebih kepada penciptaan kesan bahwa perusahaan memiliki komitmen yang tinggi terhadap keberlanjutan, padahal sebenarnya komitmen tersebut tidak diwujudkan dalam tindakan yang nyata atau signifikan. Beberapa contoh *greenwashing* yang terdeteksi dalam laporan adalah sebagai berikut:

Beberapa perusahaan menyatakan ambisi atau tujuan keberlanjutan jangka panjang yang tampaknya ambisius, seperti menjadi "netral karbon" pada tahun tertentu, namun tidak ada rencana atau strategi yang jelas untuk mencapai tujuan tersebut. Pernyataan ini sering kali digunakan untuk menciptakan kesan bahwa perusahaan serius dalam upaya keberlanjutan, meskipun tindakan konkret yang mendukung pernyataan tersebut belum atau tidak ada.

Ada perusahaan yang menekankan pada inisiatif-inisiatif kecil, seperti mengurangi penggunaan plastik di kantor pusat, sambil mengabaikan dampak besar dari operasi utama mereka, seperti emisi dari produksi atau transportasi. Meskipun inisiatif-inisiatif kecil ini positif, mereka tidak mencerminkan komitmen yang menyeluruh terhadap keberlanjutan.

Greenwashing juga terwujud dalam bentuk penggunaan istilah-istilah atau jargon keberlanjutan tanpa disertai dengan definisi yang jelas atau metrik yang dapat diukur. Misalnya, klaim tentang "meningkatkan keberlanjutan" atau "menghijaukan operasi" sering kali tidak disertai dengan penjelasan konkret tentang bagaimana hal ini dilakukan atau diukur.

Implikasi *Greenwashing*

Greenwashing merusak kepercayaan pemangku kepentingan terhadap laporan keberlanjutan. Ketika klaim keberlanjutan tidak didukung oleh bukti yang kuat atau disajikan secara tidak transparan, pemangku kepentingan, termasuk investor, konsumen, dan masyarakat luas, dapat kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan tersebut. Ketidakpercayaan ini dapat berdampak negatif pada reputasi perusahaan dan mengurangi nilai bisnis yang dihasilkan dari komitmen keberlanjutan yang sebenarnya.

Praktik *greenwashing* dapat menghalangi upaya menuju keberlanjutan yang sejati. Ketika perusahaan mengandalkan *greenwashing* untuk meningkatkan citra mereka, mereka mungkin mengabaikan kebutuhan untuk melakukan perubahan mendasar dalam operasi bisnis mereka yang benar-benar berkontribusi terhadap keberlanjutan. Ini dapat menyebabkan stagnasi dalam inovasi hijau dan menghambat perkembangan solusi berkelanjutan yang lebih efektif.

Greenwashing menciptakan persaingan yang tidak adil di antara perusahaan. Perusahaan yang benar-benar berkomitmen untuk keberlanjutan dan berinvestasi dalam praktik bisnis yang ramah lingkungan mungkin menemukan diri mereka dalam posisi yang kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang hanya mengklaim keberlanjutan tanpa bukti yang memadai. Ini dapat menurunkan insentif bagi perusahaan untuk berinvestasi dalam inisiatif keberlanjutan yang sebenarnya.

Implikasi *Greenwashing*

Greenwashing juga memiliki dampak yang signifikan meskipun tidak melibatkan kebohongan langsung. *Greenwashing* dapat menciptakan ilusi bahwa perusahaan berada di jalur yang benar menuju keberlanjutan, padahal sebenarnya komitmen mereka tidak diikuti dengan tindakan nyata. Ini dapat menurunkan urgensi bagi perusahaan untuk melakukan perubahan mendasar yang diperlukan untuk mencapai keberlanjutan yang sejati.

Greenwashing dapat menyesatkan pemangku kepentingan dan masyarakat umum, membuat mereka percaya bahwa perusahaan tersebut lebih berkomitmen terhadap keberlanjutan daripada yang sebenarnya. Hal ini dapat mengurangi tekanan yang seharusnya diberikan kepada perusahaan untuk benar-benar memperbaiki dampak lingkungan dan sosial dari operasinya.

Greenwashing juga dapat menghambat kemajuan menuju keberlanjutan dengan menciptakan rasa puas diri di kalangan manajemen perusahaan, yang merasa bahwa mereka sudah melakukan cukup banyak untuk keberlanjutan, padahal tindakan mereka sebenarnya masih sangat terbatas dan tidak substansial.

Peran Akuntansi dalam Mengatasi *Greenwashing* dan *Greenwashing*

Akuntansi memiliki peran penting dalam mengatasi baik *greenwashing* maupun *greenwashing*, namun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran tersebut belum optimal. Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh akuntansi dalam mendeteksi dan mencegah praktik-praktik ini meliputi:

Standar pelaporan yang tidak konsisten dan kurangnya regulasi yang ketat membuat perusahaan memiliki keleluasaan untuk memilih metrik dan indikator yang paling menguntungkan bagi mereka. Ini menciptakan ruang bagi *greenwashing* dan *greenwashing*, karena perusahaan dapat mengatur narasi keberlanjutan mereka tanpa harus memenuhi standar yang objektif dan dapat diaudit.

Keterbatasan dalam pengumpulan dan verifikasi data menjadi kendala utama. Akuntansi keberlanjutan memerlukan data yang komprehensif dan akurat untuk menilai dampak lingkungan dan sosial dengan tepat. Namun, sering kali data yang tersedia tidak memadai atau sulit diverifikasi, terutama dalam konteks perusahaan yang memiliki rantai pasokan global yang kompleks.

Peran auditor dalam memastikan keandalan laporan keberlanjutan juga perlu diperkuat. Auditor harus dilengkapi dengan keahlian khusus dalam keberlanjutan dan lingkungan, serta memiliki akses yang lebih baik terhadap data yang relevan. Hal ini penting agar auditor dapat melakukan penilaian yang lebih kritis dan mendalam terhadap klaim keberlanjutan yang dibuat oleh perusahaan.

Rekomendasi untuk Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas

Untuk mengurangi risiko *greenwashing* dan *greenwashing* serta meningkatkan transparansi dalam pelaporan keberlanjutan, beberapa rekomendasi dapat diusulkan berdasarkan hasil penelitian ini:

1. Diperlukan peningkatan dalam standar pelaporan keberlanjutan yang lebih jelas dan komprehensif. Standar ini harus mencakup pedoman yang lebih rinci tentang pengukuran, pengungkapan, dan verifikasi dampak keberlanjutan, sehingga perusahaan tidak dapat dengan mudah memanipulasi data atau narasi.
2. Perusahaan harus didorong untuk mengadopsi pendekatan yang lebih transparan dan berbasis bukti dalam melaporkan kinerja keberlanjutan mereka. Ini termasuk penyediaan data yang lebih lengkap dan rinci, serta penggunaan metodologi yang transparan dalam pengukuran dampak lingkungan dan sosial.
3. Peran auditor dan pihak ketiga perlu diperkuat dalam proses verifikasi laporan keberlanjutan. Auditor harus memiliki kemandirian yang lebih besar dan dilengkapi dengan alat serta pengetahuan yang diperlukan untuk mendeteksi potensi *greenwashing* dan *greenwashing* dengan lebih efektif.
4. Regulator dan pemangku kepentingan perlu berkolaborasi untuk mendorong akuntabilitas yang lebih tinggi dalam pelaporan keberlanjutan. Ini dapat mencakup pengembangan kerangka regulasi yang lebih ketat, serta inisiatif untuk meningkatkan kesadaran dan pendidikan tentang pentingnya keberlanjutan yang sejati di kalangan pemangku kepentingan.

Motif Ekonomi dan Klaim Kepedulian Lingkungan

Fenomena perusahaan yang mengklaim peduli lingkungan dengan mengurangi konsumsi energi listrik dan air, namun sebenarnya didorong oleh motif ekonomi, adalah contoh dari apa yang sering disebut sebagai *greenwashing* atau bahkan kadang dikaitkan dengan "*greenwashing*." Dalam kasus ini, perusahaan menampilkan diri sebagai entitas yang berkomitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan, tetapi motivasi utamanya adalah untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan keuntungan.

Ketika perusahaan mengurangi konsumsi energi listrik dan air, mereka memang dapat mengurangi dampak lingkungan, seperti emisi karbon dan penggunaan sumber daya air. Namun, langkah ini sering kali diambil bukan semata-mata untuk melindungi lingkungan, melainkan untuk mengurangi biaya operasional. Pengurangan penggunaan energi dan air dapat menghasilkan penghematan yang signifikan, yang pada gilirannya meningkatkan profitabilitas perusahaan.

Perusahaan sering menggunakan pengurangan konsumsi energi dan air sebagai strategi pemasaran. Inisiatif ini disoroti dalam laporan keberlanjutan dan kampanye komunikasi publik untuk memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Namun, karena penghematan ini juga berdampak langsung pada peningkatan keuntungan, klaim tersebut bisa menyesatkan jika tidak disertai dengan bukti komitmen nyata pada keberlanjutan di aspek lain yang mungkin tidak memberikan manfaat finansial.

Fenomena ini menimbulkan beberapa tantangan dan implikasi. Klaim semacam ini dapat merusak kepercayaan pemangku kepentingan jika mereka menyadari bahwa motivasi sebenarnya adalah keuntungan finansial, bukan keberlanjutan sejati. Kedua, praktik ini dapat menimbulkan persaingan yang tidak adil bagi perusahaan yang benar-benar berinvestasi dalam praktik bisnis yang berkelanjutan, yang mungkin memerlukan biaya lebih besar tanpa keuntungan langsung yang signifikan.

Analisis Laporan Berkelanjutan Perusahaan Retail di Indonesia Akuntabilitas

Dalam konteks akuntansi, penting untuk mengungkapkan dan mengelola pendapatan dari penjualan kantong plastik berbayar secara transparan. Pendapatan ini sebaiknya digunakan untuk mendukung inisiatif lingkungan seperti program daur ulang plastik, kampanye kesadaran konsumen, dan investasi dalam bahan alternatif yang lebih ramah lingkungan. Perusahaan perlu melaporkan penurunan penggunaan kantong plastik dan dampak lingkungan yang berhasil dikurangi.

Pengukuran ini dapat dilakukan dengan menghitung penurunan penggunaan kantong plastik dari waktu ke waktu dan menyajikan data ini dalam laporan keberlanjutan mereka. Perusahaan juga harus melakukan kampanye edukasi untuk meningkatkan kesadaran tentang dampak negatif plastik sekali pakai. Ini termasuk promosi tas yang dapat digunakan kembali dan materi edukasi di toko.

Berdasarkan analisis konten laporan CSR dari perusahaan ritel di Indonesia, ditemukan bahwa pengungkapan terkait kebijakan pengurangan plastik sekali pakai bervariasi antara perusahaan. Beberapa perusahaan secara eksplisit menyatakan komitmen mereka untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dalam operasi bisnis mereka, termasuk mengganti kantong plastik dengan kantong belanja yang lebih ramah lingkungan. Namun, masih ada perusahaan yang hanya memberikan informasi umum tentang upaya keberlanjutan tanpa menyebutkan tindakan spesifik terkait plastik sekali pakai.

Pengungkapan yang lebih rinci sering kali mencakup data kuantitatif, seperti jumlah plastik yang dihemat atau dikurangi dalam periode tertentu, serta inisiatif yang dilakukan untuk mendukung perubahan perilaku konsumen. Sebaliknya, pengungkapan yang kurang rinci cenderung hanya menyoroti kebijakan secara umum tanpa memberikan bukti nyata dari tindakan yang diambil.

Kepatuhan terhadap Peraturan Pemerintah Mengenai Pengurangan Plastik Sekali Pakai

Penelitian ini juga menyoroti tingkat kepatuhan perusahaan terhadap peraturan pemerintah yang berkaitan dengan pengurangan plastik sekali pakai. Analisis menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan yang diamati telah berusaha mematuhi peraturan tersebut dengan menerapkan kebijakan terkait kantong belanja berbayar dan menggunakan alternatif bahan yang lebih ramah lingkungan. Meski begitu, ada perbedaan dalam cara perusahaan melaksanakan kebijakan ini.

Beberapa perusahaan telah mengadopsi kebijakan kantong belanja berbayar secara menyeluruh di semua gerai mereka, sementara yang lain hanya menerapkannya di lokasi tertentu atau memberikan pilihan kepada konsumen untuk memilih kantong plastik dengan biaya tambahan. Kepatuhan ini tidak hanya penting dalam memenuhi regulasi, tetapi juga mencerminkan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan.

Pelaporan dan Transparansi Kebijakan Pengurangan Plastik Sekali Pakai

Pelaporan mengenai kebijakan pengurangan plastik sekali pakai menunjukkan tingkat transparansi yang berbeda-beda di antara perusahaan. Perusahaan yang lebih transparan biasanya menyertakan laporan terperinci mengenai dampak lingkungan dari kebijakan mereka, seperti pengurangan emisi karbon akibat pengurangan penggunaan plastik. Laporan ini juga sering kali dilengkapi dengan data kuantitatif dan kualitatif yang mendukung efektivitas kebijakan yang diimplementasikan.

Namun, masih ada perusahaan yang pelaporannya bersifat minimalis, dengan sedikit informasi yang diberikan terkait hasil konkret dari kebijakan pengurangan plastik sekali pakai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ada kemajuan dalam upaya keberlanjutan, masih terdapat tantangan dalam hal transparansi dan pelaporan yang akuntabel.

Implikasi Keuangan dan Lingkungan dari Kebijakan Pengurangan Plastik Sekali Pakai. Implikasi dari kebijakan pengurangan plastik sekali pakai ini tidak hanya berdampak pada lingkungan, tetapi juga pada aspek keuangan perusahaan. Penggantian kantong plastik dengan bahan yang lebih ramah lingkungan sering kali membutuhkan investasi awal yang signifikan, baik dalam hal biaya produksi maupun sosialisasi kepada konsumen. Namun, dalam jangka panjang, kebijakan ini dapat membawa manfaat ekonomi dengan mengurangi biaya pengelolaan limbah dan meningkatkan citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Dari sisi lingkungan, kebijakan ini berkontribusi pada pengurangan limbah plastik yang merupakan salah satu isu global yang mendesak. Pengurangan plastik sekali pakai juga sejalan dengan inisiatif global untuk mengurangi dampak perubahan iklim dan mendukung praktik bisnis yang lebih berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan kebijakan pengurangan plastik sekali pakai oleh perusahaan retail di Indonesia sering kali belum transparan dan akurat, meskipun telah ada upaya menuju keberlanjutan. Dari analisis laporan keberlanjutan tiga perusahaan retail yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), terungkap bahwa klaim keberlanjutan yang dibuat dalam laporan sering kali mencerminkan praktik *greenwashing*, di mana perusahaan mempromosikan inisiatif kecil atau langkah ramah lingkungan yang tidak substansial, sementara dampak lingkungan yang lebih signifikan dikesampingkan. Selain itu, penelitian ini juga menemukan indikasi *greenwashing*, yaitu aspirasi keberlanjutan yang tinggi namun belum didukung oleh rencana tindakan yang jelas dan terukur. Ketidakseimbangan antara klaim keberlanjutan dan implementasi konkret menjadi tantangan dalam menilai komitmen perusahaan terhadap pengurangan plastik sekali pakai dan tanggung jawab lingkungan secara keseluruhan.

Untuk mengatasi masalah ini, dibutuhkan penerapan standar pelaporan yang lebih ketat dan audit independen yang mampu memverifikasi kebenaran klaim keberlanjutan perusahaan. Akuntan memiliki peran penting dalam memastikan integritas laporan keberlanjutan, serta mencegah adanya manipulasi data yang dapat menyesatkan pemangku kepentingan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun ada kemajuan dalam pengungkapan kebijakan lingkungan oleh perusahaan retail di Indonesia, praktik *greenwashing* dan *greenwashing* masih menjadi tantangan signifikan yang memerlukan intervensi dari berbagai pihak, termasuk regulator dan profesional akuntansi.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa rekomendasi kebijakan yang dapat diterapkan oleh perusahaan, akuntan, dan pemerintah untuk mengatasi praktik *greenwashing* dan *greenwashing* dalam industri retail:

1. Perusahaan

Perusahaan retail harus meningkatkan transparansi dalam laporan keberlanjutan mereka. Pengungkapan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan pengurangan plastik sekali pakai dan inisiatif keberlanjutan lainnya harus didukung oleh data dan bukti yang konkret, bukan sekadar klaim umum. Perusahaan juga perlu menyusun target keberlanjutan yang realistis dan terukur, dengan roadmap yang jelas untuk mencapainya. Evaluasi rutin terhadap capaian keberlanjutan sebaiknya dilakukan oleh auditor independen untuk memastikan akurasi informasi yang diungkapkan.

2. Peran Akuntan

Akuntan memiliki peran krusial dalam memastikan bahwa laporan keberlanjutan yang disusun oleh perusahaan akurat dan sesuai standar. Mereka harus dilatih

untuk memahami indikator keberlanjutan dan menganalisis data lingkungan serta sosial dengan cara yang objektif. Peran akuntan juga harus diperluas dari sekadar memverifikasi angka menjadi pengawas yang aktif dalam mengidentifikasi indikasi *greenwashing* dan *greenwashing*. Pelatihan profesional untuk akuntan dalam bidang keberlanjutan perlu ditingkatkan untuk menjawab tuntutan ini.

3. Pemerintah

Pemerintah harus memperkuat regulasi yang mewajibkan perusahaan retail untuk melaporkan kinerja keberlanjutan dengan lebih transparan dan terstandarisasi. Regulasi ini dapat mencakup kewajiban untuk menyertakan audit eksternal terhadap laporan keberlanjutan, serta sanksi yang jelas bagi perusahaan yang terbukti melakukan *greenwashing*. Pemerintah juga perlu menyediakan panduan dan standar yang jelas mengenai praktik keberlanjutan yang harus dipatuhi oleh perusahaan, termasuk dalam hal pengurangan plastik sekali pakai dan pengelolaan limbah.

4. Kolaborasi *Multi-Stakeholder*

Pemerintah perlu mendorong kolaborasi antara sektor swasta, lembaga non-pemerintah, dan masyarakat sipil dalam menciptakan sistem pelaporan yang lebih baik. Dengan bekerja sama, berbagai pihak dapat membantu memastikan bahwa klaim keberlanjutan yang dibuat oleh perusahaan dapat diverifikasi, sehingga mengurangi risiko *greenwashing* dan mendorong penerapan *greenwashing* yang lebih realistis.

5. Meningkatkan Kesadaran dan Pendidikan

Setelah kebijakan di tingkat perusahaan dan regulasi diatasi, peningkatan kesadaran di tingkat individu juga penting. Salah satu cara efektif untuk mencapai ini adalah dengan meningkatkan pemahaman tentang keberlanjutan melalui pendidikan formal dan pelatihan di sektor bisnis dan akuntansi. Pemerintah dan institusi pendidikan dapat mengembangkan kurikulum ekonomi yang lebih menekankan pada keberlanjutan, sehingga lulusan memahami pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam operasional perusahaan. Kurikulum ini harus mencakup konsep *greenwashing*, *greenwashing*, serta praktik keberlanjutan yang dapat diimplementasikan di dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Adamkiewicz, J., Kochańska, E., Adamkiewicz, I., & Łukasik, R. M. (2022). Greenwashing and Sustainable Fashion Industry. In *Current Opinion in Green and Sustainable Chemistry* (Vol. 38). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.cogsc.2022.100710>
- Bano, N., Younas, T., Shoaib, F., Rashid, D., & Jaffri, N. (2020). *Plastic: Reduce, Recycle, and Environment* (pp. 191–208). https://doi.org/10.1007/978-3-030-20637-6_10
- Bucknall, D. G. (2020). Plastics as a Materials System in A Circular Economy: Plastics in the Circular Economy. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 378(2176). <https://doi.org/10.1098/rsta.2019.0268>
- Changwichean, K., Silalertruksa, T., & Gheewala, S. H. (2018). Eco-Efficiency Assessment of Bioplastics Production Systems and End-of-Life Options. *Sustainability (Switzerland)*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/su10040952>
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., & Soares, G. R. da L. (2020). Concepts and Forms of Greenwashing: A Systematic Review. In *Environmental Sciences Europe* (Vol. 32, Issue 1). Springer. <https://doi.org/10.1186/s12302-020-0300-3>

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2012). Self-Determination Theory. In *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1* (pp. 416–437). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n21>
- Excell, C., Viña, C. S.-L., Worker, J., & Moses, E. (2018). *Legal Limits on Single-Use Plastics and Microplastics: A Global Review of National Laws and Regulations*.
- Fahmi, M. A. (2022). Analysis of Green Purchase Intention in Coffee Shops and Restaurants: An Empirical Analysis. In *Management, and Industry (JEMI)* (Vol. 05, Issue 04).
- Faridah, C. N. (2022). The Potential of Bioplastik with the Addition of Antibacterial Agen as Eco-Friendly Active Packaging. *EDUFORTECH*, 7(1), 11–20. <https://doi.org/10.17509/edufortech.v7i1>
- Firman, T. (2016, October 17). “Prestasi” Sampah Indonesia yang Mengkhawatirkan. *Tirto.Id*.
- Firmansyah, Y.W., Fuadi, M.F., Ramadhansyah, M.F., Sugiester, F., Widyantoro, W., Lewinsca, M.Y., Diyana, S., Marliana, N.I.V., Arumdani, I.S., Pratama, A.Y., Azhari, D., Sukaningtyas, R., & Hardiyanto, A., 2021. Keberadaan Plastik di Lingkungan, Bahaya terhadap Kesehatan Manusia, dan Upaya Mitigasi: Studi Literatur. *Serambi Engineering*, VI(4) 2279-2285.
- Fisher, R., Maura Hodge, Bridget Beals, & KPMG. (2023, December 21). *Greenwashing, Greenhushing and Greenwishing: Don’t Fall Victim to These ESG Reporting Traps*. ESG Today.
- Geiger, S. J., Brick, C., Nalborczyk, L., Bosshard, A., & Jostmann, N. B. (2021). More green than gray? Toward a sustainable overview of environmental spillover effects: A Bayesian meta-analysis. In *Journal of Environmental Psychology* (Vol. 78). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101694>
- Geisendorf, S., & Pietrulla, F. (2018). The Circular Economy and Circular Economic Concepts—A Literature Analysis and Redefinition. *Thunderbird International Business Review*, 60(5), 771–782. <https://doi.org/10.1002/tie.21924>
- Heidbreder, L. M., Bablok, I., Drews, S., & Menzel, C. (2019). Tackling the Plastic Problem: A Review on Perceptions, Behaviors, and Interventions. In *Science of the Total Environment* (Vol. 668, pp. 1077–1093). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2019.02.437>
- Hendar, H., Rezasyah, T., & Sari, D. S. (2022). Diplomasi Lingkungan Indonesia Melalui ASEAN dalam Menanggulangi Marine Plastic Debris. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 4(2), 201. <https://doi.org/10.24198/padmir.v4i2.40721>
- Hossain, Md. A., Alam, Md. J., Rahaman, M. M., & Soykoth, M. W. (2022). Green Supply Chain and Customer Satisfaction in Modern Retailing: A Dual-Perception Analysis with SEM Approach. *International Journal of Integrated Supply Management*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.1504/IJISM.2022.10048481>
- Iran dust, M., & Bamdad, N. (2014). The Role of Customer’s Believability and Attitude In Green Purchase. *Journal Of Bussiness and Management Review*, 3(7), 242–249.
- Jambeck, J. R., Geyer, R., Wilcox, C., Siegler, T. R., Perryman, M., Andrady, A., Narayan, R., & Law, K. L. (2015). Plastic Waste Inputs from Land into the Ocean. *Science*, 347(6223), 768–771. <https://doi.org/10.1126/science.1260352>
- Jehangir, A., Imtiaz, M., & Salman, V. (2022). Pakistan’s Plastic Bag Ban: An Analysis of Citizens’ Support and Ban Effectiveness in Islamabad Capital Territory. *Journal of Material Cycles and Waste Management*, 24(4), 1612–1622. <https://doi.org/10.1007/s10163-022-01429-2>
- Kish, R. J. (2018). *Using Legislation to Reduce One-Time Plastic Bag Usage*. <http://www.factorydirectpromos.com/plastic-bag-bans>
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2012). *Marketing Manajemen 13*. Pearson Prentice Hall Inc.

- Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk. (2021). Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk. <https://www.matahari.com/corporate/report/annual>
- Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk. (2022). Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk. <https://www.matahari.com/corporate/report/annual>
- Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk. (2023). Laporan Keberlanjutan PT. Matahari Department Store Tbk. <https://www.matahari.com/corporate/report/annual>
- Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. (2021). Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. <https://www.ramayana.co.id/content/annual-reports>
- Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. (2022). Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. <https://www.ramayana.co.id/content/annual-reports>
- Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. (2023). Laporan Keberlanjutan PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk. <https://www.ramayana.co.id/content/annual-reports>
- Laporan Keberlanjutan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk. (2021). Laporan Keberlanjutan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk. <https://www.sonatopas.co.id/new/investor-relation/sustainable-report/?lang=in>
- Laporan Keberlanjutan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk. (2022). Laporan Keberlanjutan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk. <https://www.sonatopas.co.id/new/investor-relation/sustainable-report/?lang=in>
- Laporan Keberlanjutan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk. (2023). Laporan Keberlanjutan PT. Sona Topas Tourism Industry Tbk. <https://www.sonatopas.co.id/new/investor-relation/sustainable-report/?lang=in>
- Macintosh, A., Simpson, A., Neeman, T., & Dickson, K. (2020). Plastic Bag Bans: Lessons from the Australian Capital Territory. *Resources, Conservation and Recycling*, 154. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2019.104638>
- Mathiyazhagan, K., Haq, A. N., & Baxi, V. (2016). Analysing the Barriers for the Adoption of Green Supply Chain Management - the Indian Plastic Industry Perspective. *International Journal of Business Performance and Supply Chain Modelling*, 8(1), 46. <https://doi.org/10.1504/IJBPSM.2016.076000>
- Petljak, K., Zulauf, K., Štulec, I., Seuring, S., & Wagner, R. (2018). Green Supply Chain Management in Food Retailing: Survey-Based Evidence in Croatia. *Supply Chain Management*, 23(1), 1–15. <https://doi.org/10.1108/SCM-04-2017-0133>.
- Rajmohan, K. V. S., Ramya, C., Raja Viswanathan, M., & Varjani, S. (2019). Plastic Pollutants: Effective Waste Management for Pollution Control and Abatement. In *Current Opinion in Environmental Science and Health* (Vol. 12, pp. 72–84). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.coesh.2019.08.006>
- Rangel-Buitrago, N., Mendoza, A. V., Mantilla-Barbosa, E., Arroyo-Olarte, H., Arana, V. A., Trilleras, J., Gracia C, A., Neal, W. J., & Williams, A. T. (2021). Plastic pollution on the Colombian Central Caribbean Beaches. *Marine Pollution Bulletin*, 162, 111837. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2020.111837>
- Sari, P. N. (2022). Analisis Pengaruh Zero Waste Lifestyle dan Green Perceived Value Terhadap Minat Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 382–388. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.416>
- Schnurr, R. E. J., Alboiu, V., Chaudhary, M., Corbett, R. A., Quanz, M. E., Sankar, K., Srain, H. S., Thavarajah, V., Xanthos, D., & Walker, T. R. (2018). Reducing Marine Pollution from Single-Use Plastics (SUPs): A review. *Marine Pollution Bulletin*, 137, 157–171. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2018.10.001>

- Shafique, M. N., Rashid, A., Bajwa, I. S., Kazmi, R., Khurshid, M. M., & Tahir, W. A. (2018). Effect of IoT Capabilities and Energy Consumption Behavior on Green Supply Chain Integration. *Applied Sciences (Switzerland)*, 8(12). <https://doi.org/10.3390/app8122481>
- Silvia, F. (2014). . Pengaruh Green Marketing Terhadap Citra Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 14, 1–10.
- SIPSN. (2024). *Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah*.
- Tseng, M. L., Islam, M. S., Karia, N., Fauzi, F. A., & Afrin, S. (2019). A Literature Review on Green Supply Chain Management: Trends and Future Challenges. In *Resources, Conservation and Recycling* (Vol. 141, pp. 145–162). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.10.009>
- Xanthos, D., & Walker, T. R. (2017). International Policies to Reduce Plastic Marine Pollution from Single-Use Plastics (Plastic Bags and Microbeads): A review. In *Marine Pollution Bulletin* (Vol. 118, Issues 1–2, pp. 17–26). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2017.02.048>
- Zeenat, Elahi, A., Bukhari, D. A., Shamim, S., & Rehman, A. (2021). Plastics Degradation by Microbes: A Sustainable Approach. In *Journal of King Saud University - Science* (Vol. 33, Issue 6). Elsevier B.V. <https://doi.org/10.1016/j.jksus.2021.101538>

