

ABSTRAK

Industri *fast fashion* mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa dekade terakhir, namun di balik inovasi dan kecepatan produksinya, praktik yang dijalankan sering kali tidak selaras dengan prinsip keberlanjutan. Salah satu strategi pemasaran yang banyak digunakan oleh pelaku usaha dalam industri ini adalah *greenwashing*, yaitu tindakan menyematkan klaim ramah lingkungan secara sepihak tanpa didukung bukti yang memadai. Klaim semu ini menyesatkan konsumen yang semakin sadar terhadap isu lingkungan, namun belum sepenuhnya mampu membedakan informasi yang sah dan manipulatif. Dalam praktiknya, *greenwashing* tidak hanya menjadi persoalan etika bisnis, tetapi juga dapat menimbulkan kerugian nyata bagi konsumen, baik secara materiil maupun imateriil.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji akibat hukum dari praktik *greenwashing* dalam industri *fast fashion* di Indonesia berdasarkan perspektif perlindungan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah yuridis normatif dengan pendekatan deskriptif-analitis serta dilengkapi studi komparatif terhadap pengaturan serupa di negara lain. Hasil kajian menunjukkan bahwa meskipun belum terdapat regulasi khusus yang secara eksplisit mengatur *greenwashing*, beberapa instrumen hukum yang ada seperti Undang-Undang Perlindungan Konsumen, Undang-Undang ITE, serta ketentuan perdata mengenai perbuatan melawan hukum, dapat dijadikan dasar untuk menilai dan menindak praktik tersebut. Berdasarkan temuan ini, penulis merekomendasikan perlunya pembentukan regulasi khusus yang mengatur standar minimum dan verifikasi atas klaim keberlanjutan guna menjamin kepastian hukum dan melindungi hak-hak konsumen di tengah arus pemasaran yang semakin kompleks.

Kata Kunci: *Greenwashing*, *Fast fashion*, Undang-Undang Perlindungan Konsumen