

Kerangka *Sustainable Development Goals* dan Risiko Praktik *Greenwashing*: Studi Kasus ZARA-Inditex

Mutiara Pertiwi & Haya Qonita
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

KEYWORD:

SDG,
Sustainability,
ZARA,
Inditex,
Greenwashing,
Fast Fashion.



This work is licensed under a
Creative Commons Attribution
4.0 International License.

ABSTRAK

Artikel ini mengevaluasi indikasi praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh perusahaan fashion ZARA-Inditex dalam menjalankan komitmen *Sustainable Development Goals* (SDG). Perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan pertama yang bergabung dalam SDG tahun 2015. Sebagai pelopor industri *fast fashion*, komitmen ZARA-Inditex dalam SDG menghadirkan harapan baru tentang transformasi industri garmen dan pakaian yang lebih *sustainable*. Namun, para praktiknya, menjelang satu dekade dalam kerangka SDG, perubahan-perubahan yang dilakukan ZARA-Inditex terbatas pada aspek retorik dan simbolik. Berbagai praktik yang bersifat destruktif terhadap kemanusiaan dan lingkungan masih kerap dilakukan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan SDG untuk melakukan praktik *greenwashing*. Penulis berargumen bahwa adanya praktik *greenwashing* ini menghadirkan risiko tidak tercapainya target SDG 12 (*sustainable consumption and production pattern*) pada tahun 2030.

ABSTRACT

This article evaluates indications of *greenwashing* practices by fashion company ZARA-Inditex in implementing its *Sustainable Development Goals* (SDG) commitments. The company was one of the first companies to join the SDG in 2015. As a pioneer of the *fast fashion* industry, ZARA-Inditex's commitment to the SDGs brings new hope for a more *sustainable* transformation of the garment and clothing industry. In practice, however, as we approach a decade in the SDG framework, ZARA-Inditex's changes are limited to rhetorical and symbolic aspects. Practices that are destructive to humanity and the environment are still common. This indicates that the company is using the SDGs to practice *greenwashing*. The author argues that this *greenwashing* practice presents a risk of not achieving the target of SDG 12 (*sustainable consumption and production patterns*) by 2030.

How to Cite:

Pertiwi, M., & Qonita, H. (2025). Kerangka *Sustainable Development Goals* dan Risiko Praktik *Greenwashing*: Studi Kasus ZARA-Inditex. *Agrimics Journal*, 2(1), 121-135.

***Author Correspondent:**

Email: mutiara.pertiwi@uinjkt.ac.id

PENDAHULUAN

ZARA-Inditex adalah perusahaan *fast fashion* pertama dan salah satu yang terbesar di dunia. Jenama dari lini mode tersebut dibangun di Spanyol pada tahun 1975, kemudian menjadi salah satu bagian dari *holding company* Inditex sejak tahun 1985 (Haqqi, 2022). Karenanya, artikel ini menggunakan penamaan ZARA-Inditex untuk merujuk pada perusahaan tersebut.

Fokus penelitian ini adalah mengevaluasi indikasi praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh perusahaan fashion ZARA-Inditex dalam menjalankan komitmen United Nations (UN) *Sustainable Development Goals* (SDG). Sebagai salah satu institusi bisnis pertama yang bergabung dalam kerangka SDG pada tahun 2015, pelaksanaan komitmen ZARA-Inditex memberikan harapan adanya transformasi industri *fashion* yang lebih *sustainable*. Hanya saja, berbagai penelitian justru mengindikasikan penyalahgunaan SDG untuk *greenwashing* produk dan reputasi ZARA-Inditex (Sitara, 2020; Qonita, 2023). Penulis akan mengkaji akurasi indikasi praktik *greenwashing* tersebut dalam operasi ZARA-Inditex dan mengidentifikasi konsekwensinya terhadap potensi pencapaian SDG pada tahun 2030. Penelitian bersifat kualitatif dengan metode interpretatif.

Penulis berargumen bahwa terdapat bukti kuat bahwa ZARA-Inditex telah melakukan praktik *greenwashing*, terutama yang bersifat *direct* dan *vicarious*. Artinya, praktik *greenwashing* ZARA-Inditex memang dilakukan dengan sengaja, baik secara langsung maupun dengan mengabaikan tindakan destruktif mitra *suppliers*. Praktik *greenwashing* ZARA-Inditex ini menghadirkan serangkaian risiko bagi kerangka SDG, berupa: (1) bertahannya pola konsumsi berlebihan; (2) pemborosan sumber daya global karena pembuatan laporan yang tidak akurat; (3) kegagalan SDG mengidentifikasi masalah utama *sustainability*; (4) menginspirasi perusahaan lain untuk melakukan *greenwashing*; dan (5) mendorong industri PR yang pro *greenwashing*. Kelima risiko ini dapat memperparah kondisi lingkungan dan kemanusiaan sehingga mempersulit pencapaian target-target SDG pada tahun 2030.

Pemaparan di bawah ini dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu kerangka konseptual yang memuat rujukan terminologi yang digunakan beserta studi literturnya; kemudian dilanjutkan oleh analisis praktik *greenwashing* oleh ZARA-Inditex, dan identifikasi risikonya bagi pencapaian SDG tahun 2030.

Kerangka Konseptual

UN SDG merupakan komitmen global yang terdiri dari 17 tujuan utama pembangunan dunia (United Nations, 2015). Kerangka tata kelola bersama ini disepakati pada tahun 2015 oleh multi stakeholders, terdiri dari 193 negara anggota UN, *civil society agencies*, dan institusi bisnis. Inisiatif SDG berupaya untuk mendorong pembangunan yang lebih *sustainable* (berkelanjutan), baik di bidang ekonomi, lingkungan, maupun kemanusiaan. Salah satu tujuan yang diagendakan tercapai tahun 2030 adalah transformasi kegiatan ekonomi ke arah *responsible consumption and production pattern*, sebagaimana tertuang dalam agenda UN SDG nomor 12.

Dalam industri *fast fashion* seperti ZARA-Inditex, SDG 12 mendorong pengutamaan prinsip *sustainability* dalam siklus produksi dan konsumsi, terutama terkait penggunaan bahan bakar fosil, pengelolaan limbah, dan tata kelola bisnis yang

manusiawi (UNECE, 2018). Untuk mengukur capaian program *sustainability* suatu perusahaan, SDG 12.6. mewajibkan pelaporan tahunan yang disebut sebagai *Sustainability Report*. Laporan tersebut yang kemudian digunakan untuk mengukur kepatuhan suatu perusahaan terhadap komitmennya dalam SDG. Suatu perusahaan dianggap menjadi bagian kerangka SDG selama memberikan Sustainable Report tersebut secara rutin.

Setidaknya dalam 5 (lima) tahun terakhir, berbagai organisasi internasional mengkategorikan ZARA-Inditex sebagai salah satu pelaku *greenwashing*. Sebagai anggota SDG yang terus menggunakan slogan *go green* dalam memasarkan produknya, ZARA-Inditex disinyalir masih terlibat dengan berbagai masalah ketenagakerjaan yang tidak manusiawi, pencemaran lingkungan, penyiksaan hewan, dan tetap menghasilkan jejak karbon yang tinggi dalam proses produksinya (Igini, 2022). Produk-produk ZARA-Inditex juga masih berkualitas rendah, mendorong konsumsi berlebihan dan penggunaan barang yang waktu pemakaiannya pendek (*disposable*) (Naughton, 2024).

Konsep *greenwashing* sendiri telah berevolusi dalam dunia kebijakan publik. Konsep ini pertama kali digunakan oleh Jay Westerveld, seorang environmentalis, pada tahun 1986 (Orange & Cohen, 2010). Westerveld menyematkan konsep ini pada perilaku sebuah motel yang mencitrakan perusahaannya sebagai pro lingkungan dengan menganjurkan pengunjung hotel menggunakan ulang handuk yang telah digunakan. Menurut Westerveld, hotel tersebut sebenarnya berusaha menghemat biaya operasi pencucian handuk, namun seakan-akan berusaha menyelamatkan lingkungan. Menjelang empat dekade setelahnya, UN Climate Action mendefinisikan *greenwashing* sebagai upaya untuk memanipulasi publik sehingga suatu institusi terlihat lebih baik daripada yang sesungguhnya dalam mendukung lingkungan hidup. Dalam konteks SDG, *greenwashing* juga dikenal sebagai *SDG-washing*, yaitu ketika perusahaan memanfaatkan kepesertaannya dalam SDG untuk kampanye *public relations* (PR) daripada untuk melakukan transformasi yang sesungguhnya (Miller, 2018; del Rio dkk., 2023).

Pelaku yang terlibat praktik *greenwashing* sangat beragam dari perusahaan, negara, bahkan organisasi masyarakat sipil dan media (Lütge, 2018). Salah satu skandal yang mendapat perhatian luas adalah pemalsuan angka emisi karbon oleh perusahaan Volkswagen pada tahun 2015 (Hotten, 2015). World Wild Fund (WWF) juga sempat disinyalir membantu perusahaan bir Krombacher melakukan *greenwashing*, karena apa yang mereka lakukan berbeda dengan yang dijanjikan dalam kampanye penjualan bir (Lütge, 2018). Dalam kasus lainnya, negara-negara maju seperti Finland maupun Australia pun ditengarai terlibat *state-sponsored greenwash* melalui kebijakan yang membiarkan perusahaan-perusahaan di wilayahnya memanipulasi persepsi publik terkait performa *sustainability* mereka (Hemming dkk., 2022).

Pembuktian adanya praktik *greenwashing* tidaklah mudah. Secara umum, indikasi *greenwashing* terlihat dari adanya kesenjangan antara apa yang dikatakan aktor (*the talk*) dan apa yang dilakukan di lapangan (*the walk*). Persoalannya, variabel *sustainability* bisa berbeda di setiap konteks (Lokuwaduge & De Silva, 2022). Perusahaan juga memiliki celah untuk menyembunyikan laporan detail operasi

bisnisnya, atau menyelubungi praktik destruktif di balik kampanye yang menggunakan istilah multimakna, sehingga sulit dituntut konsistensinya dengan prinsip *sustainability* (Ziolo dkk., 2024).

Selain itu, perusahaan juga bisa jadi terlibat manipulasi secara tidak sengaja, atau melakukan *greenwashing* (Segal, 2023). Istilah *greenwashing* merujuk pada aktivitas suatu institusi yang sesungguhnya meyakini prinsip *sustainability* namun gagal mencapai targetnya sehingga 'secara tidak sengaja' melakukan *greenwashing*. Hal ini bisa disebabkan oleh kegagalan program di lapangan ataupun ketidaktahuan tentang pelanggaran prinsip *sustainability* oleh mitra usaha (Partzsch dkk., 2019).

Ulasan ilmiah tentang praktik *sustainability* ZARA-Inditex sendiri masih terbatas pada beberapa literatur. Baik Ozturkcan (2023), Sitaro (2020), maupun Naughton (2024) berargumen bahwa model bisnis dari perusahaan tersebut memang kontradiktif dengan prinsip *sustainability*. Tanpa perubahan radikal, maka ZARA-Inditex akan terus terlibat praktik *greenwashing*. Sedangkan, beberapa analis seperti Esbeih dkk. (2021) justru mengapresiasi adaptasi Inditex dengan praktik ekonomi sirkular. Analisis dari Fraser & der Van (2022) juga menunjukkan kemampuan perusahaan tersebut untuk menerima kritik publik dan memperbaiki kualitas pelaksanaan komitmen hijau.

Meskipun berbagai analisis menunjukkan bukti ZARA-Inditex melakukan praktik *greenwashing*, kita belum memahami level keterlibatan perusahaan apakah bersifat langsung atau tidak. Pengetahuan ini dibutuhkan untuk melihat akar persoalan *greenwashing* dalam konteks ZARA-Inditex dengan lebih akurat. Untuk itu, artikel ini secara spesifik mengadopsi tipologi yang dirumuskan oleh Pizetti dkk. (2021) Mereka membedakan *greenwashing* menjadi tiga bentuk berdasarkan efeknya, yaitu: (1) *direct greenwashing*, yaitu manipulasi yang dilakukan langsung oleh internal perusahaan; (2) *vicarious greenwashing*, yaitu ketika perusahaan melakukan kerja sama dengan *supplier* dari pihak eksternal yang memang telah diketahui melakukan praktik manipulasi; dan (3) *indirect greenwashing*, yaitu ketika pihak mitra eksternal melakukan manipulasi yang tidak diketahui suatu perusahaan. Tipologi ini akan dioperasionalisasikan untuk melihat karakter perilaku *greenwashing* ZARA-Inditex (jika terbukti ada).

Dalam kaca mata SDG, praktik *greenwashing* memiliki serangkaian konsekwensi. Meskipun riset dari Wu et al. menunjukkan bahwa fenomena *greenwashing* justru meningkatkan investasi hijau perusahaan kompetitor (Wu dkk., 2020), efek negatifnya membahayakan tata kelola global (TerraChoice, 2010). UN Secretary General, Antonio Guterres, bahkan menyebutnya sebagai 'toxic cover-up', yaitu upaya beritikad jahat untuk menutupi kontribusi aktor yang sesungguhnya dalam kerusakan lingkungan dan kemanusiaan (UN, 2022). *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility* bahkan menyejajarkan konsep *greenwashing* dengan *deceptive advertising*, *environmental disinformation*, dan *false advertising* (Becker-Olsen & Potucek, 2013). Praktik ini mempersulit UN untuk mengidentifikasi persoalan di lapangan dan mengukur capaian SDG (UN, 2022). Selain itu, *greenwashing* menyesatkan pilihan konsumen, sehingga menghambat pencapaian *sustainable consumption* (Wu dkk., 2020). Hal ini juga akan membahayakan kepercayaan publik

terhadap inisiatif *sustainability* di level global tersebut, termasuk masa depan ekonomi sirkular (Choudhury, 2024).

Seperti telah terungkap sebelumnya, konsekuensi praktik *greenwashing* ZARA-Inditex terhadap prinsip *sustainability* memang telah dilakukan beberapa analisis. Namun, ulasan tentang implikasinya terhadap upaya pencapaian SDG masih terbatas. Artikel ini juga berusaha berkontribusi pada aspek tersebut.

Indikasi Greenwashing oleh ZARA-Inditex

Pada bagian ini, penulis terlebih dahulu mengulas kondisi umum perusahaan paska bergabung dengan skema SDG. Kemudian, penulis mengidentifikasi adanya praktik *greenwashing* yang dilakukan oleh ZARA-Inditex dan mengulas setiap indikatornya untuk memahami seberapa jauh hal tersebut merupakan strategi langsung perusahaan.

Bagi *holding company* Inditex, ZARA memiliki nilai ekonomi yang paling tinggi. Per tahun 2023, ZARA mengoperasikan 3000 toko di berbagai negara, dan tahun 2024 mencapai 5800 toko (Smith dkk., 2019). Artinya, perusahaan ini masih terus melakukan ekspansi. Dalam sepuluh tahun terakhir, pendapatan perusahaan hanya menurun ketika pandemi COVID-19 tahun 2020 (Barkho, 2021). Angka pendapatan mereka dengan cepat kembali ke target yang normal pada tahun 2021. Paska bergabung dengan SDG, ZARA-Inditex mengalami peningkatan keuntungan yang signifikan. Laporan tahunan Inditex menunjukkan bahwa penjualan ZARA mencapai angka €19,685 juta, yang berarti peningkatan profit sebesar 70% dari tahun 2014. Statistik penjualan Inditex sendiri stabil dan cenderung meningkat, dengan laba kotor mencapai €18,559 juta pada tahun 2022 (Inditex, 2023).

Hanya saja, peningkatan profit tersebut juga diikuti oleh berbagai skandal dan protes terhadap operasi bisnisnya yang masih melanggengkan konsep *fast fashion* (Fraser & der Van, 2022). Moda produksi *fast fashion* menitikberatkan pada penyediaan produk dengan desain terkini dan harga terjangkau kelas menengah, namun dengan kualitas rendah sehingga umur pakainya pendek (Aftab dkk., 2018). Pada tahun 1980an, siklus produksi dari tahap desain ke pemasaran di toko ZARA memakan waktu sekitar lima belas hari (Ferdows, 2003). Saat ini, kecepatan produksi tersebut telah jauh meningkat. Inditex bahkan mengklaim mampu mendistribusikan produk baru ke toko sebanyak dua kali seminggu (Inditex, 2023). Pada tahun 2019, ZARA-Inditex menghasilkan 150 milyar pakaian per tahun, padahal di dunia ini hanya ada tujuh milyar manusia (Segran, 2019). Pada tahun 2022, perusahaan ini menghasilkan sekitar 12,000 desain per tahun dan memproduksi ratusan juta pakaian per hari (Mutz, 2021). Permintaan produk ZARA juga terus mengalami peningkatan. Ini yang membuat perusahaan tersebut menjadi kontributor utama limbah *fast fashion*.

ZARA-Inditex memiliki komitmen *sustainability* paska keanggotaannya dalam SDG. Artinya, ada target yang perlu dicapai untuk mengurangi dan menghentikan berbagai praktik buruk *fast fashion*. ZARA-Inditex telah mengadopsi rangkaian kampanye untuk mendukung SDG, seperti: *Join Life*, *Green to Wear* (GtW), ataupun lini pakaian edisi terbatas bertajuk '*Sustainable Fashion*' yang menggunakan polyester rendah karbon (Mutz, 2021). Perusahaan ini juga melakukan berbagai langkah untuk

memperbaiki akuntabilitasnya dalam memastikan proses produksi yang menghargai hak-hak pekerja, termasuk menghentikan praktik-praktik eksploitatif dan perekrutan pekerja anak (Inditex, 2023).

Hanya saja, kampanye-kampanye tersebut tidak merubah akar persoalan dalam praktik industrinya. Sebagaimana diungkap oleh Burbano dkk. (2018) kampanye-kampanye pro *sustainability* yang dilakukan ZARA-Inditex tidak mengurangi jejak karbon mereka.

Penulis berargumen bahwa hingga tahun 2024, ZARA-Inditex masih melakukan *greenwashing*, kombinasi kategori *direct* dan *vicarious*. Argumen tersebut didasarkan pada temuan berikut ini: Pertama, ZARA-Inditex masih menggunakan material viscose dari *supplier* yang tidak melakukan praktik *sustainable production*, sehingga melalui proses pembuatan yang merusak lingkungan (Changing Markets Foundation, 2020). Viscose atau rayon adalah material serat sintetik yang menjadi kontributor sampah mikroplastik (Woodall dkk., 2014). Material tersebut termasuk sulit terurai sehingga mencemari lingkungan. Organisasi *Greenpeace* bahkan memiliki kampanye Zara 'Detox' untuk mengkritisi kerusakan lingkungan akibat penggunaan masif viscose ini (Green Peace, 2012). Pada tahun 2019, perusahaan sempat membuat komitmen untuk sepenuhnya menggunakan viscose rendah karbon mulai tahun 2025. Konsistensi perusahaan terhadap komitmen tersebut masih perlu diamati ke depannya.

Kedua, ZARA-Inditex juga masih terus memperbanyak volume produksi dan distribusi produk *fast fashion*. Selain meningkatkan tumpukan sampah, aktivitas tersebut juga meningkatkan emisi karbon dari penggunaan transportasi udara. Beberapa tahun terakhir, penggunaan transport udara ini meningkat pesat. Laporan dari *Public Eye* mengungkapkan bahwa Inditex memang mengutamakan penggunaan pesawat kargo untuk ekspedisi material maupun produknya (Hachfeld & Regenass, 2023). Dalam setahun, aktivitas penerbangan perusahaan ke Zaragosa, pusat operasi ZARA, mencapai 1600 ekspedisi. Ini belum mencakup penerbangan perusahaan ke kota dan negara yang menjadi *supplier* dan distributor produk ZARA. Meskipun pengiriman menjadi lebih cepat, penggunaan moda transportasi pesawat menghasilkan emisi karbon 14 kali lebih tinggi daripada kapal laut. Artinya, pola produksi perusahaan masih bersifat *hyper-productive* dan *over-consumptive*. Misalnya saja, satu kemeja lengan panjang membutuhkan proses produksi setidaknya di tiga negara. Satu jenis baju bisa berasal dari pohon kapas dari Amerika Serikat (AS), diproduksi menjadi kain, diwarnai, dan dijahit di Bangladesh, lalu difinalisasi dan dikemas di Jerman sebelum distribusi. Siklus produksi satu jenis pakaian saja bisa menghabiskan bahan bakar fosil yang setara dengan perjalanan keliling dunia.

Menghadapi berbagai kritik ini, lagi-lagi ZARA-Inditex menggunakan retorika berupa janji perubahan. Pada tahun 2023, perusahaan mendeklarasikan 'New Sustainability Commitments', di antaranya menetapkan target memotong emisi produksi sebesar 50% pada tahun 2030 dan mencapai zero net emission pada tahun 2040 (Inditex, 2023). Hingga artikel ini dimuat, langkah-langkah nyata untuk mencapainya belum terdeteksi.

Ketiga, ZARA-Inditex masih bekerja sama dengan para mitra yang eksploitatif terhadap pekerja. Meskipun Zara melakukan audit terhadap *supplier*, laporan mereka bersifat parsial dalam mengungkap operasi *supply chain* (Campos dkk., 2015). Kelompok *supplier* pengolahan kapas, pemintalan, penenunan, dan pencelupan, umumnya tidak tersentuh audit yang dipublikasikan. Hal ini menyebabkan berbagai persoalan ketenagakerjaan sulit dievaluasi. Berbagai laporan media massa dan organisasi sipil berulang kali mengungkap persoalan ketenagakerjaan di mitra *supplier* ZARA-Inditex. Praktik yang dilaporkan biasanya meliputi jam kerja yang melebihi waktu dan berbagai perlakuan kerja yang tidak etis, bahkan kerja paksa (Hachfeld & Regenass, 2023). Persoalan-persoalan seperti ini mengemuka di berbagai negara yang menjadi bagian siklus produksi ZARA, seperti Turkiye, Myanmar, Argentina, ataupun Spanyol (BBC News, 2017; Pons, 2024; Osborne, 2013; Phyu dkk., 2013). Skandal yang terbaru adalah laporan organisasi independen yang menunjukkan adanya keterlibatan perbudakan etnis Uyghur dalam sistem kerja *supplier* ZARA (Hawkins, 2023).

Sejak bergulirnya informasi tentang kerja paksa etnis Uyghur, juru bicara ZARA menyatakan bahwa mereka sudah tidak lagi bermitra dengan *supplier* dari Xinjiang, China. Artinya, perusahaan setidaknya memang sempat menggunakan tenaga kerja etnis Uyghur. Pernyataan dari ZARA tersebut sulit diverifikasi karena dibuat tanpa menyertakan informasi yang transparan tentang siklus produksi yang sesungguhnya. Ini menunjukkan adanya upaya untuk mengelola persepsi publik.

Berdasarkan ketiga fakta di atas, terlihat bahwa ZARA-Inditex memang melakukan berbagai perilaku destruktif terhadap alam dan kemanusiaan secara sadar dalam siklus produksinya. Meskipun perusahaan sudah menerima berbagai kritik dari publik sejak bergabung dengan SDG, kebijakan-kebijakan produksi di atas masih terus berlanjut. Memang, ZARA-Inditex mengesankan adanya beberapa perubahan reaktif paska menerima kritik publik. Misalnya, seperti sudah diulas di atas, Zara menyatakan tidak lagi bekerja sama dengan *supplier* dari Xinjiang yang menerapkan kerja paksa kepada etnis Uyghur. Pernyataan atau perubahan ini hanya dilakukan setelah menerima kritik dari publik yang akan mencederai reputasi produknya di mata konsumen. Masih terus ditemukannya kasus-kasus seperti ini menunjukkan bahwa ZARA-Inditex tidak melakukan seleksi yang memadai ketika membangun kemitraan dengan mitra *supplier*. Dalam skenario yang terburuk, ZARA-Inditex bisa jadi memang sengaja tidak mau tahu tentang komitmen *sustainability* dari *supliernya*. Hal ini memang sulit diverifikasi dikarenakan tidak tersedianya laporan audit *full supply chain* dari ZARA-Inditex.

Dari ketiga kasus ini juga, terlihat bahwa ZARA-Inditex berusaha memposisikan praktik yang kontraproduktif dengan SDG tersebut sebagai *greenwashing*, daripada *greenwashing*. Mereka berusaha menunjukkan ketidaktahuan atas apa yang terjadi di level *supply chain* ataupun menunjukkan adanya reformasi kebijakan dalam beberapa tahun ke depan, seperti untuk viscose ataupun emisi karbon keseluruhan. Perusahaan bermain di area abu-abu, dikarenakan akurasi dan kebenaran dari pernyataan-pernyataan tersebut tidak, atau belum, bisa diverifikasi.

Penulis berpendapat bahwa tanpa adanya bukti yang terverifikasi atas janji maupun alasan dari perusahaan, maka ZARA-Inditex masih termasuk kategori pelaku *greenwashing*, terutama pada kategori *direct* dan *vicarious*. Perusahaan tetap melakukan praktik destruktifnya dan bermitra dengan *supplier* yang bermasalah dengan pengetahuan adanya risiko pelanggaran komitmen SDG.

Konsekwensi Greenwashing bagi SDG

Perilaku *greenwashing* ZARA-Inditex menghadirkan berbagai konsekwensi. Dalam hal ini, penulis berfokus pada identifikasi konsekwensi yang berupa risiko bagi peluang pencapaian SDG tahun 2030. Sebagai perusahaan *fast fashion* dunia, perilaku ZARA-Inditex menjadi salah satu barometer ekonomi para pelaku bisnis. Karenanya, besar kemungkinan adanya implikasi struktural dari posisinya terhadap SDG.

Penulis beragumen bahwa ada lima risiko yang akan dihadapi oleh tata kelola SDG, yaitu: (1) bertahannya pola konsumsi berlebihan; (2) pemborosan sumber daya global untuk pembuatan laporan yang tidak akurat; (3) kegagalan SDG mengidentifikasi masalah utama *sustainability*; (4) menginspirasi perusahaan lain untuk melakukan *greenwashing*; dan (5) mendorong industri PR yang pro *greenwashing*. Setiap risiko tersebut akan dijelaskan di bawah ini.

Pertama, risiko bertahannya pola konsumsi berlebihan. Seperti halnya terungkap sebelumnya, jumlah toko retail ZARA masih mengalami peningkatan hingga ribuan setiap tahunnya. Jumlah produksi pakaian per tahun pun demikian, menunjukkan dipertahankan dan bahkan ditingkatkannya angka produk *fast fashion*. Hal ini bertentangan dengan target 12.1 tentang implementasi kerangka produksi dan konsumsi yang *sustainable* dalam jangka waktu sepuluh tahun; dan target 12.8 tentang promosi *sustainable lifestyles*. Memang, ZARA-Inditex secara kontinu melaksanakan berbagai kampanye untuk membangun kesadaran publik tentang *sustainable lifestyle*. Namun, kampanye tersebut juga didampingi peningkatan angka produksi *fast fashion*. Perusahaan tidak berusaha membuat terobosan produk yang lebih menekankan pada kualitas daripada kuantitas. Kalaupun ada terobosan seperti *sustainable clothing*, sifatnya terbatas dan tidak sebanding dengan ratusan juta produk *fast fashion* yang mereka produksi per hari. ZARA-Inditex memang mengedukasi konsumen tentang *sustainable clothing*, namun, dari segi *supply driven*, tidak membantu konsumen untuk melaksanakan prinsip *sustainability*.

Kedua, risiko peningkatan sampah dan kerusakan lingkungan. Hal ini bertentangan dengan target SDG 12.5 untuk mengurangi drastis jumlah timbulan sampah (*substantially reduce waste generation*). Per 2023, proses produksi Inditex masih menghasilkan lebih dari 20,000 ton sampah per tahunnya (Alves, 2024). Kalkulasi tersebut baru meliputi sampah langsung dari pabrik dan toko Inditex, belum mengikutsertakan sampah bekas konsumsi produknya. Mengingat bahwa ZARA-Inditex saja bisa menghasilkan ratusan juta pakaian per hari, maka angka timbulan sampah yang sesungguhnya jauh lebih besar. Berbagai laporan menunjukkan bahwa timbulan sampah dari produk bekas pakai *fast fashion* ini telah mencapai 92 juta ton per tahun, sehingga diperkirakan mencapai 134 juta ton pada 2030 (Igini, 2023). Sedangkan, rata-rata sampah pakaian ini baru bisa terurai dalam waktu 200 tahun. Artinya, lahan yang tidak produktif karena menjadi timbulan

sampah akan menjadi semakin luas, berikut berbagai konsekuensi yang merusak lingkungan hidup dan kehidupan masyarakat.

Ketiga, risiko disinformasi dan misinformasi. ZARA-Inditex memang memberikan laporan berkala *Sustainable Report* kepada UN, namun laporan tersebut tidak meliputi keseluruhan siklus produksi dan *supply chain*. Akibatnya, laporan yang diberikan tidak bisa dijadikan ukuran yang meyakinkan atas praktik *sustainability* perusahaan. Hal ini bertentangan dengan target SDG 12.6 tentang *sustainable reporting* yang seharusnya menjunjung tinggi transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Jika laporan tidak lengkap, maka disinformasi atau misinformasi rawan terjadi, yang akan berujung pada kesalahan pertimbangan kebijakan di level UN. Risiko lainnya adalah pemborosan sumber daya untuk proses pelaporan dan evaluasi yang ternyata tidak produktif untuk pencapaian SDG.

Keempat, risiko semakin maraknya praktik *greenwashing*. Dengan posisi ZARA-Inditex sebagai bisnis utama *fast fashion* di level global, maka perilaku perusahaan ini menjadi *benchmark* bagi bisnis lainnya. Beberapa studi sudah mengungkap bahwa perilaku *greenwashing* lebih mudah ditiru oleh firma atau aktor yang posisinya lebih lemah (Yutong dkk., 2024). Sedangkan, kompetitor bisnis yang relatif sama kuat biasanya justru akan menghindari melakukan strategi *greenwashing* yang sama. Jika dibiarkan, maka praktik ini akan menormalisasi *greenwashing* dan berakibat pada kemunduran pencapaian SDG 12 secara keseluruhan.

Kelima, risiko menguatnya industri PR *greenwashers*. Dalam dunia PR, *greenwashing* adalah bagian dari strategi komunikasi publik dan pemasaran, yang tujuannya untuk menjaga reputasi dan profit perusahaan. Dalam ilmu komunikasi, kajian tentang *greenwashing* tidak selalu dianggap sebagai pelanggaran etika. Finlayson et al. mengkategorisasinya sebagai bagian dari *green marketing* yang selain memiliki sisi negatif juga memiliki sisi positif, terutama dalam menanamkan niat perubahan (Finlayson dkk., 2023). Sedangkan, Kaylee menggarisbawahi lemahnya posisi firma PR untuk menolak kebutuhan *greenwashing* dari pelanggan bisnisnya. Jika perilaku *greenwashing* semakin marak, maka reputasi dunia PR akan menjadi semakin buruk (Weatherly, 2014).

Kelima risiko di atas menunjukkan bahwa praktik *greenwashing* yang dilakukan ZARA-Inditex bukan hanya akan melanggengkan kerusakan yang terjadi, namun juga memperparahnya. Walaupun perusahaan menepati janjinya untuk beralih ke material viscose rendah karbon mulai tahun 2025 ini, mereka masih memiliki pekerjaan rumah yang berlimpah untuk merehabilitasi kerusakan yang sudah terjadi, baik dari segi lingkungan, sosial, maupun kemanusiaan. Apalagi, ZARA-Inditex belum menunjukkan rencana dan langkah nyata untuk memenuhi target pengurangan 50% emisi pada tahun 2030 dan *net zero emission* pada tahun 2040. Lima tahun ke depan akan menjadi penentuan apakah operasi bisnis ZARA-Inditex akan tetap mengandalkan kombinasi *greenwashing* dan *greenwashing*, atau sesungguhnya mengadopsi pendekatan *sustainability* yang lebih akuntabel.

SIMPULAN

Pemaparan artikel ini telah menunjukkan serangkaian analisis untuk memperkuat dugaan praktik *greenwashing* oleh perusahaan ZARA-Inditex. Dengan operasionalisasi tipologi dari Pizetti dkk. penulis menemukan bahwa praktik perusahaan ini bervariasi antara *direct* dan *vicarious greenwashing*. Praktik yang bersifat *direct* di antaranya meliputi kebijakan ekspansi perusahaan yang terus dilakukan baik dari segi volume output produksi maupun jangkauan distribusi. Hal ini diputuskan langsung oleh eksekutif perusahaan, mengabaikan komitmen untuk menjaga keseimbangan antara peningkatan profit dan kualitas alam dan kemanusiaan. Sedangkan, praktik *vicarious greenwashing* terdeteksi dari keengganan ZARA-Inditex untuk mengaudit mitra *supplier*-nya dengan lengkap, sehingga mengabaikan adanya potensi praktik kerja yang eksploitatif terhadap alam dan manusia. Sikap ZARA-Inditex terhadap temuan skandal praktik eksploitatif biasanya sebatas pemutusan kerja bertahap, tanpa benar-benar mengungkapkan persoalan sesungguhnya dengan transparan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mengandalkan pendekatan reaktif, hanya melakukan penghindaran ketika suatu pelanggaran diketahui publik. Artikel ini juga menunjukkan risiko yang dihadapi dunia *sustainability* jika praktik *greenwashing* ZARA-Inditex ini dibiarkan. Kelima risiko tersebut mencakup kegagalan berbagai target *sustainable production and consumption* dalam SDG 12. ZARA-Inditex melakukan kampanye konsumsi yang bertanggung jawab, namun tanpa merubah faktor pendorong konsumsi dari sisi *supply* barang. Konsumen masih terus dibanjiri oleh produk-produk *fast fashion*. Hal ini akan melanggengkan pola konsumsi yang berlebihan. Selain itu, *greenwashing* juga akan melibatkan pembuatan laporan yang tidak akurat, sehingga akan membuang waktu dan energi para pemantau dan *stake holders* SDG di level UN. Tanpa laporan yang akurat dan lengkap, pengambilan kebijakan juga kehilangan landasan pertimbangan yang solid. Bagi dunia bisnis sendiri, *greenwashing* oleh perusahaan sekelas ZARA-Inditex dikuatirkan menormalisasi dan menularkan praktik tersebut. Hal ini juga justru akan menjadi insentif bagi dunia PR untuk berkembang ke arah yang bertentangan dengan *sustainability*. Tahun ini menandai sepuluh tahun pengelolaan SDG, termasuk bergabungnya ZARA-Inditex dalam kerangka tersebut. Perusahaan telah mengadopsi berbagai retorika hijau dan inisiatif mikro, namun tertinggal dalam membuat perubahan makro. Ke depannya, perusahaan perlu berfokus pada persoalan-persoalan *sustainability* yang memiliki efek struktural, sehingga konsisten antara *the talk* dan *the walk*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aftab, Md., Yuanjian, Q., Kabir, N., dan Barua, Z. (2014). Super Responsive Supply Chain: The Case of Spanish Fast Fashion Retailer Inditex-Zara. *Internasional Journal of Business and Management*, 13(5), 212-227. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n5p212>.
- Aggarwal, P. dan Kadyan, A. (2014). Greenwashing: The Darker Side of CSR. *Indian Journal of Applied Research*, 4(3), 61-66.

- Alves, B. (2024). *Total Waste Generated by Inditex Worldwide from 2010 to 2023*. Statista. Diakses dari: <https://www.statista.com/statistics/1413801/inditex-total-waste-generated-worldwide/>.
- Barkho, G. (2021). *How Zara Recovered to Surpass Pre-Pandemic Sales*. Modern Retail. Diakses dari: <https://www.modernretail.co/retailers/how-fast-fashion-retailer-zara-recovered-to-surpass-pre-pandemic-sales/>.
- BBC News. (2017). *Turkey: Zara Shoppers Find Labour Complaints inside Clothes*. BBC News. Diakses dari: <https://www.bbc.com/news/world-europe-41981509>.
- Becker-Olsen, K., dan Potucek, S. (2013). *Greenwashing. Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. Springer.
- Burbano, V., Wang, dan Chiles, B. (2018). *Zara's Sustainability Dilemma. Caseworks, Case ID190401*. Columbia Business School.
- Campos, A., van Huijstee, M., dan Theuws, M. (2015). *From Moral Responsibility to Legal Liability? Modern Day Slavery Conditions in the Global Garment*. SOMO.
- Changing Markets Foundation. (2020). *Dirty Fashion: Crunch Time*. Changing Markets Foundation. Diakses dari: <https://changingmarkets.org/report/dirty-fashion-crunch-time/>.
- Choudhury, R. R., Islam, A. F., dan Sujauddin, M. (2024). More than just a Business Ploy? Greenwashing as a Barrier to Circular Economy and Sustainable Development: A Case Study-Based Critical Review. *Circular Economy and Sustainability*, 4(1), 233-266.
- de Freitas Netto, S. V., Sobral, M. F. F., Ribeiro, A. R. B., dan Soares, G. R. D. L. (2020). Concepts and Forms of Greenwashing: A Systematic Review. *Environmental Sciences Europe*, 32(1), 1-12.
- Lokuwaduge, Chitra S de Silva., and De Silva, K. M. (2022). ESG Risk Disclosure and the Risk of Green Washing. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 16(1), 146-159.
- del Rio, C., Gonzalez-Álvarez, K., López-Arceiz, F. J. (2023). Examining greenwashing and SDG-washing: An Analysis of Corporate Engagement with the SDGs. *Sustainability Accounting*, 15(2), 412-456.
- Delmas, M. A., dan Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64-87.
- The Business Times. (2024). *Investors Push Zara Owner Inditex to Publish Full Supply Chain*. The Business Times. Diakses dari: <https://www.businesstimes.com.sg/international/investors-push-zara-owner-inditex-publish-full-supply-chain>.

- Esbeih, K. N., Molina-Moreno, V., Núñez-Cacho, P., dan Silva-Santos, B. (2021). Transition to the Circular Economy in the Fashion Industry: The Case of the Inditex Family Business. *Sustainability*, 13(18), 10202.
- Ferdows, K., Lewis, M., dan Machuca, J. A. D. (2003). Zara. *Supply Chain Forum*, 4(2), 62-67.
- Finlayson, A., Goldsmiths, J. M., dan Phillips, K. R. (2023). *The Virtues of Green Marketing: A Constructive Take on Corporate Rhetoric*. Palgrave MacMilan.
- Fraser, E., dan van der Ven, H. (2022). Increasing Transparency in Global Supply Chains: The Case of the Fast Fashion Industry. *Sustainability*, 14(18), 11520.
- Glavas, D., Grolleau, G., dan Mzoughi, N. (2022). Greening the Greenwashers: How to Push Greenwashers towards more Sustainable Trajectories. *Journal of Cleaner Production*, 382(2), 135301. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.135301>.
- Green Peace. (2012). *Zara: Fast Fashion, Slow to Detox*. Green Peace. Diakses dari: <https://www.greenpeace.org/usa/zara-fast-fashion-slow-to-detox/>.
- Hachfeld, D., dan Regenass, R. (2023). *Zara Fuels Climate Crisis with Thousands of Airborne Fashion*. Public Eye, Diakses dari: <https://www.publiceye.ch/en/topics/fashion/zara-fuels-climate-crisis-with-thousands-of-tons-of-airborne-fashion>.
- Haqqi, S. (2022). *The Most Popular Fashion Brands around the World*. Money. Diakses dari: <https://www.money.co.uk/credit-cards/most-popular-fashion-brands-2022>.
- Hawkins, A. (2023). Substantial Volume' of Clothing Tied to Uyghur Forced Labour Entering EU, Says Study. The Guardian. Diakses dari: <https://www.theguardian.com/world/2023/dec/06/substantial-volume-of-clothing-tied-to-uyghur-forced-labour-entering-eu-says-study-china>.
- Hemming, P., Campbell, R., dan Venketasubramanian, S. *Green Development or Greenwashing?. Environmental Histories of Finland*. Australia Institute. Diakses dari: <https://australiainstitute.org.au/wp-content/uploads/2022/10/State-sponsored-Greenwash-WEB.pdf>.
- Hotten, R. (2015). *Volkswagen: The Scandal Explained*. BBC. Diakses dari: <https://www.bbc.com/news/business-34324772>.
- Igini, M. (2022). *5 Fast-Fashion Brands Called Out for Greenwashing*. Earth.org. Diakses dari: <https://earth.org/fast-fashion-brands-greenwashing/>.
- Igini, M. (2023). *10 Concerning Fast Fashion Waste Statistics*. Eart.org. Diakses dari: <https://earth.org/statistics-about-fast-fashion-waste/>.

- Inditex. (2023). *Inditex Group Modern Slavery and Human Trafficking in Supply Chain Statement FY 2023*. Inditex. Diakses dari: https://static.zara.net/static//pdfs/UK/act-on-modern-slavery/act-on-modern-slavery-en_UK-20240722.pdf.
- Lütge, C. (2018). Krombacher Beer, the World Wildlife Fund, and Cause-Related Marketing: A Case of Greenwashing?. *Report*. London: SAGE Publications: SAGE Business Cases Originals.
- Miller, T. (2018). *Greenwashing Culture*. Routledge.
- Mutz, K. (2021). Inditex and Sustainability: Are Inditex's Commitments Enough to Make the Company a Sustainable Fashion Brand?. *Theses*. Metropolitan State University of Denver.
- Naughton, J. (2024). *Zara: Greenwashing Accusations in the Fast Fashion Industry*. Case Center. Diakses dari: <https://www.thecasecentre.org/search/results/?s=132B78C3DCAA460D8BBB07CEE2D6E819#>.
- Orange, E., dan Cohen, A. M. (2010). From Eco-Friendly to Eco-Intelligent. *The Futurist*, 44(5), 28-32.
- Osborne, L. (2013). *Zara Hit by Slave Labour Allegations (Argentina)*. Business and Human Rights Resource Centre. Diakses dari: <https://www.business-humanrights.org/en/latest-news/zara-hit-by-slave-labour-allegations-argentina/>.
- Ozturkcan, S. (2023). Sustainable Branding in Global Fast-Fashion: Consumers' and Distant Supply Chain Stakeholders' Solidarity via Social Media. *Dealing with Socially Responsible Consumers*, 299-314.
- Partzsch, L., Zander, M., dan Robinson, H. (2019). Cotton Certification in Sub-Saharan Africa: Promotion of Environmental Sustainability of Greenwashing?. *Global Environmental Change* 57, 1-10.
- Phyu, H. L. (2013). Workers Forced to Work Overtime Without Being Paid at the Zara Brand Manufacturing. *Myanmar Labour News*. Diakses dari: <https://www.myanmarlabournews.com/en/posts/workers-forced-to-work-overtime-without-being-paid-at-the-zara-brand-manufacturing-factory-dont-get-benefits-either>.
- Pizzetti, M., Gatti, L., dan Seele, P. (2021). Firms Talk, Suppliers Walk: Analyzing the Locus of Greenwashing in the Blame Game and Introducing Vicarious Greenwashing. *Journal of Business Ethics*, 170, 2021: 21-38. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04406-2>.

- Pons, C. (2024). *Zara Shop Workers Protest outside Spanish Stores after Record Profit*. Reuters. Diakses dari: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/zara-shop-workers-protest-outside-spanish-stores-after-record-profit-2024-03-22/>.
- Qonita, H. (2023). Pelaksanaan Komitmen *Sustainable Development Goals* Perusahaan Zara-Inditex Periode 2015–2019. *Skripsi*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Scanlan, S. J. (2017). Framing Fracking: Scale-Shifting and Greenwashing Risk in the Oil and Gas Industry. *Local Environment*, 22(11), 1311–1337.
- Segal, M. (2023). *Greenwashing, Greenhushing, and Greenwashing: Don't Fall Victim to These ESG Reporting Traps*. ESGtoday. Diakses dari: <https://www.esgtoday.com/guest-post-greenwashing-greenhushing-and-greenwashing-dont-fall-victim-to-these-esg-reporting-traps/>.
- Shakhnazarov, B. (2024). Greenwashing, Greenwashing and Greenhushing in the Context of Unfair Competition, Intellectual Property Protection and Consumer Rights. *Lex Russica*, 77(11), 63-73.
- Sitaro, T. D. (2020). *Fast Fashion and Sustainability: The Case of Inditex-Zara*. Senior Theses. Fordham University.
- Smith, G. (2019). H&M and Zara Are Closing Stores to Get Ahead. *Fortune*, 11 Agustus 2019. Diakses dari: <https://fortune.com/2019/08/11/hm-zara-store-closing>.
- TerraChoice. (2010). *The Sin of Greenwashing: Home and Family Edition*, Report.
- UNECE. (2018). *Fashion and the SDGs: What Role for the UN?*. UNECE. Diakses dari: https://unece.org/fileadmin/DAM/RCM_Website/RFSD_2018_Side_event_sustainable_fashion.pdf.
- United Nations. (2015). *Historic New Sustainable Development Agenda Unanimously Adopted by 193 UN Members*. Sustainable Development Goals. Diakses dari: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2015/09/historic-new-sustainable-development-agenda-unanimously-adopted-by-193-un-members/>.
- United Nations. (2022). *Zero Tolerance Greenwashing: Guterres Says Report*. United Nations. Diakses dari: <https://www.un.org/en/delegate/'zero-tolerance-greenwashing'-guterres-says-report-launch>.
- Weatherly, K. (2014). *An Inconvenient Truth about the Public Relations Industry and Greenwashing*. *Dissertation*. The University of Queensland.
- Woodall, Lucy C., Sanchez-Vidal, A., Canals, M., Paterson, G. L. J., Coppock, R., Sleight, V., Calafat, A., Rogers, A. D., Narayanaswamy, B. E., dan Thompson, R. C. The Deep Sea is a Major Sink for Microplastic Debris. *Royal Society Open Science*, 1(4), 1-8.

- Wu, Y., Zhang, K., dan Xie, J. (2020). Bad Greenwashing, Good Greenwashing: Corporate Social Responsibility and Information Transparency. *Management Science*, 66(7), 3095-3112.
- Yang, Z., Nguyen, T. T. Y., Nguyen, H. N., Cao, T. T. (2020). Greenwashing Behaviours: Causes, Taxonomy and Consequences Based on a Systematic Literature Review. *Journal of Business Economics and Management*, 21(5), 1486–1507.
- Ziolo, M., Bak, I., dan Spoz, A. (2024). Literature Review of Greenwashing Research: State of the Art. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 31(6), 5343-5356.