

Pemetaan Ilmiah Pengetahuan tentang Greenwashing pada Corporate Social Responsibility (CSR): Tren Saat Ini dan Masa Depan

Yeni Sofiarna¹, Milluspitasari², Lasmi Yupita³, Widya Sri Wahyuni⁴

¹Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Padang, 081364626244

²Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Padang, 082285701546

³Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Padang, 082382115721

⁴Akuntansi, Ekonomi dan Bisnis, Politeknik Negeri Padang, 085274137656

yenisofiarna2610@gmail.com, milluspitasari@gmail.com, lasmiyupita2@gmail.com, widyayurainy@pnp.ac.id

Abstract

This study aims to map the development of research on greenwashing in the context of Corporate Social Responsibility (CSR) using a bibliometric approach. Data were obtained from the Scopus database, covering publications from 2016 to May 2026, resulting in 398 documents after the screening process. The analysis was conducted using Bibliometrix and VOSviewer through citation analysis, bibliographic coupling, and co-word analysis. The results show that publications on greenwashing and CSR have continued to increase over the past decade. The bibliographic coupling analysis identified four main clusters focusing on the impact of greenwashing on CSR, stakeholder perspectives, consumer behavior, and corporate communication and governance. The co-word analysis reveals the development of research themes from conceptual issues toward ESG transparency, sustainability reporting, and corporate governance. This study provides a comprehensive overview of the development of greenwashing research in the context of CSR and identifies future research opportunities, particularly regarding greenwashing measurement, regulatory effectiveness, sustainability report assurance, and its implementation in developing countries.

Keywords: greenwashing, corporate social responsibility, bibliometric analysis, business ethics.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan memetakan perkembangan penelitian mengenai greenwashing dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR) menggunakan pendekatan bibliometrik. Data diperoleh dari basis data Scopus dengan periode publikasi 2016–Mei 2026, yang menghasilkan 398 dokumen setelah melalui proses penyaringan. Analisis dilakukan menggunakan Bibliometrix dan VOSviewer melalui analisis sitasi, bibliographic coupling, dan co-word analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa publikasi mengenai greenwashing dan CSR terus meningkat dalam satu dekade terakhir. Analisis bibliographic coupling mengidentifikasi empat kluster utama yang membahas dampak greenwashing terhadap CSR, perspektif stakeholder, perilaku konsumen, serta komunikasi dan tata kelola perusahaan. Analisis co-word menunjukkan perkembangan tema penelitian dari isu konseptual menuju transparansi ESG, pelaporan keberlanjutan, dan tata kelola perusahaan. Penelitian ini memberikan gambaran komprehensif mengenai perkembangan riset greenwashing dalam konteks CSR serta mengidentifikasi peluang penelitian di masa depan, khususnya terkait pengukuran greenwashing, efektivitas regulasi, assurance laporan keberlanjutan, dan implementasinya di negara berkembang.

Kata Kunci: Greenwashing, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Analisis Bibliometrik, Etika Bisnis.

© 2026 Jurnal Pustaka Aktiva

1. Pendahuluan

Corporate Social Responsibility (CSR) telah berkembang menjadi salah satu strategi utama perusahaan dalam mewujudkan tanggung jawab ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan. Peningkatan perhatian masyarakat terhadap isu perubahan iklim, keberlanjutan, serta praktik bisnis yang bertanggung jawab mendorong perusahaan untuk semakin aktif mengkomunikasikan berbagai aktivitas CSR melalui laporan keberlanjutan, laporan tahunan, maupun media pemasaran. Melalui pengungkapan tersebut, perusahaan diharapkan mampu menunjukkan komitmennya terhadap pembangunan berkelanjutan sekaligus meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan.

Namun demikian, semakin luasnya praktik pengungkapan CSR tidak selalu diikuti dengan implementasi yang benar-benar mencerminkan kinerja lingkungan perusahaan. Dalam praktiknya, sebagian perusahaan lebih menonjolkan citra ramah lingkungan dibandingkan tindakan nyata yang dilakukan. Fenomena ini dikenal sebagai *greenwashing*, yaitu tindakan perusahaan yang memberikan kesan seolah-olah memiliki komitmen tinggi terhadap lingkungan melalui komunikasi, pemasaran, maupun pelaporan keberlanjutan, padahal implementasi yang dilakukan tidak sesuai atau bahkan bertentangan dengan kondisi sebenarnya (Delmas & Burbano, 2011; Seele & Gatti, 2017). *Greenwashing* menjadi salah satu tantangan utama dalam implementasi CSR karena dapat menurunkan kredibilitas perusahaan, mengurangi kepercayaan investor dan konsumen, serta melemahkan efektivitas kebijakan keberlanjutan.

Perkembangan praktik *greenwashing* semakin menjadi perhatian akademisi seiring meningkatnya tuntutan transparansi *Environmental, Social, and Governance (ESG)*, penyusunan laporan keberlanjutan, serta penerapan berbagai regulasi mengenai pengungkapan informasi non-keuangan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *greenwashing* dipengaruhi oleh tekanan pemangku kepentingan, strategi komunikasi perusahaan, kualitas tata kelola perusahaan, regulasi, serta karakteristik industri. Selain itu, praktik *greenwashing* juga berdampak terhadap reputasi perusahaan, loyalitas konsumen, keputusan investasi, hingga legitimasi perusahaan di mata publik (Lyon & Montgomery, 2015; Torelli et al., 2020; Zhang, 2022).

Meskipun jumlah penelitian mengenai *greenwashing* terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir, kajian yang ada masih tersebar pada berbagai perspektif, seperti perilaku konsumen, komunikasi pemasaran, tata kelola perusahaan, pelaporan keberlanjutan, stakeholder theory, maupun pengukuran ESG. Kondisi tersebut menyebabkan perkembangan pengetahuan mengenai *greenwashing* dalam konteks *Corporate Social Responsibility*

(CSR) masih terfragmentasi sehingga sulit memperoleh gambaran komprehensif mengenai tema-tema penelitian yang dominan, hubungan antarkonsep, penulis yang berpengaruh, jaringan kolaborasi, serta arah perkembangan penelitian di masa depan.

Beberapa penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan pendekatan *systematic literature review* maupun kajian empiris untuk menjelaskan penyebab dan konsekuensi *greenwashing*. Namun demikian, penelitian yang secara khusus memetakan struktur intelektual, perkembangan tema penelitian, serta jaringan kolaborasi ilmiah mengenai *greenwashing* dalam konteks CSR menggunakan pendekatan bibliometrik masih relatif terbatas. Padahal, analisis bibliometrik mampu memberikan gambaran yang lebih objektif mengenai perkembangan suatu bidang ilmu melalui analisis publikasi, sitasi, *bibliographic coupling*, *co-occurrence*, dan jaringan kolaborasi ilmiah (Aria & Cuccurullo, 2017).

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memetakan perkembangan penelitian mengenai *greenwashing pada Corporate Social Responsibility (CSR)* menggunakan pendekatan bibliometrik berbasis data Scopus. Penelitian ini menganalisis tren publikasi, artikel dan penulis yang paling berpengaruh, pola kolaborasi ilmiah, serta tema-tema penelitian yang berkembang melalui *analisis bibliographic coupling dan co-word*. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam menyajikan gambaran komprehensif mengenai perkembangan intelektual bidang *greenwashing* pada CSR sekaligus mengidentifikasi peluang penelitian yang masih terbuka sebagai agenda penelitian di masa mendatang.

Sejalan dengan penelitian Cicchiello (2022) mengenai *The Effect of Non-Financial Reporting Regulation on Firms' Environmental, Social, and Governance (ESG) Performance, Commitment and Effectiveness*, penelitian tersebut secara khusus mengeksplorasi implikasi European Non-Financial Reporting Directive (NFRD) yang mewajibkan pengungkapan informasi non-keuangan dan keberagaman oleh perusahaan-perusahaan besar tertentu. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh regulasi pengungkapan Uni Eropa terhadap skor Environmental, Social, and Governance (ESG) perusahaan dengan menggunakan metode *difference-in-differences*, melalui sampel perusahaan di Uni Eropa sebagai kelompok perlakuan (*treated group*) dan sampel perusahaan di Amerika Serikat sebagai kelompok kontrol (*control group*) selama periode 2015–2020.

Secara keseluruhan, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa upaya regulasi untuk meningkatkan transparansi mengenai dampak sosial

dan lingkungan dari aktivitas perusahaan terhadap masyarakat terbukti efektif dalam meningkatkan komitmen dan efektivitas pengungkapan. Dengan demikian, regulasi mendukung penerapan strategi ESG yang memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan. Penelitian tersebut juga memberikan perbandingan baru mengenai penerapan regulasi dan tidak adanya regulasi dalam pasar informasi ESG, sekaligus memberikan masukan bagi penyusunan kebijakan di masa mendatang.

2. Metode Penelitian

2.1 Pendekatan Bibliometrik

Penelitian ini menggunakan pendekatan bibliometrik (*science mapping*) untuk memetakan perkembangan penelitian mengenai greenwashing dalam konteks *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Analisis bibliometrik dipilih karena mampu memberikan gambaran objektif mengenai struktur intelektual suatu bidang penelitian melalui analisis produktivitas publikasi, sitasi, hubungan antardokumen, serta keterkaitan antarkata kunci (Aria & Cuccurullo, 2017).

Proses analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak VOSviewer versi 1.6.20 untuk menghasilkan visualisasi jaringan (*network visualization*), sedangkan Bibliometrix versi 4.3.2 yang dijalankan melalui Biblioshiny pada perangkat lunak R digunakan untuk analisis deskriptif bibliometrik, identifikasi tren publikasi, produktivitas penulis, sumber publikasi, serta perkembangan tema penelitian.

Analisis yang dilakukan meliputi *bibliographic coupling*, *co-word analysis (co-occurrence of author keywords)*, analisis sitasi, serta analisis tren perkembangan penelitian. Pada VOSviewer digunakan metode normalisasi *Association Strength*, karena metode ini merupakan normalisasi yang paling umum digunakan dalam analisis bibliometrik untuk meminimalkan bias akibat perbedaan frekuensi kemunculan antaritem.

2.2 Desain Penelitian dan Prosedur Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh dari basis data Scopus, yang dipilih karena memiliki cakupan publikasi internasional yang luas serta metadata yang lengkap untuk analisis bibliometrik. Pengambilan data dilakukan pada 20 Mei 2026, sehingga seluruh hasil penelitian merepresentasikan kondisi publikasi yang tersedia pada tanggal tersebut.

Penelitian ini membatasi publikasi selama periode 2016–Mei 2026 agar dapat menggambarkan perkembangan penelitian selama satu dekade

terakhir. Pencarian dilakukan pada kolom Title, Abstract, dan Keywords menggunakan kombinasi operator Boolean sebagai berikut:

("greenwashing" OR "green washing" OR "environmental deception" OR "eco-label*" OR "CSR washing") AND ("corporate social responsibility" OR CSR)

Istilah "misleading" tidak digunakan dalam pencarian karena memiliki cakupan yang terlalu luas dan berpotensi menghasilkan banyak dokumen yang tidak berkaitan secara langsung dengan praktik *greenwashing*. Demikian pula beberapa istilah umum lain yang memiliki tingkat ambiguitas tinggi dieliminasi agar meningkatkan relevansi hasil pencarian.

Penelitian hanya memasukkan dokumen berbahasa Inggris dengan jenis dokumen *Article* dan *Review*, karena kedua jenis publikasi tersebut telah melalui proses *peer review* sehingga memiliki kualitas ilmiah yang lebih terjamin. *Subject area* yang digunakan meliputi Business, Management and Accounting, Economics, Econometrics and Finance, Environmental Science, serta Social Sciences, mengingat topik *greenwashing* merupakan kajian multidisiplin yang berada pada irisan bidang tersebut.

Tabel 1. Rangkaian Kata Kunci Pencarian pada Basis Data Scopus

No.	Kata Kunci	Justifikasi
1	"Greenwashing" OR "green washing" OR "greenwashing" OR "environmental deception" OR "eco-greenwashing" OR "False advertis" OR "Green market* ethics" OR "eco-labeling" OR "misleading"***	Untuk mengidentifikasi literatur yang berkaitan dengan <i>greenwashing</i> .
2	"Corporate Social Responsibility" OR "CSR"	Untuk mengidentifikasi literatur yang berkaitan dengan <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .

2.3 Tahapan Penyaringan Data

Tahapan seleksi data dilakukan secara sistematis agar menghasilkan kumpulan dokumen yang relevan dengan tujuan penelitian. Proses penyaringan terdiri atas beberapa tahap sebagai berikut:

1. Identifikasi (*Identification*)
2. Hasil pencarian awal pada basis data Scopus menghasilkan 398 dokumen.
3. Penyaringan Awal (*Screening*)
4. Dokumen kemudian diseleksi berdasarkan periode publikasi (2016–Mei 2026), bahasa Inggris, jenis dokumen (*article dan review*), serta kesesuaian bidang ilmu (*subject area*).
5. Pemeriksaan Relevansi (*Eligibility*)
6. Judul, abstrak, dan kata kunci diperiksa untuk memastikan pembahasan utama berkaitan dengan *greenwashing* dalam konteks *Corporate Social*

Responsibility (CSR). Dokumen yang membahas isu lingkungan secara umum tanpa keterkaitan dengan *greenwashing* atau CSR dikeluarkan dari analisis.

7. Pembersihan Data (Data *Cleaning*)

8. Metadata yang diperoleh diekspor dalam format .csv kemudian diperiksa menggunakan Bibliometrix. Pada tahap ini dilakukan penghapusan data duplikat, penyamaan penulisan nama penulis dan kata kunci (data *cleaning*), serta pemeriksaan kelengkapan metadata sebelum dilakukan analisis menggunakan VOSviewer.

Setelah seluruh tahapan penyaringan dilakukan, diperoleh 398 dokumen yang memenuhi kriteria dan digunakan sebagai data akhir penelitian.

3 Hasil dan Pembahasan

Bibliographic Coupling

Analisis bibliographic coupling dilakukan menggunakan VOSviewer untuk mengidentifikasi keterkaitan intelektual antardokumen berdasarkan kesamaan referensi yang dikutip (shared references). Dua dokumen dikatakan memiliki hubungan bibliographic coupling apabila keduanya mengutip sebagian referensi yang sama. Semakin banyak referensi yang digunakan secara bersama, semakin kuat hubungan antar kedua dokumen tersebut, yang direpresentasikan oleh nilai Link Strength. Sementara itu, Total Link Strength (TLS) menunjukkan akumulasi kekuatan hubungan suatu dokumen dengan seluruh dokumen lain dalam jaringan.

Dari keseluruhan 398 dokumen, setelah diterapkan ambang batas minimum yang ditetapkan pada VOSviewer, diperoleh 26 dokumen yang memenuhi kriteria untuk divisualisasikan dalam analisis bibliographic coupling. Ke-26 dokumen tersebut kemudian membentuk empat klaster, yang menggambarkan kelompok penelitian dengan kedekatan intelektual berdasarkan referensi yang digunakan secara bersama.

Tiga dokumen dengan nilai Total Link Strength (TLS) tertinggi adalah Seele (2017) dengan TLS sebesar 100, Lyon (2015) dengan TLS sebesar 96, dan Pope (2016) dengan TLS sebesar 87. Nilai TLS yang tinggi menunjukkan bahwa ketiga publikasi tersebut memiliki keterkaitan yang kuat dengan publikasi lain dalam jaringan sehingga berperan sebagai referensi utama dalam perkembangan penelitian mengenai *greenwashing* dan Corporate Social Responsibility (CSR).

Penentuan nilai ambang batas dilakukan melalui beberapa kali percobaan (trial and error) untuk memperoleh visualisasi jaringan yang paling representatif serta menghindari jaringan yang terlalu padat sehingga sulit diinterpretasikan.

Tabel 2: Sepuluh Dokumen Teratas dalam Analisis Keterkaitan Bibliografis (*Bibliographic Coupling*)

Rank	Publication	Scope	Journal	Citation	Total link strength
1.	(Seele, 2017)	Greenwashing Revisited: In Search of a Typology and Accusation-Based Definition Incorporating Legitimacy Strategies	Business Strategy and the Environment	272	100
2.	(Lyon, 2015)	The Means and End of Greenwash	Sage Journals	527	96
3.	(Pope, 2016)	CSR-Washing is Rare: A Conceptual Framework, Literature Review, and Critique	Journal of Business Ethics	179	87
4.	(Torelli, 2020)	Greenwashing and environmental communication: Effects on stakeholders' perceptions	Business Strategy and the Environment	212	86
5.	(Siano, 2017)	More than words": Expanding the taxonomy of greenwashing after the Volkswagen scandal	Journal of Business Research	310	78
6.	(Schons, 2016)	Walk the Talk? How Symbolic and Substantive CSR Actions Affect Firm Performance Depending on Stakeholder Proximity	Corporate Social Responsibility and Environmental Management	163	69
7.	(Dmytryev, 2021)	The Relationship between Stakeholder Theory and Corporate Social Responsibility: Differences, Similarities, and Implications for Social Issues in Management	Journal of Management Studies	202	53
8.	(Marquis, 2016)	Scrutiny, Norms, and Selective Disclosure: A Global Study of Greenwashing	Institute for Operations Research and the Management Sciences	529	51
9.	(Rahman, 2015)	Consequences of "greenwashing": Consumers' reactions to hotels' green initiatives	Emerald Group Publishing Limited	225	46
10.	(Font, 2012)	Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap	Tourism Management	251	46

3.1 Pembahasan

Tabel 2 menyajikan visualisasi jaringan (*network visualization*) hasil analisis *bibliographic coupling*. Hasil visualisasi menunjukkan bahwa empat klaster yang terbentuk tampak berdiri sendiri dan memiliki keterkaitan yang relatif independen satu sama lain. Hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing klaster merepresentasikan kelompok penelitian dengan fokus kajian yang berbeda, meskipun masih berada dalam ruang lingkup penelitian mengenai *greenwashing* dan Corporate Social Responsibility (CSR).

Hasil analisis *bibliographic coupling* menunjukkan bahwa penelitian mengenai greenwashing dalam konteks Corporate Social Responsibility (CSR) berkembang ke dalam empat kelompok tema penelitian yang saling berkaitan. Klaster-klaster tersebut tidak menunjukkan pemisahan yang sepenuhnya independen, tetapi merepresentasikan fokus kajian yang berbeda dalam menjelaskan fenomena greenwashing. Kedekatan antarklaster menunjukkan bahwa penelitian mengenai greenwashing telah berkembang dari pembahasan konseptual menuju kajian empiris yang melibatkan berbagai perspektif pemangku kepentingan.

Klaster pertama berfokus pada dampak greenwashing terhadap implementasi CSR dan legitimasi perusahaan. Artikel-artikel pada klaster ini didominasi oleh penelitian Delmas dan Burbano (2011), Lyon dan Montgomery (2015), Torelli et al. (2020), serta Font et al. (2012). Penelitian dalam kelompok ini menjelaskan bahwa praktik greenwashing menyebabkan kesenjangan antara pengungkapan CSR dengan implementasi nyata (*disclosure-performance gap*). Tema ini menjadi fondasi konseptual penelitian greenwashing karena membahas bagaimana perusahaan menggunakan komunikasi lingkungan sebagai strategi memperoleh legitimasi tanpa didukung oleh tindakan yang substansial.

Klaster kedua menempatkan greenwashing dalam perspektif Stakeholder Theory dan tata kelola perusahaan. Penelitian pada klaster ini menjelaskan bahwa tekanan dari investor, regulator, konsumen, media, dan organisasi masyarakat sipil merupakan faktor penting yang mendorong perusahaan meningkatkan transparansi CSR sekaligus mengurangi praktik greenwashing. Dengan demikian, penelitian mulai bergeser dari sekadar mendefinisikan greenwashing menuju identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi munculnya praktik tersebut.

Klaster ketiga didominasi oleh penelitian mengenai persepsi dan perilaku konsumen terhadap greenwashing. Kajian pada kelompok ini menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap klaim lingkungan perusahaan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan, niat membeli, loyalitas merek, serta reputasi perusahaan. Semakin tinggi tingkat skeptisisme konsumen terhadap klaim lingkungan, semakin besar pula risiko penurunan kepercayaan terhadap perusahaan. Perkembangan tema ini menunjukkan bahwa penelitian greenwashing tidak lagi berorientasi pada perusahaan semata, tetapi juga pada respons pemangku kepentingan eksternal.

Klaster keempat membahas peran komunikasi internal dan persepsi karyawan terhadap implementasi CSR. Meskipun jumlah publikasinya relatif lebih sedikit dibandingkan klaster lainnya, tema ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi CSR tidak hanya dipengaruhi oleh komunikasi eksternal perusahaan, tetapi juga oleh

keterlibatan karyawan dalam menjalankan nilai-nilai keberlanjutan. Hal tersebut menunjukkan mulai berkembangnya perhatian terhadap aspek tata kelola internal sebagai upaya mencegah praktik greenwashing.

Secara keseluruhan, keempat klaster tersebut menggambarkan evolusi penelitian greenwashing. Penelitian pada periode awal lebih banyak berfokus pada konseptualisasi greenwashing dan legitimasi perusahaan, kemudian berkembang menuju kajian mengenai perilaku konsumen, tekanan pemangku kepentingan, tata kelola perusahaan, hingga komunikasi organisasi. Pergeseran tersebut menunjukkan bahwa penelitian mengenai greenwashing semakin bersifat multidisiplin dan melibatkan berbagai perspektif dalam menjelaskan penyebab maupun konsekuensi praktik tersebut.

Gambar 1. Keterkaitan Bibliografis (*Bibliographic Coupling*) Penelitian tentang *Greenwashing* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

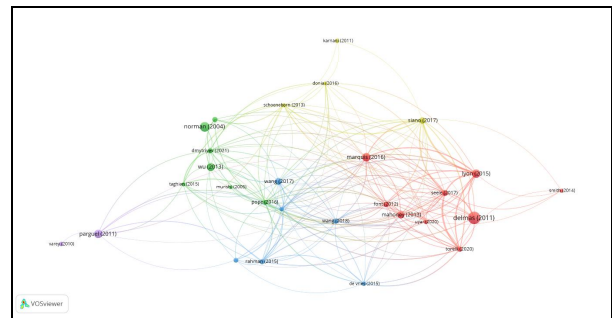


Table 3: Klaster Hasil Analisis *Bibliographic Coupling*

No. Klaster (Warna)	Label Klaster	Jumlah Publikasi	Publikasi Representatif
1 (Merah)	Dampak Greenwashing terhadap Corporate Social Responsibility	9	Torelli (2020), Delmas (2011), Uyar (2020), Font (2012), Lyon (2015)
2 (Hijau)	Kolaborasi antara Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Theory</i>) dan Corporate Social Responsibility	7	Dmytriiev (2021), Wu (2013), Taghian (2015), Pope (2016)
3 (Biru)	Perspektif Konsumen terhadap Greenwashing	6	Rahman (2015), Wu (2020), Wang (2018), Wang (2017)
4 (Kuning)	Persepsi Karyawan terhadap Corporate Social Responsibility	4	Donia (2016), Schoenborn (2013), Siano (2017)

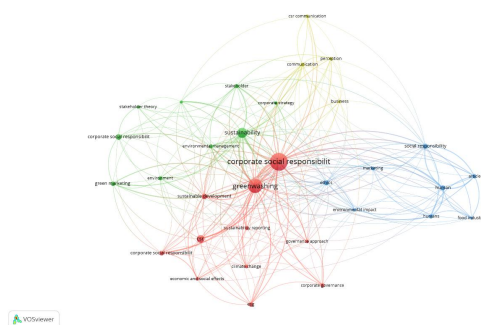
Analisis *Co-word*

Dengan menggunakan basis data yang sama, analisis *co-word* menghasilkan 26 kata kunci dari total 1.736 kata kunci yang memenuhi ambang batas (*threshold*) sebanyak 7 kemunculan, sehingga terbentuk empat klaster.

Tabel 4. Lima Belas Kata Kunci Teratas Berdasarkan Analisis Ko-Occurrence (*Co-occurrence*) Kata Kunci

Peringkat	Kata Kunci	Jumlah Kemunculan (<i>Occurrences</i>)	Total Link Strength (TLS)
1	Corporate Social Responsibility	200	326
2	Greenwashing	133	260
3	Sustainability	63	151
4	Human	17	70
5	Sustainable Development	20	68
6	CSR	39	60
7	Social Responsibility	16	60
8	Article	13	58
9	Ethics	16	53
10	Humans	13	53
11	Stakeholder	12	46
12	Corporate Social Responsibilities (CSR)	15	45
13	Communication	10	39
14	Green Marketing	15	38
15	Environmental Management	11	37

Gambar 2 menyajikan struktur jaringan hasil analisis *co-word*. Visualisasi tersebut menunjukkan dengan jelas empat kluster yang merepresentasikan empat tema penelitian yang berbeda. Berdasarkan interpretasi induktif yang dilakukan oleh penulis, keempat kluster tersebut kemudian diberi label yang sesuai dengan tema dan karakteristik penelitian yang diwakilinya.



Analisis *co-word* memberikan gambaran mengenai perkembangan tema penelitian berdasarkan keterkaitan antar kata kunci yang digunakan oleh penulis. Berbeda dengan bibliographic coupling yang menunjukkan hubungan intelektual antarartikel, analisis *co-word* memperlihatkan arah perkembangan topik penelitian serta tema-tema yang menjadi perhatian utama dalam literatur.

Dominasi kata kunci Corporate Social Responsibility, Greenwashing, dan Sustainability menunjukkan bahwa penelitian masih berpusat pada

upaya memahami hubungan antara strategi keberlanjutan perusahaan dengan kredibilitas pengungkapan informasi lingkungan. Kehadiran kata kunci seperti Environmental Management, Stakeholder, Corporate Governance, dan Green Marketing menunjukkan bahwa penelitian mulai mengintegrasikan perspektif tata kelola perusahaan, strategi bisnis, serta komunikasi pemasaran dalam menjelaskan praktik greenwashing.

Selain itu, munculnya kata kunci Communication, Perception, Ethics, dan Marketing mengindikasikan adanya pergeseran fokus penelitian menuju aspek perilaku dan respons pemangku kepentingan terhadap klaim keberlanjutan perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian tidak lagi hanya membahas penyebab greenwashing, tetapi juga dampaknya terhadap persepsi publik, kepercayaan konsumen, dan reputasi perusahaan.

Berdasarkan perkembangan kata kunci tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian mengenai greenwashing mengalami pergeseran dari pembahasan normatif menuju kajian yang lebih empiris dan multidisiplin. Pada periode awal, penelitian lebih banyak menitikberatkan pada definisi konseptual, etika bisnis, dan legitimasi perusahaan. Dalam beberapa tahun terakhir, fokus penelitian berkembang ke arah pengukuran greenwashing, transparansi ESG, pelaporan keberlanjutan, perilaku investor, serta efektivitas regulasi dalam mencegah praktik greenwashing.

Meskipun demikian, hasil pemetaan menunjukkan masih terdapat beberapa kesenjangan penelitian. Pertama, masih terbatas penelitian yang mengembangkan indikator kuantitatif untuk mengukur tingkat greenwashing secara objektif. Kedua, kajian mengenai efektivitas regulasi, standar pelaporan keberlanjutan, serta external assurance terhadap laporan keberlanjutan masih relatif sedikit dibandingkan penelitian mengenai perilaku konsumen. Ketiga, sebagian besar penelitian masih didominasi oleh negara maju sehingga bukti empiris dari negara berkembang, termasuk Indonesia, masih terbatas. Padahal karakteristik regulasi, kualitas tata kelola, serta tingkat kesadaran masyarakat terhadap isu keberlanjutan di negara berkembang berbeda dengan negara maju.

Berdasarkan hasil tersebut, penelitian selanjutnya dapat diarahkan pada beberapa agenda penelitian. Pertama, pengembangan metode pengukuran greenwashing yang lebih objektif dengan memanfaatkan analisis teks, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), maupun machine learning. Kedua, evaluasi efektivitas regulasi pelaporan keberlanjutan, implementasi standar ISSB, serta kebijakan mandatory sustainability reporting dalam mengurangi praktik greenwashing. Ketiga, analisis peran independent assurance terhadap laporan keberlanjutan dalam meningkatkan kredibilitas informasi ESG. Keempat, penelitian mengenai dampak greenwashing terhadap keputusan investasi,

biaya modal, nilai perusahaan, dan perilaku investor institusional. Kelima, perluasan penelitian pada konteks negara berkembang untuk memahami bagaimana perbedaan lingkungan kelembagaan, kualitas regulasi, dan budaya memengaruhi praktik greenwashing serta implementasi CSR.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Analisis Kemunculan Bersama Kata (Co-word Analysis) pada Penelitian tentang Greenwashing dan Corporate Social Responsibility (CSR).

No. Klaster (Warna)	Label Klaster	Jumlah Kata Kunci	Kata Kunci Representatif
1 (Merah)	Corporate Social Responsibility Berperan Penting terhadap Dampak Ekonomi dan Masyarakat	9	<i>Climate Change, Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities (CSR), Corporate Social Responsibility, CSR, Economic and Social Effect</i>
2 (Hijau)	Integrasi CSR ke dalam Strategi Perusahaan melalui Manajemen Lingkungan dan Green Marketing	7	<i>Corporate Social Responsibility (CSR), Corporate Strategy, Environment, Environmental Management, Green Marketing, Stakeholder</i>
3 (Biru)	Implikasi Pemasaran dalam Industri terhadap Peningkatan Kesadaran akan Dampak Lingkungan	6	<i>Article, Environmental Impact, Ethics, Food Industry, Human, Humans, Marketing</i>
4 (Kuning)	CSR terhadap Persepsi Publik dan Peningkatan Reputasi Perusahaan	4	<i>Business, Communication, CSR Communication, Perception</i>

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyajikan pemetaan ilmiah (*science mapping*) secara sistematis mengenai hubungan antara greenwashing dan Corporate Social Responsibility (CSR) menggunakan data dari basis data Scopus, sehingga memberikan kontribusi dalam memahami dinamika interaksi antara kedua konsep tersebut. Penelitian ini merupakan salah satu dari sedikit studi yang secara komprehensif memetakan hubungan tersebut dengan memanfaatkan pendekatan bibliometrik, sehingga dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya dalam mengembangkan strategi CSR yang lebih kredibel dan efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kajian mengenai greenwashing mengalami perkembangan yang signifikan selama satu dekade terakhir, yang mencerminkan semakin meningkatnya relevansi topik ini di masa depan. Meskipun praktik greenwashing telah banyak dikenal di berbagai sektor industri dan semakin mendapat perhatian dari konsumen, jumlah penelitian yang secara khusus

membahas isu ini masih relatif terbatas. Beberapa faktor utama yang memengaruhi praktik greenwashing meliputi strategi periklanan, ketersediaan informasi, transparansi, tingkat pengetahuan konsumen, kepercayaan, serta penggunaan pelabelan lingkungan (*environmental labeling*). Selain itu, referensi implisit maupun eksplisit mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengenalan merek (*brand recognition*) dan penerimaan merek (*brand acceptance*) oleh konsumen karena mampu membangun respons yang positif. Temuan penelitian ini mendukung pentingnya integrasi aspek Corporate Social Responsibility (CSR) dalam strategi *sustainable branding* secara luas, sekaligus menawarkan pendekatan untuk mengukur dan mengkuantifikasi nilai merek (*brand value*). Pendekatan tersebut dapat membantu manajer perusahaan dalam mengambil keputusan strategis terkait pengelolaan merek secara lebih efektif. Dengan demikian, perusahaan diharapkan mampu membangun citra dan nilai merek yang kuat melalui implementasi CSR yang autentik, tanpa harus melakukan praktik greenwashing secara berlebihan demi menarik perhatian konsumen, yang pada akhirnya justru dapat merusak reputasi perusahaan.

Daftar Rujukan

- [1] Anastas, P. T., & Heller, M. (2023). *Assessing the impact of greenwashing on sustainable consumer choices: An empirical study*. Journal of Business Research, 157, 546-558. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.06.002>
- [2] Andrew, C., & Haggerty, R. (2020). *The influence of greenwashing on consumer trust and brand loyalty: A study in the eco-friendly product market*. Journal of Retailing and Consumer Services, 54, 102021. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.102021>
- [3] Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). "Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis." Journal of Informetrics, 11(4), 959-975.
- [4] Cicchiello, A. F. (2022). *Sustainable finance and the risk of greenwashing: Challenges and regulatory perspectives*. Business Strategy and the Environment, 31(1), 67-79. <https://doi.org/10.1002/bse.2882>
- [5] Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). *Greenwashing: Firms' social responsibility and the role of stakeholders*. California Management Review, 54(1), 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- [6] Dempere, D., Martinez, J., & Vasquez, A. (2024). *Greenwashing in emerging markets: Assessing corporate sustainability claims and consumer trust*. Journal of Business Research, 160, 113456. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113456>
- [7] Donia, M. B., & Moustaghfir, K. (2016). *Greenwashing in corporate social responsibility: A literature review and research agenda*. Business Strategy and the Environment, 25(4), 211-224. <https://doi.org/10.1002/bse.1883>
- [8] Dmytriiev, S., & Dmytriieva, L. (2021). *The effects of greenwashing on corporate reputation: A stakeholder approach*. Business Strategy and the Environment, 30(6), 2416-2430. <https://doi.org/10.1002/bse.2744>
- [9] Font, X., Harris, L. C., & Lacy, P. (2012). *Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap*. Journal of Business Ethics, 112(2), 211-228. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1257-8>

- [10] Fracarolli, F., & Mazzon, J. A. (2024). *Greenwashing: Implications for corporate communication and consumer trust*. Business Strategy and the Environment, 33(1), 199-213. <https://doi.org/10.1002/bse.3036>
- [11] Gutiérrez, M. M., Perona-Páez, J. J., Ruiz-Agudelo, C. A., & Gutiérrez - Bonilla, F. de P. (2024). Development of a brand value measurement model with a corporate social responsibility perspective. A comparative analysis of consumer perception of energy providers in Spain and Colombia. *Environmental Challenges*, 17(July). <https://doi.org/10.1016/j.envc.2024.101032>
- [12] Gracia-Sanchez, I.-M. (2020). *Greenwashing in sustainable finance: Effects, forms, and investor impact*. Journal of Business Ethics, 162(4), 971-990. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04409-6>
- [13] Hansen, L., & Pillay, R. G. (2024). Filling the Accountability Gap: Misleading Conduct Law in Business and Human Rights. *Human Rights Law Review*, 24(4). <https://doi.org/10.1093/hrlr/ngae022>
- [14] Juliane, F., & Lins, J. (2024). *The role of transparency in combating greenwashing: Effects on consumer trust and engagement*. Journal of Business Ethics, 180(1), 101-117. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05185-2>
- [15] Jennifer, M., & Roberts, K. (2023). *The impact of greenwashing on consumer behavior: Insights from the sustainable fashion industry*. Journal of Consumer Marketing, 40(3), 295-309. <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2022-0608>
- [16] Khamisu, A. (2024). *Navigating the landscape of greenwashing: Consumer perceptions and corporate strategies*. Journal of Cleaner Production, 397, 136764. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.136764>
- [17] Lee, J., & Kim, H. (2024). *Understanding the impact of greenwashing on consumer behavior: A comprehensive analysis*. Journal of Business Research, 155, 327-340. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.12.001>
- [18] Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). *The means and end of greenwash*. Organization & Environment, 28(2), 223-249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- [19] Marquis, C., & Qiao, K. (2016). *Corporate social responsibility reporting in China: The role of media coverage*. Business & Society, 55(2), 275-306. <https://doi.org/10.1177/0007650314565512>
- [20] Mu, H., & Zhu, Y. (2023). *Greenwashing in corporate sustainability reports: Implications for investor trust and decision-making*. Journal of Sustainable Finance & Investment, 13(3), 456-472. <https://doi.org/10.1080/20430795.2023.2156789>
- [21] Nugraha, W. S., Szakos, D., Süth, M., & Kasza, G. (2024). Greenwashing in the food industry: A systematic review exploring the current situation and possible countermeasures. *Cleaner and Responsible Consumption*, 15(July). <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100227>
- [22] Pope, S., & Wæraas, A. (2016). CSR-washing is rare: A conceptual framework, literature review, and critique. *Journal of Business Ethics*, 137(1), 173-193. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2546-z>
- [23] Ploeg, M., & Burch, D. (2013). *The effects of greenwashing on consumers' attitudes and behaviors: Evidence from the organic food market*. Journal of Consumer Affairs, 47(2), 202-224. <https://doi.org/10.1111/joca.12021>
- [24] Rahman, M. S., & Post, C. (2015). *The effects of greenwashing on consumers' purchase intentions: A study of the role of consumer skepticism*. Journal of Business Ethics, 136(3), 469-482. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2801-5>
- [25] Ruiz-Blanco, S., Romero, S., & Fernandez-Feijoo, B. (2022). Green, blue or black, but washing—What company characteristics determine greenwashing? *Environment, Development and Sustainability*, 24(3), 4024-4045. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01602-x>
- [26] Seele, P., & Gatti, L. (2017). Greenwashing revisited: In search of a typology and accusation-based definition incorporating legitimacy strategies. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 239-252. <https://doi.org/10.1002/bse.1912>
- [27] Siano, A., Vollero, A., Conte, F., & Amabile, S. (2017). "More than words": Expanding the taxonomy of greenwashing after the Volkswagen scandal. *Journal of Business Research*, 71, 27-37. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.11.002>
- [28] Schoeneborn, D. (2013). *Corporate social responsibility and the role of social media in greenwashing*. In C. A. Tschopp & A. H. U. C. A. P. F. (Eds.), *Corporate Social Responsibility: A Multinational Perspective* (pp. 59-77). Business Science Reference. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-1972-7.ch004>
- [29] Schons, L. M., & Steinmeier, D. (2016). *The effect of greenwashing on consumers' willingness to pay: A study of eco-labeling and green product attributes*. Journal of Business Ethics, 135(1), 189-204. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2549-9>
- [30] Taghian, M., & Shaw, D. (2015). *The impact of greenwashing on consumer purchase intention: The role of perceived consumer effectiveness*. Journal of Marketing Management, 31(5-6), 531-552. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2015.1064443>
- [31] Torelli, R., Balluchi, F., & Lazzini, A. (2020). *Greenwashing and environmental communication: Effects on stakeholders' perceptions*. Business Strategy and the Environment, 29(2), 407-421. <https://doi.org/10.1002/bse.2373>
- [32] Todaro, M. (2024). *Exploring the consequences of greenwashing on corporate reputation and consumer trust*. Journal of Business Ethics, 179(1), 123-140. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05123-1>
- [33] Testa, F., Boiral, O., & Iraldo, F. (2018). Internalization of environmental practices and institutional complexity: Can stakeholders pressures encourage greenwashing? *Journal of Business Ethics*, 147(2), 287-307. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2960-2>
- [34] Uyar, A., & Zengin, A. (2020). *The role of greenwashing in consumer behavior: Evidence from Turkey*. Business Strategy and the Environment, 29(2), 607-619. <https://doi.org/10.1002/bse.2410>
- [35] Wang, Y., & Chaudhry, P. E. (2018). *The role of greenwashing in consumers' perceptions of brand reputation and purchase intention*. Journal of Retailing and Consumer Services, 45, 120-128. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.017>
- [36] Wu, Y., & Wang, L. (2020). *The impact of greenwashing on consumer behavior: A moderated mediation model*. Journal of Cleaner Production, 247, 119117. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119117>
- [37] Wu, L., & Cheng, L. (2013). *The effects of greenwashing on consumers' purchase intentions: The mediating role of consumer skepticism*. Journal of Business Ethics, 114(2), 223-235. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1350-0>
- [38] Yousen, A., & Chen, H. (2024). *Investigating greenwashing: Impacts on consumer behavior and brand perception*. Business Strategy and the Environment, 33(2), 211-225. <https://doi.org/10.1002/bse.3067>
- [39] Zhang, L. (2022). *Greenwashing in ESG disclosures: Measurement, drivers, and economic consequences*. Journal of Corporate Finance, 75, 102173. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2022.102173>
- [40] Zhong, M., Xu, R., Liao, X., & Zhang, S. (2019). Do CSR ratings converge in China? A comparison between RKS and hexun scores. *Sustainability (Switzerland)*, 11(14), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su11143921>