



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ADOPSI GAGASAN *ETHICAL CONSUMERISM* OLEH  
SEKRETARIAT BERSAMA INDONESIA BERSERU (SBIB)**

**SKRIPSI**

**IDHA KURNIASIH  
0905060198**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL  
DEPOK  
JULI 2009**



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**ADOPSI GAGASAN *ETHICAL CONSUMERISM* OLEH  
SEKRETARIAT BERSAMA INDONESIA BERSERU (SBIB)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana**

**IDHA KURNIASIH  
0905060198**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA ILMU KESEJAHTERAAN SOSIAL  
DEPOK  
JUNI 2009**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

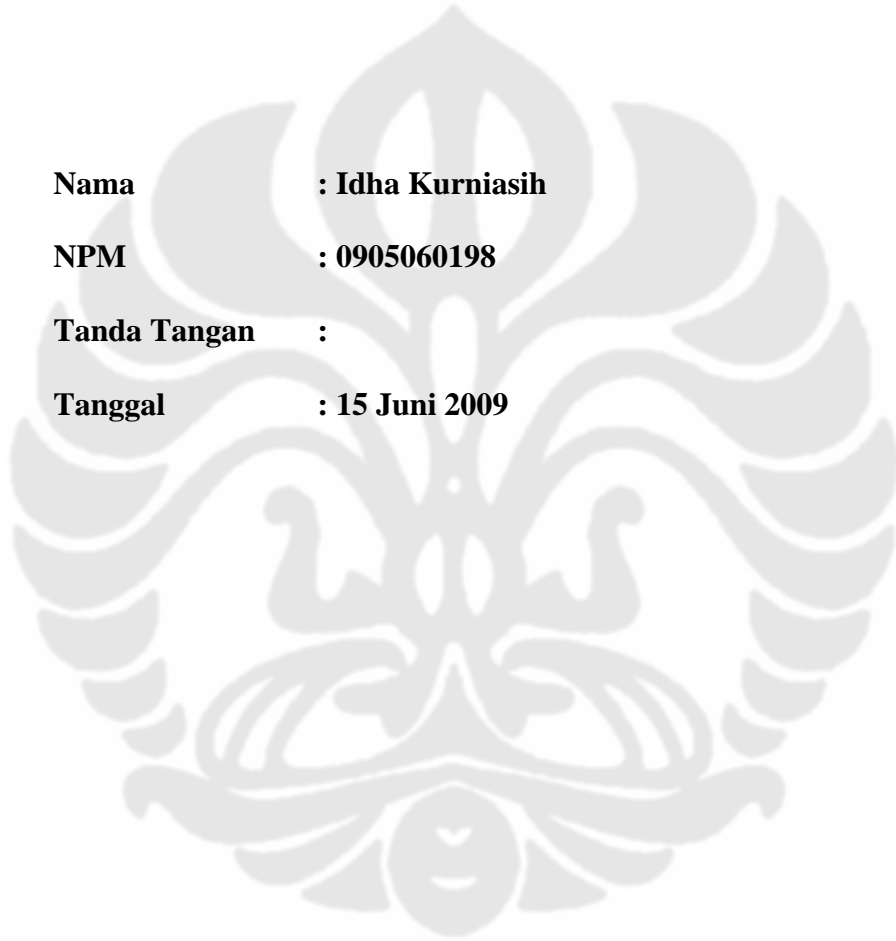
**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Idha Kurniasih**

**NPM : 0905060198**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 15 Juni 2009**



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Idha Kurniasih  
NPM : 0905060198  
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Judul Skripsi : Adopsi Gagasan *Ethical Consumerism* oleh Skeretariat  
Bersama Indonesia Berseru

**Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada program Studi Ilmu Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik, Universitas Indonesia**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Isbandi R. Adi PhD ( ..... )  
Penguji Ahli : Dra. Triyanti Anugrahini, MSi ( ..... )  
Ketua Sidang : Dra. Ety Rahayu, Msi ( ..... )  
Sekertaris Sidang : Dra. Djoemeliarasanti Djoekardi, MA ( ..... )

Ditetapkan di : .....  
Tanggal : .....

## UCAPAN TERIMA KASIH

*“And I am a weapon of massive consumption  
And its not my fault it’s how I’m programmed to function  
I’ll look at the sun and I’ll look in the mirror  
I’m on the right track yeah we’re on to a winner”  
-The Fear by Lilly Allen-*

Puji syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan YME karena berkat rahmat-Nya, penelitian ini dapat terselesaikan. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sosial Jurusan Ilmu Kesejahteraan Sosial pada fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Indonesia. Skripsi ini tidak mungkin terselsaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak. Bimbingan serta dukungan telah banyak diberikan. Dalam kesempatan ini, kata terima kasih ingin diucapkan kepada:

1. Prof. Isbandi Rukminto Adi, PhD, sebagai pembimbing skripsi yang telah tidak hanya memberikan bimbingan serta motivasi bagi penulis, namun juga mengajarkan sesuatu yang tidak pernah penulis bayangkan sebelumnya untuk mampu melakukan.
2. Dra. Wisni Bantarti M.Kes, selaku penehat akademik yang selalu mengarahkan penulis dalam kehidupan akedimis.
3. Dra. Triyanti Anugrahini, Msi sebagai penguji penulis, yang telah bersedia membawa skripsi ini hingga ke luar kota.
4. Dra. Ety Rahayu, Msi, selaku ketua sidang skripsi.
5. Dra. Djoemeliarasanti Djoekardi, MA , selaku sekertaris sidang skripsi.
6. Seluruh staf pengajar Depertemen Ilmu Kesejahteraan Sosial.
7. Seluruh staf Sekertariat Bersama Indonesia Berseru yang telah banyak memberikan informasi penting terkait dengan skripsi ini.
8. Rob Harisson dari Ethical Consumer Research Association (ECRA), Manchester, yang telah mengenalkan *ethical consumer* dan selalu meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penulis.

9. Melody Hossaini Motlagh yang telah menghubungi ECRA dari London ke Manchester hingga akhirnya penulis bisa berkomunikasi langsung dengan pihak ECRA.
10. Keluarga, ayahanda Soelman Wiryoesentono dan ibunda Sriyatun Wiryoekarto, sumber energi terbesar bagi penulis untuk mengerjakan skripsi ini. Kakak-kakaku, Arie, Titi, Titin, Rahmat, Ayu, Wahyu dan Yus yang selalu mengelilingi penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang serta seluruh keluarga besar Soelman lainnya.
11. Sahabat-sahabat terbaikku Ria, Fauzan, Ano, Tiar, Vicky, Nana, Deska dan Wijay, teman-teman RTC UI FM dan Kessos 2005. Fellow Feelers, *and someone who always fills my little world*, Dan. Serta seluruh temen-teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih untuk selalu menciptakan kondisi yang menyenangkan.

Jakarta, 15 Juni 2009

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Idha Kurniasih  
NPM : 0905060198  
Program Studi : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Departemen : Ilmu Kesejahteraan Sosial  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Adopsi Gagasan *Ethical Consumerism* oleh Sekretariat Bersama Indonesia Berseru (SBIB)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 6 Juli 2009

Yang menyatakan:

(Idha Kurniasih)

## DAFTAR ISI

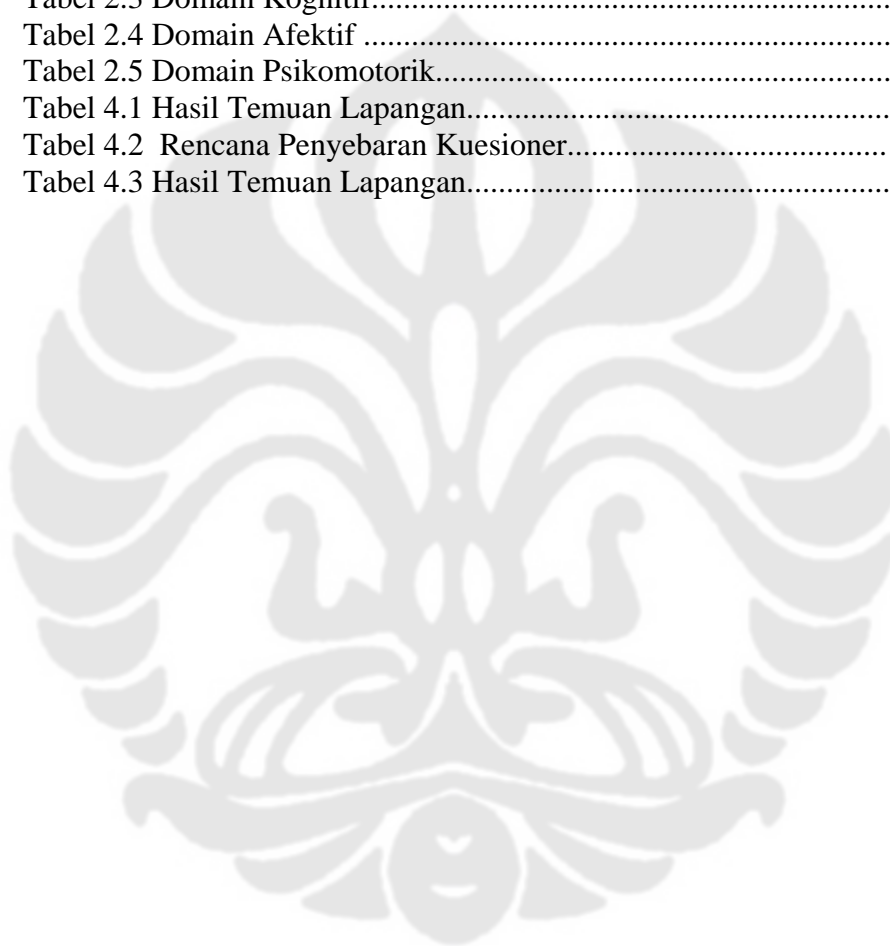
|   |           |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL.....  | i         |
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....   | ii        |
| LEMBAR PENGESAHAN.....  | iii       |
| KATA PENGANTAR.....   | iv        |
| ABSTRAK.....  | v         |
| DAFTAR ISI.....   | vi        |
| DAFTAR GAMBAR & TABEL.....  | x         |
| DAFTAR LAMPIRAN.....  | x         |
| <b>1. PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>  |
| 1.1 Latar belakang.....   | 1         |
| 1.2 Perumusan Masalah.....  | 5         |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....  | 6         |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....   | 6         |
| 1.4.1 Manfaat Akademis.....   | 6         |
| 1.4.2 Manfaat Praktis.....  | 6         |
| 1.5 Metode Penelitian.....  | 7         |
| 1.5.1 Pendekatan Penelitian & Jenis Penelitian.....   | 7         |
| 1.5.2 Lokasi Penelitian.....  | 9         |
| 1.5.3 Teknik Pemilihan Informan.....  | 9         |
| 1.5.4 Teknik & Waktu Pengumpulan.....   | 12        |
| 1.5.5 Teknik Analisa Data.....  | 16        |
| 1.5.6 Teknik Untuk Meningkatkan Kualitas Data.....  | 17        |
| 1.6 Sistematika Penulisan.....  | 20        |
| <b>2. ETHICAL CONSUMERISM, DIFUSI INOVASI &amp; PERUBAHAN PERILAKU SERTA PEMASARAN SOSIAL .....</b> | <b>22</b> |
| 2.1 Ethical Consumerism dan Ethical Consumer.....   | 22        |
| 2.1.1 Perilaku <i>Negative Purchase Behaviour</i> .....   | 28        |
| 2.1.2 Perilaku <i>Postif Purcahse Behaviour</i> .....   | 28        |
| 2.1.3 Perilaku <i>Ethical Consumer</i> .....  | 28        |
| 2.1.4 <i>Ethical Consumerism</i> dan Globalisasi.....   | 30        |
| 2.2 Difusi Inovasi dan Proses Perubahan Perilaku.....   | 34        |
| 2.2.1 Proses Difusi.....  | 34        |
| 2.2.2 Pengelompokkan Anggota Sistem Sosial Penerima Inovasi.....                                    | 36        |
| 2.2.3 Perubahan Perilaku Menggunakan Taksonomi Bloom.....   | 37        |
| 2.3 Pemasaran Sosial Sebagai Metode Untuk Mengubah Perilaku.....                                    | 45        |
| 2.3.1 Produk Sosial: Ide dan Praktek.....   | 45        |
| 2.3.2 Target Adopters.....  | 46        |
| 2.3.4 Saluran Distribusi Produk Pemasaran Sosial.....   | 46        |
| 2.3.4 Mengontrol Pemasaran Sosial.....  | 47        |
| 2.3.5 Elemen Dalam Pemasaran Sosial.....  | 49        |



|  |     |
|--|-----|
| <b>3. GAMBARAN UMUM SBIB DAN PROGRAM CONSUMER AVERNES.....</b>   |     |
| 3.1 Gambaran Umum.....   | 54  |
| 3.2 Staf Lembaga.....  | 54  |
| 3.3 Falsafah, Visi dan Misi Lembaga.....   | 55  |
| 3.3.1 Falsafah lembaga.....  | 58  |
| 3.3.2 Visi.....  | 58  |
| 3.3.3 Misi.....  | 58  |
| 3.4 Jaringan Kerjasama SBIB.....   | 59  |
| 3.5 Program-Program SBIB.....  | 59  |
| 3.5.1 Aliansi Desa Sejahtera.....  | 61  |
| 3.6 Program Consumer Awareness.....  | 64  |
| <br>   |     |
| <b>4. PROSES DIFUSI INOVASI GAGASAN <i>ETHICAL CONSUMERISM</i> PADA SBIB SERTA TRANSFORMASI GAGASAN MELALUI PEMASARAN SOSIAL PADA TARGET ADOPTERS.....</b> |     |
| 4.1 Proses Difusi Inovasi Gagasan <i>Ethical Consumerism</i> di SBIB.....  | 68  |
| 4.1.1 Kondisi Awal Lembaga.....  | 68  |
| 4.1.2 Pandangan Mengenai Peran Konsumen.....   | 71  |
| 4.1.3 Pengkajian Informasi Yang Terkait Dengan Konsumen.....   | 72  |
| 4.1.4 Penerimaan Gagasan <i>Ethical Consumerism</i> .....  | 75  |
| 4.1.5 Membangun Program Untuk <i>Ethical Consumerism</i> .....   | 78  |
| 4.1.6 Perubahan Yang Terjadi Pada Staf Lembaga.....  | 81  |
| 4.2 Transformasi <i>Ethical Consumerism</i> Dalam Bentuk Pemasaran Sosial  | 83  |
| 4.2.1 Tahap Persiapan.....   | 83  |
| 4.2.2 Tahapan <i>Asesment</i> .....  | 90  |
| 4.2.3 Hambatan Yang Dihadapi.....  | 95  |
| 4.3 Pembahasan.....  | 99  |
| 4.3.1 Proses Difusi Inovasi yang Terjadi di SBIB.....  | 99  |
| 4.3.2 Transformasi Gagasan <i>Ethical Consumerism</i> dalam Pemasaran Sosial.....  | 104 |
| <br>   |     |
| <b>5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>   |     |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 112 |
| 5.2 Saran.....   | 115 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1.2 Theoretical Sampling.....                          | 9  |
| Tabel 1.2 Waktu Pengumpulan Data.....                        | 14 |
| Tabel 1.3 Teknik Untuk Meningkatkan Kualitas Penelitian..... | 16 |
| Tabel 2.1 Definisi <i>Ethical Consumerism</i> .....          | 24 |
| Tabel 2.2 Domain Dalam Taksonomi Bloom.....                  | 38 |
| Tabel 2.3 Domain Kognitif.....                               | 40 |
| Tabel 2.4 Domain Afektif .....                               | 43 |
| Tabel 2.5 Domain Psikomotorik.....                           | 44 |
| Tabel 4.1 Hasil Temuan Lapangan.....                         | 82 |
| Tabel 4.2 Rencana Penyebaran Kuesioner.....                  | 91 |
| Tabel 4.3 Hasil Temuan Lapangan.....                         | 98 |



## DAFTAR GAMBAR

|  |     |
|--|-----|
| Gambar 2.1 Tipe Ethical Consumerism.....                   | 26  |
| Gambar 2.2 Model Proses Pengambilan Keputusan Inovasi..... | 35  |
| Gambar 2.3 Tingkatan Pengetahuan Pada Taksonomi Bloom..... | 40  |
| Gambar 2.4 Tingkatan Saluran Distribusi.....               | 47  |
| Gambar 2.4 Alur Analisa Penelitian.....                    | 53  |
| Gambar 3.1 Struktur Organisasi Lembaga.....                | 57  |
| Gambar 3.2 Kantor SBIB.....                                | 67  |
| Gambar 3.3 Saung Tempat Pertemuan SBIB.....                | 64  |
| Gambar 4.1 Proses Pembuatan Majalah Respect.....           | 89  |
| Gambar 4.2 Proses Assement Melalui FGD.....                | 95  |
| Gambar 4.3 Skema Analisa.....                              | 112 |



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Transkrip Penelitian

Lampiran 2: Draft Artikel Majalah Respect

