



**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* INDONESIAN FASHION
CHAMBER MELALUI *SUSTAINABLE FASHION* PADA TAHUN
2019-2023 DALAM PERSPEKTIF *ECO-CAPITALISM***

SKRIPSI

ANA SETIANINGSIH

2010412151

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2024



**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* INDONESIAN FASHION
CHAMBER MELALUI *SUSTAINABLE FASHION* PADA TAHUN
2019-2023 DALAM PERSPEKTIF *ECO-CAPITALISM***

SKRIPSI

ANA SETIANINGSIH

2010412151

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA**

2024

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* INDONESIAN FASHION
CHAMBER (IFC) MELALUI *SUSTAINABLE FASHION* PADA TAHUN
2019-2023 DALAM PERSPEKTIF *ECO-CAPITALISM***

***IMPLEMENTATION OF GREEN MARKETING INDONESIAN FASHION
CHAMBER (IFC) THROUGH SUSTAINABLE FASHION ON 2019-2023 IN
THE PERSPECTIVE OF ECO-CAPITALISM***

Oleh:

Ana Setianingsih

2010412151

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

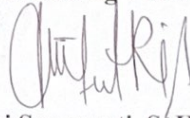
Guna memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Hubungan
Internasional

Telah disetujui oleh Tim Pembimbing pada

Tanggal seperti tertera di bawah ini

Jakarta, 12 Juli 2024

Pembimbing Utama



Dini Putri Saraswati, S. HI, M.A.



Program Studi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta
Tahun 2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Ana Setianingsih
NIM : 2010412151
Program Studi : Hubungan Internasional

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Juni 2024

Yang menyatakan,



Ana Setianingsih

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ana Setianingsih
NIM : 2010412151
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Hubungan Internasional
Judul Skripsi : Implementasi *Green Marketing* Indonesian Fashion Chamber (IFC) melalui *Sustainable Fashion* pada Tahun 2019-2023 dalam Perspektif *Eco-capitalism*

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 1 Juni 2024

Yang menyatakan,



Ana Setianingsih

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Ana Setianingsih

NIM : 2010412151

Program Studi : Hubungan Internasional

Judul Skripsi : Implementasi *Green Marketing* Indonesian Fashion Chamber (IFC) melalui *Sustainable Fashion* pada Tahun 2019-2023 dalam Perspektif *Eco-capitalism*

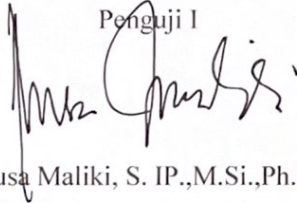
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Hubungan Internasional. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Pembimbing I



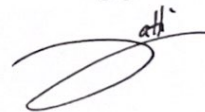
Dini Putri Saraswati, S.HI., MA.

Penguji I



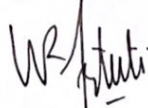
Musa Maliki, S. IP., M.Si., Ph.D.

Penguji II



Jati Satrio, S.IP., MA.

Kepala Program Studi
Hubungan Internasional



Wiwiek Rukmi Dwi Astuti, S.IP., M.Si

Ditetapkan di :

Jakarta

Tanggal Ujian : 28 Juni 2024

**IMPLEMENTASI *GREEN MARKETING* INDONESIAN
FASHION CHAMBER (IFC) MELALUI *SUSTAINABLE*
FASHION PADA TAHUN 2019-2023 DALAM PERSPEKTIF
*ECO-CAPITALISM***

ANA SETIANINGSIH

ABSTRAK

Industri *fashion* menjadi salah satu penyebab kerusakan lingkungan di Indonesia. Berdasarkan kepedulian lingkungan, industri *fashion* menyesuaikan produk *fashion* mereka kearah ramah lingkungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *green marketing* Indonesian Fashion Chamber (IFC) melalui *sustainable fashion* jika ditinjau dari perspektif *eco-capitalism*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dan inisiatif utama yang dilakukan oleh IFC untuk mempromosikan praktik dan produk *sustainable fashion* dengan para pemangku kepentingan industri *fashion*. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa IFC sebagai wadah pelaku usaha menjadi jalur ‘satu pintu’ bagi anggotanya. Karena jika berbicara tentang pasar internasional, aktor yang seringkali diangkat dalam diskusi HI adalah perusahaan multinasional, negara dan kapitalis transnasional. Akan tetapi, IFC nyatanya dapat memanfaatkan *borderless* dalam memperluas pasar internasionalnya melalui suatu wadah (asosiasi). Mengenai implementasi *green marketing* yang dilakukan oleh IFC, secara umum merupakan upaya perluasan pasar *sustainable fashion* baik pada pasar Indonesia maupun tingkat internasional seperti Paris dan Gold Coast. Meskipun potensi dari kemajuan ini penting untuk memitigasi perubahan iklim melalui promosi *sustainable fashion*, kemajuan ini juga memperkuat model kapitalis dengan menekankan solusi berbasis pasar dibandingkan perubahan sistemik.

Kata kunci: Industri, pakaian berkelanjutan, pemasaran hijau

**IMPLEMENTATION OF GREEN MARKETING INDOONESIAN
FASHION CHAMBER (IFC) THROUGH SUSTAINABLE
FASHION ON 2019-2023 IN THE PERSPECTIVE OF ECO-
CAPITALISM**

ANA SETIANINGSIH

ABSTRACT

The fashion industry is one of the causes of environmental damage in Indonesia. Based on environmental concerns, the fashion industry adjusts their fashion products towards environmentally friendly. The purpose of this research is to find out the implementation of green marketing Indonesian Fashion Chamber (IFC) through sustainable fashion when viewed from the perspective of eco-capitalism. This research aims to identify the main strategies and initiatives undertaken by IFC to promote sustainable fashion practices and products with fashion industry stakeholders. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive approach. The results of the research show that IFC as a forum for business actors becomes a 'one-stop' channel for its members. Because when talking about international markets, the actors that are often raised in IR discussions are multinational companies, states and transnational capitalists. However, IFC can in fact utilize borderless in expanding its international market through a container (association). Regarding the implementation of green marketing by IFC, in general it is an effort to expand the sustainable fashion market both in the Indonesian market and at the international level such as Paris and Gold Coast. While these advancements are potentially important for mitigating climate change through the promotion of sustainable fashion, they also reinforce the capitalist model by emphasizing market-based solutions over systemic change.

Keywords: *Industry, sustainable fashion, green marketing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah Implementasi *Green Marketing* Indonesian Fashion Chamber (Ifc) Melalui *Sustainable Fashion* Pada Tahun 2019-2023 Dalam Perspektif *Eco-Capitalism*. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan September pada tahun 2023.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Mbak Dini Putri Saraswati, S.HI, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta saran yang bermanfaat dalam membuat penelitian berupa skripsi dengan baik dan benar. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada Mas Musa Maliki S.IP., M.Si., Ph.D selaku dosen penguji 1 dan Mas Jati Satrio S.IP., MA. selaku dosen penguji 2 yang telah membimbing dan memberi arahan dalam penyusunan penelitian ini. Selain itu, penulis sampaikan terima kasih kepada Bapak Drs. Muhadjir selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberi arahan dan dukungan sejak awal penulis menjalani dunia perkuliahan.

Disamping itu, terima kasih juga disampaikan kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sesuai dengan harapan mereka. Penulis juga berterima kasih kepada narasumber yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya dalam berbagi informasi dan data sebagai pendukung penelitian ini. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis juga sampaikan terima kasih kepada pasangan penulis yang telah menjadi *support system* sehingga membuat penulis semakin termotivasi untuk menyelesaikan penelitian ini.

Jakarta, 11 Desember 2023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Akademik	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori dan Konsep Penelitian	13
2.2.1 Teori <i>Eco-Capitalism</i>	13
2.2.2 Konsep <i>Green Marketing</i>	16
2.2.3 Konsep <i>Sustainable Fashion</i>	20
2.3 Kerangka Pemikiran	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Objek Penelitian	25
3.2 Jenis Penelitian	25
3.3 Teknik Pengumpulan Data	26
3.4 Sumber Data	26
3.4.1 Data Primer	28
3.4.2 Data Sekunder	28
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.5.1 Teknik Analisis Data	27
3.5.2 Teknik Keabsahan Data	28
3.6 Jadwal Penelitian	29
BAB IV SEJARAH PEMBENTUKKAN	33
4.1 Profil IFC	33

4.2 Program dan Kegiatan.....	36
4.2.1 Pemanfaatan Media Sosial.....	36
4.2.2 Peragaan Busana (<i>Fashion Show</i>).....	37
4.2.3 Seminar Trend Forecasting pada Bidang <i>Fashion</i>	40
4.3 Bentuk Program dan Kegiatan.....	41
4.3.1 Front Row Paris.....	41
4.3.2 IN2MOTIONFEST sebagai Rangkaian Acara ISEF.....	41
4.3.3 Jakarta <i>Fashion Trend</i> (JFT).....	43
4.3.4 Jakarta Muslim <i>Fashion Week</i> (JMFV).....	43
4.3.5 La Mode Sur La Seine a Paris.....	44
4.3.6 Muslim <i>Fashion Festival</i> (MUFFEST).....	46
4.3.7 Indonesia Trend Forecasting dalam Acara MUFFEST.....	44
4.3.8 Spotlight.....	49
4.3.9 Kegiatan yang Melibatkan Anggota IFC.....	50
BAB V IMPLEMENTASI GREEN MARKETING.....	53
5.1 Industri <i>Sustainable Fashion</i> menurut Pandangan <i>Eco-Capitalism</i>	53
5.2 Analisis Terbentuknya IFC Melalui Perspektif <i>Eco-Capitalism</i>	55
5.3 Implementasi <i>Green Marketing</i> pada IFC sebagai Upaya Memasuki Pasar Internasional.....	58
5.3.1 <i>Green Product</i>	58
5.3.2 <i>Green Price</i>	59
5.3.3 <i>Green Place</i>	60
5.3.4 <i>Green Promotion</i>	64
5.4 Tantangan IFC dalam Memperluas Pasar <i>Sustainable fashion</i>	74
BAB VI PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Akademisi.....	79
5.2.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jadwal Penelitian.....	30
Tabel 2 Strategi 4P dalam Peragaan Busana oleh IFC	37
Tabel 3 Pelaksanaan ISEF 2019-2023.....	42
Tabel 4 Pelaksanaan MUFFEST 2019-2023.....	46
Tabel 5 6 Merk <i>Sustainable fashion</i> Indonesia Diluar Anggota IFC.....	56
Tabel 6 Harga dari 5 Merk <i>Sustainable Fashion</i> Anggota IFC.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 2 Landasan Bergeraknya IFC.....	34
Gambar 3 Harga koleksi Neera Alat dan Emmy Thee	39
Gambar 4 Peragaan Busana JMFOW 2022.....	44
Gambar 5 Pemotretan Busana yang ditampilkan pada La Mode Sur La Seine a Paris 2019.....	45
Gambar 6 IFC Mengunggah Ulang Pengguna Instagram yang Mengikuti Kampanye Sarong is My Denim.....	46
Gambar 7 Indonesia Trend Forecasting pada MUFFEST 2019 dengan BEKRAF.....	48
Gambar 8 Peragaan Busana Spotlight 2023.....	49
Gambar 9 Diskusi pada BRICS+ Fashion Summit 2023.....	51
Gambar 10 Partisipasi Anggota IFC dalam The Sustainable Edition of Global Talents Digital 2020.....	52
Gambar 11 Penjelasan Kampanye Sarong is My Denim di Instagram IFC pada Tahun 2019.....	66
Gambar 12 IFC Mengunggah Ulang Pengguna Instagram yang Mengikuti Kampanye Sarong is My New Denim.....	67
Gambar 13 Koleksi IFC yang Tampil pada ISEF 2020.....	68
Gambar 14 Konten Informasi <i>Fast Fashion</i> dan <i>Slow Fashion</i> di Instagram IFC pada Tahun 2021.....	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara