

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
1. Permasalahan	1
2. Rumusan Masalah	13
3. Keaslian Penelitian	13
4. Manfaat Penelitian.....	22
B. Tujuan Penelitian	24
C. Tinjauan Pustaka	25
D. Landasan Teori	31
E. Metode Penelitian	34
1. Jenis Penelitian	34
2. Bahan Penelitian	35
3. Jalan Penelitian.....	36
4. Analisis Hasil	37
F. Hasil yang Dicapai	39
G. Sistematika Penulisan	40
BAB II ETIKA BISNIS SONNY KERAf	41
A. Pemahaman tentang Etika	41
B. Pemahaman Etika Bisnis dan Perannya dalam Pengembangan Bisnis.....	45
1. Pemahaman Etika Bisnis	45
2. Kebutuhan Bisnis yang Beretika.....	47
3. Problem dalam penerapan Etika Bisnis	49

C. Pemikiran Sonny Keraf tentang Etika Bisnis	50
1. Riwayat Hidup Sonny Keraf.....	50
2. Pemikiran tentang Sasaran dan Lingkup Etika Bisnis	53
3. Pemikiran tentang Prinsip Etika Bisnis	55
BAB III PENGEMBANGAN BISNIS TIKTOKSHOP DALAM FENOMENA FAKE BUYER	61
A. Strategi Pengembangan Bisnis pada Model Bisnis TikTok Shop	61
1. Pengembangan Bisnis	61
2. Pengembangan Bisnis <i>E-commerce</i>	64
3. Model Bisnis TikTok Shop.....	67
4. Problematika Tiktok Shop	70
B. Fenomena <i>Fake Buyer</i> TikTok Shop	73
1. Konsep Awal <i>Fake Buyer</i>	73
2. Data <i>Fake Buyer</i> dari TikTok	75
C. Problem Moral dalam Skema <i>Fake Buyer</i>	86
1. Permasalahan Moral	86
2. Praktik Pemberian Ulasan Palsu dan Rating.....	88
BAB IV REFLEKSI KRITIS ATAS FENOMENA <i>FAKE BUYER</i> DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS SONNY KERAFA	91
A. Analisis Etis Fenomena <i>Fake Buyer</i>	91
1. Prinsip Etika Bisnis dalam Fenomena <i>Fake Buyer</i>	103
2. Sasaran dan Lingkup Bisnis dari Fenomena <i>Fake Buyer</i>	116
3. Penipuan Terstruktur.....	124
4. Benturan Nilai.....	130
5. Adaptasi WoM.....	132
B. Evaluasi Kritis	134
BAB V PENUTUP.....	143
A. Kesimpulan	143
B. Saran.....	149
DAFTAR PUSTAKA	152
LAMPIRAN.....	159