

DAFTAR ISI

Lembar Judul.....	i
Lembar Pengesahan	ii
Lembar Pernyataan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Abstrak	xiii
<i>Abstract</i>.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Lingkup Penelitian	8
1.7. Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Kerangka Teori	10
2.1.1. Etika	10

2.1.1.1. Definisi Etika.....	10
2.1.1.2. Perkembangan Teori Etika	11
2.1.2. Etika Bisnis	13
2.1.2.1 Hubungan Konsumen dan Produsen	14
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Tindakan Tidak Etis.....	15
2.1.3 Etika Pemasaran.....	16
2.1.3.1. Tanggung Jawab Sosial dan Etika dalam Pemasaran...	17
2.1.3.2. Hubungan Etika dan Hukum	18
2.1.3.3. Standar Etika Pemasaran	20
2.1.3.4. Isu-isu Etika dalam Pemasaran.....	22
2.1.3.5. Praktik Pemasaran yang Menyesatkan	24
2.1.3.6. Konsumen Rentan	26
2.1.4. Pemasaran Produk Rokok	26
2.1.4.1. Aturan Terkait Pemasaran Rokok di Indonesia.....	26
2.1.4.2. Pendapat Para Ahli Tentang Etika Pemasaran Rokok..	28
2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	29
2.3 Rerangka Penelitian	31
BAB III METODA PENELITIAN.....	32
3.1. Desain Penelitian	32
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3. Instrumen Penelitian	34
3.4. Metoda Analisis Data.....	34
3.5. Profil Industri	36

3.5.1. Industri Rokok di Indonesia.....	36
3.5.2. Fakta Konsumsi Rokok.....	37
3.5.3. Praktik Pemasaran Produk Rokok	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1. Identifikasi Isu-Isu Etika Pada Praktik Pemasaran Produk Rokok	40
4.1.1 Isu Produk	40
4.1.1.1. Karakteristik Rokok yang Mengecoh.....	40
4.1.1.2. Label Rasa pada Rokok.....	47
4.1.1.3. Isi Kemasan Semakin Sedikit Semakin Mudah Dijang- kau	50
4.1.2. Isu Distribusi.....	56
4.1.2.1 Distribusi Mudah Diakses Anak-anak di Bawah Umur	56
4.1.2.2 Penjualan Rokok di Perdagangan Elektronik	62
4.2 Temuan Tambahan	65
4.2.1 Iklan Rokok Tidak Sesuai Regulasi.....	65
4.2.1 Iklan Rokok di Bioskop	67
BAB V KESIMPULAN	68
5.1 Isu-isu Etika Pada Praktik Pemasaran Produk Rokok	68
5.1.1 Isu Produk	68
5.1.2 Isu Distribusi.....	69
5.2 Temuan Tambahan.....	71
5.3 Keterbatasan.....	71
5.4 Rekomendasi.....	72

5.4.1 Rekomendasi Terkait Isu Produk.....	72
5.4.2 Rekomendasi Terkait Isu Distribusi	74
5.4.2 Rekomendasi Terkait Temuan Tambahan	76
Daftar Pustaka	78
Lampiran	83

DAFTAR TABEL

1.1	Hasil Pengawasan BPOM Terhadap Iklan Produk Rokok Tahun 2017.....	4
1.2	Program Corporate Social Responsibility Perusahaan Rokok di Indonesia...	6
2.1	Nilai-nilai Etika <i>American Marketing Association (AMA)</i>	21
2.2	Potensi Isu Etika dalam Pemasaran.....	23
2.3	Peringkat 10 Praktik Periklanan yang Paling Sering Diamati Konsumen ...	25
2.4	Peraturan Terkait Pemasaran Rokok	27
4.1	Hasil Identifikasi Perluasan Lini Merek dari 6 merek Rokok.....	42
4.2	Hasil Identifikasi Karakteristik Merk GG Surya Pro dan Djarum Super	43
4.3	Hasil Identifikasi Pelabelan Rokok Kapsul Perasa	48
4.4	Hasil Identifikasi Rokok Kemasan 12 Batang	51
4.5	Hasil Identifikasi Jenis-jenis Saluran Distribusi Rokok.....	56
4.6	Hasil Identifikasi Penjualan Rokok di Perdagangan Elektronik	63

DAFTAR GAMBAR

2.1	Piramida CSR Carrol.....	18
2.2	Hubungan Hukum dan Etika	19
2.2	Rerangka Penelitian.....	31
3.1	Metoda Analisis Data	35
3.2	Pangsa Pasar Rokok Indonesia 2017.....	37
4.1	Kemasan GG Surya Pro dan GG Surya Pro Mild	45
4.2	Kemasan Djarum Super Mild dan Djarum Super MLD Black Series	45
4.3	Contoh Label Rasa Pada Kemasan Merek Esse Change Grape.....	49
4.4	Contoh Rokok Kemasan 12 Batang	52
4.5	Contoh Penyajian Rokok Batangan.....	53
4.6	Contoh Iklan Kampanye Harga di Berbagai Media	54
4.7	Contoh Pajangan Rokok.....	57
4.8	Remaja Pelajar Sedang Membeli Rokok di Toko	58
4.9	Contoh Label Larangan Pada Kemasan Produk Rokok	59
4.10	Stiker Sosialisasi PP109/2012	61
4.11	Contoh Restriksi Usi di Situs Blibli	64
4.12	Contoh Tampilan Iklan Rokok di Tokopedia.....	64
4.13	Iklan Rokok pada Media Luar Ruang Melintang Jalan.....	66
4.14	Iklan Rokok pada Media Ruang Berdekatan dengan Sekolah	66
4.15	Penayangan Iklan Rokok di Bioskop	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Observasi.....	83
Lampiran 2: Catatan Lapangan.....	85
Lampiran 3: Matriks Konseptual Hubungan Antar Tema	98
Lampiran 4: Daftar Informasi Produk	108
Lampiran 5: Foto-foto Temuan Tambahan.....	112