

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI.....	vi
INTISARI	x
ABSTRACT	xi
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
1. Permasalahan.....	1
2. Rumusan Masalah	6
3. Keaslian Penelitian	6
4. Manfaat Penelitian.....	8
B. Tujuan Penelitian	8
C. Tinjauan Pustaka.....	9
D. Landasan Teori	11
E. Metode Penelitian	12
1. Jenis Penelitian	12
2. Bahan Penelitian.....	13
3. Jalan Penelitian.....	13
4. Teknik Pengolahan Data	14
F. Hasil Yang Diperoleh	15
G. Sistematika Penulisan	15

BAB II UTILITARIAN APPROACH DALAM ETIKA BISNIS..... 17

A. Konsep Dasar Etika Bisnis	17
1. Pengertian Etika	17
2. Pengertian Bisnis	20
3. Pengertian Etika Bisnis.....	22
B. Pendekatan dalam Etika Bisnis.....	25
1. <i>Individual Right Approach</i>	25
2. <i>Justice Approach</i>	26
3. <i>Utilitarian Approach</i>	28
C. <i>Utilitarian Approach</i> sebagai Pendekatan Etika Bisnis	28
1. Utilitarianisme Tradisional	28
2. Utilitarian Modern	31

BAB III STRATEGI PEMASARAN SHOPEE DI MASA

PANDEMI COVID-19 38

A. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	38
B. Ruang Lingkup Strategi Pemasaran <i>Shopee</i>	42
1. Profil <i>Shopee</i>	42
2. <i>Shopee</i> di Indonesia.....	43
3. Strategi Pemasaran <i>Shopee</i> Sebelum Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	45
4. Strategi Pemasaran <i>Shopee</i> dalam Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	48

BAB IV STRATEGI PEMASARAN SHOPEE DI MASA

PANDEMI COVID-19 DITINJAU DARI UTILITARIAN

APPROACH DALAM ETIKA BISNIS..... 52

A. <i>Utilitarian Approach</i> dalam Kampanye Kreatif sebagai Strategi Pemasaran <i>Shopee</i> di Masa Pandemi <i>Covid-19</i>	52
---	----

B. Refleksi Kritis Kampanye Kreatif sebagai Strategi Pemasaran <i>Shopee</i> di Masa Pandemi <i>Covid-19</i> dalam <i>Utilitarian Approach</i>	59
BAB V PENUTUP	62
A. Kesimpulan	62
B. Kritik dan Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65