DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur' an Karim.

A. Sonny Keraf, Etika Bisnis Tuntutan dan elevansinya, Yogyakarta: Kanisius, 1998.

A.Kadir, Hukum Bisnis Syariah dalam Al-Qur'an, Jakarta: Sinar Grafika Offset, 2010.

Abdul Aziz, Etika Bisnis Persfektif Islam, Bandung; Alfabeta, 2013.

Afiyanti Y. Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif. J Keperawatan Indonesia. 2008.

Andi, 145 Question and Answers Star Your Own Business-Pasti Bisa Buka Usaha, Yogyakarta; Grenmedia Sebuah Imprint, 2011

Ashari Satrio Muharam"Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Tehadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Susu Kental Manis Frisian Flag di Kota Semarang)"(Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang,2011

Azizah, Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam, 2016.

Benyamin Molam, Manajemen Pemasaran, Jakarta; PT. INDEKS, 2009.

Buchari Alma, Dasar-Dasar Ekonomi Islam, Bandung; Alfabeta, 2011.

Buchari Alma, Manajemen Bisnis Syariah, Bandung: Alfabeta, 2012

Charles W. Lamb, Joseph F. Hair, Carl Mc. Daniel, Pemasaran, Jakarta: Salemba Empat, 2004.

Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Quran Dan Terjemahan Bahasa Indonesia, Semarang: CV Asy Syifa', 2005.

Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi keempat,, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

E. Catur Rismiati lg, Bondan Suratno, Pemasaan Barang dan Jasa,, Yogyakarta: Kanisius, 2001.

Faisal Badroen, Etika Bisnis Dalam Islam, Cet. II; Jakarta: Kencana, 2000.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Frans M. Royan, Marketing Celebraties, Jakarta: PT Gramedia, 2004.

Hadi S. Pemeriksaan Keabsahan Data Penelitian Kualitatif pada Skripsi. J Ilmu Pendidik. 2016.

Harun Rasyid, Metode Penelitian Kualitatif Bidang Ilmu Sosial Agama, Pontianak: STAIN Pontianak, 2000.

Hasanah H. Teknik-Teknik Observasi Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial. J at-Taqaddum. 2016.

Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, Metodologi Penelitian Sosial, Cet. 6; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Husain Usman dan Purnomo Setiady Akbar, Metodologi Penelitian Sosial,2014.

Imam Suprayogo dan Tobroni, Metode Penelitian Sosial Agama, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2011.

Istiqomah, "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Bahasa Iklan (Studi Kasus Iklan Produk Jamu Tolak Angin dan Bintangin), Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah: IAIN Walisongo Semarang, 2009.

Johan Arifin, Etika Bisnis Islam, Semarang: Walisongo Press, 2009.

Kamus Besar Bahasa Indonesia Online, 2008

Mabarroh Azizah, Etika Perilaku Periklanan dalam Bisnis Islam, JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia), 2016.

Made Dharmawati, Kewirausahaan, Jakarta; PT. RajaGrafindo Persada, 2016.

Makmun Riyanto, Studi Kasus Pada Iklan Ponds Di Kota Semarang, Tesis, Semarang: Universitas Diponegoro, 2008.

Mardalis, Metode Penelitian: Pendekatan Proposal, Cet. 7; Jakarta: Bumi Aksara, 2004.

Masyhuri dan Zainuddin, Metode Penelitian: Pendekatan Praktis dan Aplikatif, Bandung: Refika Aditama, 2008,

Morissan, Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu, Jakarta: Prenadamedia Grub, 2010.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, Menggagas Bisnis Islami, Jakarta: Gema Insani, 2002.

Muhammad Jaiz, Dasar-dasar Periklanan, Yogyakarta: Graha Ilmu dan Fisip Untirta Press, 2014.

Muhammad, R. Lukman Fauroni, Visi Al Qur'an Tentang Etika Bisnis, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002.

Nilamsari N. Memahami Studi Dokumen dalam Penelitian Kualitatif. J Wacana. 2014.

Norvadewi, 'Bisnis Dalam Perspektif Islam', Al Tijary, 2015.

Philip Kotler, Manajemen Pemasaan, Malang: Erlangga, 2012.

Rafik Issa Beekum, Etika Bisnis Islami, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.

Saniah, "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Paktik Pengemasan Produk Dalam Meningkakan Pendapatan Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil (Studi Di Rumah Kemasan DISPERINDAG Prov. NTB)",Skripsi Sarjana;Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Mataram, 2018.

Saridakis E. Information, reality, and modern physics. International Studies in the Philosophy of Science, 2016.

Sifuddin Azwar, Metode Penelitian, Cet. 2; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000. h. 120

Sofyan S. Harahap, Etika Bisnis dalam persfektif Islam, Jakarta: Salemba Empat, 2011.

Subagyo, Harry Afandi, Mendongkrak Omzet Penjualan dengan Iklan, Semarang: Gritama, 2004.

Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, Cet. 13; Bandung: Alfabeta. 2011.

Sugioyono, Memahami Penelitian Kualitatif, Cet. VI; Bandung: Alfabeta, 2010

Sugiyono. Metode Penelitian Kualitatif. Untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Enterpretif, Interaktif, dan Konstruktif, Bandung: Alfabeta; 2017.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Suyanto dan Bagong, Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan, Ed.2, Cet.3; Jakarta: Kencana, 2007.

Taha Jabir AL-Alwani, Bisnis Islam, Yogyakarta: AK GROUP, 2005.

Terence A. Shimp, Periklanan: Pomosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2003.

Veithzal Rivai dan Antoni Nizar Usman, Islamic Economics and Finance (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 2012.

Venia Afrilia Sari, 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang)', Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip, 6.3, 2017.

YESSY ARTANTI and YUSDIA PUSPARINI, 'Pengaruh Faktor-Faktor Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pop Mie Di Supermarket Giant Wiyung', BISMA (Bisnis Dan Manajemen), 3.2, 2018.

Zamili M. Menghindari dari Bias: Praktik Triangulasi dan Kesahihan Riset Kualitatif. J Lisan Al-Hal. 2015.

Internet

http//www.kontan-online.com Inc: 2004. dikutip 10 Januari 2012

http://market55.blogspot.com/2009/04/kesalahan-minimarket-swalayan-pengertian.html, dikutip 10 Januari 2012

https://kbbi.web.id/riil

https://www.literasipublik.com/pengertian-iklan-dan-sejarah-perkembangan-periklanan

Wawancara

Changge A, pembeli di Toko Alfamart Jendral Sudirman Parepare, pada tanggal 13 Januari 2021.

Dama Ancel, Karyawan Toko Alfamart Jendral Sudirman Parepare, pada tanggal 13 Januari 2021.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dwiky, Konsumen di Indomaret Jendral Sudirman Parepare, pada tanggal 24 Desember 2020

Jaya Adi, Karyawan Toko Indomaret Jendral Sudirman Parepare, pada tanggal 24 Desember 2020

Rafika, pembeli di Toko Alfamart Jendral Sudirman Parepare, pada tanggal 13 Januari 2021

Supardi, Konsumen di Indomaret Jendral Sudirman Parepare, pada tanggal 24 Desember 2020

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR WAWANCARA

Nama	: Muh. Idham Sya'ban. H
Prodi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Market Kota Parepare

Pertanyaan Karyawan/ Pimpinan Mini Market:

1. Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?
2. Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai hyper ekspektasi iklan dan desain kemasan suatu produk?
3. Apakah bapak/ibu pernah menemukan ditoko anda ada produk yang hyper ekspektasi?
4. Apakah pernah ada konsumen yang mengeluhkan hal tersebut dan bagaimana anda menyikapinya?
5. Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

DAFTAR WAWANCARA

Nama	: Muh. Idham Sya'ban. H
Prodi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Market Kota Parepare

Petanyaan Pembeli/ Konsumen:

1. Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan pada saat ini bagaimana?
2. Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai iklan dan kemasannya?
3. Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?
4. Bagaimana bapak/ibu menyikapi produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?
5. Pernahkan bapak/ibu komplain jika menemukan hal tersebut dan komplainnya kmna?
6. Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai etika bisnis islam terhadap hal tersebut?

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

TRANSKIP WAWANCARA

Wawancara I

Hasil wawancara dengan bapak Adi Jaya karyawan toko Indomaret Jendral Sudirman

Peneliti		Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?
Adi		Seperti kita tau sendiri kalau iklan pada saat ini itu kereatif- kereatif yah fungsinya juga untuk menarik minat pembeli, kalau misalnya ada yang kurang baik katakanlah seperti itu menurut saya yah sedikit saja kebanyakan itu yah memang baguslah.
Peneliti		Bagaimana tanggapan bapak/ibu tentang produk yang tidak sesuai pada iklan dan kemasannya? (hyper ekspektasi)
Adi		Menurut saya tidak baikyah, apalagi untuk toko karna yang dirugikan itu bukan Cuma pembeli tapi kita juga, karna kalo ada yang seperti itu pembeli juga tidak beli lagi dikita sedangkan kita Cuma jual produk yang orang punya.
Peneliti	:	Apakah bapak/ibu pernah menemukan ditoko anda ada produk yang tidak sesuai iklan dan kemasannya? (hyper ekspektasi)
Adi	:	Alhamdulillah selama ini kita tidak menemukan karna yang kita jual itu sudah dicek sebelumnya baru dipajang di etalase toko
Peneliti	:	Apakah pernah ada konsumen yang mengeluhkan hal tersebut ditoko anda?
Adi	:	Alhamdulillah juga tidak adayah, karna setiap orang yang beli juga bisa na cek kondisinya sendiri produk itu sebelum nabawa kekasir.
Peneliti	:	Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?
Adi	:	Mungkin dari pembelinya juga yah, karna kalau pembelinya juga teliti melihat iklan pasti dia juga bisa membedakan yang mana yang betul-betul bagus yang mana yang tidak. Karna kalau menurut saya produsennya itu menampilkan iklan yang menarik yah untuk menarik minat pembeli juga.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Wawamcara II

Hasil wawancara dengan bapak Supardi pembeli di Indomaret Jendral Sudirman

Peneliti	:	Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?
Supardi	:	Menurut saya iklan saat ini itu sudah sangat canggih sekali bukan Cuma di tv di hp juga banyak kita lihat iklan disosial media seperti di facebook dan memang tidak semua mengiklan itu menampilkan yang sesuai dengan yang dia jual, tinggal kita sebagai konsumen pintar-pintarnya memilih dan memperhatikan yang mana yang masuk akal
Peneliti	:	Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?
Supardi	:	Mungkin supaya orang tertarik membelikan, apalagi kalau banyak pesaingnya otomatiskan perusahaannya sebisa mungkin bagaimana caranya supaya konsumennya tetap memilih produknya ya salah satunya lewat iklannya itu.
Peneliti	:	Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?
Supardi	:	Oiyah pernah saya belikan anak saya itu kindejoy karna kebetulan dia lihat iklannya itu ditv bagus dan dia suka dan saya kira juga produknya bagus tapi setelah saya beli ternyata tidak sesuai dengan ekspektasi saya dan kemahalan menurut saya, karna memang cuman sedikit isinya dan mainannya juga tidak begitu bagusji juga sedangkan di iklannya sangat menarik.
Peneliti	:	Bagaimana bapak/ibu menyikapi produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?
Supardi	:	Yah cuma sebatas tau sajaji bilang seperti iniji pale na di tv dilebih-lebihkan cuman sebatas begitu dan sebagai pembelajaran juga supaaya tidak beli produk yang sama lagi
Peneliti	:	Pernahkan bapak/ibu komplain jika menemukan hal tersebut dan komplainnya kemana?
Supardi	:	Pernah, kita tanyakan ke kasir tokonya dan jawabannya memang begitunya dari pusatnya jadi seperti begitumi kita terima saja yang sudah kita beli juga tidak bisa dikembalikan karna sudah dibuka juga

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

segelnya dan memang juga sebenarnya bukan tanggung jawabnya toko menurut saya dari perusahaannya memang juga

peneliti : Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai etika bisnis islam terhadap produk yang tidak sesuai iklan dan kemasan?

Supardi : Menurut saya tidak bagus, karna kalau kita bicara islam harusnya produsen juga mengerti kalau mengiklankan barangnya dengan cara terlalu memperindah tampilannya juga tidak bagus apalagi kalau kita sebagai pembeli itu merasa tertipu.

Wawamcara III

Hasil wawancara dengan bapak Dwiky pembeli di Indomaret Jendral Sudirman

Peneliti : Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?

Dwiky : Menurut saya orang beriklan pada saat ini itu tidak seperti yang dulu lagi, kalau dulu seingat saya yang ditampilkan itu fokus ke produknya kalau menurut saya sekarang lebih bervariatif ada yang menampilkan seperti komedi yang lucu-lucu untuk menarik minat pembeli, mungkin supaya gampang diingat juga sama orang- orang.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?

Dwiky : Kalau menurut saya sebagai konsumen suatu produk bisa tidak sesuai iklan dengan kenyataannya itu karena perusahaan terlalu over pencitraan maksudnya produk yang mereka tampilkan pada iklan maupun kemasannya itu semaksimal mungkin dapat menarik konsumen.

Peneliti : Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?

Dwiky : Pernah, produk mie instan, awal mulanya saya lihatkan iklanya di tv kebetulan mie instan itu selalu menampilkan varian rasa jadi saya tertarik untuk mencoba varian baru itu dan bisa dibilang juga saya pencinta mie, singkatnya saya pergi beli dan setelah jadi saya buat begitu yah tidak sesuai saja sama ekspektasi saya tentang itu

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu menyikapi produk yang tidak sesuai ekspektasi

PAREPARE
CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

pada iklan dan kemasannya?

Dwiky : Yah kita sebagai konsumen pasti kecewalah apa yang kita harapkan tentang iklan yang kita lihat tidak sesuai dengan kenyataan yang dialami

Peneliti : Pernahkan bapak/ibu komplain jika menemukan hal tersebut dan komplainnya kemana?

Dwiky : Kalau soal komplain sih nggak pernah, cuman kita tidak beli produk itu lagi kalau sudah kecewakan

peneliti : Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai etika bisnis islam terhadap produk yang tidak sesuai iklan dan kemasan?

Dwiky : Menurut saya kalau soal itu rasanya perusahaan agak tidak pedulikan yah yang penting produknya laku dibeli orang soal iklannya tidak sesuai itu kayanya tidak dihiraukan.

Wawancara IV

Hasil wawancara dengan bapak Ancel Dama Chief Of Store Alfamart Jendral Sudirman

Peneliti Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?

Ancel Menurut saya selama saya ditoko yah sesuai semua sama yang diklankan dengan yang punya produk baik itu manfaatnya, rasanya, dan isinya, artinya bagus-bagus saja selama ini

Peneliti Bagaimana tanggapan bapak/ibu tentang produk yang tidak sesuai pada iklan dan kemasannya? (hyper ekspektasi)

Ancel Tanggapannya yah pasti tidak baiklah, kalau perusahan itu mengiklankan produknya itu tidak sesuai atau terlalu berlebihanyah, tapi Alhamdulillah disini nddalah yang seperti itu

Peneliti : Apakah bapak/ibu pernah menemukan ditoko anda ada produk yang tidak sesuai iklan dan kemasannya? (hyper ekspektasi)

Ancel : kalau ditoko kami itu Alhamdulillah selama ini itu tidak ada yah sepengetahuan kami karna kami juga disini mengecek dulu produknya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

baru di pajang ditoko

Peneliti : Apakah pernah ada konsumen yang mengeluhkan hal tersebut ditoko anda?

Ancel : Kalau soal yang tidak sesuai iklan sih jarang-jarang yah maksudnya tidak setiap hari, pernah itu ada yang mengeluhkan kemasannya kenapa box sedangkan di iklannya itu kaleng, kita dari pihak toko menjelaskan kembali kalau itu sudah dari suplayernya mungkin yang di iklan itu kemasan lama tapi tetap isinya itu sama.

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?

Ancel : Kalau masalah produk yang tidak sesuai iklannya itu biasanya dari perspektif konsumennya, mungkin mereka melihat iklan di tv itu dipercantik apalagi sekarang sudah canggihkan jadi perusahaan mengiklan juga pakai efek supaya produknya lebih menarik jadi tergiuarlah konsumen pada efeknya itu

Wawamcara V

Hasil wawancara dengan ibu Rafika pembeli di Alfamart Jendral Sudirman

Peneliti : Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?

Rafika : Menurut saya iklan dan kemasan itu ada yang sesuai ada juga yang tidak sesuai tinggal kita sebagai konsumen saja pintar- pintarnya memilih produk, apa lagi kita tau kan orang beriklan pasti menampilkan yang baik- baik dari peroduknya fokusnya pada keuntungannya

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?

Rafika : Yah seperti yang pertama tadi karna perusahaannya juga fokus pada berapa banyak produk yang bisa mereka jual, jadi tidak heran juga kalau apa yang mereka iklankan itu terkesan tidak sesuai begitu. Kita tau jugalah siapasih orang yang mau menampilkan kekurangan produknya kebanyakankan yang menampilkan yang kelebihannya atau dilebih- lebihkan yakan.

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Peneliti : Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?

Rafika : Pernah, baru- baru ini saya beli shampoo yang bisa dibilang harganya itu diatas dari kebanyakan shampoo yang lainnya dan menurut deskripsi di iklan dan kemasannya itu anti ketombe jadi saya beli dengan anggapan harganya juga diatas dari yang lainnya jadi saya percayakan tapi setelah dipake 3 hari ketombenya malah makin banyak jadi saya ganti lagi dengan shampoo lain.

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu menyikapi produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?

Rafika : Jujur kita kecewekan, anggapan kita terhadap produk yang kita beli itu sesuai dengan deskripsi iklan dan kemasannya tapi ternyata tidak yah kecewa,

Peneliti : Pernahkan bapak/ibu komplain jika menemukan hal tersebut dan komplainnya kemana?

Rafika : Kalau urusan komplain tidak pernah cuman produk yang tidak cocok sama kita yah kita ganti saja.

peneliti : Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai etika bisnis islam terhadap produk yang tidak sesuai iklan dan kemasan?

Rafika : Menurut saya kalau soal itu rasanya perusahaannya tidak menghiraukan juga yah mungkin mereka juga kurang paham sama hal yang begitu- begitu, menurut saya keuntungan sih utama bagi mereka, rugi jugakan mereka beriklan banyak mengeluarkan uang tapi tidak untung jadi mending beriklan yang bagus- bagus memang supaya orang tertatik beli

Wawamcara VI

Hasil wawancara dengan bapak Changge pembeli di Alfamart Jendral Sudirman

Peneliti : Menurut bapak/ibu kondisi iklan dan kemasan produk pada saat ini bagaimana?

Changge : Menurut saya iklan sekarang manipulatif maksudnya kalau kita sebagai konsumen tidak teliti yah kita bisa bisa tertipu meskipun menipunya itu tidak terlalu besar maksudnya keugiannya tidak besar

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

tapi tetap merugikan

Peneliti : Menurut bapak/ibu apa yang menyebabkan suatu produk tidak sesuai dengan iklan dan kemasannya?

Changge : Kalau saya perusahaan begitu supaya orang mudah terpengaruhkan, misalnya ada syarat dan ketentuannya di tulis kecil supaya orang tidak fokus itunya fokusnya ke yang bagus- bagusnya saja

Peneliti : Apakah bapak/ibu pernah mendapatkan produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?

Changge : Pernah, Cuman saya tidak sempat beli karna di jelaskan kembali sma penjualnya, itu soal kuota saya lihat di iklan itu unlimited ternyata apa pembagian- pembagiannya, dan itu dijelaskan di konternya bukan di di iklan yang di tv

Peneliti : Bagaimana bapak/ibu menyikapi produk yang tidak sesuai ekspektasi pada iklan dan kemasannya?

Changge : Kalau soal itu sih saya beli kuota lain, karna niatnya mau beli yang unlimited tapi ada syarat dan ketentuan lainnya jadi beralih ke kuota lain yang dirasa saya butuhkan meskipun bukan unlimited juga.

Peneliti : Pernahkan bapak/ibu komplain jika menemukan hal tersebut dan komplainnya kemana?

Changge : Komplain sama yang jaga konter, kita tanyakan kenapa di tv dibilang unlimited tapi ada pembagiannya dan pihak konternya juga menjelaskan kalau memang ada pembagiannya Cuma tidak ditampilakan di iklan begitu.

peneliti : Bagaimana tanggapan bapak/ibu mengenai etika bisnis islam terhadap produk yang tidak sesuai iklan dan kemasan?

Changge : Kalau sepemahan saya soal islamkan dilarang berbohong meskipun bohongnya itu tidak begitu besarkan tapi tetap saja kan tidak baik

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2797/In.39.8/PP.00.9/12/2020
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: MUHAMMAD IDHAM SYA'BAN HAMID
Tempat/ Tgl. Lahir	: PAREPARE, 09 DESEMBER 1997
NIM	: 16.2400.031
Fakultas/ Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Semester	: IX (Sembilan)
Alamat	: JL. BAMBU RUNCING, KELURAHAN BUMI HARAPAN, KECAMATAN BACUKIKI BARAT, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah KOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP IKLAN DAN KEMASAN DI MINI MARKET KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Desember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasama diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

11 Desember 2020
Dekan,

KEMENTERIAN AGAMA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE

Muhammad Kamal Zubair

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

INDOMARET JENDRAL SUDIRMAN PAREPARE

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	:	Adi Jaya
Jabatan	:	Kepala Toko
Alamatkantor	:	Jl. Jendral Sudirman No. 80

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama	:	Muhammad IdhamSya'ban Hamid
Nim	:	16.2400.031
Universitas/Lembaga	:	IAIN PAREPARE
Program studi	:	Ekonomi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Benartelahmelakukan PENELITIAN SKRIPSI di Toko Indomaret Jendral Sudirman Parepare dengan judul penelitian "TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP IKLAN DAN KEMASAN DI MINI MARKET KOTA PAREPARE".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 18 Januari 2021

Kepala Toko,

Adi Jaya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

ALFAMART JENDRAL SUDIRMAN PAREPARE

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	:	Ancel Dama
Jabatan	:	COS (Chief Of Store)
Alamatkantor	:	Jl. Jendrral Sudirman

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama	:	Muhammad IdhamSya'ban Hamid
Nim	:	16.2400.031
Universitas/Lembaga	:	IAIN PAREPARE
Program studi	:	Ekonomi Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

Benartelahmelakukan PENELITIAN SKRIPSI di Toko Indomaret Jendral Sudirman Parepare dengan judul penelitian "TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP IKLAN DAN KEMASAN DI MINI MARKET KOTA PAREPARE".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 18 Januari 2021

Chief Of Store,

an. Ancel Dama

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SRN IP0000635

PEMERINTAH KOTA PAREPARE

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Veteran Nomor 28 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@parepare kota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 638/IP/DPM-PTSP/12/2020

Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 7 Tahun 2019 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

MENGIZINKAN

KEPADA

NAMA : **MUHAMMAD IDHAM SYA'BAN HAMID**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT : **JL. BAMBU RUNCING PAREPARE**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **TINJAUAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP IKLAN DAN KEMASAN DI MINI MARKET KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KECAMATAN SEKOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **14 Desember 2020 s.d 14 Januari 2021**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **17 Desember 2020**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE

Hj. ANDI RUSIA, SH.MH
Pangkat : Pembina Utama Muda, (IV/c)
NIP : 19620915 198101 2 001

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
  Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan BSrE
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)

Scanned by TapScanner

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ADY JAYA

Alamat : PARE PARE / Jendsut Parepare

Pekerjaan : KARYAWAN INDOMARET

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Muh. Idham Sya'ban. H untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Maket Kota Parepare.**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 24 Desember 2020

Yang bersangkutan,

ADY JAYA

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ANCEL DAMA

Alamat : JL. JENDERAL SUDIRMAN (ALPAMART)

Pekerjaan : COS (CHIEF OF STORE)

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Muh. Idham Sya'ban. H untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Maket Kota Parepare.**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 13 Januari 2021

Yang bersangkutan,

ANCEL DAMA

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwiky

Alamat : Jl. Jend. A. Yani. KM.3

Pekerjaan : Honorer.

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Muh. Idham Sya'ban. H untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Maket Kota Parepare.**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 24 Desember 2020

Yang bersangkutan,

Dwiky

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Supardi

Alamat : Jl. Kelapa gading Perum. Yasmin B11

Pekerjaan : PNS

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Muh. Idham Sya'ban. H untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Maket Kota Parepare.**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 24 Desember 2020

Yang bersangkutan,

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RAFIKA

Alamat : Parepare

Pekerjaan : IRT

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Muh. Idham Sya'ban. H untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Maket Kota Parepare.**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 13 Januari 2021

Yang bersangkutan,

RAFIKA

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : A. CHANGEE H.

Alamat : SOREANG

Pekerjaan : PNS

Bahwa benar telah diwawancarai oleh Muh. Idham Sya'ban. H untuk keperluan penelitian skripsi dengan judul penelitian **Tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Maket Kota Parepare.**

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya,

Parepare, 13 Januari 2021

Yang bersangkutan,

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dokumentasi wawancara dengan bapak Supardi selaku konsumen di Indomaret Jendral Sudirman Parepare

Dokumentasi wawancara dengan bapak Dwiky selaku konsumen di Indomaret Jendral Sudirman Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dokumentasi wawancara dengan bapak Supardi selaku konsumen di Indomaret Jendral Sudirman Parepare

Dokumentasi wawancara dengan bapak Ancel Dama selaku Chief Of Store (COS) di Alfamart Jendral Sudirman Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Dokumentasi wawancara dengan bapak A. Changge selaku konsumen di Alfamart Jendral Sudirman Parepare

Dokumentasi wawancara dengan ibu Rafika selaku konsumen di Alfamart Jendral Sudirman Parepare

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

Contoh salah satu produk yang tidak sesuai pada tampilan iklan dan kemasannya

Yang ditampilkan pada iklan dan kemasan	Yang sebenarnya

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Penulis bernama lengkap Muhammad Idham Sya'ban Hamid dengan sapaan akrab idham, lahir di Kota Parepare, Sulawesi Selatan, pada tanggal 09 Desember 1997. Penulis anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan Abdul Hamid dan Naharia. Pendidikan formal penulis menamatkan Sekolah dasar di SD Negeri 56 Parepare dan lulus tahun 2009, kemudian melanjutkan studi ke SMP Negeri 3 Parepare dan lulus pada tahun 2012, pada tahun yang sama penulis melanjutkan sekolah di SMK Negeri 2 Parepare dan lulus pada tahun 2015. Pada tahun 2016 penulis lalu melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada Program Sarjana Strata satu (S1) dengan mengambil program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis melaksanakan Praktik Pengenalan Lapangan (PPL) di Kantor Badan Pengelola Keuangan Daerah (BPKD) Sidrap selama dua (2) bulan mulai dari 11 November 2019 sampai 11 Januari 2020 dan melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Kelurahan Baru Tancung, Kecamatan Tanasitolo, Kabupaten Wajo, Sulawesi selatan.

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi penulis mengajukan skripsi dengan judul "Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Iklan dan Kemasan di Mini Market Kota Parepare".

PAREPARE

CENTRAL LIBRARY OF STATE OF ISLAMIC INSTITUTE PAREPARE