

**PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KEUNTUNGAN USAHA PENGUSAHA *LAUNDRY*
DI KECAMATAN TEMBALANG**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun oleh :

FAISAL YUSUF SAPUTRA

1 1 2 4 1 1 0 3 7

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG**

2016

Dr. H. Muchlis, M. Si.

Panembahan Senopati Atas, Kecamatan Ngalian Semarang

A. Turmudi, SH., M. Ag,

Perumahan Sukoharjo Indah (PSI) Kecamatan Margoharjo Kabupaten
Pati

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

Faisal Yusuf Saputra

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara

Nama : Faisal Yusuf Saputra

NIM : 112411037

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan
Usaha Pengusaha *Laundry* Di Kecamatan Tembalang.

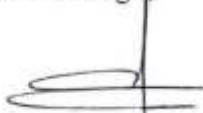
Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara
tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

Demikian atas perhatiannya, haram menjadi maklum adanya dan kami
ucapkan terima kasih

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang , 31 Mei 2016

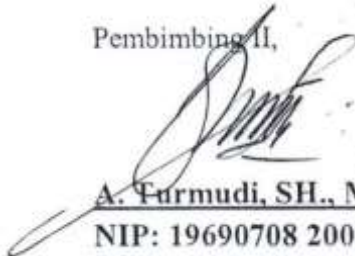
Pembimbing I,



Dr. H. Muchlis, M.Si.

NIP: 19610117 198803 1 002

Pembimbing II,



A. Turmudi, SH., M.Ag.

NIP: 19690708 200501 1 004



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTASEKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka(Kampus III) Ngaliyan Telp/Fax (024) 7601291,
7624691, Semarang, KodePos50185

LEMBAR PENGESAHAN

NAMA : FAISAL YUSUF SAPUTRA
NIM : 112411037
JUDUL : "PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP
KEUNTUNGAN USAHA PENGUSAHA LAUNDRY DI KECAMATAN
TEMBALANG"

Telah dimunaquashkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan
lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal 17 Juni 2016.

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1
tahun akademik 2016.

Semarang, 17 Juni 2016

Mengetahui

Penguji I,

Muhammad Nadzir, SHL, MSI,
NIP: 19690830 200312 1 002

Penguji III,

H. Khoirul Anwar, M.Ag.
NIP: 19690420 199603 1 003

Pembimbing I,

Dr. H. Muchlis, M.Si,
NIP: 19610117 198803 1 002

Penguji II,

Dr. H. Muchlis, M.Si,
NIP: 19610117 198803 1 002

Penguji IV,

Ghufroon Ajib, M. Ag.
NIP: 19660325 199203 1 001

Pembimbing II,

A. Turmudi, SHL, M.Ag
NIP: 19690708 200501 1 004



MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا
وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا
يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya:

“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS. Al Qashash (28): 77)

PERSEMBAHAN

Akan ku persembahkan skripsi ini sepenuhnya untuk orang yang memberi arti dalam perjalanan hidupku.

1. Bapak Drs. Kusrin dan Ibu Kuzaekah, terimakasih yang tak terhingga atas semua yang diberikan.
2. Adik – adik ku Aulia Dian H. dan Zidan As'ad serta kakak ku Febriana Rahmawati, tetap semangat mencari ilmu dan trimakasih atas motivasinya.
3. seluruh keluarga besarku yang telah memberikan do'a dan semangat.
4. Sahabat-sahabat dekatku yang senantiasa hadir dalam suka maupun duka serta selalu memberikan dukungan dan semangat.
5. Teman-temanku senasib seperjuangan Keluarga Ekonomi Islam kelas-A 2011 tetap semangat.

DEKLARASI KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Faisal Yusuf Saputra

Nim : 112411037

Jurusan/ Program studi : Ekonomi Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

**“Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap
Keuntungan Usaha Pengusaha *Laundry* Di Kecamatan
Tembalang”**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 31 Mei 2016



Faisal Yusuf Saputra

NIM: 112411037

TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam literasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks arabnya.

A. Konsonan

Huruf arab	Huruf Latin	Huruf Arab	Huruf Latin
ا	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ع	'
ص	Sh	ي	Y
ض	Dl		

B. Vokal

◌َ = a

◌ِ = i

◌ُ = u

C. Diftong

أَيُّ = Ay

أُوْ = Aw

D. Syaddah (ّ)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda, misalnya الطَّبّ *al-thibb*.

E. Kata Sandang (ال ...)

Kata sandang (ال ...) ditulis dengan al-.... misalnya الصنّاعة = *al-shina'ah*. Al- ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya المعيشة *al-ma'isyah al-thabi'iyah*

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari pengalaman penulis yang kemudian dikembangkan ke penelitian sederhana kepada pengguna *laundry* di daerah Tembalang dengan sampel 30 responden. Hasil menunjukkan bahwa 15 pengguna *laundry* mengaku pernah mengalami masalah dan tidak mendapat solusi dari pengusaha *laundry*, 4 pengguna pernah mengalami masalah dan mendapat solusi dari pengusaha *laundry* sedangkan 11 pengguna lainnya mengaku belum pernah mengalami masalah karena mereka memiliki langganan *laundry* tetap. Hal ini menunjukkan terjadinya praktek ketidakjujuran dan ketidaktangungjawaban dari pihak *laundry* atas hak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penerapan etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pada usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif di mana terdapat dua variabel yaitu etika bisnis islam sebagai variabel bebas (independent) dan keuntungan usaha sebagai variabel terikat (dependent), dengan menggunakan sumber data di antaranya data primer, sekunder, populasi dan Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, menyebar angket (kuesioner) kepada sejumlah responden dan dokumentasi data atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku dan sebagainya.

Populasi dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha jasa *laundry* di kecamatan tembalang yang berjumlah 123 pengusaha. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus slovin, dan diperoleh 55 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa mempedulikan tingkatan

Teknik pengumpulan data menggunakan angket yang telah diuji cobakan terlebih dahulu dan diuji validitas serta uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana, uji normalitas, uji T, uji R2.

Hasil analisis regresi memperoleh persamaan $Y = a+bX$ ($Y = 23,737 + 0,604X$) yang artinya Keuntungan usaha dipengaruhi Etika Bisnis Islami. Hasil analisis regresi juga memperoleh nilai koefisien determinasi (R2) sebesar 0,314, ini berarti 31,4% variabel Tingkat

Kuantitas Penjualan Produk dipengaruhi oleh variabel Etika Bisnis Islami. Sisanya sebesar 68,6% dijelaskan oleh variabel lain.

Kata kunci : *Etika Bisnis Islam, Keuntungan Usaha.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah meningkatkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepangkuan Beliau Nabi Muhammad SAW, beserta keluarganya, sahabat-sahabatnya serta orang-orang mu'min yang senantiasa mengikutinya.

Dengan kerendahan hati dan kesadaran, peneliti sampaikan bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan dan bantuan semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah membantu. Adapun ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang beserta para Wakil Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang, beserta staf yang telah memberikan pengarahan dan pelayanan dengan baik selama masa penelitian.
3. H. Ahmad Furqon, Lc. M.A, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan Mohammad Nadzir, SHI., MSI.. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan serta pelayanan yang baik.
4. Dr. H. Muchlis, M.Si. selaku pembimbing I, yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.

5. A. Turmudi, S.H., M.Ag. selaku pembimbing II, yang telah berkenan memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi.
6. Dosen-dosen Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang serta dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo beserta seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Segenap civitas akademika UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan semangat kepada penulis untuk meningkatkan ilmu.
8. Kepala Perpustakaan UIN Walisongo Semarang beserta staf-stafnya yang banyak membantu meminjamkan buku-buku referensi.
9. Segenap pemilik Usaha jasa *laundry* di kecamatan Tembalang semarang yang telah membantu selama penelitian.

Kepada semuanya, penulis mengucapkan terima kasih disertai doa semoga budi baik semuanya diterima oleh Allah SWT, dan mendapatkan balasan berlipat ganda dari Allah SWT.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DEKLARASI KEASLIAN	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	16
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori.....	19
2.1.1 Etika Bisnis Islam.....	19
2.1.2 Keuntungan Usaha.....	39
2.2 Penelitian Terdahulu.....	50
2.3 Kerangka Pemikiran.....	55
2.4 Hipotesis Penelitian.....	55

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	3.1 Jenis dan Sumber Data.....	57
	3.2 Populasi dan Sampel.....	57
	3.3 Metode Pengumpulan Data.....	59
	3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran.....	61
	3.5 Metode Analisa Data.....	63
	3.5.1 Uji Data.....	63
	3.5.1.1 Uji Validitas.....	63
	3.5.1.2 Uji Reliabelitas.....	64
	3.5.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	65
	3.5.1.4 Analisis Regresi Linier.....	69
	3.5.1.5 Uji Hipotesis.....	70
	1 Uji Parsial.....	70
	2 Uji Simultan.....	71
	3.5.1.6 Uji Koefisien Determinasi.....	72
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
	4.1 Gambaran Umum.....	75
	4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Tembalang	75
	4.1.2 Gambaran Umum Laundry.....	78
	4.2 Identitas Responden.....	82
	4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Ke-	
	Lamin.....	82
	4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	83
	4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat	
	Pendidikan.....	84

4.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Lama Waktu Usaha.....	86
4.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya.....	87
4.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan Yang Dimiliki.....	89
4.2.7 Identitas Responden Berdasarkan Biaya Cuci Setrika per 1kg.....	90
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	92
4.3.1 Etika Bisnis Islam.....	92
4.3.2 Keuntungan Usaha.....	97
4.4 Hasil Uji Validitas.....	101
4.5 Hasil Uji Reliabelitas.....	102
4.6 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	103
4.7 Hasil Analisis Regresi.....	109
4.8 Hasil Uji Hipotesis.....	110
4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	112
4.10 Pembahasan.....	113
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	116
5.2 Penutup.....	117

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor dan Alternatif Jawaban Kuesioner	35
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 4.1 Identitas responden berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2 Identitas responden berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.3 Identitas responden berdasarkan Usia Usaha	51
Tabel 4.4 Identitas responden berdasarkan Biaya per 1 kg cuci setrika	54
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Etika Bisnis	55
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Keuntungan	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas x dany	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabelitas x dan y	62
Tabel 4.9 Hasil Uji normalitas Kolmogrov Smirnov	64
Tabel 4.10 Hasil Heterokedasitas Glajser	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.12 Hasil Analisis regresi linier	67
Tabel 4.13 Hasil Uji F	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	32
Gambar 4.1 Identitas Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	48
Gambar 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usaha bidang lain	52
Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan	53
Gambar 4.4 Grafik Normal P - Pplot	62
Gambar 4.5 Grafik Scatterplot	65

LAMPIRAN

Lampiran 1	Angket Kuesioner
Lampiran 2	Tabel Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Keuntungan Usaha
Lampiran 3	Tabel Validitas Reliabilitas
Lampiran 4	Tabel Model Summary
Lampiran 7	Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis dengan segala macam bentuknya terjadi dalam kehidupan setiap hari, sejak bangun pagi hingga tidur kembali. Alarm jam weker yang membangunkan orang dini hari dengan lantunan merdunya azan, sajadah alas shalat, susu instan yang dikonsumsi, mobil atau sepeda motor sebagai alat transportasi, serta semua kebutuhan rumah tangga, seluruhnya adalah produk yang dihasilkan, didistribusikan dan dijual oleh para pelaku bisnis.¹ Hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis memiliki cakupan yang luas. Apabila semua proses diatas dimaknai dalam pengertian yang komprehensif maka bisnis memiliki makna yang sangat beragam.

Kata Bisnis dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*business*” dari Bahasa Inggris yang berarti kesibukan.² Dalam kamus Bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, usaha komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Menurut Satria A. Nonoputra, bisnis adalah sebuah kegiatan berorientasi profit yang memproduksi barang dan atau jasa

¹ M. Ismail yusanto dan M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta : gema Insani Press. 2002, hlm. 15.

² Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press. 2008, hlm. 20

untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.³ Bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.⁴ Barang yang dimaksud adalah suatu produk yang secara fisik memiliki wujud (dapat diindra), sedangkan jasa adalah aktivitas – aktivitas yang memberikan manfaat kepada konsumen atau pelaku bisnis lainnya.⁵

Dengan demikian apa yang dilakukan manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan melalui proses bekerja dapat dikategorikan bisnis secara umum. Dalam tatanan ajaran islam segala bentuk aktivitas manusia memiliki aturan – aturan yang harus dipatuhi, termasuk dalam aspek bisnis. Islam memberikan ajaran mengenai mana yang boleh dan mana yang dilarang dalam tatacara berbisnis, mengenai status barang ataupun aktivitas yang sedang dikerjakan untuk memenuhi kebutuhan atau hajat manusia tersebut. Jika disederhanakan yang disebut sebagai bisnis islami adalah serangkaian aktivitas dan kegiatan bisnis manusia dalam berbagai bentuk dan kepemilikan barang (harta dan jasa), serta keuntungan yang dibatasi cara

³ *Ibid.*

⁴ *Ibid.*

⁵ Yusanto , Mengagas..., hlm 15.

memperoleh, mengolah serta mendayagunakannya. Artinya ada aturan halal dan haramnya.⁶

Bisnis islami adalah bisnis yang berpegang teguh pada ketentuan syariat. Syariat sendiri adalah aturan – aturan dan ketentuan Allah yang telah ditetapkan kepada hamba – hambaNya tentang segala sesuatu yang benar dan salah tentang suatu perbuatan. Dengan kata lain syariat merupakan nilai utama yang menjadi payung strategis maupun taktis organisasi bisnis. Dengan kendali syariat, bisnis bertujuan untuk mencapai empat hal utama:

- Target hasil ; profit-materi dan benefit-non materi
- Pertumbuhan, artinya terus meningkat
- Keberlangsungan, dalam kurun waktu selama mungkin
- Keberkahan atau keridhaan Allah.⁷

Zaman sekarang yang dikenal sebagai era globalisasi yang didominasi oleh pesatnya perkembangan informasi dan teknologi telah membawa perubahan besar terhadap kehidupan masyarakat dalam banyak segi. Perubahan itu membawa kemajuan yang begitu luar biasa, sekaligus menimbulkan kegelisahan di kalangan orang banyak.⁸ Sekarang banyak orang

⁶ Arifin, *Etika... hlm 19.*

⁷ Yusanto, *Menggagas..., hlm 18.*

⁸ Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus. 2012, hlm 10

mulai mempertanyakan kembali kompetensi, sekaligus peran dan kemampuan moral untuk mengatur dan mengendalikan moral masyarakat. Semakin hari perilaku masyarakat kian *permissive*, tidak *submassive* lagi dalam memegang nilai moral yang terpuji. Kalau dicermati secara jujur dan objektif, sikap – sikap seperti ini telah banyak merambah ke dalam berbagai segi dan lini kehidupan masyarakat.⁹ Salah satunya adalah kegiatan ekonomi.

Perilaku pelaku ekonomi tidak terlepas dari kualitas moral yang mengendalikan perjalanan hidup. Semakin teguh dan konsisten mereka memegang nilai moral niscaya akan semakin konsisten memperhatikan hak dan kewajiban dalam berekonomi.¹⁰ Dalam kegiatan perdagangan (bisnis), pelaku usaha dan konsumen pemakai barang dan jasa sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Untuk itu perlu adanya aturan-aturan dan nilai-nilai yang mengatur kegiatan tersebut, agar

⁹ *Ibid.*

¹⁰ *Ibid.* hlm 11

tidak ada pihak-pihak yang dieksploitasi, terutama pihak konsumen yang berada pada posisi yang lemah.¹¹

Islam merupakan salah satu agama yang dianut penduduk dunia dimana dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis cara berdagang ini harus dipahami benar dan dikaji kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah dalam *muamalah*.¹² Dalam *muamalah* pada dasarnya semua boleh dilakukan kecuali yang dilarang, yaitu *maisir*, *gharar*, dan *riba*. Firman Allah SWT dalam surah An-Nisaa': 29 :

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu,

¹¹ Mustofa dan Roni Muhammad, *Pengaruh tingkat pemahaman agama teradap perilaku bisnis pedagang pasar minggu telaga gorontalo*, jurnal Al-Mizan, X no. 1, Juni, 2014, hlm 1

¹² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara. 2008, hlm 182

Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An Nisaa' : 29)¹³

Islam tidak membiarkan seseorang bekerja sesuka hati untuk mencapai tujuan dan keinginannya dengan menghalalkan segala cara seperti melakukan penipuan, kecurangan, sumpah palsu, riba, menyuap dan perbuatan batil lainnya. Tetapi dalam Islam diberikan suatu batasan atau garis pemisah antara yang boleh dan yang tidak boleh, yang benar dan salah serta yang halal dan yang haram. Batasan atau garis pemisah inilah yang dikenal dengan istilah etika. Perilaku dalam berbisnis atau berdagang juga tidak luput dari adanya nilai moral atau nilai etika bisnis. Penting bagi para pelaku bisnis untuk mengintegrasikan dimensi moral ke dalam kerangka/ ruang lingkup bisnis.¹⁴

Dalam islam etika sering disebut sebagai akhlak. Adapun akhlak menurut etimologi dapat diartikan budi pekerti, watak dan tabiat.¹⁵ Menurut imam Al Ghazali, akhlak adalah suatu sifat yang tertanam dalam jiwa, yang dari padanya timbul perbuatan – perbuatan yang dengan mudah dan gampang tanpa

¹³ Departemen Agama, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV.Penerbit Diponegoro. 2001, hlm 65

¹⁴ Fitri Amalia, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Usaha Kecil, Al-Iqtishad, VI no. 1, Januari 2014*, hlm 134

¹⁵ Arifin, *Etika...*, hlm 17

memerlukan pemikiran dan pertimbangan.¹⁶ Sering pula yang dimaksud akhlak adalah semua perbuatan yang lahir atas dorongan jiwa berupa perbuatan baik dan buruk.¹⁷ Akhlak selain berdimensi horizontal juga akhlak kepada Allah. Tolak ukur yang dipakai adalah “benar” atau “tidak benar”.¹⁸

Sistem etika islam secara umum dan secara mendasar sangat berbeda dengan sistem etika yang dibangun di dunia Barat. Pola pikir Barat yang memunculkan adanya etika barat cenderung memperlihatkan adanya satu bentuk perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang berubah – ubah dan sifatnya hanya sementara disesuaikan dengan dinamika peradaban dan perkembangan jaman yang sangat dominan.¹⁹ Namun lain halnya dengan Islam, islam lebih mempertimbangkan berbagai aspek dalam membangun satu konsep pemikiran. Islam mengajarkan kesatuan hubungan antara manusia dan penciptanya, manusia dengan sesamanya dan manusia dengan lingkungan kehidupannya. Inilah yang kemudian disebut sebagai keseimbangan hidup dari aspek *duniawi* maupun *ukhrawi*-Nya sama – sama dipandang sebagai sesuatu yang sama pentingnya, dan dalam pencapaiannya selalu

¹⁶ *Ibid.*

¹⁷ *Ibid. hlm 18.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ *ibid.*

mengedepankan ajaran yang bersumber dari Al Quran dan Hadits.²⁰

Titik sentral etika islam adalah menentukan kebebasan manusia untuk bertindak dan bertanggung jawab karena kepercayaannya terhadap kemahakuasaan Tuhan. Hanya saja kebebasan manusia itu tidaklah mutlak, dalam arti, kebebasan yang terbatas. Jika sekiranya manusia memiliki kebebasan mutlak, maka berarti ia menyaingi kemahakuasaan Tuhan selaku pencipta (Khalik) semua makhluk. Dengan demikian hal ini tidaklah mungkin (mustahil). Dalam skema etika islam, manusia adalah pusat ciptaan Tuhan.²¹ Manusia merupakan wakil Tuhan di muka bumi sebagaimana firman-Nya :

وَهُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلَائِفَ الْأَرْضِ وَرَفَعَ بَعْضَكُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ
لِيَبْلُوكُمْ فِي مَا آتَاكُمْ إِنَّ رَبَّكَ سَرِيعُ الْعِقَابِ وَإِنَّهُ لَغَفُورٌ رَّحِيمٌ

Dan Dia lah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebahagian kamu atas sebahagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu. Sesungguhnya Tuhanmu Amat cepat siksaan-Nya dan Sesungguhnya Dia Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Al An'am : 165).²²

²⁰ *Ibid. hlm 19*

²¹ Djakfar, Etika..., hlm 20

²² Departemen Agama, *Al Qur'an...*, hlm 274

Seluruh tujuan hidup manusia adalah untuk mewujudkan kebajikan. Kekhalifahannya sebagai pelaku bebas karena dibekali kehendak bebas, mampu memilih antara yang baik dan jahat, antara yang benar dan salah, antara yang halal dan haram. Berbekal kebebasan ini, manusia dapat mewujudkan kebajikan teomorfik dari keberadaannya sebagai wakil Tuhan, atau menolak kedudukan ini dengan melakukan yang salah. Dengan kata lain, manusia akan mempertanggungjawabkan pilihan – pilihan yang diambilnya dalam kapasitas sebagai individu.²³

Aturan dalam Islam, menjelaskan berbagai etika perdagangan yang harus dilakukan dalam melaksanakan proses jual beli. Diharapkan dengan menggunakan dan mematuhi etika perdagangan Islam tersebut suatu usaha perdagangan dan seorang muslim akan berkembang dan maju pesat lantaran selalu mendapat berkah Allah SWT di dunia dan di akhirat. Etika perdagangan Islam menjamin, baik pedagang maupun pembeli masing-masing akan saling mendapat keuntungan.

Yusuf Qardawi memberikan patokan tentang norma-norma atau nilai nilai syariah yang harus ditaati dalam perdagangan oleh para pedagang muslim dalam melaksanakan kegiatan perdagangan, yaitu :

1. Menegakkan larangan memperdagangkan barang-barang yang diharamkan.
2. Bersikap benar, amanah, dan jujur.

²³ Djakfar, *Etika...*, hlm 21

3. Menegakkan keadilan dan mengharamkan bunga.
4. Menerapkan kasih sayang dan mengharamkan monopoli.
5. Menegakkan toleransi dan persaudaraan.
6. Berpegang pada prinsip bahwa perdagangan adalah bekal menuju akhirat.²⁴

Indonesia sebagai salah satu negara berpenduduk muslim terbesar di dunia seharusnya menerapkan aturan-aturan Islam dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam aspek ekonominya, baik aturan untuk persaingan usaha maupun perlindungan hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha dalam pengawasan dan penggunaan barang dan jasa tersebut. Keinginan dan kesungguhan untuk melindungi konsumen dan pelaku usaha dalam transaksi barang dan jasa yang digunakan tertuang dalam Undang-Undang RI No.5 tahun 1999 untuk menciptakan iklim usaha yang sehat dan Undang-Undang RI no 8 tahun 1999 untuk mewujudkan keseimbangan perlindungan kepentingan konsumen dan pelaku usaha sehingga tercipta perekonomian yang sehat.

Dengan wilayah yang terbentang dari Sabang sampai Merauke, pemerintah dituntut untuk memberikan perhatian yang besar agar peraturan yang telah dibuat dapat dilaksanakan dan bermanfaat untuk masyarakat, khususnya bagi pelaku usaha dan konsumennya. Jika dilihat secara kasat mata salah satu

²⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press. 1997, hlm 173.

wilayah Indonesia yang berpenduduk paling padat adalah di pulau Jawa maka di wilayah tersebut rentan terjadi persaingan dalam berbagai hal, termasuk persaingan usaha yang dapat mengakibatkan rentannya penyelewengan hak konsumen dan pelaku usaha. Pulau Jawa terdiri dari 6 provinsi yang antara satu provinsi dan lain nya memiliki perbedaan karakteristik masyarakat dan potensi sumber daya nya masing-masing.

Jawa Tengah adalah salah satunya. Jika dilihat saat ini wilayah Jawa Tengah memiliki berbagai potensi yang terus menerus dikembangkan di segala aspek. Situasi yang sama terjadi juga di ibukota Jawa Tengah yang terletak di kota Semarang, kota Semarang saat ini terus berkembang, Letaknya yang strategis dalam jalur perdagangan yaitu penghubung antara wilayah Barat dan Timur kepulauan Jawa menjadikan kota Semarang mempunyai daya tarik sebagai kota strategis dalam perdagangan, jasa, industri dan pendidikan. Selain itu berbagai lembaga pemerintah maupun lembaga non pemerintah baik yang bermotif bisnis maupun non bisnis menjadi bagian yang tak terpisahkan. Karena kehadiran berbagai instansi tersebut menyebabkan daya tarik bagi masyarakat kota Semarang dan sekitar kota Semarang untuk mengadu nasib dalam mencari pekerjaan ataupun mendirikan usaha yang sesuai dengan harapan dan keinginan mereka.

Semarang memiliki 16 kecamatan, dimana terdapat beberapa kecamatan yang termasuk dalam katagori kecamatan berpenduduk padat, salah satunya adalah kecamatan Tembalang. Tembalang adalah sebuah kecamatan yang terletak di bagian tenggara kota Semarang, berbatasan langsung dengan kecamatan Banyumanik dan Candisari. Kecamatan ini berkembang pesat seiring berdirinya berbagai universitas di daerah ini. Selain Undip, di kecamatan ini juga ada Polines dan Poltekes Semarang. Dahulu kawasan ini masih berupa daerah kebun dan pertanian, sejak awal 90-an, saat Universitas Diponegoro mulai membangun kampus pertama di Tembalang, kawasan ini berkembang pesat, dan saat ini menjadi semakin padat dengan segala fasilitas penunjang yang ada di sekitarnya. Kehadiran Undip di Tembalang memang mengubah wajah kawasan ini. Banyak perbedaan yang kini muncul karena berbagai alasan. Kondisi jalanan kini makin ramai. Pertokoan, perumahan dan kawasan bisnis terus berkembang, salah satunya adalah bisnis *Loundry*.

Saat ini bisnis *laundry* banyak diminati pemain bisnis dan mulai menjamur. *Laundry* menyediakan jasa mencuci baju yang saat pertama kali muncul dengan model cuci satuan baju. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa mencuci baju maka berkembanglah usaha *laundry* model kiloan.

Jasa *laundry* pakaian merupakan salah satu contoh industri kecil rumah tangga yang jenis usahanya adalah menawarkan jasa cuci pakaian saja, setrika pakaian saja, cuci kering saja, sampai cuci kering setrika sebagai gaya hidup praktis, dan tarif yang di tawarkan sangat bervariasi sesuai dengan permintaan pelanggan. Yang sering disebut dengan *laundry* kiloan, mengapa dinamakan *laundry* kiloan karena perhitungan tarifnya dihitung sesuai dengan jumlah berat pakaian yang akan di cuci. Rata-rata minimal 1-2 kilo per cuci.

Semakin maraknya penggunaan jasa *laundry* untuk memudahkan dalam menyelesaikan tugas rumahan yaitu salah satunya dengan menyerahkan cucian ke jasa *laundry* adalah adanya kecenderungan gaya hidup praktis. Hal ini dipicu adanya alasan selain karena perubahan gaya hidup juga karena tuntutan kesibukan yang memakan waktu dan tenaga. Situasi tersebut biasanya terjadi pada karyawan, mahasiswa, dan bahkan sampai ibu rumah tangga yang merasa tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian. Energi mereka sudah digunakan untuk aktivitas mereka yang padat, sehingga lebih memilih menyerahkannya pada usaha *laundry* pakaian.

Pada dasarnya masyarakat menyambut baik dengan adanya bisnis *laundry* yang saat ini mulai merambah ke berbagai sudut kota. Namun seiring lama nya bisnis ini berjalan masalah mulai terjadi. Hal ini terungkap berdasarkan hasil penelitian sederhana dengan beberapa pengguna *laundry*.

Berdasarkan pendapat Roscoe yang menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian adalah antara 30 sampai 50,²⁵ maka peneliti mengambil 30 pengguna jasa *laundry* di sekitar Tembalang sebagai sampel untuk diwawancarai. Dari hasil wawancara yang penulis lakukan, 15 pengguna *laundry* mengaku pernah mengalami masalah dan tidak mendapat solusi dari pengusaha *laundry*, 4 pengguna pernah mengalami masalah dan mendapat solusi dari pengusaha *laundry* sedangkan 11 pengguna lainnya mengaku belum pernah mengalami masalah karena mereka memiliki langganan *laundry* tetap. Bentuk masalah yang sering terjadi antara lain berkurang / hilangnya pakaian sesudah menggunakan jasa, bertambahnya jumlah pakaian sesudah menggunakan jasa, tertukar dgn pengguna *laundry* lain dengan jumlah sama sebelum atau sesudah menggunakan jasa, kerusakan pakaian seperti berlubang, warna pakaian pudar dan bercampur warna pakaian lain.

Berdasarkan hasil wawancara, konsumen yang mengetahui bahwa barang *laundry* nya tidak sesuai seperti pada saat sebelum menggunakan jasa *laundry* tersebut. Menyampaikan komplain atas kesalahan dilakukan kepada pihak *laundry*, akan tetapi respon dari pihak *laundry* sebageian

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 53.

besar tidak memberikan solusi kepada konsumen, walaupun ada 4 pengusaha laundry yang memberikan solusi.

Hal tersebut menunjukkan bahwa terjadi praktek ketidakjujuran dan ketidaktanggungjawaban dari pihak *laundry*. Walaupun konsumen sudah membawa nota pengambilan barang *laundry*, dimana nota tersebut berisi tentang kesepakatan-kesepakatan yang telah dibuat menyangkut pelayanan jasa *laundry* tersebut. Pihak *laundry* menolak menanggung kesalahan atau kehilangan yang dialami konsumen walaupun di dalam nota sudah terdapat kesepakatan apabila terjadi kesalahan atau kehilangan barang *laundry* yang di kerjakan.

Berawal dari masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam bentuk penelitian dengan judul : **“PENGARUH PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP KEUNTUNGAN USAHA PENGUSAHA LAUNDRY DI KECAMATAN TEMBALANG”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

“Apakah Penerapan Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan tembalang ?”

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Untuk mengetahui tingkat pengaruh signifikan penerapan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi penulis mengenai penerapan etika bisnis Islami serta mengetahui pengaruhnya terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*

2. Bagi Peneliti lain

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi peneliti lain dan bisa digunakan sebagai rujukan, serta bahan referensi dalam melakukan penelitian lanjutan yang berhubungan dengan pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*

3. Bagi Masyarakat luas

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang pengaruh penerapan etika bisnis Islam terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*

1.5. Sistematika penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun penelitian ini terbagi ke dalam empat bab, yaitu :

Bab I merupakan Pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka yang menjelaskan deskripsi teori tentang etika bisnis Islam, keuntungan usaha, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian, berisi jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, definisi operasional, dan metode analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan, akan mengemukakan tentang gambaran umum usaha kecamatan Tembalang, gambaran umum *laundry*, deskripsi data penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, deskripsi variabel penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

Bab V Penutup, berisi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kerangka Teori

2.1.1. Etika Bisnis Islam

2.1.1.1. Definisi Etika Bisnis

Sering kali kita mendengar tiga istilah yang populer, yakni, *akhlak*, *moral* dan *etika*. Istilah “etika” dan “moral” dipergunakan secara bergantian untuk maksud yang sama. Etika berasal dari bahasa latin ‘*etos*’ yang berarti ‘kebiasaan’. sinonimnya adalah ‘*moral*’, juga berasal dari bahasa yang sama ‘*mores*’ yang berarti ‘kebiasaan’. Sedangkan bahasa arabnya ‘*akhlak*’, bentuk jamak dari mufradnya ‘*khuluq*’ artinya ‘budi pekerti’. Keduanya bisa diartikan sebagai kebiasaan atau adat istiadat (*custom* atau *mores*), yang menunjuk kepada perilaku manusia itu sendiri, tindakan atau sikap yang dianggap benar atau baik.¹

Kata *akhlak* yang sudah menjadi bahasa Indonesia diartikan sebagai ilmu yang menentukan batas antara baik dan buruk, antara yang terpuji dan tercela, tentang perkataan atau perbuatan manusia

¹ Hasan, *Manajemen...*, hlm. 171.

lahir dan batin.² Sementara itu, moral diterjemahkan dengan susila, yaitu perilaku yang sesuai dengan pandangan umum, yang baik dan wajar, yang meliputi kesatuan sosial dan lingkungan tertentu. Dengan demikian, moral berarti tindakan manusia yang sesuai dengan ukuran yang diterima oleh umum, sehingga tolok ukurnya adalah kebiasaan yang berlaku. Seseorang dikatakan *amoral* jika berperilaku berseberangan dengan kebiasaan perilaku di sebuah tempat. Ukuran moral bisa bersifat lokal sehingga tidak sama antara satu tempat dengan yang lain.³

Adapun istilah etika, secara teoritis dapat dibedakan ke dalam dua pengertian. *Pertama*, etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti adat istiadat atau kebiasaan. Dalam pengertian ini etika berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik, baik pada diri seseorang maupun pada suatu masyarakat atau kelompok masyarakat yang diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lain. Kebiasaan ini lalu terungkap dalam

² Djakfar, *Etika...*, hlm. 13.

³ *Ibid.*, hlm. 14.

perilaku berpola yang terus berulang sebagai sebuah kebiasaan.⁴

Dalam pengertian yang pertama ini, yaitu pengertian harfiahnya, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagai manusia yang telah dilembagakan dalam sebuah adat kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang tetap dan teruang dalam kurun waktu yang lama sebagai sebuah kebiasaan.⁵ Dengan demikian, etika dalam pengertian ini sebagaimana halnya moralitas, beresensikan nilai dan norma-norma konkret yang menjadi kompas dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupannya. Di dalamnya mengandung perintah dan larangan yang bersifat konkret, dan karena itu lebih mengikat setiap manusia.⁶

Selanjutnya yang *kedua*, etika juga dipahami dalam pengertian yang sekaligus berbeda dengan moralitas. Maksudnya, dalam pengertian ini etika mempunyai pengertian yang jauh lebih luas dari moralitas dan etika dalam pengertian di atas. Etika

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

dalam pengertian yang kedua ini dimengerti sebagai filsafat moral, atau ilmu yang membahas dan mengkaji nilai dan norma yang diberikan oleh moralitas dan etika dalam pengertian yang pertama. Dengan demikian etika dalam pengertian ini merupakan filsafat moral yang tidak langsung memberi perintah konkret siap pakai sebagaimana pengertian pertama. Sebagai sebuah cabang filsafat, etika di sini lebih menekankan pada pendekatan kritis dalam melihat nilai dan norma moral dengan segala permasalahannya yang hidup di tengah masyarakat.⁷

Nilai etik, moral, atau akhlak adalah nilai-nilai yang mendorong manusia menjadi pribadi yang utuh seperti kejujuran, kebenaran, keadilan, kemerdekaan, kebahagiaan dan cinta kasih. Apabila nilai etik ini dilaksanakan akan menyempurnakan hakikat manusia seutuhnya. Setiap orang boleh mempunyai seperangkat pengetahuan tentang nilai, tetapi pengetahuan yang mengarahkan dan mengendalikan perilaku orang Islam hanya ada dua yaitu Al Qur'an dan Hadis sebagai sumber segala nilai dan pedoman dalam setiap sendi kehidupan, termasuk dalam bisnis.

⁷ *Ibid, hlm 15.*

Dua acuan tersebutlah yang dapat menjadi pengendali dari perbuatan-perbuatan yang tidak terpuji dalam praktik-praktik bisnis, dengan berpegang teguh kepada dua sumber tersebut maka setiap orang akan terdorong kepada perbuatan baik. Perbuatan baik adalah perbuatan yang mengandung kriteria kebaikan yang dicintai Islam dan Islam menganjurkan untuk melakukannya. Sedangkan perbuatan buruk adalah perbuatan yang mengandung kriteria-kriteria buruk sebagai sesuatu yang dilarang oleh Islam untuk dilaksanakan.⁸

Menurut Johan Arifin terdapat dua macam etika yaitu etika deskriptif dan etika normatif.⁹

1. Etika Deskriptif

Adalah etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya. Dapat disimpulkan

⁸ Hasan, *Manajemen...*, hlm. 172.

⁹ Arifin, *Etika...*, hlm. 13

bahwa tentang kenyataan dalam penghayatan nilai atau tanpa nilai dalam suatu masyarakat yang dikaitkan dengan kondisi tertentu memungkinkan manusia dapat bertindak secara etis.

2. Etika Normatif

Etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindarkan hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat.

Sementara itu, bisnis memiliki pengertian yang sangat luas. Aktifitas bisnis bukan saja kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut.¹⁰ Dengan

¹⁰Sukrisno Agoes dan I Cenik Ardana, *Etika Bisnis dan Profesi*, Jakarta: Salemba Empat, 2014, hlm. 76.

demikian, etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹¹

Kata bisnis dalam Al-Quran yang digunakan *al-ijārah*, *al-bay‘*, *tadāyantum*, dan *ishtarā*. Tetapi sering kali kata yang digunakan adalah dalam bahasa arab *al-tijārah*, berasal dari kata dasar *tajara*, *tajran wa tijāratan* yang bermakna berdagang. Menurut Ar-Raghin Al-Asfahani dalam *al-mufradat fi gharib al-qura’*, *at-tijārah* bermakna pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan.¹²

Adapun bisnis Islami dapat diartikan sebagai serangkaian aktifitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas), kepemilikan hartanya (barang/jasa), termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram).

¹¹ Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006, hlm. 15.

¹² Muhammad dan R. Lukman Fauroni, *Visi Al Quran : tentang Etika dan Bisnis*, hlm 130.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْخِلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ
لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنتُمْ تَعْلَمُونَ



Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.¹³ (QS. Al-Baqarah: 188)

Dari uraian diatas, dapatlah kita mendefinisikan etika bisnis Islam sebagai seperangkat nilai tentang baik dan buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas dan juga Al-Quran dan Hadits yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.¹⁴ Adapun menurut Prof. Dr. Amin Suman SH, MM, yang dimaksud etika bisnis Islam adalah konsep tentang usaha ekonomi perdagangan dari sudut pandang baik dan buruk serta benar dan salah menurut standar akhlaq Islam.¹⁵

¹³ Departemen Agama, *Al Quran...*, hlm 52

¹⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004, hlm 37.

¹⁵ Muhammad, *Visi...*, hlm 11.

2.1.1.2. Aksioma Dasar Etika Islam

Sistem etika Islam secara umum memiliki perbedaan mendasar dibanding sistem etika barat. Pemaparan pemikiran yang melahirkan sistem etika di Barat cenderung memperlihatkan perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang berubah-ubah dan bersifat sementara sesuai dinamika peradaban yang dominan.

Lahirnya pemikiran etika biasanya didasarkan pada pengalaman dan nilai-nilai yang diyakini para pencetusnya. Pengaruh ajaran agama kepada model etika di Barat justru menciptakan ekstremitas baru dimana cenderung merenggut manusia dan keterlibatan duniawi dibandingkan sudut lain yang sangat mengemukakan rasionalisme dan keduniawian. Sedangkan dalam Islam mengajarkan kesatuan hubungan antar manusia dengan Penciptanya. Kehidupan totalitas duniawi dan ukhrawi dengan berdasarkan sumber utama yang jelas yaitu Al Qur'an dan Hadis.

Etika Islam memiliki aksioma-aksioma dasar yang dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral islami.

Aksioma-aksioma tersebut adalah Ketauhidan, keadilan / keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan *ihsan*.¹⁶

1) Ketauhidan

Sistem etika islam yang meliputi kehidupan manusia di bumi secara keseluruhan, selalu tercermin dalam konsep tauhid yang dalam pengertian absolut, hanya berhubungan dengan tuhan. Meskipun demikian, karena manusia bersifat teomorfis, manusia juga mencerminkan sifat ilahiah ini. Tauhid merupakan konsep yang serba eksklusif dan inklusif. Pada tingkat absolut konsep ini membedakan Khalik dengan makhluk, memerlukan penyerahan tanpa syarat oleh semua makhluk kepada kehendak-Nya. Mengenai eksistensi manusia, konsep ini juga memberikan suatu prinsip perpaduan yang kuat, sebab seluruh umat manusia dipersatukan dalam ketaatan kepada-Nya.¹⁷

¹⁶ Badroen, et al. *Etika...*, hlm. 88.

¹⁷Syed Nawab Haider Naqvi, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, Terj. Husin anis dan Asep Hikmat, Bandung: Mizan, 1985, hlm. 77.

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Tuhan. Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai kholifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Hal ini berarti pranata sosial, politik, agama, moral, dan hukum yang mengikat masyarakat berikut perangkat institusionalnya disusun sedemikian rupa dalam sebuah unit bersistem terpadu untuk mengarahkan setiap individu manusia, sehingga mereka dapat secara baik melaksanakan, mengontrol, serta mengawasi aturan-aturan tersebut. Berlakunya aturan-aturan ini selanjutnya akan membentuk *ethical organizational climate* tersendiri pada ekosistem individu dalam melakukan aktivitas ekonomi. Aturan-aturan itu sendiri bersumber pada kerangka konseptual msyarakat dalam hubungan vertikal dengan kekuatan tertinggi

(Allah SWT), dan hubungan horizontal dengan kehidupan sesama manusia dan alam semesta secara keseluruhan untuk menuju tujuan akhir yang sama.

2) Keadilan / Keseimbangan

Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku seseorang. Semua hak-hak tersebut harus ditempatkan sebagaimana mestinya (sesuai aturan syariah).

Islam mengharuskan penganutnya untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan. Dan bahkan berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu (kualitas) dan ukuran (kuantitas) pada setiap takaran maupun timbangan.

Konsep keadilan juga dapat dipahami bahwa keseimbangan hidup di dunia dan akhirat harus diusung oleh seorang pebisnis muslim.

Al-Qur'an memang tidak membantah kecintaan terhadap kehidupan duniawi, karena merupakan suatu proses yang alami. Tetapi dibalik itu Al-Qur'an mengungkapkan bahwa selain kehidupan di dunia masih ada kehidupan di akhirat. Pandangan hidup Islami itu tidak terbatas hanya pada hidup materialistik yang berakhir pada kematian orang di dunia.¹⁸Oleh karenanya konsep keseimbangan berarti menyerukan kepada para pengusaha muslim untuk bisa merealisasikan tindakan-tindakan (dalam bisnis) yang dapat menempatkan dirinya dan orang lain dalam kesejahteraan duniawi dan keselamatan akhirat.

Tidak ada hak istimewa atau superioritas (kelebihan) bagi individu atau bangsa tertentu. Namun ini tidak berarti bahwa umat manusia selalu harus memiliki hak dan kewajiban yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari alam semesta. Manusia memiliki kesamaan dan keseimbangan dalam kesempatannya, dan setiap individu bisa mendapatkan keuntungan itu sesuai dengan

¹⁸ Mohammad Hidayah, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Jakarta: TERAJU, 2003, hlm. 3.

kemampuannya. Individu diciptakan dengan kapabilitas, ketrampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda. Oleh karenanya, manusia secara instingtif diperintah untuk hidup bersama, bekerja sama, dan saling memanfaatkan ketrampilan mereka masing-masing.

3) Kehendak Bebas

Konsep Islam memahami bahwa institusi ekonomi seperti pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi. Hal ini dapat berlaku bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif, di mana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau *private* sektor dengan kegiatan monopolistik.

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang direpresentasikan oleh harga, sehingga pasar

tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja memperlakukannya.

Harga sebuah komoditas (barang atau jasa) ditentukan oleh penawaran dan permintaan, perubahan yang terjadi pada harga berlaku juga ditentukan oleh terjadinya perubahan permintaan dan perubahan penawaran. Harus diyakini nilai konsep islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dari pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali karena adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.

Konsep ini juga menentukan bahwa pasar islami harus bisa menjamin adanya kebebasan pada masuk atau keluarnya sebuah komoditas di pasar, berikut perangkat faktor-faktor produksinya. Hal ini dimaksudkan untuk menjamin adanya pendistribusian kekuatan ekonomi dalam sebuah mekanisme yang proporsional. Otoritas pasar tidak bisa membatasi elemen pasar pada peran industri tertentu atau sejumlah industri tertentu, karena hal ini hanya akan membawa kepada adanya perilaku monopolistik, di mana produktivitas

sebuah industri dapat dibatasi untuk kepentingan kenaikan harga ataupun lainnya.

Dalam konsep ini aktivitas ekonomi diarahkan kepada kebaikan setiap kepentingan untuk seluruh komunitas islam, baik sektor pertanian, perindustrian, perdagangan maupun lainnya. Larangan adanya monopoli, kecurangan, dan praktik riba adalah jaminan terhadap terciptanya suatu mekanisme pasar yang sehat dan persamaan peluang untuk berusaha tanpa adanya keistimewaan-keistimewaan pada pihak-pihak tertentu.

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infak dan sedekah. Keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif inilah yang

menjadi pendorong baik bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada.

4) Tanggung Jawab

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam, terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak. Tidak ada satu cara pun bagi seseorang untuk melenyapkan perbuatan-perbuatan jahatnya kecuali dengan memohon ampunan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan baik. Islam sama sekali tidak mengenal konsep dosa warisan, oleh karena itu tidak ada seorang pun bertanggung jawab atas kesalahan-kesalahan orang lain.

Konsepsi tanggung jawab dalam Islam, paling tidak karena dua aspek fundamental.¹⁹

- a. Tanggung jawab yang menyatu dengan status kekhilafahan di muka bumi. Dengan predikat ini, manusia dapat melindungi kebebasannya sendiri (dari

¹⁹ Djakfar, *Etika...*, hlm. 30.

ketamakan dan kerakusan) dengan melaksanakan tanggung jawabnya terhadap orang lain, khususnya orang miskin dalam masyarakat. Dengan tidak menunaikan tanggung jawab dalam artian ini, tentu bertentangan dengan keimanan.

- b. Konsep tanggung jawab dalam islam pada dasarnya bersifat sukarela, tanpa paksaan. Dengan demikian, prinsip ini membutuhkan pengorbanan, hanya saja bukanlah berkonotasi yang menyengsarakan. Ini berarti bahwa manusia (yang bebas) di samping harus sensitif terhadap lingkungannya, sekaligus juga harus peka terhadap konsekuensi terhadap kebebasannya sendiri. Kesukarelaan pertanggungjawaban merupakan cermin implementasi iman dari seseorang muslim yang menyerahkan segala hidupnya di bawah bimbingan Tuhan.

Bertolak dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa manusia dalam Islam memiliki tanggung jawab terhadap Tuhan, diri

sendiri, dan orang lain. Tanggung jawab terhadap Tuhan karena manusia sebagai makhluk yang mengakui adanya Tuhan (tauhid). Tanggung jawab terhadap sesama karena manusia sebagai makhluk sosial yang tidak mungkin melepaskan interaksinya dengan orang lain guna memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Adapun tanggung jawab terhadap diri sendiri karena manusia bebas berkehendak sehingga tidak mungkin dipertanggungjawabkan pada orang lain.²⁰

Wujud dari etika ini adalah terbangunnya transaksi yang bertanggungjawab. Nabi menunjukkan integritas yang tinggi dalam memenuhi segenap klausul kontraknya dengan pihak lain seperti dalam hal pelayanan kepada pembeli, pengiriman barang secara tepat waktu, dan kualitas barang yang dikirim. Disamping itu, beliau pun kerap mengaitkan suatu proses ekonomi dengan pengaruhnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Untuk itu, ia melarang diperjualbelikannya produk-produk tertentu (yang dapat merusak masyarakat dan lingkungan).

²⁰*Ibid.*

5) Ihsan (Kebajikan)

Ihsan (kebajikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat mendatangkan manfaat kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan tersebut atau dengan kata lain adalah beribadah maupun berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak seperti itu, maka yakinlah bahwa Allah melihat apa yang kita kerjakan.

Ahmad dalam bukunya Johan Arifin yang berjudul Etika Bisnis Islami memberikan petunjuk sebagai faktor dilaksanakannya prinsip ini, diantaranya kemurahan hati (*leniency*), motif pelayanan (*service motives*) dan kesadaran adanya Allah SWT dan aturan-aturan yang berkaitan pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah and of His prescribed priorities*).²¹

Kemurahan hati yang berlandaskan pada prinsip keihsanan diaplikasikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan orang lain dan sebagainya. Sementara motif pelayanan diartikan sebagai sebuah organisasi bisnis yang

²¹ Arifin, Etika..., hlm. 151.

islami harus senantiasa memperhatikan setiap kebutuhan dan kepentingan pihak lain, menyiapkan segala sesuatu sebagai usaha untuk membantu pengembangan dan juga pembangunan kondisi sosial yang lebih baik. Selain itu, apapun usaha bisnis yang sedang dilakukan oleh setiap muslim, harus senantiasa menempatkan Allah sebagai pusat segala aktivitas. Artinya adalah bahwa dengan menjalankan bisnis harus diniatkan sebagai wujud ibadah untuk mengingat Allah.²²

2.1.2. KEUNTUNGAN (Laba) Usaha

2.1.2.1 Definisi Keuntungan (Laba)

Tujuan utama perusahaan ataupun pengusaha salah satunya adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut. Pengertian laba menurut Harahap “kelebihan

²²*Ibid.*

penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi”.²³

Financial Accounting Standart Boards (FASB) mendefinisikan laba kedalam beberapa definisi yaitu *Earning* menitik beratkan pada apa yang telah diterima atau diharapkan untuk diterima oleh suatu entitas dari suatu output (pendapatan) dan apa yang telah dikorbankan untuk menghasilkan output tersebut (biaya). *Earning* juga mencakup transaksi tambahan atau insidental dari entitas tersebut dan efek dari kejadian dan keadaan lain yang bermula dari lingkungan (laba dan rugi).²⁴

Dalam bukunya Anis Cariri (Hilal, 2009:17), laba adalah jumlah pendapatan yang diperoleh dalam satu periode. Disisi lain akuntan mendefinisikan laba dari sudut pandang perusahaan sebagai satu kesatuan. Laba akuntansi secara operasional didefinisikan sebagai perbedaan pendapatan yang direalisasi dan transaksi yang terjadi selama satu periode dengan biaya yang

²³ Made Saryawan, *et al*, “Analisis modal usaha, jam usaha dan teknologi terhadap tingkat keuntungan ukm dikecamatan Denpasar utara”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Unud Bali, Vol 2 no I, Maret 2013, hlm 5.

²⁴ Cut Yusriati, *et al*,” Pengaruh pinjaman modal kerja dan profesionalitas sumber daya manusia terhadap laba usaha kecil menengah kota Banda Aceh” , jurnal Akuntansi pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Vol I no I ,November, 2014, hlm 3

berkaitan dengan pendapatan tertentu. Data laba sering dilaporkan dalam penerbitan laporan keuangan dan digunakan secara luas oleh pemegang saham dan penanam modal serta potensial dalam mengevaluasi kemampuan perusahaan.²⁵

Laba merupakan suatu pos dasar dan penting dalam laporan keuangan yang memiliki berbagai kegunaan dalam berbagai konteks. Laba pada umumnya dipandang sebagai suatu dasar bagi perpajakan, penentuan kebijakan pembayaran dividen, pedoman investasi dan pengambilan keputusan dan unsur prediksi kinerja perusahaan.²⁶

Menurut Harahap, laba merupakan angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan antara lain: laba merupakan dasar dalam perhitungan pajak, pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang, dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan, serta

²⁵ Ibid.

²⁶ Fitri Kurniawati, *Laba dalam Akuntansi Syariah*, Jurnal STAIN Jurai Siwo Metro, Vol 3 no I, November 2010, hlm 5.

sebagai dasar dalam penilaian prestasi atau kinerja perusahaan.²⁷

Laba sebagai suatu alat prediktif yang membantu dalam peramalan laba mendatang dan peristiwa ekonomi yang akan datang. Laba terdiri dari hasil operasional atau laba biasa dan hasil-hasil nonoperasional atau keuntungan dan kerugian luar biasa di mana jumlah keseluruhannya sama dengan laba bersih. Laba bisa dipandang sebagai suatu ukuran efisiensi. Laba adalah suatu ukuran kepengurusan (stewardship) manajemen atas sumberdaya suatu kesatuan dan ukuran efisiensi manajemen dalam menjalankan usaha suatu perusahaan.²⁸

2.1.2.2 KEUNTUNGAN MENURUT ISLAM

Salah satu tujuan usaha (dagang) adalah meraih laba yang merupakan cerminan pertumbuhan harta. Laba ini muncul dari proses pemutaran modal dan pengoperasiannya dalam kegiatan dagang dan moneter. Islam sangat mendorong pendayagunaan

²⁷ Sofyan S. Harahap, *Teori Akuntansi*, Jogja : Rajawali Press, 2012, hlm 116.

²⁸ Hapsari Ayu Epri, *Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba*, Tesis studi Magister Manajemen, Semarang :Perpustakaan Universitas Diponegoro, 2007, hlm 25.

harta/modal dan melarang penyimpanannya sehingga tidak habis dimakan zakat, sehingga harta itu dapat merealisasikan perannya dalam aktivitas ekonomi.²⁹

Di dalam islam, laba mempunyai pengertian khusus sebagaimana yang telah di jelaskan oleh para ulama salaf dan khalaf. Mereka telah menetapkan dasar-dasar penghitungan laba serta pembagiannya dikalangan mitra usaha. Mereka juga menjelaskan kapan laba itu digabungkan kepada modal pokok untuk tujuan penghitungan zakat, bahkan mereka juga menetapkan kriteria -kriteria yang jelas untuk menentukan kadar dan nisbah zakat yaitu tentang metode-metode akuntansi penghitungan zakat.³⁰

Dalam akuntansi syari'ah, dari transaksi didapatkan pendapatan yang berupa laba. Laba tersebut berupa bagi hasil, margin (keuntungan dalam jual beli), dan upah atas jasa. Transaksi syariah berlandaskan pada prinsip persaudaraan, keadilan kemaslahatan, keseimbangan dan universalisme.

²⁹ Sri Nurhayati, Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2009, hlm 13.

³⁰ Rizal Aji Erlangga Martawireja, Ahim Abdurahim, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2009, hlm 81

Prinsip Persaudaraan (*ukhuwah*), merupakan bentuk interaksi sosial dan harmonisasi kepentingan para pihak untuk kemanfaatan secara umum dan saling tolong-menolong. Dalam transaksi syariah meliputi berbagai aspek, yaitu saling mengenal, memahami, menolong, menjamin, dan saling bersinergi. Namun meskipun begitu, tetap berpedoman pada profesionalisme.

Prinsip keadilan artinya menempatkan sesuatu pada tempatnya dan memberikan sesuatu pada yang berhak dan sesuai posisinya. Implementasi keadilan dalam Usaha berupa aturan prinsip muamalah yang melarang unsur riba, dzalim, maisyir, gharar, ihtikar, najasy, risywah, ta'alluq dan penggunaan unsur haram baik dalam barang dan jasa yang dipergunakan dalam transaksinya, maupun dalam aktivitas operasionalnya. Kemudian mengenai kemaslahatan, dalam hal ini harus memenuhi dua unsur, yaitu *halal* (sesuai dengan syariah) dan *thayyib* (bermanfaat dan membawa kebaikan). Selain itu juga harus memperhatikan prinsip keseimbangan.

Prinsip ini menekankan bahwa manfaat yang didapat dari transaksi syariah tidak hanya difokuskan pada pemegang saham yang nantinya akan mendapatkan dividen, namun juga pada semua pihak

yang dapat merasakan manfaat adanya suatu kegiatan ekonomi tersebut. Misalnya saja masyarakat sekitar dan pemerintah yang mungkin tidak terlibat dalam transaksi tersebut secara langsung.

Prinsip yang terakhir yaitu universalisme. Artinya transaksi syariah ini dapat dilakukan semua pihak yang berkepentingan tanpa membedakan suku, agama, ras, dan golongan sesuai dengan semangat *rahmatan lil 'alamin*.³¹

Dalam teori akuntansi konvensional tidak satupun pendapat yang tegas yang dapat diterima tentang batasan-batasan dan kriteria penentuan laba. Menurut konsep Islam, nilai-nilai keimanan, akhlak dan tingkah laku seorang pedagang muslim memegang peranan utama dalam mempengaruhi penentuan kadar laba dalam transaksi atau muamalah.³²Kriteria-kriteria Islam secara umum

³¹ *Ibid.*

³² Ayu Arina, *Pengaruh Beban Operasional Pendapatan Operasional dan Rasio Kecukupan Modal Terhadap Pertumbuhan Laba Bersih PT. Bank Muamalat Indonesia, Skripsi Sarjana studi akuntansi Tulungagung : perpustakaan IAIN Tulungagung, 2015, hlm 15*

yang dapat memberi pengaruh dalam penentuan batas laba yaitu:³³

1. Kelayakan dalam Penetapan Laba. Islam menganjurkan agar para pedagang tidak berlebihan dalam mengambil laba. Pernyataan ini menjelaskan bahwa batasan laba ideal (yang pantas dan wajar) dapat dilakukan dengan merendahkan harga. Keadaan ini sering menimbulkan bertambahnya jumlah barang dan meningkatnya peranan uang dan pada gilirannya akan membawa pada pertambahan laba.
2. Keseimbangan antara Tingkat Kesulitan dan Laba. Semakin tinggi tingkat kesulitan dan resiko, maka semakin besar pula laba yang diinginkan pedagang. Semakin jauh perjalanan, semakin tinggi resikonya, maka semakin tinggi pula tuntutan pedagang terhadap standar labanya. Begitu pula sebaliknya, akan tetapi semua ini dalam kaitannya dengan pasar islami yang dicirikan kebebasan bermuamalah hingga berfungsinya unsur penawaran dan unsur permintaan. Pasar islami juga bercirikan bebas dari praktik–

³³ *Ibid*,

praktik monopoli, kecurangan, penipuan, perjudian, pemalsuan, serta segala jenis jual beli yang dilarang oleh syariat.

3. Masa Perputaran Modal. Peranan modal berpengaruh pada standarisasi laba yang diinginkan oleh pedagang, yaitu dengan semakin panjangnya masa perputaran dan bertambahannya tingkat resiko, maka semakin tinggi pula standar laba yang diinginkan oleh pedagang atau seorang pengusaha. Begitu juga dengan semakin berkurangnya tingkat bahaya, pedagang dan pengusaha pun akan menurunkan standarisasi labanya.
4. Cara Menutupi Harga Penjualan. Jual beli boleh dengan harga tunai sebagaimana juga boleh dengan harga kredit. Juga boleh dengan tunai sebagian sisanya dibayar dengan cara kredit (cicilan), dengan syarat adanya keridhoan keduanya (pedagang dan pembeli). Jika harga dinaikkan dan si penjual memberi tempo waktu pembayaran, itu juga boleh karena penundaan waktu pembayaran itu adalah termasuk harga yang merupakan bagian si penjual.

5. Unsur–Unsur Pendukung. Di samping unsur–unsur yang dapat memberikan pengaruh pada standarisasi laba, seperti unsur–unsur yang berbeda dari waktu ke waktu, atau keadaan ekonomi, baik yang marketable maupun yang non marketable,

bagaimanapun juga unsur–unsur itu tidak boleh bertentangan dengan kaidah–kaidah hukum Islam.

2.1.2.3 Dasar – dasar Penentuan Laba

Dasar-dasar pengukuran laba menurut Islam, antara lain :³⁴

1. Taqlib dan Mukhatarah (Interaksi dan Resiko) Laba adalah hasil dari perputaran modal melalui transaksi bisnis, seperti menjual dan membeli, atau jenis-jenis apapun yang dibolehkan syar’i. Untuk itu, pasti ada kemungkinan bahaya atau resiko yang akan menimpa modal yang nantinya akan menimbulkan pengurangan modal pada suatu putaran dan penambahan pada putaran lain.
2. Muqabalah, yaitu perbandingan antara jumlah hak milik pada akhir periode

³⁴ Ibid, hlm 18.

pembukuan dan hak-hak milik pada awal periode yang sama, atau dengan membandingkan nilai barang yang ada pada akhir itu dengan nilai barang yang ada pada awal periode yang sama. Juga bisa dengan membandingkan pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pendapatan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan income (pendapatan).

3. Keutuhan modal pokok, yaitu laba tidak akan tercapai kecuali setelah utuhnya modal pokok dari segi kemampuan secara ekonomi sebagai alat penukar barang yang dimiliki sejak awal aktivitas ekonomi.
4. Laba dari produksi. Hakikatnya dengan jual beli dan pendistribusian, yaitu penambahan yang terjadi pada harta selama setahun dari semua aktivitas penjualan dan pembelian, atau memproduksi dan menjual yaitu dengan pergantian barang menjadi uang dan pergantian uang menjadi barang dan seterusnya, maka barang yang belum terjual pada akhir tahun juga mencakup penambahan yang menunjukkan perbedaan

antara harga yang pertama dan nilai harga yang sedang berlaku. Berdasarkan nilai ini, ada dua macam laba yang terdapat pada akhir tahun, yaitu laba yang berasal dari proses jual beli dalam setahun dan laba suplemen, baik yang nyata maupun yang abstrak karena barang-barangnya belum terjual.

5. Penghitungan nilai barang di akhir tahun. Tujuan penilaian sisa barang yang belum sempat terjual di akhir tahun adalah untuk penghitungan zakat atau untuk menyiapkan neraca-neraca keuangan yang didasarkan pada nilai penjualan yang berlaku di akhir tahun itu, serta dilengkapi dengan daftar biaya-biaya pembelian dan pendistribusian. Dengan cara ini, tampaklah perbedaan antara harga yang pertama dan nilai yang berlaku yang dapat dianggap sebagai laba abstrak.

2.2. Penelitian Terdahulu

Dalam studi literatur ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang pernah dilakukan oleh beberapa pihak, sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian yang dibuat oleh penulis.

Beberapa penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini adalah:

1. Laili Latifah Puspitasari (2014) melakukan penelitian tentang “Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam yang diterapkan oleh Rumah Yoghurt dinilai oleh mayoritas karyawan efektif dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan. Hal tersebut dibuktikan dari keseluruhan rata-rata skor hasil kuisioner karyawan yang tinggi, baik pada aspek etika manajemen, etika pemasaran, maupun etika lingkungan. Dalam menjalankan kegiatan usaha dan operasionalnya, Rumah Yoghurt memiliki standar pedoman etika bisnis Islam yang dijadikan landasan seluruh kegiatan usaha dan operasional perusahaan.³⁵
2. Nurul Ashar (2013) melakukan penelitian tentang “Pengaruh etika bisnis islami terhadap tingkat kuantitas penjualan produk pada perusahaan air minum PT. BUYA BAROKAH kudas ”. Hasil

³⁵ Laili Latifah Puspitasari, “*Analisis Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Tingkat Profitabilitas Rumah Yoghurt Berdasarkan Perspektif Karyawan (Studi kasus pada Rumah Yoghurt di Kota Batu)*”, Skripsi Sarjana studi Akuntansi, Malang : Perpus UIN Maulana Malik Ibrahim, 2014.

penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kuantitas penjualan produk pada PT. BUYA BAROKAH di Kudus. Hasil analisis regresi memperoleh persamaan $Y = a+bX$ ($Y = 13,166+0,486X$) yang artinya Tingkat Kuantitas Penjualan Produk dipengaruhi Etika Bisnis Islami. Hasil analisis regresi juga memperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,303, ini berarti 30,3% variabel Tingkat Kuantitas Penjualan Produk dipengaruhi oleh variabel Etika Bisnis Islami. Sisanya sebesar 69,70% dijelaskan oleh variabel lain.³⁶

3. Mochammad Yunus (2015) melakukan penelitian tentang “Pengaruh etika bisnis islam dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen studi kasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji t variabel-variabel dalam penelitian ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan uji F menunjukan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel dalam penelitian ini

³⁶ Nurul Ashar, “*Pengaruh etika bisnis islami terhadap tingkat kuantitas penjualan produk pada perusahaan air minum PT. BUYA BAROKAH kudas*”, Skripsi Sarjana studi Ekonomi Islam, Semarang : Perpustakaan UIN Walisongo, 2013.

berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.³⁷

4. Budi kumala Dewi (2013) melakukan penelitian tentang “implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan pada UKM batik bakaran di kota Pati ”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil deskripsi persentasi dan uji t tentang pengaruh implementasi *Corporate Social Responsibility* terhadap laba perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati diperoleh keterangan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada UKM Batik Bakaran di Kota Pati. Besarnya pengaruh CSR terhadap laba perusahaan adalah 38,5%.³⁸
5. M. Afifurochim (2013) melakukan penelitian tentang “Korelasi Pemahaman Etika Islam dalam Berdagang dengan Perilaku Dagang (Studi Kasus Terhadap Pedagang Pasar Sayung Kabupaten Demak)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dapat dinyatakan jika pedagang Pasar Sayung Demak masih menjunjung

³⁷ Mochammad Yunnus, “Pengaruh etika bisnis islam dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen studi kasus pada UKM Bandeng Tandu Kendal”, Skripsi Sarjana Ekonomi Islam, Semarang : Perpustakaan UIN Walisongo, 2015.

³⁸ Budi Kumala Dewi, “Implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan pengaruhnya terhadap laba perusahaan pada UKM batik bakaran di kota Pati ”, Skripsi Sarjana studi Manajemen, Semarang : Perpustakaan UNNES, 2013

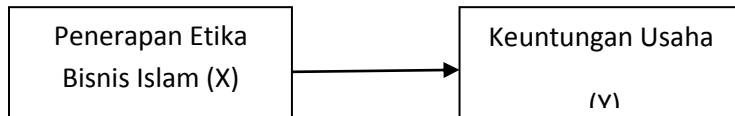
nilai-nilai Islam dalam berbisnis (muamalah), terutama dalam pengamalan pemahaman etika Islam dengan perilaku pedagang. Hubungan yang sinergis atas kedua faktor tercipta atas pemahaman etika Islam dikalangan masyarakat yang berdagang di Pasar Sayung Demak telah mengakar dalam setiap individu. Oleh karena itu, di dalam perilaku berdagangnyapun para pedagang menunjukkan adanya keterkaitan hubungan sikap atau perilaku sehari-hari.³⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan satu variabel independen yaitu etika bisnis islam dengan variabel dependen yaitu keuntungan usaha sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan variabel – variabel yang berkaitan dengan etika bisnis maupun keuntungan usaha. Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu objek penelitian ini khusus ditujukan untuk pengusaha *laundry*. Dengan alasan bahwa saat ini bisnis *laundry* sangat digemari oleh masyarakat dan sering terjadi kelalaian dari pihak *laundry* dalam melayani pelanggan.

³⁹ M. Afifurochim, “Korelasi Pemahaman Etika Islam dalam Berdagang dengan Perilaku Dagang (Studi Kasus Terhadap Pedagang Pasar Sayung Kabupaten Demak)”, Skripsi Sarjana studi Ekonomi Islam, Semarang : Perpustakaan UIN Walisongo, 2013.

2.3. Kerangka Teoritik

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu, maka model konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui kerangka pemikiran teoritik, sebagai berikut :



2.4. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah simpulan teoritis dan sementara dalam penelitian.⁴⁰ Atau biasa dikatakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis yang di anggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya. Dari suatu penelitian yang harus diuji kebenarannya melalui jalan riset. Dengan kata lain hipotesisi merupakan dugaan yang mungkin benar atau mungkin salah yang membutuhkan pembuktian atau diuji kebenarannya.

Dari gambaran diatas dapat diajukan hipotesisnya sebagai berikut :

H1= Penerapan etika bisnis islam berpengaruh positif terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan tembalang.

⁴⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008, h. 76

H0= Penerapan etika bisnis islam tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan tembalang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data-data yang berupa angka. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data Primer. Data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian.¹ Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu pengusaha jasa *laundry* di Tembalang. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur etika bisnis islam dan keuntungan usaha.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan seluruh karakteristik yang menjadi objek penelitian, dimana karakteristik tersebut berkaitan dengan seluruh kelompok orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian bagi peneliti.² Berdasarkan data BPS terdapat 1750 pengusaha berbagai macam usaha yang ada di

¹ Syofian Siregar, *Statistik deskriptif untuk penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002, hlm. 128.

² Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 21

Tembalang.³ Sedangkan untuk pengusaha *laundry* berdasarkan observasi lapangan yang penulis lakukan terdapat 123 pengusaha *laundry*. Dengan demikian, populasi dari penelitian ini adalah 123 pengusaha *laundry*.

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipercaya dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan.⁴ Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti, peneliti menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

di mana :

n : ukuran sample

N : populasi

e : persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir (10%)

Populasi dalam penelitian ini telah diketahui yaitu sebanyak 123, sehingga jumlah sampel dapat ditentukan melalui perhitungan sebagai berikut.

$$n = \frac{123}{1 + 123 (0.10)^2}$$

³ BPS, *Statistika Daerah Kecamatan Tembalang, Semarang: BPS Kota Semarang, 2014, hlm 9.*

⁴*Ibid.*

$$n = \frac{123}{1 + 1.23}$$

$$n = \frac{123}{2.23}$$

$$n = 55.15 \quad \text{dibulatkan menjadi 55}$$

Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin di atas, diperoleh jumlah sampel sebesar 55 unit sampel. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, diputuskan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini sebesar 55 pengusaha *laundry*.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *simple random sampling* yaitu cara pengambilan sampel secara acak dari anggota populasi tanpa mempedulikan tingkatan.⁵ Teknik ini memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel.

3.3 Metode dan Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang tepat sangat penting dalam penelitian, karena data menentukan baik buruknya suatu penelitian. Pengumpulan data merupakan usaha-usaha untuk memperoleh bahan-bahan keterangan serta kenyataan yang benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan angket atau kuesioner, wawancara dan observasi langsung pada lokasi penelitian.

⁵*Ibid.*, hlm. 23

Angket atau kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.⁶ Kuesioner yang digunakan adalah model skala *likert*. Kuesioner tersebut berisi pernyataan-pernyataan dan responden harus menjawab dengan alternatif jawaban yang disediakan mulai dari sangat tidak setuju

hingga sangat setuju dengan skor dari 1 sampai 5. Berikut ini adalah kelima alternatif jawaban tersebut:

Tabel 3.1
Skor dan Alternatif Jawaban Kuesioner

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Wawancara adalah satu proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dengan responden dimana pewawancara diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden secara lisan, merangsang responden untuk menjawabnya, menggali

⁶ Siregar, *Statistik...*, hlm. 132.

jawaban lebih jauh jika dikehendaki dan mencatatnya.⁷ Pihak yang diwawancarai adalah para pengusaha *laundry* yang berada di kecamatan Tembalang

Pengamatan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung dilakukan dengan cara melihat langsung dan mengamati kegiatan – kegiatan subjek atau kondisi alamiah suatu objek tanpa berusaha untuk memunculkan respon dari objek yang sedang diobservasi.

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

Menurut Kerlinger variabel adalah konstruk atau suatu sifat yang akan dipelajari. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁸

Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam dua kategori utama, yaitu variabel terikat (*dependent*) dan variabel bebas (*independent*). Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain (variabel bebas). Sedangkan variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah/memengaruhi suatu variabel

⁷ Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis, Yogyakarta : Graha ilmu, 2008, hlm162.*

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 63.

lain (variabel terikat).⁹ Dalam penelitian ini keuntungan usaha merupakan variabel terikat sedangkan Penerapan etika bisnis islam merupakan variabel bebas. Operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Operasional variabel penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Penerapan Etika bisnis islam	Etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma dimana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai 'daratan' atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat	- Ketauhidan - Keadilan (Keseimbangan) - Kehendak bebas - Tanggung Jawab - Ihsan (Kebajikan)	Diukur skala likert.

⁹*Ibid.*, hlm. 110

Keuntungan	Peningkatan nilai yang timbul karena melakukan perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat kedatangan pelanggan - Pertumbuhan laba bersih - Waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha - Tingginya presentasi Rol - Pencapaian laba sesungguhnya 	Diukur skala likert.
------------	--	---	----------------------

3.5 Metode Analisis Data

Di dalam penelitian ini ada beberapa metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*. Diantaranya yaitu menggunakan metode analisis sebagai berikut :

3.5.1 Uji Data

3.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu data yang diperoleh melalui kuesioner.¹⁰ Valid didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam

¹⁰ I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009, hlm. 51

melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklasifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid.

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian, digunakan program SPSS 17. Output pada uji validitas yang diinterpretasikan adalah pada tabel Pearson correlation yang merupakan hasil korelasi dari skor pada item dengan skor total item-nya. Dengan sampel (n) = 55 dan $\alpha = 0.05$ sehingga r_{tabel} adalah sebesar 0,2666, maka instrumen penelitian dapat dinyatakan valid bila memenuhi kriteria sebagai berikut.

- a. Dikatakan valid jika nilai Pearson correlation $>0,2666$, $df=(\alpha, n-2)$
- b. Dikatakan tidak valid jika nilai Pearson correlation $<0,2666$, $df=(\alpha, n-2)$

3.5.1.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.¹¹ Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau

¹¹*Ibid.*, hlm. 45

handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui reliability statistics pada detail Cronbach alpha dalam perhitungan menggunakan SPSS 17 diukur berdasarkan skala 0 sampai 1. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen dinyatakan semakin reliabel. Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut.

- a. Reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0.60
- b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha < 0.60

3.5.1.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik atau tidak. Jika model regresi telah memenuhi beberapa asumsi klasik, maka akan diperoleh perkiraan yang tidak bias serta efisien.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Pada dasarnya uji normalitas adalah membandingkan antara data yang kita miliki dan data berdistribusi

normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data kita. Uji normalitas menjadi hal penting karena salah satu syarat pengujian *parametric-test* (uji parametrik) adalah data harus memiliki distribusi normal (atau berdistribusi normal).¹²

Deteksi normalitas dapat dilakukan pada output SPSS 17 dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik *Normal P-P Plot*. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu, uji normalitas dalam penelitian ini juga akan mendasarkan pada nilai *Kolmogrov-Smirnov* untuk mengurangi keraguan pada analisis grafik di atas dan kriterianya adalah :

- a. dinyatakan normal apabila nilai probabilitas signifikansi $> \alpha$ (0.05);

¹² Sarjono, SPSS..., hlm. 53

- b. dinyatakan tidak normal apabila probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0.05)
2. Uji heteroskedastisitas

Menurut Wijaya sebagaimana yang dikutip oleh Haryadi Sarjono dan Winda Julianita dalam buku SPSS vs LISREL, heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas dalam model, atau dengan perkataan lain tidak terjadi heteroskedastisitas.¹³

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *Scatter Plot* pada output SPSS 17 antara nilai prediksi variabel terikat (*Zpred*) dengan residualnya (*Sresid*). Apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi (bebas) heteroskedastisitas dalam data.

Pendeteksian terhadap gejala heteroskedastisitas ini juga menggunakan metode

¹³*Ibid.*, hlm. 66

Glejser, yang ditunjukkan oleh masing-masing koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolut residunya (e), dengan kriteria:

- a. Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas signifikansi $> \alpha$ (0.05)
- b. Terjadi gejala heteroskedastisitas jika nilai probabilitas signifikansi $< \alpha$ (0.05)

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antarvariabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat multikolinearitas yang harus diatasi.¹⁴

Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi tersebut dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor*(VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* ≤ 0.10 atau sama dengan nilai VIF

¹⁴ Husain Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku karyawan*, Jakarta Press, 2010, hlm. 80.

≥ 10. Uji multikolinearitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS 17.

3.5.1.4. Analisis Regresi Sederhana

Untuk menganalisis data dalam skripsi ini digunakan analisis regresi, untuk mengetahui tingkat signifikan dari pengaruh Penerapan etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry*. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung persamaan garis regresi, yaitu :¹⁵

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel bebas

X = Variabel terikat

a,b = Koefisien korelasi

$$a = \frac{(\Sigma Y)(\Sigma X^2) - (\Sigma X)(\Sigma XY)}{n(\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)}$$

$$b = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{n \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

¹⁵ Supranto, *Statistika*, Jakarta : Erlangga, 1998, hlm 218

B adalah koefisien arah regresi linier yang digunakan untuk menyatakan perubahan rata – rata variabel y untuk setiap perubahan variabel x sebesar satu unit. Jika b positif maka terjadi penambahan dan jika b negatif maka terjadi penurunan dalam keuntungan usaha.

3.5.1.5. Uji Hipotesis

1) Uji parsial (Uji t)

Pengetahuan tentang koefisien regresi atau uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam persamaan tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.¹⁶ Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen. Adapun penjabaran hipotesis dalam uji parsial dapat dijelaskan di bawah ini.

- a. $H_0 : b_i = 0$: Penerapan etika bisnis islam tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha.
- b. $H_a : b_i \neq 0$: Penerapan etika bisnis islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha.

¹⁶*Ibid.* hlm. 88.

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah suatu variabel bebas secara individu berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $< \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, variabel etika bisnis islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha.
- b. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai probabilitas signifikansinya $> \alpha$ (0.05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel etika bisnis islam tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha.

2) Uji simultan (Uji F)

Pengujian ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.¹⁷ Penjabaran hipotesis dari uji simultan dapat dijelaskan di bawah ini.

- a. $H_0 : b_i = 0$: Penerapan etika bisnis islam secara bersama - sama tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha.

¹⁷*Ibid.*

- b. $H_a : \beta_i \neq 0$: etika bisnis islam secara bersama - sama berpengaruh terhadap keuntungan usaha..

Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 dan kriteria yang digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat atau tidak adalah sebagai berikut.

- a. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai probabilitas $Sig. < \alpha$ (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, penerapan etika bisnis islam secara berpengaruh terhadap keuntungan usaha.
- b. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ nilai probabilitas $Sig. > \alpha$ (0.05), maka H_a ditolak dan H_0 diterima, variabel penerapan etika bisnis islam secara tidak berpengaruh terhadap keuntungan usaha.

3.5.1.6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen.¹⁸ Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau *R Squared* (R^2). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya

¹⁸*Ibid.*, hlm. 87.

masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat.

Melalui angka koefisien determinasi, kita dapat mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas di dalam model persamaan regresi dapat menjelaskan variabel terikat dibandingkan dengan variabel lain di luar model. Angka koefisien determinasi adalah di antara 0 (nol) hingga 1 (satu).¹⁹ Semakin mendekati angka 1, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel bebas semakin besar kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka dapat dikatakan bahwa sebuah variabel semakin kecil kemampuannya dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya.

¹⁹*Ibid.*

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum

4.1.1 Gambaran Umum Kecamatan Tembalang

Menurut cerita rakyat, nama Tembalang berasal dari kata tambal ilang yang berarti “tambal dan hilang”. Nama ini diberikan Raden Pandan Arang ketika melakukan perjalanan ke daerah ini. Konon saat beliau mengadakan perjalanan di daerah tersebut Raden Pandan Arang melewati sebuah kampung, kampung tersebut mengalami masalah karena di sekitar kampung terdapat sembilan mata air yang terlampau deras sehingga menyebabkan genangan di sekitar kampung tersebut. Warga kampung tersebut selalu gagal menutup mata air tersebut.¹

Ketika Raden Pandan Arang datang beliau memutuskan untuk membantu warga desa tersebut dengan menutup delapan mata air dan menyisakan satu mata air untuk kehidupan warga sehari – hari. Beliau berpesan agar warga kampung menjaga kebersihan dari mata air tersebut dan beliau juga memberi nama kampung tersebut dengan nama Tambalang yang merupakan arti

¹ Admin, “*Legenda asal mula nama Tembalang*”, www.Semarangkota.com, diakses 30 mei 2016.

tambal dan ilang. Hal tersebut karena warga desa yang mencoba menambal (menutup) lubang mata air yang terlampaui deras namun selalu tenggelam. Sejak saat itu daerah tersebut dikenal dengan nama Tembalang. Namun Kebenaran dari cerita diatas masih dipertanyakan karena merupakan cerita rakyat dari nenek moyang.

Kawasan Tembalang terletak di sebelah selatan Kota Semarang dengan jarak + 12 km dari pusat kota, mencakup dua kecamatan, yaitu sebagian Kecamatan Tembalang dan sebagian Kecamatan Banyumanik (BWK VI dan BWK VII). Secara geografis terletak pada koordinat 110°16'20" - 110°30'29"BT dan 6°55'34" - 7°07'04" LS dengan ketinggian 200-250 meter dari permukaan laut dan mempunyai hawa relatif sejuk sehingga sangat cocok untuk pengembangan fasilitas pendidikan, perumahan, dan permukiman.²

Pada awalnya (sebelum tahap 1980-1990), Kawasan Tembalang merupakan lahan hijau berupa pertanian (persawahan) dan perkebunan penduduk yang berfungsi sebagai kawasan konservasi yaitu daerah peresapan air. Areal persawahan dan perkebunan di Kawasan Tembalang mulai berubah menjadi lahan terbangun sejak pembangunan tahap awal kampus UNDIP dimulai, yaitu pada tahun 1980-an . Sejak itu,

² BPS, *Statistika...*, hlm 10.

secara berangsur-angsur kampus telah menjadi generator pembangunan di Kawasan Tembalang.

Daerah yang semula rural (perdesaan) mulai tumbuh menjadi daerah sub urban (sub kota/bagian wilayah kota) dan terus berkembang pesat hingga tahun 2000, terlihat dari kemunculan sejumlah kawasan perumahan yang tersebar di sekitar kampus dan terus bermunculan hingga tahun 2012.³ Selain itu juga muncul fasilitas pendukung kegiatan pendidikan seperti rumah kos (sewa kamar), rental komputer, warung makan, fotokopi serta fasilitas lainnya. Kemunculan berbagai fasilitas pendukung yang berperan penting bagi kehidupan mahasiswa, perkembangannya dari tahun ke tahun menimbulkan dampak yang cukup besar terhadap kondisi masyarakat di sekitarnya. Dampak positif yang langsung dapat dirasakan adalah semakin membaiknya kondisi indrastruktur di Kawasan Tembalang.

Tembalang terbagi menjadi 12 kelurahan yaitu : Rowosari. Sendang Mulyo. Meteseh, Kramas, Tembalang, Bulusan, Mangun Harjo, Sambiroto, Jangli, Tandang, Kedung Mundu, Sendang Guwo.⁴

³ B.P Samadikun, *et al*, *Dampak Perkembangan kawasan Pendidikan di Tembalang Semarang Jawa Tengah*, Yogyakarta : Perpustakaan UGM, 2014, hlm 1.

⁴ BPS, *Statistika...*, hlm 3

4.1.2 Gambaran Umum Laundry

Usaha *laundry* di Tembalang merupakan industri jasa yang kegiatannya melakukan cuci dan menyetrika pakaian. Kegiatan *laundry* ini awalnya hanya untuk pangsa pasar terbatas, seperti laundry untuk para tamu yang menginap di hotel. Semakin banyaknya ketersediaan mesin cuci dengan harga yang relatif terjangkau, disertai munculnya teknologi baru seperti alat pengering yang membuat pakaian tidak perlu lagi di jemur (apalagi pada waktu musim hujan), kondisi cuaca saat ini yang mengakibatkan pakain sering lebih mudah menjadi kotor, bahkan dimusim penghujan, dengan mencuci manual pasti akan sulit menjadi kering, oleh karenanya banyak masyarakat yang menyerahkan pakaian kotor mereka ke *laundry*.⁵

Dengan perkembangan model busana dan aneka pernik perniknya, misalkan kain berkombinasi dengan bordiran, mute, payet rumbai kaca, bulu, logam dan masih banyak lagi. Sebagai kelengkapan rumah tangga pun semakin beragam seperti bedcover, duved cover, berbagai jenis handuk dan lainnya. Dengan perkembangan kain serta modelnya maka pencucian dan

⁵ Firdaus Mochtar, *Prospek Usaha Laundry Di Pekanbaru Untuk Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Menurut Tinjauan Ekonomi Islam (Studi Kasus Usaha Laundry Di Kecamatan Tampan Pekanbaru)*, Skripsi Sarjana studi Ekonomi, Pekanbaru : Perpustakaan UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2011, hlm 31.

perawatannya menjadi sulit, disinilah jasa *laundry* mulai diperlukan. *Laundry* bukan sekedar tempat mencuci melainkan sebagai tempat perawatan pakaian agar lebih bersih dan awet, dan faktor serba instant serta praktis menjadi trend bagi masyarakat saat ini. Begitu pentingnya keberadaan *laundry* saat ini maka prospek usaha *laundry* begitu berkembang pesat. Dahulunya *laundry* masih dikelola kebanyakan dihotel - hotel tapi saat ini masyarakat umum mulai memanfaatkan jasa *laundry*.

Didalam suatu usaha terdapat suatu bentuk standar operasi prosedur (SOP), untuk pencucian pakaian dibedakan menjadi dua:⁶

1. Pencucian kiloan adalah pencucian dengan menggunakan dasar perhitungan dari berat timbangan pakaian. keunggulan dari pencucian kiloan yaitu harganya yang terjangkau dan proses pencucian dapat dilakukan dengan cepat. pencucian kiloan terdiri dari:
 - a. Cuci komplit
 - b. Cuci saja
 - c. Strika
 - d. Keringkan
 - e. Cuci tidak di campur

⁶ *Ibid, hlm 32.*

2. Pencucian khusus adalah pencucian dengan perhitungan potongan pakaian, dengan perhatian khusus disesuaikan bahan dan jenis pakaian sesuai washing care label tips sebagai petunjuk pencucian yang tertera pada label dalam pakaian. Untuk mengetahui symbol atau label yang tertera didalam pakaian yaitu: Pakaian akan lebih awet dan terjaga warna aslinya walau telah dicuci berkali-kali, dan selalu dalam keadaan rapi karena setiap satu jenis pakaian diberi hanger dan plastik sendiri. Perlunya sistem pemisahan pakaian dalam pencucian kiloan bertujuan untuk mempermudah dan lebih mengefektifkan didalam proses pengerjaan. Kapasitas mesin untuk satu kali mencuci yaitu 5 kg pakaian, tentunya konsumen yang memberikan order tidak semua genap 5 kg. Oleh karena itu agar dalam proses pencucian dapat lebih efisien, pakaian konsumen disatukan untuk mendapatkan jumlah 5 kg. Namun pakaian yang disatukan rawan terjadi resiko tertukar antar pakaian dan terjadi kelunturan. Untuk mengatasi maka dibuat sistem sebagai berikut:

- a. Pemberian nomor dan penembakan top pin
- b. Pemisahan pakaian luntur

c. Penggabungan pakaian

Setelah proses pencucian dilanjutkan dengan proses pengeringan. Pakaian keluar dari mesin cuci telah kering 80%, untuk proses selanjutnya pakaian dikeringkan menggunakan dryer agar dapat kering 100%. Setelah proses pengeringan dilakukan, proses setrika pakaian merupakan bagian penting dalam penggarapan proses *laundry*. Agar proses menstrika lebih efisien pisahkan bahan-bahan sejenis dari yang tipis sampai yang bahan tebal seperti jeans. Tujuannya agar suhu setrika tidak sering di ubah dan pemanasan setrika berurutan dari dingin, hangat, sampai panas. Setelah proses setrika selesai dilanjutkan dengan proses penyemprotan pewangi dan penegepakan. Proses pengepakan diawali dahulu dengan pakaian tebal pada bagian bawah lalu semakin keatas pakaian lebih tipis. Setelah pakaian teratata rapi baru dilanjutkan dengan proses packing kedalam plastik. Setelah proses packing, dilanjutkan pemberian nama, nomor nota dan jumlah pakaian dengan spidol permanent pada permukaan atas pada plastik. Letakkan cuci kiloan yang sudah di packing dan di tempel nota pada rak, urutkan penempatan dari nomor kecil ke nomor besar.

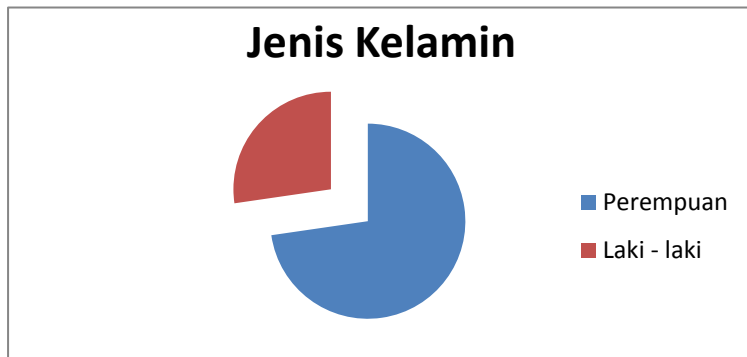
4.2 Identitas Responden

4.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diberikan kepada 55 orang pemilik usaha jasa *laundry* yang berada di kecamatan Tembalang, dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki lebih sedikit yang membuka usaha dalam bidang *laundry* dibandingkan jenis kelamin perempuan. Dari 55 orang responden, 72,7% sampel adalah perempuan dan sisanya 27,3% adalah laki - laki yang berusaha bidang *laundry*. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan jenis kelaminnya :

Gambar 4.1

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan data 72,7 % responden atau 40 pemilik *laundry* adalah perempuan, bisnis *laundry* merupakan bisnis jasa yang menuntut kebersihan dan kerapian dari pihak konsumennya . Oleh karena itu bisnis *laundry* sebagian besar dimainkan oleh perempuan, dimana dalam kehidupan rumah tangga perempuan sudah terbiasa dalam urusan cuci – mencuci pakaian, kebersihan dan kerapian. Namun ada juga pemain *laundry* dari kaum laki – laki, berdasarkan data yang didapat di lapangan pengusaha *laundry* laki – laki hanya terdapat 27,3 % atau 15 orang.

4.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Dari Tabel 4.1 di bawah ini diketahui bahwa sebesar 20 responden (36,3%) berusia 25-34, 19 responden (34,5%) berusia 35-44 th ,9 responden (16,4%) berusia di atas 45 tahun, yang merupakan persentase terkecil yakni 7 responden (12,8%) berusia antara 15 hingga 24 tahun. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan usia pemilik usaha *laundry*:

Tabel 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden	Jumlah Responden	Presentase (%)
15-24	7	12.8
25-34	20	36.3
35-44	19	34.5
45 >	9	16,4
Total	55	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Kebanyakan responden berusia 25-<35 th, hal ini dikarenakan pada usai tersebut responden sedang giat dalam menjalankan maupun mengembangkan bisnis. Pemilik *laundry* melihat pangsa pasar yang sangat besar dari bisnis tersebut, sehingga mereka berani membuka usaha pada usia yang relatif muda.

4.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 55 responden, dapat diketahui identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan. Tabel 4.2 menunjukkan rata-rata pemilik usaha jasa *laundry* yang berada di kecamatan Tembalang Semarang adalah lulusan SMA yakni sebanyak 49% dari 55

responden, sedangkan lulusan SMP sebesar 27,3%. Untuk pemilik *laundry* dari lulusan Perguruan Tinggi sebesar 18,2% dan untuk pemilik *laundry* dari lulusan SD sebanyak 5,5% dari 55 responden.

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
SD	3	5.5
SMP/ sederajat	15	27.3
SMA/ sederajat	27	49.0
Perguruan tinggi	10	18.2
Total	55	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Kebanyakan dari pemilik *laundry* yang berada di kecamatan Tembalang Semarang adalah lulusan SMA. Hal ini dikarenakan, kebanyakan responden berasal dari keluarga yang tidak begitu mementingkan pendidikan, sehingga setelah lulus SMA responden langsung mencari pekerjaan untuk membantu perekonomian keluarga. Beberapa dari responden memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi yakni lulusan Perguruan Tinggi diantaranya diploma, sarjana dan magister. Bagi lulusan Perguruan Tinggi memiliki usaha sendiri merupakan pekerjaan sampingan, yang dapat memberikan

penghasilan tambahan serta dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

4.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Lama Waktu Usaha

Berikut data responden berdasarkan lamanya waktu usaha jasa yang dimilikinya berdiri. Dari gambar berikut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yakni sebanyak 18 responden (32,7%) telah memulai usahanya antara 4 hingga 9 tahun yang lalu. Urutan kedua 15 responden (27,3%) memulai usaha *laundry* 4 hingga 6 tahun lalu, Urutan ketiga 12 responden (21,8%) telah berusaha *laundry* 10 hingga 12 tahun. Sedangkan urutan terakhir yakni 3 responden (5,5%) usahanya bertahan 13 tahun atau lebih.

Tabel 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha

Usia usaha (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase (%)
<1 – 3	7	12,7
4 – 6	15	27,3
7 – 9	18	32,7
10 - 12	12	21,8
13 >	3	5,5
Total	55	100

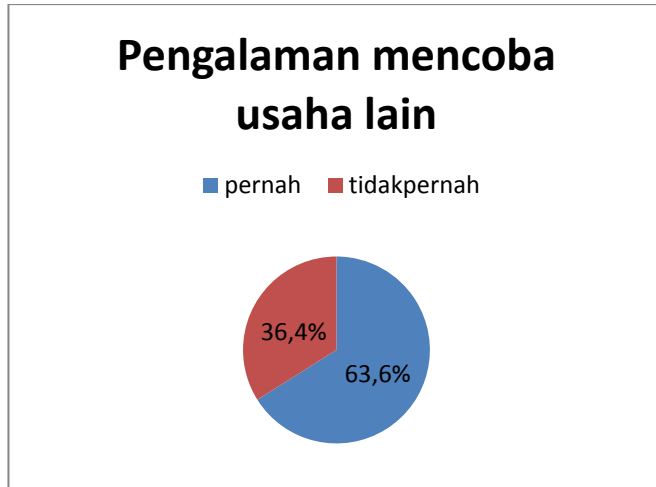
Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Semenjak didirikannya berbagai Universitas di kecamatan Tembalang, area Tembalang menjadi magnet yang menarik pemilik usaha untuk mendirikan usaha jasa di sekitar area Tembalang karena para pemilik usaha tersebut menyadari Beberapa Universitas yang berdiri di Tembalang merupakan pasar yang potensial bagi usaha jasanya. Potensi pasar yang besar tersebutlah yang dapat terus memberikan keuntungan bagi usaha jasa yang berada di kecamatan Tembalang, sehingga usaha-usaha jasa tersebut dapat bertahan lebih dari 7 tahun.

4.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya

Dari gambar 4.2 dapat diketahui bahwa 63,6% dari 55 responden pernah membuka usaha lain sebelumnya, sedangkan 36,4% sisanya belum pernah membuka usaha lain sebelumnya. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan pengalaman dalam membuka usaha sebelum usahanya kini yang berada di area Tembalang:

Gambar 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya
Membuka Usaha Lain Sebelumnya



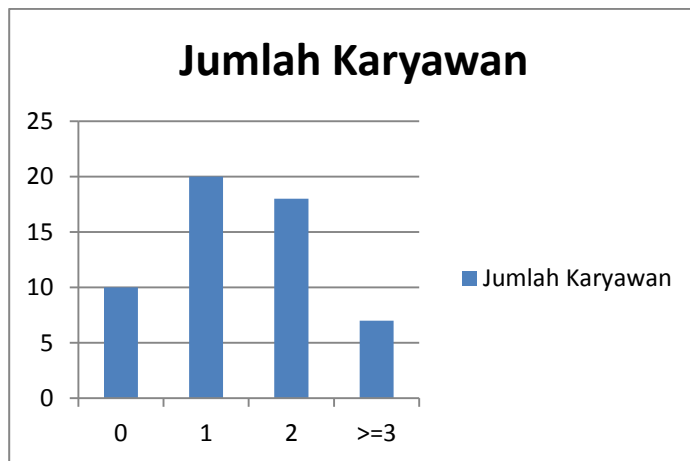
Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Sebelum memiliki usaha *laundry* yang berlokasi di area Tembalang, kebanyakan responden pernah membuka usaha lain. Namun, beberapa responden mengalami kebangkrutan dalam menjalankan usahanya yang disebabkan oleh banyak faktor yang menyebabkan usahanya harus ditutup. Akan tetapi, ada juga beberapa dari responden memiliki usaha yang berjalan lancar dan telah sukses, sehingga membuatnya termotivasi untuk membuka usaha baru dibidang *laundry* dengan memilih lokasi di area Tembalang.

4.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki

Dari gambar di bawah dapat diketahui bahwa 20 responden (36,4%) menggunakan 1 karyawan dalam membantunya menjalankan usaha, sebanyak 18 responden (32,7%) memiliki 1 orang karyawan, sedangkan 10 responden (18,2%) memiliki 2 orang karyawan. yang memiliki 3 orang karyawan atau lebih terdapat 7 responden (12,7%). Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan jumlah karyawan yang dimilikinya:

Gambar 4.3
Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Kebanyakan responden memiliki pegawai sebanyak 1-2 orang dalam membantunya menjalankan usahanya. Usaha jasa yang berada di kecamatan Tembalang merupakan usaha mikro-kecil sehingga tidak memerlukan banyak karyawan. Karyawan yang terlalu banyak akan membuat usaha berjalan secara tidak efisien karena menambah beban operasional usaha yang akan menghambat pencapaian sukses usaha tersebut.

4.2.7 Identitas Responden Berdasarkan Biaya Per 1Kg Cuci Setrika

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 21 atau 38,2% dari 55 responden mematok harga antara 4500 – 5400 untuk jasa cuci setrika per 1 kg, sedangkan 19 atau 34,5% dari total responden mematok harga 3500 – 4400 untuk jasa cuci setrika 1 kg nya. Namun ada juga 10 atau 18,2% pemilik *laundry* yang mematok harga murah yaitu 2500 – 3400 untuk 1 kg jasa cuci setrika dan sisa nya 5 atau 9,1% responden mematok harga yang paling tinggi yaitu 5500 – 6500 untuk jasa cuci setrika 1 kg pakaian.

Tabel 4.4
Identitas Responden Berdasarkan biaya per 1 kg cuci
setrika

Biaya Per 1kg Cuci Setrika (RP.)	Jumlah Responden	Presentase (%)
2500 – 3400	10	18,2
3500 – 4400	19	34,5
4500 – 5400	21	38,2
5500 – 6500	5	9,1
Total	55	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Kebanyakan responden mematok harga 4000 – 5000 untuk jasa cuci setrika per 1 kg. Menurut pemilik *laundry* harga tersebut merupakan harga yang pantas dengan kualitas yang didapatkan para pelanggan dan pemilik *laundry* masih bisa mendapat keuntungan namun tidak bisa dikatakan banyak. Dengan patokan harga terdapat dalam tabel 4.4 menurut mereka perputaran uang yang tinggi terjadi pada akhir pekan, karena sebagian besar pengguna jasa mereka adalah mahasiswa dan pekerja kantor yang pada akhir pekan banyak memilih pulang kampung dan menyerahkan pakaian kotornya kepada para pengusaha *laundry*.

4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari etika bisnis islam sebagai variabel independen dan keuntungan usaha sebagai variabel dependen. Variabel independen yang pertama, yaitu etika bisnis islam. Variabel ini diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari *unity* (tauhid/persatuan), *equilibrium* (keseimbangan), *free will* (kehendak bebas), *responsibility*, dan *benevolence*. Selanjutnya, keuntungan usaha sebagai variabel dependen dalam penelitian ini diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari tingkat kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, Waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha, tingginya presentase ROI, pencapaian laba sesungguhnya.

4.3.1 Etika Bisnis Islam

Berikut ini merupakan tabel distribusi tanggapan responden terhadap masing-masing item pertanyaan/ Pernyataan pada variabel etika bisnis islam:

Tabel 4.5
Frekuensi Jawaban Responden Variabel Etika
Bisnis Islam

Item	Frekuensi Jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	21	38,2	31	56,4	3	5,5	0	0	0	0
2	26	47,3	27	49,1	2	3,6	0	0	0	0
3	17	30,9	37	67,3	1	1,8	0	0	0	0

4	19	34,5	31	56,4	5	9,1	0	0	0	0
5	10	18,2	42	76,4	3	5,5	0	0	0	0
6	18	32,7	34	61,8	3	5,5	0	0	0	0
7	16	29,1	37	67,3	2	3,6	0	0	0	0
8	13	23,6	37	67,3	5	9,1	0	0	0	0
9	14	25,5	33	60,0	8	14,5	0	0	0	0
10	15	27,3	39	70,9	1	1,8	0	0	0	0
11	19	34,5	33	60,0	3	5,5	0	0	0	0
12	16	29,1	35	63,6	4	7,3	0	0	0	0
13	13	23,6	38	69,1	4	7,3	0	0	0	0
14	8	14,5	46	83,6	1	1,8	0	0	0	0
15	12	21,8	40	72,7	3	5,5	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Data di atas menunjukkan tanggapan responden dari variabel Penerapan etika bisnis islam. Item pertanyaan 1, 2, dan 3 merupakan pernyataan dari indikator Ketauhidan. Pada item pernyataan 1 yaitu nikmat yang diperoleh adalah titipan Allah SWT, 38,2% responden menjawab sangat setuju, 56,4% menjawab setuju, dan 5,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 2 Walaupun sedang mengerjakan pesanan pelanggan ritual ibadah sholat 5 waktu saya tetap terjaga, 47,3% responden menjawab sangat setuju, dan 49,1% menjawab setuju dan 3,6% responden menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 3 yaitu Sebelum mulai mencuci pakaian anda membaca *basmallah*, 30,9% responden

menjawab sangat setuju, 67,3% menjawab setuju, dan 1,8% menjawab kurang setuju.

Indikator Keadilan (keseimbangan) terdiri dari 3 pernyataan yaitu item pernyataan nomor 4, 5 dan 6. Pada item pernyataan 4 yaitu *laundry milik saya* memberi harga sesuai dengan kualitas jasa yang diperoleh kepada pelanggan, 34,5% responden menjawab sangat setuju, 56,4% menjawab setuju, dan 9,1% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 5 yaitu Apakah anda merespon saran dari pelanggan yang akan menggunakan jasa anda tentang barang *laundry* nya yang bermasalah, 18,2% responden menjawab sangat setuju, 76,4% menjawab setuju, dan 5,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 6 yaitu jika terjadi gangguan pada *laundry* anda yang menyebabkan terganggu layanan kepada konsumen apakah anda memberitahukan nya ke pelanggan, 32,7% responden menjawab sangat setuju, 61,8% menjawab setuju, 5,5% menjawab kurang setuju.

Indikator kehendak bebas terdiri dari 3 pernyataan, yaitu pernyataan nomor 7, 8 dan 9 Pada item pernyataan 7 yaitu Menurut saya apakah pengusaha laundry lain boleh membuka kios *laundry* di dekat milik saya, 29,1% responden menjawab sangat setuju, 67,3% menjawab setuju, dan 3,6%

menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 8 yaitu Persaingan harga dari pengusaha *laundry* lain membuat saya lebih bersemangat dalam menekuni usaha ini, 23,6% responden menjawab sangat setuju, 67,3% menjawab setuju dan 9,1% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 9 yaitu Jika saya tidak sanggup menampung pelanggan yang ingin menggunakan jasa *laundry* saya. Apakah saya mengalihkan ke pengusaha *laundry* lain, 25,5% responden menjawab sangat setuju, 60,0% menjawab setuju, dan 14,5% menjawab kurang setuju.

Indikator Tanggung Jawab terdiri dari 3 item pernyataan, yaitu pernyataan nomor 10, 11 dan 12. Pada item pernyataan 10 yaitu *Laundry* milik saya mengganti barang cucian yang hilang / rusak karena kesalahan saya, 27,3% responden menjawab sangat setuju, 70,9% menjawab setuju, dan 1,8% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 11 yaitu Deterjen yang anda gunakan apakah ramah lingkungan, 34,5% responden menjawab sangat setuju, 60,0% menjawab setuju, dan 5,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 12 yaitu Apakah saya mengolah limbah dari *laundry* saya agar lebih aman jika dibuang ke lingkungan sekitar, 29,1% responden menjawab

sangat setuju, 63,6% menjawab setuju, dan 7,3% menjawab kurang setuju.

Indikator Ihsan (Kebajikan) terdiri dari 3 item pernyataan, yaitu pernyataan nomor 13, 14 dan 15. Pada item pernyataan 13 yaitu Hasil *laundry* yang saya kerjakan lebih baik dari sebelum saat menggunakan jasa laundry saya, 23,6% responden menjawab sangat setuju, dan 69,1% menjawab setuju dan 7,3% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 14 yaitu Menjadi pengusaha *laundry* bukan hanya untuk mencari keuntungan tapi juga untuk membantu kebutuhan pembeli, 14,5% responden menjawab sangat setuju, 83,6% menjawab setuju, dan 1,8% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 15 Dalam menjalankan bisnis *laundry* ini saya mengutamakan kenyamanan pembeli, 21,8% responden menjawab sangat setuju, dan 72,7% menjawab setuju dan 5,5% responden menjawab kurang setuju.

4.3.2 Keuntungan Usaha

Berikut ini merupakan tabel distribusi tanggapan responden terhadap masing-masing item pertanyaan/pernyataan pada variabel keuntungan usaha:

Tabel 4.6
Frekuensi Jawaban Responden Variabel
Keuntungan Usaha

Item	Frekuensi Jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	24	43,6	28	50,9	3	5,5	0	0	0	0
2	13	23,6	36	65,5	6	10,9	0	0	0	0
3	13	23,6	38	69,1	4	7,3	0	0	0	0
4	20	36,4	28	50,9	7	12,7	0	0	0	0
5	10	18,2	41	74,5	4	7,3	0	0	0	0
6	14	25,5	33	60,0	8	14,5	0	0	0	0
7	6	10,9	43	78,2	6	10,9	0	0	0	0
8	11	20,0	36	65,5	8	14,5	0	0	0	0
9	6	10,9	43	78,2	6	10,9	0	0	0	0
10	10	18,2	42	76,4	3	5,5	0	0	0	0
11	15	27,3	39	70,9	1	1,8	0	0	0	0
12	12	21,8	38	69,1	5	9,1	0	0	0	0
13	10	18,2	39	70,9	6	10,9	0	0	0	0
14	12	21,8	40	72,7	3	5,5	0	0	0	0
15	7	12,7	47	85,5	1	1,8	0	0	0	0

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Data di atas menunjukkan tanggapan responden dari variabel keuntungan usaha. Item pertanyaan 1, 2, dan 3 merupakan pernyataan dari indikator tingkat kedatangan pelanggan. Pada item

pernyataan 1 yaitu Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari semakin meningkat, 43,6% responden menjawab sangat setuju, 50,9% menjawab setuju, dan 5,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 2 Pelanggan baru/hari semakin bertambah, 23,6% responden menjawab sangat setuju, dan 65,5% menjawab setuju dan 10,9% responden menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 3 yaitu Minat pelanggan lama untuk menggunakan jasa semakin meningkat, 23,6% responden menjawab sangat setuju, 69,1% menjawab setuju, dan 7,3% menjawab kurang setuju.

Indikator pertumbuhan laba bersih terdiri dari 3 pernyataan yaitu item pernyataan nomor 4, 5 dan 6. Pada item pernyataan 4 yaitu Tingkat pertumbuhan laba bersih usaha *laundry* saya semakin meningkat tiap bulannya, 36,4% menjawab sangat setuju, 50,9% menjawab setuju dan 12,7% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 5 yaitu Usaha *laundry* saya mengalami kenaikan pesanan tiap harinya, 18,2 % responden menjawab sangat setuju, 74,5% menjawab setuju, dan 7,3% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 6 yaitu Perputaran uang usaha saya semakin cepat, 25,5% responden menjawab sangat

setuju, 60,0% menjawab setuju, 14,5% menjawab kurang setuju.

Indikator waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha terdiri dari 3 pernyataan, yaitu pernyataan nomor 7, 8 dan 9 Pada item pernyataan 7 yaitu Saya puas dengan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha / break-even point, 10,9% responden menjawab sangat setuju, 78,2% menjawab setuju, dan 10,9% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 8 yaitu Dalam mengembalikan modal usaha *laundry yang digunakan* harian perlu waktu yang singkat, 20,0% responden menjawab sangat setuju, 65,5% menjawab setuju dan 14,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 9 yaitu Balik modal usaha *laundry* saya termasuk cepat, 10,9% responden menjawab sangat setuju, 78,2% menjawab setuju, dan 10,9% menjawab kurang setuju.

Indikator *tingginya presentase ROI* terdiri dari 3 item pernyataan, yaitu pernyataan nomor 10, 11 dan 12. Pada item pernyataan 10 yaitu Usaha *laundry* saya memiliki RoI/ laba atas investasi yang tinggi 18,2% responden menjawab sangat setuju, 76,4% menjawab setuju, dan 10,9% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 11 yaitu Usaha *laundry* saya

termasuk menguntungkan, 27,3% responden menjawab sangat setuju, 70,9% menjawab setuju, dan 5,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 12 yaitu Keuntungan usaha *laundry* saya bisa untuk ditabung, 21,8% responden menjawab sangat setuju, 69,1% menjawab setuju, dan 9,1% menjawab kurang setuju.

Indikator Pencapaian laba sesungguhnya terdiri dari 3 item pernyataan, yaitu pernyataan nomor 13, 14 dan 15. Pada item pernyataan 13 Usaha *laundry* saya telah mencapai real profit(keuntungan yang maksimal), 18,2% responden menjawab sangat setuju, dan 70,9% menjawab setuju dan 10,9% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 14 yaitu Keuntungan usaha *laundry* saya masih bisa berkembang, 21,8% responden menjawab sangat setuju, 72,7% menjawab setuju, dan 5,5% menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 15 Tingkat keuntungan usaha *laundry* saya semakin meningkat, 12,7% responden menjawab sangat setuju, dan 85,5% menjawab setuju dan 1,8% responden menjawab kurang setuju.

4.4. Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 17 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Bila r hitung $>$ r tabel, maka dikatakan valid dan sebaliknya. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree offreedom* (df) = $n - 2$. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Besarnya $df = 55 - 2$ atau $df = 53$ dengan α 5% (0,05) didapat r tabel = 0,266. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	r_{tabel}	r_{hitung}	Kesimpulan
Penerapan Etika Bisnis Islam	P1	0,266	0,388	Valid
	P2	0,266	0,447	Valid
	P3	0,266	0,405	Valid
	P4	0,266	0,463	Valid
	P5	0,266	0,437	Valid
	P6	0,266	0,375	Valid
	P7	0,266	0,367	Valid
	P8	0,266	0,496	Valid
	P9	0,266	0,431	Valid
	P10	0,266	0,349	Valid
	P11	0,266	0,375	Valid
	P12	0,266	0,432	Valid
	P13	0,266	0,491	Valid
	P14	0,266	0,317	Valid
	P15	0,266	0,359	Valid
Keuntungan Usaha	P1	0,266	0,370	Valid
	P2	0,266	0,366	Valid

	P3	0,266	0,443	Valid
	P4	0,266	0,387	Valid
	P5	0,266	0,573	Valid
	P6	0,266	0,494	Valid
	P7	0,266	0,386	Valid
	P8	0,266	0,509	Valid
	P9	0,266	0,551	Valid
	P10	0,266	0,721	Valid
	P11	0,266	0,395	Valid
	P12	0,266	0,464	Valid
	P13	0,266	0,365	Valid
	P14	0,266	0,370	Valid
	P15	0,266	0,365	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2016

Dari tabel diatas terlihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai r hitung positif dan lebih besar dibandingkan r tabel sebesar 0,266 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari kedua variabel adalah valid. Sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

4.5. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, ketentuan untuk menetapkan tingkat reliabilitas didasarkan pada kondisi sebagai berikut.

Reliabel jika nilai Cronbach alpha > 0,60

Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha < 0,60

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan bantuan SPSS 17 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
1	Penerapan Etika bisnis islam (X)	0,645	Reliabel
2	Keuntungan usaha (Y)	0,710	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel X dan Y dapat dikatakan reliabel atau handal. Sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

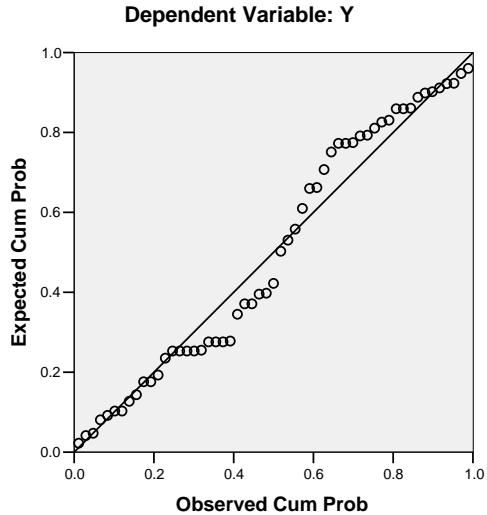
4.6. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 metode. Metode pertama yaitu dengan mengamati penyebaran titik-titik residual pada sumbu diagonal dari grafik *Normal P-P Plot* pada output SPSS. Sedangkan metode kedua menggunakan uji nilai *Kolmogrov-Smirnov*.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik *Normal P-P Plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari grafik *Normal P-P Plot* di atas, terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal yang mengikuti arah garis diagonal tersebut serta tidak ada titik yang terletak jauh dari sebaran titik lainnya. Dengan demikian, data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal. Untuk mempertegas bahwa data penelitian berdistribusi normal, di bawah ini disajikan

tabel hasil uji normalitas menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov*.

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas dengan Metode *Kolmogrov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95119593
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.919
Asymp. Sig. (2-tailed)		.367

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

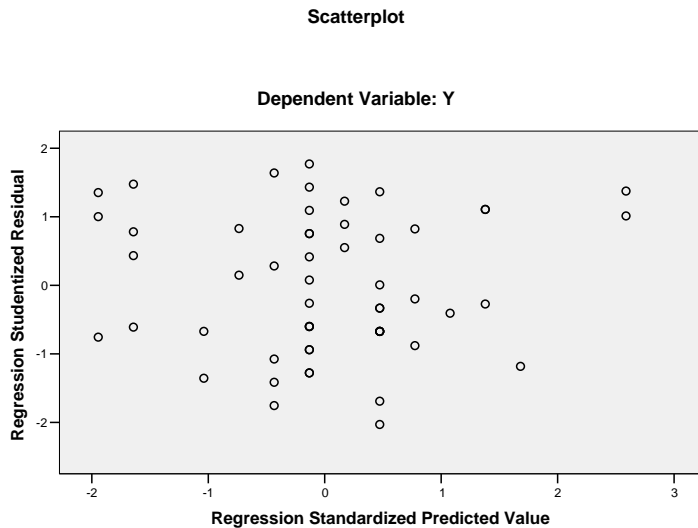
Interpretasi terhadap nilai *Kolmogrov-Smirnov* dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi dan membandingkan dengan α (0,05). Pada tabel hasil *output* SPSS di atas didapatkan nilai *Kolmogrov-Smirnov* sebesar 0,919 dan signifikan pada 0,367 > α (0,05), sehingga dapat dikatakan residual berdistribusi normal.

4.4.2. Uji Heteroskedastisitas

Cara untuk mendeteksi apakah terjadi heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dari grafik antara *scatterplot* dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residu ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah *di-studentized*.

Di bawah ini merupakan grafik *scatterplot* hasil uji dengan menggunakan SPSS 17.

Gambar 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Grafik
Scatterplot



Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan grafik di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Namun demikian, beberapa titik-titik sebaran tersebut juga tampak seperti membentuk pola yang teratur seperti sebuah garis dan terdapat pola yang melebar kemudian menyempit. Hingga pada tahap analisis grafik ini, belum bisa disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai.

Untuk mempertegas ada atau tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, maka dilakukan uji berikutnya menggunakan analisis statistik metode *Glejser*. Di bawah ini merupakan tabel hasil uji statistik *Glejser* pada output SPSS 17.

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode *Glejser*

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.140	3.670		.856	.396
	X	-.009	.058	-.021	-.153	.879

a. Dependent Variable: ABSUT

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel Penerapan etika bisnis islam (X) mempunyai nilai signifikan sebesar $0,879 > 0,05$.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastiditas.

4.4.3. Uji Multikolinearitas

Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi tersebut dapat dideteksi melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 . Berikut ini merupakan hasil uji statistik dengan SPSS 17.

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan output diatas diperoleh nilai tolerance sebesar $1.000 > 0,10$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

4.7. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 17.

Tabel 4.12
Hasil Regresi linier sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.737	7.780		3.051	.004
	X	.604	.122	.561	4.929	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien variabel etika bisnis islam (X) adalah 0,604 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 23,737 + 0,604X$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 23,737 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel Penerapan etika bisnis islam (X), maka nilai variabel keuntungan usaha (Y) adalah 23,737.

- b. Koefisien regresi variabel Penerapan etika bisnis islam (X) sebesar 0,604 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,604.

4.8. Uji Hipotesis

4.6.1. Uji Parsial

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara mandiri, digunakan uji parsial atau uji t. Pada penelitian ini, uji t dilakukan dengan bantuan SPSS 17 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05, $df = n - k = 55 - 2 = 53$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel yang diteliti, serta menggunakan uji dua arah maka dapat ditentukan t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 2,005.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, diperoleh nilai t_{hitung} variabel penerapan etika bisnis islam (X) diperoleh nilai t_{hitung} 4,929 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,005 dengan nilai probabilitas signifikansi $0.000 < \alpha (0.05)$, sehingga hipotesis yang menyatakan penerapan etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap keuntungan usaha diterima. Artinya, variabel etika

bisnis islam mempunyai pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel penerapan etika bisnis islam, maka akan berpengaruh terhadap variabel keuntungan usaha.

4.6.2. Uji simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh simultan semua variabel bebas terhadap variabel terikat, digunakan uji ANOVA atau uji F. Pada penelitian ini, uji F dilakukan dengan bantuan SPSS 17 dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Jika F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05, maka model regresi bisa dikatakan signifikan. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05, $df_1 (N_1) = k - 1 = 2 - 1 = 1$ dan $df_2 (N_2) = n - k = 55 - 2 = 53$, dimana k adalah jumlah variabel dan n adalah banyaknya jumlah sampel yang diteliti, maka dapat ditentukan F_{tabel} pada penelitian ini sebesar 4,03. Berikut ini adalah hasil uji simultan:

Tabel 4. 13
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215.611	1	215.611	24.297	.000 ^a
	Residual	470.316	53	8.874		
	Total	685.927	54			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari hasil uji ANOVA atau F test di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 24,297 yang lebih besar dari F_{tabel} yaitu 4,03 dan probabilitas signifikansi $0.000 < \alpha (0.05)$, sehingga hipotesis yang menyatakan etika bisnis islam berpengaruh terhadap keuntungan usaha diterima. Artinya, jika penerapan etika bisnis islam baik maka akan mempengaruhi keuntungan usahanya.

4.9. Uji Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dilakukan uji *R Square* (R^2) dengan bantuan SPSS. Berikut ini merupakan hasil uji *R square* (R^2).

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.561 ^a	.314	.301	2.979

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Data primer yang diolah, 2016

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai R^2 sebesar 0,314 interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh penerapan etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha adalah sebesar 31,4%, sedangkan sisanya 68,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

4.10. Pembahasan

Pengaruh variabel independen (penerapan etika bisnis Islam) dan variabel dependen (keuntungan usaha) dapat dijelaskan sebagai berikut: Dari hasil pengujian uji t atau uji parsial yang dilakukan terbukti bahwa penerapan etika bisnis Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang ($P \text{ value} < 0.05$). Penerapan etika bisnis Islami merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 55 responden pemilik usaha *laundry* adanya bukti untuk menolak H_0 bahwa etika bisnis Islam berpengaruh negatif terhadap keuntungan usaha. Dan menerima H_1 bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang. Dari hasil pengolahan data melalui koefisien determinasi didapat nilai $R \text{ square}$ sebesar 0,314 yang menunjukkan besarnya pengaruh yang oleh variabel penerapan etika bisnis Islam (X) terhadap keuntungan usaha (Y) pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang sebesar 31,4 % sedangkan sisanya sebesar 68,6 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa pengaruh antara variabel etika bisnis Islami (X) dan keuntungan usaha (Y) adalah agak rendah.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis yang diangkat atas dasar teori-teori yang digunakan, disebutkan bahwa dari variabel etika bisnis islam mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan (nyata) terhadap variabel keuntungan usaha, dalam penelitian ini yaitu keuntungan usaha terhadap pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang. Dalam melakukan layanan cuci setrika dengan etika bisnis yang baik akan mendorong konsumen (pengguna) untuk menjadikan tawaran tersebut sebagai pertimbangan seorang konsumen berminat terhadap jasa yang dipasarkan dan akhirnya melakukan transaksi sehingga akan menambah keuntungan usaha dari pihak *laundry* tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh etika bisnis islam terhadap keuntungan usaha, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien variabel penerapan etika bisnis islam (X) adalah 0,604 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 23,737 + 0,604X$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 23,737 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel penerapan etika bisnis islam (X), maka nilai variabel keuntungan usaha (Y) adalah 23,737.
 - b. Koefisien regresi variabel penerapan etika bisnis islam (X) sebesar 0,604 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,604.
2. Etika Bisnis Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap keuntungan usaha pengusaha *laundry* di kecamatan Tembalang Hal ini terbukti dari hasil uji t

hitung sebesar 4,929 sedangkan nilai t table adalah 2,005 yang lebih kecil dibandingkan t hitung. Artinya, terdapat pengaruh signifikan antara variabel penerapan etika bisnis Islam (X) terhadap variable keuntungan usaha (Y), dengan demikian hipotesa 0 yang diajukan ditolak.dan menerima H1. Jadi dapat dikatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara pengaruh penerapan etika Bisnis Islam terhadap keuntungan usaha.

3. Dalam penelitian ini variabel penerapan etika bisnis islam memberikan sumbangan efektif 31,4% terhadap keuntungan usaha dan sisanya 68,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. ini menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islami memberikan pengaruh terhadap keuntungan usaha.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan, maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Bagi pengusaha *laundry* di Tembalang

Di dalam agama islam telah diatur kode etik yang seharusnya dilakukan oleh pengusaha dalam

menjalankan bisnisnya. Namun, pengusaha *laundry* di Tembalang masih banyak yang belum memahami hal-hal apa saja yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan sesuai dengan etika yang diajarkan islam. Oleh sebab itu, diharapkan bagi setiap pengusaha *laundry* untuk lebih mendalami ajaran-ajaran islam terutama dalam hal tatacara menghilangkan *najis* yang sesuai aturan islam dan mengaplikasikan aspek ketauhidan, keseimbangan dan tanggung jawab dalam setiap pelayanan dan transaksi kepada pelanggan *laundry*. Sehingga tidak ada lagi penyimpangan-penyimpangan serta tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

2. Bagi Peneliti lain

Atas berbagai keterbatasan dalam penelitian ini, penulis menyarankan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini dengan menambah variabel bebas lainnya yang sesuai.

5.3. Penutup

Puji syukur kepada Allah SWT, berkat rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, meskipun penulis sudah berusaha semaksimal mungkin. Hal tersebut disebabkan karena keterbatasan

pengetahuan dan informasi yang ada pada penulis. Untuk itu, kritik serta saran yang konstruktif dari semua pihak sangat penulis harapkan, demi membantu kesempurnaan pembahasan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno dan Ardana I Cenik, *Etika Bisnis dan Profesi*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Amalia, Fitri, *Etika Bisnis Islam: Konsep Dan Implementasi Pada Usaha Kecil, Al-Iqtishad*, Jilid VI no. 1, 2014).
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islami*, Semarang: Walisongo Press. 2008.
- Ayu Arina, *Pengaruh Beban Operasional Pendapatan Operasional dan Rasio Kecukupan Modal Terhadap Pertumbuhan Laba Bersih PT. Bank Muamalat Indonesia*, Tulungagung : IAIN Tulungagung, 2015
- Badroen et al, Faisal, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2006,
- Departemen Agama, *Al Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV.Penerbit Diponegoro, 2001.
- Djakfar, Muhammad, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus. 2012.
- Hasan, Ali, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2009.
- Hapsari Ayu Epri, *Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Pertumbuhan Laba*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2007.
- Harahap , Sofyan S., *Teori Akuntansi*, Jogja : Rajawali Press, 2012.

Hidayah, Mohammad, *Fiqih Perdagangan Bebas*, Jakarta: TERAJU, 2003.

I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009.

Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Kurniawati, Fitri, *Laba dalam Akuntansi Syariah*, Jurnal STAIN Jurai Siwo Metro, Vol 3 no I, 2010.

Martawireja Rizal Aji Erlangga, Abdurahim , Ahim, *Akuntansi Perbankan Syariah Teori dan Praktik Kontemporer*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Muhammmad, *Etika Bisnis Islam* , Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.

Muhammad dan Fauroni R. Lukman, *Visi Al Quran : tentang Etika dan Bisnis*, 2002

Mustofa dan MuhammadRoni, *Pengaruh tingkat pemahaman agama teradap perilaku bisnis pedagang pasar minggu telaga gorontalo*, jurnal Al-Mizan, Jilid X no. 1, 2014.

Naqvi , Syed Nawab Haider, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, Terj. Husin anis dan Asep Hikmat, Bandung: Mizan, 1985.

- Nurhayati, Sri, Wasilah, *Akuntansi Syariah di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Sarjono , Haryadi dan Julianita, Winda, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Saryawan, Made, Yasa, I G W Murjana dan Sudirman, Wayan, *Analisis modal usaha, jam usaha dan teknologi terhadap tingkat keuntungan ukm dikecamatan Denpasar utara*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Unud Bali, Vol 2 no I, 2013.
- Siregar, Syofian, *Statistik deskriptif untuk penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Supranto, *Statistika*, Jakarta : Erlangga, 1998.
- Syahatah , Husein, *Pokok – Pokok Pikiran Akuntansi Islam*, Jakarta : Akbar Media Eka Sarana, 2001.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Yusanto, M. Ismail dan Widjajakusuma , M. Karebet, *Mengagagas Bisnis Islami*, Jakarta : gema Insani Press, 2002.
- Yusriati , Cut, Arfan, Muhammad dan Yahya , M. Rizal, *Pengaruh pinjaman modal kerja dan profesionalitas sumber daya manusia terhadap laba usaha kecil menengah kota Banda Aceh* , jurnal Akuntansi pascasarjana Universitas Syiah Kuala, Vol I no I, 2014.

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH PENGETAHUAN ETIKA BISNIS ISLAM
TERHADAP KEUNTUNGAN USAHA PENGUSAHA *LAUNDRY*
DI KECAMATAN TEMBALANG KOTA SEMARANG

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan Hormat,
Sehubungan dengan penelitian yang penulis lakukan guna penyusunan tugas akhir berupa skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, maka dengan kerendahan hati penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi anget berikut dengan jawaban yang sejujur-jujurnya. Peneliti bertanggungjawab penuh atas kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i.
Atas kesediaan dan kerja samanya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Faisal Yusuf S / 112411037

DATA PERSONAL RESPONDEN

- Nama :
- Usia :
- Jenis Kelamin *) : Laki-laki Perempuan
- Pendidikan terakhir *) : SD SMA/SLTA
 SMP/SLTP Perguruan Tinggi
- Usia usaha jasa yang anda tekuni *) : < 1 th 1 – <4 th
 4 – <7 th
 7 – <11 th 11 – <16 th
 . ≥ 16 th
- Pernah membuka usaha lain sebelum memulai usaha ini *) :
- Pernah Tidak Pernah
- Jumlah karyawan yang Anda miliki *) : Tidak Ada 1 orang
 2 orang ≥= 3 orang:
- *) pilih salah satu dengan memberi tanda (√) pada jawaban yang dipilih

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berilah tanda (√) pada jawaban yang anda pilih di lembar jawaban yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan, pendapat, dan keadaan Bapak/Ibu/Sdr/i yang sebenarnya. Berikut ini adalah keterangan opsi jawaban:

- SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

Etika Bisnis Islami

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Apakah nikmat yang saya peroleh merupakan titipan dari Allah SWT					
2	Walaupun sedang mengerjakan					

	pesanan pelanggan ritual ibadah sholat 5 waktu saya tetap terjaga					
3	Sebelum mulai mencuci pakaian anda membaca <i>basmallah</i>					
4	<i>laundry</i> milik saya memberi harga sesuai dengan kualitas jasa yang diperoleh kepada pelanggan					
5	Apakah anda merespon saran dari pelanggan yang akan menggunakan jasa anda tentang barang <i>laundry</i> nya yang bermasalah					
6	Jika terjadi gangguan pada <i>laundry</i> anda yang menyebabkan terganggu layanan kepada konsumen apakah anda memberitahunya ke pelanggan					
7	Menurut saya apakah pengusaha <i>laundry</i> lain boleh membuka kios <i>laundry</i> di dekat milik saya					
8	Persaingan harga dari pengusaha <i>laundry</i> lain membuat saya lebih bersemangat dalam menekuni usaha ini					
9	Jika saya tidak sanggup menampung pelanggan yang ingin menggunakan jasa <i>laundry</i> saya. Apakah saya mengalihkan ke pengusaha <i>laundry</i> lain					
10	<i>Laundry</i> milik saya mengganti barang cucian yang hilang / rusak karena kesalahan saya					
11	Deterjen yang anda gunakan apakah ramah lingkungan					
12	Apakah saya mengolah limbah dari <i>laundry</i> saya agar lebih aman jika dibuang ke lingkungan sekitar					

13	Hasil <i>laundry</i> yang saya kerjakan lebih baik dari sebelum saat menggunakan jasa laundry saya					
14	Menjadi pengusaha <i>laundry</i> bukan hanya untuk mencari keuntungan tapi juga untuk membantu kebutuhan pembeli					
15	Dalam menjalankan bisnis <i>laundry</i> ini saya mengutamakan kenyamanan pembeli					

Keuntungan usaha

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari semakin meningkat					
2	Pelanggan baru/hari semakin bertambah					
3	Minat pelanggan lama untuk menggunakan jasa semakin meningkat					
4	Tingkat pertumbuhan laba bersih usaha <i>laundry</i> saya semakin meningkat tiap bulannya					
5	Usaha <i>laundry</i> saya mengalami kenaikan pesanan tiap harinya					
6	Perputaran uang usaha saya semakin cepat					
7	Saya puas dengan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha / break-even point					
8	Dalam mengembalikan modal usaha <i>laundry yang digunakan</i> harian perlu waktu yang singkat					
9	Balik modal usaha <i>laundry</i> saya termasuk cepat					
10	Usaha <i>laundry</i> saya memiliki RoI/					

	laba atas investasi yang tinggi					
11	Keuntungan usaha <i>laundry</i> saya bisa untuk ditabung					
12	Tingkat keuntungan usaha <i>laundry</i> saya semakin meningkat					
13	Usaha <i>laundry</i> saya telah mencapai real profit(keuntungan yang maksimal)					
14	Keuntungan usaha <i>laundry</i> saya masih bisa berkembang					
15	Tingkat keuntungan usaha <i>laundry</i> saya semakin meningkat					

Distribusi Jawaban Variabel Etika Bisnis Islam

Frequency Table

X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	5.5	5.5	5.5
4	31	56.4	56.4	61.8
5	21	38.2	38.2	100.0
Total	55	100.0	100.0	

X2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	3.6	3.6	3.6
4	27	49.1	49.1	52.7
5	26	47.3	47.3	100.0
Total	55	100.0	100.0	

X3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1.8	1.8	1.8
4	37	67.3	67.3	69.1
5	17	30.9	30.9	100.0
Total	55	100.0	100.0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	9.1	9.1	9.1
	4	31	56.4	56.4	65.5
	5	19	34.5	34.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	42	76.4	76.4	81.8
	5	10	18.2	18.2	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	34	61.8	61.8	67.3
	5	18	32.7	32.7	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	3.6	3.6	3.6
	4	37	67.3	67.3	70.9
	5	16	29.1	29.1	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	9.1	9.1	9.1
	4	37	67.3	67.3	76.4
	5	13	23.6	23.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	14.5	14.5	14.5
	4	33	60.0	60.0	74.5
	5	14	25.5	25.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.8	1.8	1.8
	4	39	70.9	70.9	72.7
	5	15	27.3	27.3	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	33	60.0	60.0	65.5
	5	19	34.5	34.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	7.3	7.3	7.3
	4	35	63.6	63.6	70.9
	5	16	29.1	29.1	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	7.3	7.3	7.3
	4	38	69.1	69.1	76.4
	5	13	23.6	23.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.8	1.8	1.8
	4	46	83.6	83.6	85.5
	5	8	14.5	14.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

X15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	40	72.7	72.7	78.2
	5	12	21.8	21.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Distribusi Jawaban Variabel Keuntungan Usaha

Frequency Table

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	28	50.9	50.9	56.4
	5	24	43.6	43.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.9	10.9	10.9
	4	36	65.5	65.5	76.4
	5	13	23.6	23.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	7.3	7.3	7.3
	4	38	69.1	69.1	76.4
	5	13	23.6	23.6	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	12.7	12.7	12.7
	4	28	50.9	50.9	63.6
	5	20	36.4	36.4	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	7.3	7.3	7.3
	4	41	74.5	74.5	81.8
	5	10	18.2	18.2	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	14.5	14.5	14.5
	4	33	60.0	60.0	74.5
	5	14	25.5	25.5	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.9	10.9	10.9
	4	43	78.2	78.2	89.1
	5	6	10.9	10.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	14.5	14.5	14.5
	4	36	65.5	65.5	80.0
	5	11	20.0	20.0	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.9	10.9	10.9
	4	43	78.2	78.2	89.1
	5	6	10.9	10.9	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	42	76.4	76.4	81.8
	5	10	18.2	18.2	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.8	1.8	1.8
	4	39	70.9	70.9	72.7
	5	15	27.3	27.3	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	9.1	9.1	9.1
	4	38	69.1	69.1	78.2
	5	12	21.8	21.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.9	10.9	10.9
	4	39	70.9	70.9	81.8
	5	10	18.2	18.2	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	5.5	5.5	5.5
	4	40	72.7	72.7	78.2
	5	12	21.8	21.8	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Y15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.8	1.8	1.8
	4	47	85.5	85.5	87.3
	5	7	12.7	12.7	100.0
	Total	55	100.0	100.0	

Uji Validitas

Correlations

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X
X1 Pearson Correlation	1	.401**	.306*	.126	-.020	-.109	-.036	.022	-.100	.028	.100	.117	.123	.141	.259	.388**
Sig. (2-tailed)		.002	.023	.360	.887	.428	.794	.874	.468	.840	.470	.396	.373	.304	.056	.003
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2 Pearson Correlation	.401**	1	.328*	.047	-.072	-.032	-.007	.204	.227	.060	-.056	-.071	.307*	.079	.264	.447**
Sig. (2-tailed)	.002		.014	.733	.599	.818	.960	.135	.096	.662	.683	.607	.022	.565	.051	.001
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3 Pearson Correlation	.306*	.328*	1	-.004	.076	-.109	.355**	-.022	.134	-.006	-.043	.033	.027	.093	.177	.405**
Sig. (2-tailed)	.023	.014		.975	.582	.429	.008	.874	.331	.967	.755	.809	.848	.501	.195	.002
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X4 Pearson Correlation	.126	.047	-.004	1	.332*	-.044	.025	.375**	.166	.090	.209	.156	.208	-.061	.043	.463**
Sig. (2-tailed)	.360	.733	.975		.013	.750	.854	.005	.225	.513	.126	.255	.127	.660	.757	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X5 Pearson Correlation	-.020	-.072	.076	.332*	1	.216	.092	.349**	.264	.181	-.003	.308*	.062	.112	-.168	.437**
Sig. (2-tailed)	.887	.599	.582	.013		.113	.503	.009	.052	.187	.985	.022	.651	.416	.221	.001
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X6 Pearson Correlation	-.109	-.032	.109	-.044	.216	1	.268*	.048	.177	.150	.037	.159	.157	.264	-.030	.375**
Sig. (2-tailed)	.428	.818	.429	.750	.113		.048	.725	.196	.273	.788	.246	.252	.051	.828	.005
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X7 Pearson Correlation	-.036	-.007	.355**	.025	.092	.268*	1	-.002	.255	-.042	.185	.060	.047	-.072	.122	.367**
Sig. (2-tailed)	.794	.960	.008	.854	.503	.048		.987	.060	.760	.176	.665	.731	.600	.374	.006
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X8 Pearson Correlation	.022	.204	-.022	.375**	.349**	.048	-.002	1	.112	.205	.156	.190	.166	.341*	-.087	.496**
Sig. (2-tailed)	.874	.135	.874	.005	.009	.725	.987		.415	.134	.254	.164	.225	.011	.529	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X9 Pearson Correlation	-.100	.227	.134	.166	.264	.177	.255	.112	1	.090	.013	-.120	.221	-.058	.119	.431**
Sig. (2-tailed)	.468	.096	.331	.225	.052	.196	.060	.415		.512	.924	.383	.105	.674	.388	.001
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X10 Pearson Correlation	.028	.060	-.006	.090	.181	.150	-.042	.205	.090	1	.199	.064	-.021	.221	.055	.349**
Sig. (2-tailed)	.840	.662	.967	.513	.187	.273	.760	.134	.512		.145	.641	.879	.105	.692	.009
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X11 Pearson Correlation	.100	-.056	-.043	.209	-.003	.037	.185	.156	.013	.199	1	.375**	.145	-.087	-.040	.375**
Sig. (2-tailed)	.470	.683	.755	.126	.985	.788	.176	.254	.924	.145		.005	.290	.526	.770	.005
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X12 Pearson Correlation	.117	-.071	.033	.156	.308*	.159	.060	.190	-.120	.064	.375**	1	.185	.124	.068	.432**
Sig. (2-tailed)	.396	.607	.809	.255	.022	.246	.665	.164	.383	.641	.005		.177	.367	.624	.001
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X13 Pearson Correlation	.123	.307*	.027	.208	.062	.157	.047	.166	.221	-.021	.145	.185	1	-.013	.312*	.491**
Sig. (2-tailed)	.373	.022	.848	.127	.651	.252	.731	.225	.105	.879	.290	.177		.925	.020	.000
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X14 Pearson Correlation	.141	.079	.093	-.061	.112	.264	-.072	.341*	-.058	.221	-.087	.124	-.013	1	.177	.317*
Sig. (2-tailed)	.304	.565	.501	.660	.416	.051	.600	.011	.674	.105	.526	.367	.925		.196	.018
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X15 Pearson Correlation	.259	.264	.177	.043	-.168	-.030	.122	-.087	.119	.055	-.040	.068	.312*	.177	1	.359**
Sig. (2-tailed)	.056	.051	.195	.757	.221	.828	.374	.529	.388	.692	.770	.624	.020	.196		.007
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X Pearson Correlation	.388**	.447**	.405**	.463**	.437**	.375**	.367**	.496**	.431**	.349**	.375**	.432**	.491**	.317*	.359**	1
Sig. (2-tailed)	.003	.001	.002	.000	.001	.005	.006	.000	.001	.009	.005	.001	.000	.018	.007	
N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.287*	.324*	.189	.359**	-.064	.000	.045	.199	.088	.043	.133	-.031	-.214	-.025	.370**
	Sig. (2-tailed)		.033	.016	.166	.007	.642	1.00	.743	.146	.525	.757	.333	.825	.116	.858	.005
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y2	Pearson Correlation	.287*	1	.051	-.079	.015	.114	.271*	.250	.136	.277*	.214	-.111	-.089	-.009	.107	.366**
	Sig. (2-tailed)	.033		.712	.564	.912	.408	.045	.066	.323	.040	.116	.421	.516	.946	.436	.006
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y3	Pearson Correlation	.324*	.051	1	.253	.210	.111	.073	-.029	.073	.500**	-.165	.244	.086	.174	.002	.443**
	Sig. (2-tailed)	.016	.712		.063	.124	.420	.595	.835	.595	.000	.229	.073	.532	.203	.990	.001
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y4	Pearson Correlation	.189	-.079	.253	1	.424**	.247	-.059	.108	.118	.373**	-.192	.119	-.204	.049	-.032	.387**
	Sig. (2-tailed)	.166	.564	.063	.001	.069	.669	.433	.391	.005	.161	.385	.136	.725	.819	.004	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y5	Pearson Correlation	.359**	.015	.210	.424**	1	.198	.000	.169	.316*	.412**	.192	.357**	.108	.001	.035	.573**
	Sig. (2-tailed)	.007	.912	.124	.001		.147	1.00	.219	.019	.002	.160	.007	.433	.992	.800	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y6	Pearson Correlation	-.064	.114	.111	.247	.198	1	.312*	.433**	.250	.326*	.029	.121	.085	-.058	.028	.494**
	Sig. (2-tailed)	.642	.408	.420	.069	.147		.020	.001	.066	.015	.833	.380	.535	.675	.842	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y7	Pearson Correlation	.000	.271*	.073	-.059	.000	.312*	1	.133	.167	.166	.327**	-.072	.073	.157	.213	.386**
	Sig. (2-tailed)	1.00	.045	.595	.669	1.00	.020		.333	.224	.226	.015	.602	.597	.252	.118	.004
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y8	Pearson Correlation	.045	.250	-.029	.108	.169	.433**	.133	1	.333*	.240	.146	.093	.220	.032	.142	.509**
	Sig. (2-tailed)	.743	.066	.835	.433	.219	.001	.333		.013	.078	.287	.500	.107	.817	.300	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y9	Pearson Correlation	.199	.136	.073	.118	.316*	.250	.167	.333*	1	.332*	.246	.288*	.146	.157	.000	.551**
	Sig. (2-tailed)	.146	.323	.595	.391	.019	.066	.224	.013		.013	.071	.033	.289	.252	1.00	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y10	Pearson Correlation	.088	.271*	.500**	.373*	.412**	.326*	.166	.240	.332*	1	.181	.223	.181	.379**	.237	.721**
	Sig. (2-tailed)	.525	.040	.000	.005	.002	.015	.226	.078	.013		.187	.102	.187	.004	.081	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y11	Pearson Correlation	.043	.214	-.165	-.192	.192	.029	.327**	.146	.246	.181	1	.227	.285*	.132	.259	.395**
	Sig. (2-tailed)	.757	.116	.229	.161	.160	.833	.015	.287	.071	.187		.095	.035	.338	.056	.003
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y12	Pearson Correlation	.133	-.111	.244	.119	.357**	.121	-.072	.093	.288*	.223	.227	1	.219	.193	.114	.464**
	Sig. (2-tailed)	.333	.421	.073	.385	.007	.380	.602	.500	.033	.102	.095		.107	.157	.409	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y13	Pearson Correlation	-.031	-.089	.086	-.204	-.108	.085	.073	.220	.146	.181	.285*	.219	1	.298*	.239	.365**
	Sig. (2-tailed)	.825	.516	.532	.136	.433	.535	.597	.107	.289	.187	.035	.107		.027	.079	.006
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y14	Pearson Correlation	-.214	-.009	.174	.049	.001	-.058	.157	.032	.157	.379**	.132	.193	.298*	1	.503**	.370**
	Sig. (2-tailed)	.116	.946	.203	.725	.992	.675	.252	.817	.252	.004	.338	.157	.027		.000	.005
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y15	Pearson Correlation	-.025	.107	.002	-.032	.035	.028	.213	.142	.000	.237	.259	.114	.239	.503**	1	.363**
	Sig. (2-tailed)	.858	.436	.990	.819	.800	.842	.118	.300	1.00	.081	.056	.409	.079	.000		.006
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55
Y	Pearson Correlation	.370**	.366**	.443**	.387**	.573**	.494**	.386**	.509**	.551**	.721**	.395**	.464**	.365**	.370**	.363**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.006	.001	.004	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.003	.000	.006	.005	.006	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55	55

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	59.11	9.803	.225	.635
X2	59.00	9.593	.294	.624
X3	59.15	9.867	.269	.628
X4	59.18	9.448	.298	.623
X5	59.31	9.810	.310	.623
X6	59.16	9.880	.216	.636
X7	59.18	9.966	.221	.635
X8	59.29	9.432	.353	.615
X9	59.33	9.558	.258	.630
X10	59.18	10.077	.212	.636
X11	59.15	9.867	.215	.636
X12	59.22	9.655	.277	.627
X13	59.27	9.498	.353	.615
X14	59.31	10.292	.206	.637
X15	59.27	10.017	.217	.635

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	55	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	55	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	15

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	57.65	11.490	.214	.708
Y2	57.91	11.529	.213	.708
Y3	57.87	11.298	.310	.696
Y4	57.80	11.311	.212	.711
Y5	57.93	10.921	.467	.679
Y6	57.93	10.884	.343	.692
Y7	58.04	11.628	.265	.701
Y8	57.98	10.907	.371	.688
Y9	58.04	11.073	.449	.682
Y10	57.91	10.492	.648	.660
Y11	57.78	11.581	.273	.700
Y12	57.91	11.195	.331	.694
Y13	57.96	11.591	.223	.706
Y14	57.87	11.632	.240	.704
Y15	57.93	11.884	.269	.701

Analisis Regresi

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.561 ^a	.314	.301	2.979

- a. Predictors: (Constant), X
 b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215.611	1	215.611	24.297	.000 ^a
	Residual	470.316	53	8.874		
	Total	685.927	54			

- a. Predictors: (Constant), X
 b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	23.737	7.780		3.051	.004		
	X	.604	.122	.561	4.929	.000	1.000	1.000

- a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations^a

Model		X
1	Correlations	X
	Covariances	X
		1.000
		.015

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	X
1	1	1.999	1.000	.00	.00
	2	.001	38.713	1.00	1.00

a. Dependent Variable: Y

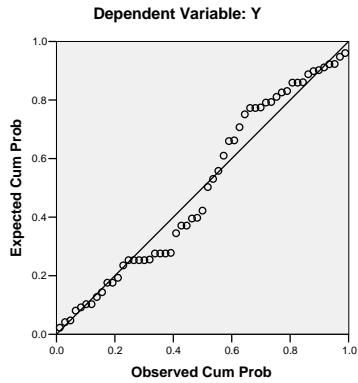
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	58.15	67.21	62.04	1.998	55
Std. Predicted Value	-1.945	2.587	.000	1.000	55
Standard Error of Predicted Value	.405	1.123	.537	.187	55
Adjusted Predicted Value	57.78	66.74	62.01	1.980	55
Residual	-5.980	5.227	.000	2.951	55
Std. Residual	-2.008	1.755	.000	.991	55
Stud. Residual	-2.030	1.771	.004	1.010	55
Deleted Residual	-6.117	5.326	.026	3.069	55
Stud. Deleted Residual	-2.094	1.809	.004	1.019	55
Mahal. Distance	.017	6.695	.982	1.573	55
Cook's Distance	.000	.157	.020	.028	55
Centered Leverage Value	.000	.124	.018	.029	55

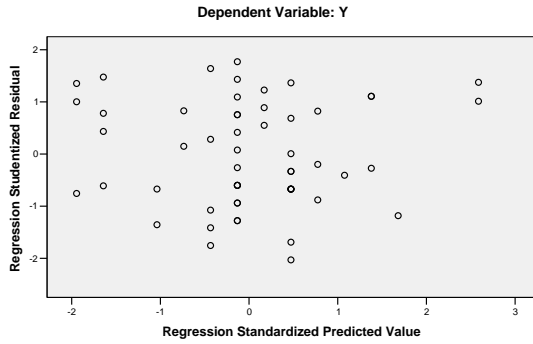
a. Dependent Variable: Y

Charts

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot



Uji Normalitas

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.95119593
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.919
Asymp. Sig. (2-tailed)		.367

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: ABSUT

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.021 ^a	.000	-.018	1.40505

a. Predictors: (Constant), X

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.046	1	.046	.024	.879 ^a
	Residual	104.630	53	1.974		
	Total	104.677	54			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: ABSUT

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.140	3.670		.856	.396
	X	-.009	.058	-.021	-.153	.879

a. Dependent Variable: ABSUT

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Faisal Yusuf Saputra
2. Tempat & tgl Lahir : Semarang, 1 Maret 1993
3. Alamat Rumah : Jl. Wonodri Krajan II no 458 B Rt
05 / Rw 01 kelurahan Wonodri
Kecamatan Semarang Selatan Kota
Semarang
4. HP : 085740600650
5. E- mail : fsaputra56@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal:
 - a. SDN Wonodri 01 Lulus tahun 2005
 - b. SMPN 39 Semarang Lulus tahun 2008
 - c. SMAN 11 Semarang Lulus tahun 2011

C. Prestasi Akademik :

D. Nama Orang Tua

- Bapak : Drs. A.M. Kusrin
Ibu : Kuzaekah
Alamat : Jl. Wonodri Krajan II no 458 B Rt
05 / Rw 01 kelurahan Wonodri
Kecamatan Semarang Selatan Kota
Semarang
- Pekerjaan Bapak : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Wiraswasta