

**PENGARUH ETIKA BISNIS ISLAM DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU  
BISNIS SYARIAH PADA PENGURUS HIPSI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu(S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam



*Oleh :*

Nama : Farid Hidayat

NIM : 112411038

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

**2018**

Dr. Ari Kristiin Prastyoningrum, S.E., M.Si.  
Sewan RT 04/RW IV Puduk Payung

H. Dede Rodin, L.c., M.Ag.  
Jl. Sunan Bonang No. 13-15 Ngaliyan Semarang

---

---

### PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 (empat) eksemplar  
Hal : Naskah Skripsi  
a.n. Farid Hidayat

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Walisongo Semarang

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan memperbaiki seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi mahasiswa di bawah ini:

N a m a : Farid Hidayat  
NIM : 112411038  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus HIPSI Kota Semarang

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi mahasiswa tersebut dapat segera di munaqasyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

Semarang, 25 Juli 2018

Pembimbing I



Dr. Ari Kristiin P, S.E., M.Si.  
NIP. 197905122005012004

Pembimbing II



Dede Rodin, L.c., M.Ag.  
NIP. 197204162001121002



KEMENTERIAN AGAMA R.I  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Prof. Dr. Hamka Km. 2 Kampus III Ngaliyan Telp. 024-7608454 Semarang 50185

### PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus HIPSI Kota Semarang**

Penulis : **Farid Hidayat**

NIM : 112411038

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Telah diujikan dalam sidang *munaqasyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo dan dinyatakan LULUS, pada tanggal :

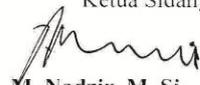
**23 Juli 2018**

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Srata 1 tahun akademik 2017/2018

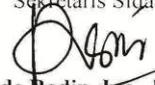
Semarang, 25 Juli 2018

### DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang

  
**M. Nadzir, M. Si.**  
NIP. 197309232003121002

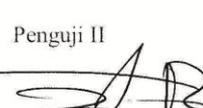
Sekretaris Sidang

  
**H. Dede Rodin, L.c., M.Ag.**  
NIP. 197204162001121002

Penguji I

  
**Dr. Muhlis, M. Si.**  
NIP. 196101171988031002

Penguji II

  
**Prof. Dr. H. Mujiyono, M.A.**  
NIP. 195902151985031005

Pembimbing I

  
**Dr. Ari Kristi P, S.E., M.Si.**  
NIP. 197905122005012004

Pembimbing II

  
**H. Dede Rodin, L.c., M.Ag.**  
NIP. 197204162001121002

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 25 Juli 2018

Deklarator,



**Farid Hidayat**

**NIM 112411038**

## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri... (Q.S. Ar-Ra'ad : 11)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Almarhum Ayah Sutomo H.S. dan Ibu tercinta Khotimah yang telah mendidik dan senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, do'a dan perjuangan yang tak pernah ada habisnya.
2. Kakak-kakak dan adikku tersayang Suhariyanto, Sugeng Arfianto, Diyanto Budi Utomo dan Eva Nur Sigit yang selalu memberikan kasih sayang, bantuan dan dukungan dalam segala hal.
3. Ovek, Farizi, Gita, Irma, Eliya, AL, Via, Ali, dkk yang jadi pendekar keren, terimakasih sudah menjadi bagian keluarga di Kedai Ongklok Sekuter sehingga mampu terus berkembang dan tambah maju.
4. Nasul, Azwin, Fauzan, Surur, Ipan, Riyan dkk terimakasih sudah menjadi bagian dari keluarga Roti Bakar Sekuter21 dan telah memajukannya.
5. Sahabat-sahabati Amplas 2011, Rahmad, Rina, Sopi, Sabiq, Faiz, Ciluth, Fauzi, Oephil, Rifan, Irvak, Umam, Majid, Muhajirin, Mustakim, Najih, Angga, Wida, Nisa, Winda, Ana, Riah, Sulis, Titis, dkk sudah berproses bareng di PMII.
6. Para Wadyabala 2012, Rifan, Lana, Cokro, Fuhat, Arip, Mustakim, Rozi, Beni, Nastain, Fia, Wilud, Zizi, Niha, Faiz, Irma, Lia tanpa kalian saya tak sekoplak ini.
7. Teman-teman Invest, Justisia, KMW, KOPMA, dkk.

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Religiusitas terhadap Perilaku Usaha Syariah (Studi Kasus pada Anggota HIPSI Kota Semarang)”.

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan pada junjungan baginda Nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-nya yang kita nantikan syafa’atnya kelak di yaumul qiyamah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat tersusun berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Dr. Ahmad Furqon, Lc., MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam.
4. Dr. Ari Kristin P, M.Si. selaku pembimbing I dan Dede Rodin, M.Ag. selaku pembimbing II terimakasih atas bimbingan, arahan, saran, dan kesediaan waktu yang diberikan dari awal hingga selesainya skripsi ini.
5. Segenap dosen dan tenaga kependidikan di lingkungan FEBI yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di UIN Walisongo Semarang.
6. Bapak Fatah Rosihan Affandi selaku ketua Himpunan Pengusaha Santri Indonesia Kota Semarang yang telah memberikan bantuan dan izin untuk penelitian di HIPSI Kota Semarang.
7. Almarhum ayah Sutomo H.S. dan Ibu tercinta Khotimah yang telah memberikan kasih sayang yang tak henti serta do’a dan ridho kalian sehingga mengantarkan saya menjadi sarjana dan pengusaha.
8. Semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang terbaik dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf atas segala kekurangan tersebut. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca. Amin.

Semarang, 25 Juli 2018

Penulis

Farid Hidayat

112411038

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor dan Alternatif Jawaban Kuesioner .....	45
Tabel 3.2 Operasional variabel penelitian .... ..	46
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden .....	58
Tabel 4.2 usia responden .....	59
Tabel 4.3 tingkat pendidikan responden .....	60
Tabel 4.4 Frekuensi jawaban responden pada variabel etika bisnis Islam.....	61
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Religiusitas .....	62
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel perilaku bisnis syariah .....	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas dengn Metode Kolmogrov Smirnov.....	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser.....	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.12 Hasil Regresi Berganda .....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan ( Uji F ) .....	77

## **DARTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-P Plot .....	69

## ABSTRAK

Islam sebagai agama yang dianut oleh anggota HIPSI (Himpunan Pengusaha Santri Indonesia) Kota Semarang, memiliki sumber hukum berupa Al Qur'an dan sunnah Rasul. Di dalam kedua sumber hukum tersebut terdapat aturan mengenai tata cara bisnis yang beretika. Sebagai seorang muslim, hendaknya dalam melakukan aktivitas bisnis perlu dilandasi oleh perilaku etis yang sesuai dengan ajaran Islam. Diantara faktor yang mempengaruhi perilaku etis seseorang adalah faktor ibadah, dimana ibadah menunjukkan seberapa jauh religiusitas seseorang. Bagaimana seseorang menginterpretasikan hukum Islam dalam berbisnis menunjukkan seberapa jauh pengetahuannya mengenai etika bisnis Islam. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh antara etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua anggota HIPSI Kota Semarang, sedangkan sampel yang diambil yaitu anggota yang sudah mempunyai KTA (Kartu Tanda Anggota). Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden, selanjutnya data yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Untuk menguji hipotesis, digunakan uji parsial (t test) dan untuk mengetahui kontribusi variabel dependen terhadap variabel independen, digunakan uji koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>).

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh variabel etika bisnis Islam (X1) terhadap variabel perilaku bisnis syariah (Y) adalah negatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketika kesadaran etika bisnis tinggi justru akan menurunkan perilaku bisnis syariah meskipun tidak signifikan. Sebagaimana dinotasikan dalam uji t variabel etika bisnis Islam (X1) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,078 yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (2,086) dengan nilai probabilitas signifikansi 0,939 (lebih besar dari 0,05). Sedangkan untuk pengaruh variabel religiusitas (X2) terhadap variabel perilaku bisnis syariah (Y) adalah positif. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketika tingkat religiusitasnya tinggi akan menaikkan perilaku bisnis syariah. Sebagaimana dinotasikan dalam uji t variabel religiusitas (X2) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,652 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2,086) dengan probabilitas signifikansi 0,358 (lebih besar dari 0,05).

Kata kunci : religiusitas, etika bisnis islami, perilaku.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>DEKLARASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Kerangka Teori .....	9
2.1.1 Etika Bisnis Islam .....	9
2.1.1.1 Pengertian Etika Bisnis Islam .....	9
2.1.1.2 Dasar Etika Bisnis Islam .....	11
2.1.2 Religiusitas .....	19
2.1.2.1 Pengertian Religiusitas .....	19
2.1.2.2 Dimensi Religiusitas .....	23

2.1.3	Perilaku Bisnis Syariah .....	26
2.1.3.1.	Pengertian Perilaku Bisnis Syariah .....	26
2.1.3.2.	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Bisnis Syariah .....	33
2.1.3.3.	Orientasi Bisnis dalam Islam.....	37
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	39
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritik .....	42
2.4.	Hipotesis .....	42

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.	Jenis dan Sumber Data .....	43
3.2.	Populasi dan Sensus .....	43
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	44
3.4.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	45
3.5.	Metode Analisis Data .....	46
3.5.1	Uji Validitas .....	47
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	47
3.5.3	Uji Asumsi Klasik .....	48
3.5.3.1	Uji Normalitas .....	48
3.5.3.2	Uji Heteroskedastisitas .....	49
3.5.3.3	Uji Multikolinearitas .....	50
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda .....	51
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi .....	51
3.5.6	Uji Parsial ( Uji t) .....	52
3.5.7	Uji Simultan ( Uji f) .....	53

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1.	Gambaran Umum.....	55
4.1.1	Sejarah Himpunan Pengusaha Santri Indonesia .....	55
4.1.2	Visi - Misi .....	56
4.1.3	Struktur Organisasi Himpunan Pengusaha Santri Kota Semarang	57
4.2.	Karakteristik Responden .....	58

4.2.1	Jenis Kelamin Responden .....	58
4.2.2	Usia Responden .....	59
4.2.3	Tingkat Pendidikan Responden .....	60
4.3.	Deskripsi Variabel Penelitian .....	60
4.3.1.	Etika Bisnis Islam .....	61
4.3.2.	Religiusitas .....	62
4.3.3.	Perilaku Bisnis Syariah .....	63
4.4.	Uji Validitas .....	65
4.5.	Uji Reliabilitas .....	67
4.6.	Uji Asumsi Klasik .....	68
4.6.1.	Uji Normalitas .....	68
4.6.2.	Uji Heteroskedastisitas .....	70
4.6.3.	Uji Multikolinearitas .....	71
4.7.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	72
4.8.	Uji Koefisien Determinasi .....	74
4.9.	Uji Parsial (Uji t) .....	74
4.10.	Uji Simultan ( Uji F) .....	76
4.11.	Pembahasan .....	77

## **BAB V PENUTUP**

5.1.	Kesimpulan .....	81
5.2.	Saran .....	81
5.3.	Penutup .....	82

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian adalah kebutuhan setiap manusia di dalam memenuhi dan mengakselerasi tatanan kehidupan sehari-hari. Disadari atau tidak setiap interaksi terdapat perekonomian dari segi pertanian, perdagangan, perindustrian dan banyak lagi yang lainnya. Oleh karena itu manusia tidak dapat dipisahkan dengan aktifitas ekonomi karena ekonomi adalah roda kehidupan yang selalu berputar yang mengantarkan manusia kearah perubahan untuk menjadi lebih sejahtera.<sup>1</sup>

Bumi tempat kita tinggal di dunia ini menurut keyakinan agama Islam diciptakan oleh Allah Yang Maha Esa. Allah menyiapkan dan mengatur segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia sebagai *khalifah fil ardhi* dengan selengkap-lengkapannya. Ada tanah, air, udara, tumbuh-tumbuhan, hewan, tambang, mineral, dan sebagainya. Manusia yang ditugasi oleh Allah tinggal mengelolanya dengan sebaik-baiknya.<sup>2</sup> Oleh karena itu, Allah memberikan kemudahan kepada manusia untuk memakmurkan bumi. Allah menyeru manusia untuk berkecimpung di dunia ekonomi, bekerja dan berusaha dengan sungguh-sungguh sehingga menjadi anggota yang bekerja dalam sebuah masyarakat, baik untuk kepentingan diri sendiri maupun orang lain. Allah SWT berfirman:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَأَمْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ ﴿١٥﴾

---

<sup>1</sup> Heri Irawan, Skripsi, “Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”, (Makassar: UIN Alauddin Makasar, 2017), hlm. 1.

<sup>2</sup> M. Ma’ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014, hlm. 2.

Artinya : “Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kalian, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kalian (kembali setelah) dibangkitkan.” (QS. Al-Mulk : 15)<sup>3</sup>

Islam telah mengajarkan bahwa aktifitas ekonomi tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai dasar yang telah ditetapkan dalam al-Qur’an, hadist Nabi dan sumber-sumber ajaran Islam lainnya, sebagaimana ekonomi konvensional, ekonomi Islam juga membicarakan tentang aktifitas manusia dalam mendapatkan dan mengatur harta material ataupun non material dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup sebagai manusia baik secara individual maupun kolektif yang menyangkut perolehan, pendistribusian ataupun penggunaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, hanya saja dalam ekonomi Islam segala aktifitas ekonomi tersebut harus didasarkan pada norma dan tata aturan ajaran Islam yang terdapat dalam al-Qur’an dan hadis serta sumber ajaran Islam lainnya.<sup>4</sup>

Dalam notulasi sejarah Islam, tercatat sahabat-sahabat Nabi hasil didikan beliau yang memelihara harta kekayaan, seperti Utsman bin Affan, Abdurrahman bin Auf, dan Sa’ad bin Abi Waqqash ra.<sup>5</sup> Mereka masuk agama Islam bukan karena diperangi, akan tetapi karena terimplementasi oleh etika pedagang-pedagang dari kalangan muslimin.<sup>6</sup> Karena kegiatan perdagangan atau bisnis tidak pernah luput dari sorotan etika.<sup>7</sup>

Menurut asal kata, “etika” berasal dari bahasa Yunani (*ethos*) yang antara lain berarti adat istiadat (*customs*) atau aturan-aturan dalam hidup manusia.<sup>8</sup> Dalam rumusan yang lain etika adalah prinsip, norma, dan standar perilaku yang mengatur individu maupun kelompok yang membedakan apa yang benar dan apa yang salah.<sup>9</sup> Dalam khasanah pemikiran Islam, etika atau al-akhlak dipahami sebagai ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk,

---

<sup>3</sup> Asyraf Muhammad Dawwabah, *Bisnis Rasulullah*, Semarang: Pustaka Nuun, 2008, hlm. 14-15.

<sup>4</sup> Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi)*, Cet I, Jakarta: Kencana, 2015, hlm. 6

<sup>5</sup> Dawwabah, *Bisnis...*, hlm. 55.

<sup>6</sup> Ibid.

<sup>7</sup> K. Bertens, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 2000, hlm. 36.

<sup>8</sup> William Chang, *Etika dan Etiket Bisnis*, Yogyakarta: PT Kanisius, 2016, hlm. 15.

<sup>9</sup> Abdullah, *Manajemen ...*, hlm. 33.

menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada lainya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia didalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang akan diperbuat.<sup>10</sup>

Menurut etika bisnis Islam, setiap pelaku bisnis (wirausaha) dalam berdagang hendaknya tidak semata-mata bertujuan mencari keuntungan sebesar-besarnya, akan tetapi yang paling penting adalah mencari keridhaan dan mencapai keberkahan atas rezeki yang diberikan oleh Allah SWT.<sup>11</sup> Profit bukanlah semata-mata tujuan yang harus selalu diutamakan. Dunia bisnis juga harus berfungsi sebagai sosial dan harus dioperasikan dengan mengindahkan etika-etika yang berlaku di masyarakat. Para pengusaha juga harus menghindari dari upaya yang menyalahgunakan segala cara untuk mengejar keuntungan pribadi semata tanpa peduli berbagai akibat yang merugikan pihak lain, yaitu masyarakat luas.<sup>12</sup>

Pebisnis muslim harus berpegang teguh pada etika Islam, karena ia mampu membuat bisnis sukses dan maju, agar menjadi orang yang shaleh dalam melakukan semua amal perbuatan dalam kapasitasnya sebagai *khalifah* di muka bumi, yang mempunyai kelebihan dibanding dengan pebisnis yang lain.<sup>13</sup> Muhammad SAW merupakan pelaku bisnis yang menjadi model terbaik dalam praktik perniagaan di zaman *Jahiliyah*. Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya, dimana Muhammad SAW selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain: kejujuran, amanah, tepat menimbang, menjauhi praktik *gharar*, tidak melakukan penimbunan barang (*ikhtikar*), tidak melakukan

---

<sup>10</sup> Ibid, hlm. 34.

<sup>11</sup> Emi Setyaningsih, “*Etika Bisnis Islam (Perspektif Islam, Etika Bisnis Konvensional dan Perbedaannya)*”, 2016. Diakses dari <http://ernindo.blogspot.co.id/2018/03/etika-bisnis-islam-perspektif-islam.html>. 28 Maret 2018

<sup>12</sup> Desy Astrid Anindya, “*Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua*”, At-Tawassuth, Vol. II, No. 2, 2017, hlm . 390.

<sup>13</sup> Dawwabah, *Bisnis...*, hlm. 56

*al-ghabn, tadlis* dan saling menguntungkan.<sup>14</sup> Kita sebagai umatnya harus bisa meneladani dengan menerapkan akhlak berbisnis Nabi pada zaman sekarang. Apalagi zaman sekarang dengan segala teknologi yang ada, sebagai umat muslim sebaiknya bisa meneladani beliau untuk menjadi umat yang unggul secara ekonomi.<sup>15</sup>

Seorang Muslim yang mempunyai tingkat keagamaan (religiusitas) yang tinggi juga akan selalu berupaya untuk menjalankan syariat Islam. Dengan memegang teguh ajaran Islam, manusia akan memiliki kualitas sikap yang terpuji sebagai identitas keislamannya dan dapat terlihat dari perilaku sehari-hari baik dalam hubungannya dengan sesama manusia maupun perilakunya dalam berbisnis. Namun, pada kenyataannya masih dijumpai para pelaku bisnis muslim yang menjalankan bisnisnya belum sesuai dengan syariat Islam atau seperti apa yang telah dicontohkan oleh Muhammad SAW. Artinya, pelaku bisnis muslim belum sepenuhnya mempunyai perilaku yang etis.

Perilaku etis seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor tersebut adalah faktor ibadah. Ibadah yang diajarkan Rasulullah SAW mempunyai peranan penting dalam pembentukan perilaku yang baik. Dalam hal ini, tingkat ibadah seseorang mampu menunjukkan seberapa jauh religiusitas yang dimiliki orang tersebut. Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku etis adalah interpretasi terhadap hukum. Bagaimana seseorang menginterpretasikan hukum Islam dalam berbisnis menunjukkan seberapa jauh pengetahuannya mengenai etika bisnis Islam yang sesungguhnya.

Tata nilai tersebut digunakan sebagai regulator kehidupan untuk mencegah kerusakan yang ditimbulkan oleh tingkah laku manusia yang cenderung egois dan liar. Tata nilai itulah yang disebut dengan etika. Seruan untuk menerapkan nilai-nilai etika sebagaimana

---

<sup>14</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islami dalam Praktik Bisnis Rasulullah*, Jurnal Walisongo, Volume 19, Nomor 1, 2011, hlm. 146.

<sup>15</sup> [Pcinujepang.org/2018/03/07/muslimpreneur-2018-santri-lulusan-jepang-siap-berbisnis/](http://Pcinujepang.org/2018/03/07/muslimpreneur-2018-santri-lulusan-jepang-siap-berbisnis/)

diungkapkan diatas, terjadi di setiap sudut kehidupan duniawi dan pada setiap zaman. Karena jika tidak, niscaya tidak ada tolak ukur nilai kebajikan dan kejahatan, kebenaran dan kebatilan, kesempurnaan dan kekurangan, dan lain sebagainya.

Seiring dengan perkembangan zaman, bisnis di Indonesia telah mengalami kemajuan yang begitu pesat. Adanya budaya konsumtif akibat dari perkembangan zaman tersebut semakin memacu para pelaku bisnis untuk berusaha menyediakan kebutuhan dan keinginan masyarakat. Setiap harinya muncul pelaku bisnis yang mengenalkan produknya dengan kreativitas dan inovasi baru. Bahkan, kegiatan bisnis sendiri sudah merambah di berbagai pihak masyarakat, sehingga hal ini menyebabkan adanya persaingan yang semakin kompetitif.

Jika dilihat dari fenomena yang ada, banyak dijumpai pelaku bisnis yang bersikap amoral di tengah persaingannya. Tujuannya adalah untuk memenangkan persaingan yang bermuara pada perolehan keuntungan yang sebesar-besarnya. Secara internal seorang pelaku bisnis mempersepsikan bahwa bisnis adalah bisnis, karena itu aktivitas bisnis adalah netral. Dalam arti aspek etika tidak ada kompetensi untuk terlibat di dalamnya. Dengan demikian , pelaku bisnis bebas meraih keuntungan sebesar-besarnya dengan cara apapun tanpa peduli kepentingan pihak lain.<sup>16</sup> Sikap ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan konsep ,manfaat yang lebih luas pada kegiatan ekonomi, menjunjung tinggi asas-asas keadilan, serta menjunjung tinggi etika dan norma hukum dalam kegiatan ekonomi.

Bisnis dan etika adalah sesuatu yang berkaitan. Etika terdiri dari seperangkat peraturan yang memonitor perilaku manusia serta menerapkan suatu perbuatan baik ataupun buruk sehingga setiap tindakan dapat ditinjau dari segi moralnya. Bisnis adalah kegiatan manusia dan karena itu harus dinilai dari sudut etika. Adanya nilai etika yang dipatuhi dalam

---

<sup>16</sup>Muhammad Djakfar, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas*, Malang: UIN Malang Press, 2009, hlm. 133.

bisnis, sangat diperlukan untuk menciptakan suatu ketertiban dan keadilan dalam masyarakat. Namun pertanyaannya bagaimanakah bentuk-bentuk etika bisnis yang dikehendaki dalam Islam itu sendiri, untuk kemudian dipraktekkan dalam dunia bisnis global dan apakah masih relevan etika bisnis tersebut diterapkan pada masa sekarang. Jelas bahwa bisnis Islam secara pokok berbeda dengan pengertian modern tentang bisnis. Bisnis dalam Islam dihubungkan dengan moral sedangkan dalam modern tidak demikian.<sup>17</sup>

Implementasi nilai-nilai moral dalam kehidupan perdagangan harus disadari secara personal oleh pelaku usaha, artinya setiap pengusaha boleh saja berdagang dengan tujuan mencari keuntungan yang sebesar-besarnya, tetapi dalam Islam bukan sekedar mencari keuntungan sebesar-besarnya tetapi juga keberkahan. Berdasarkan pemaparan diatas, jelas bahwa saat ini banyak pengusaha yang tidak mementingkan etika dalam berbisnis. Yang penting bagi mereka adalah bagaimana mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Ditengah persaingan bisnis yang semakin memanas, ada sekumpulan pengusaha yang hadir membawa konsep Islam di dalam bisnisnya, yaitu HIPSI ( Himpunan Pengusaha Santri Indonesia).

Oleh karena itu, penulis bermaksud menganalisis para pengusaha yang ikut menjadi anggota HIPSI ini. HIPSI dengan latar belakang santri inilah para pengusaha mempunyai pengetahuan tentang nilai-nilai etika karena sudah dibekali dari pesantren. Selain itu tingkat keagamaan (religiusitas) para santri yang sudah dididik lebih matang saat di pesantren yang membekali para pengusaha. Menurut Fatah (ketua HIPSI Kota Semarang), HIPSI bukan hanya sekumpulan pengusaha yang berlatar belakang santri saja, tapi juga menyatronkan pengusaha.

---

<sup>17</sup> Elida Eldi Barus, Nuriani, "Implementasi Bisnis Islam Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan", Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Volume 2 Nomor 2, September 2016,

Dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah Pada Pengurus HIPSI Kota Semarang”**. Karena kita ketahui banyaknya pelaku bisnis yang masih menghalalkan segala cara sedangkan mereka sebagian besar muslim, akan tetapi belum menerapkan bisnis secara syariah seperti apa yang telah dicontohkan oleh Muhammad SAW.

## **1.2. Rumusan Masalah**

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

1. Seberapa besar pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku bisnis syariah pada pengurus HIPSI Kota Semarang.
2. Seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah pada pengurus HIPSI Kota Semarang.

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku bisnis syariah pada pengurus HIPSI Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah pada pengurus HIPSI Kota Semarang.

## **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 etika bisnis Islam dan religiusitas serta pengaruhnya terhadap perilaku bisnis syariah.

## 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 etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah.

## 3. Bagi Masyarakat Luas

Sebagai wacana dan pengetahuan tentang pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

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

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

Bab II Tinjauan pustaka yang menjelaskan deskripsi teori tentang etika bisnis Islam, religiusitas, perilaku bisnis syariah, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teori, 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 HIPSI Kota Semarang, 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. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut asal kata, “etika” berasal dari bahasa Yunani (*ethos*) yang antara lain berarti adat istiadat (*customs*) atau aturan-aturan dalam hidup manusia. Etika terkait dengan yang benar, yang salah dan apa yang seharusnya dan tidak seharusnya dilakukan.<sup>18</sup>

Etika menurut Al-Qur’an secara langsung adalah *al-khuluq* dari kata dasar *khaluqa-khuluqan* yang berarti tabiat, budi pekerti, kebiasaan. *Khuluq* berasal dari kata dasar *khaluqa* sangat berdekatan dengan kata dasar *khaluqa-khaluqan* yang berarti menjadikan, menciptakan. Dari kata *khaluqa* berubah bentuknya menjadi *al-khaliq* yang berarti pencipta dan *al-makhluk* yang berarti diciptakan. Sedangkan dari *khaluqa-khuluq* perubahannya menjadi *al-akhlaq* yang kemudian dikenal menjadi sebuah ilmu yang berdiri sendiri.<sup>19</sup>

Persamaan asal kata dan perubahannya antara *akhlaq-khuluq* dan *khaluqa-khuluqan*. Adakah hubungan *khaluqa* yang berarti mencipta, membuat dengan *khuluq* yang berarti kebiasaan atau perangai? Dalam *akhlaq* pada hakekatnya harus ada kehendak dan itikad manusia dalam menciptakan perbuatannya. Dengan demikian berarti akhlak sebagai perangai tidak akan terwujud bila manusia tidak berupaya untuk “menciptakannya” baik dengan niat dan itikad, maupun dengan usaha yang

---

<sup>18</sup> William Chang, *Etika dan Etiket Bisnis*, Yogyakarta: PT Kanisius. 2016, hlm 15.

<sup>19</sup> Abdullah, *Manajemen .....*, hlm 45.

terus menerus. Dari proses itu kemudian menjadi kesadaran dan perangai yang otomatis.<sup>20</sup>

Di dalam Al-Qur'an kata khuluq itu disebutkan dua kali, pertama disebut dalam ayat;

إِنَّ هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ ﴿١٣٧﴾

“ (Agama Kami) ini tidak lain hanyalah adat kebiasaan orang dahulu” (QS. Asy-Syu'ara, 137).

Dan kedua, dalam pengertian luhur sebagaimana disebut dalam ayat;

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

“Dan Sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung” (QS. AL-Qalam, 4).

Dengan demikian berbudi pekerti yang luhur inilah yang dimaksud dengan akhlak. Sedangkan kata akhlak sendiri terambil secara jelas dari hadis Nabi Muhammad SAW, “Sesungguhnya Aku diutus menyempurnakan akhlak” (HR. Ahmad).<sup>21</sup>

Karena adanya pengertian *khuluq-akhlaq* yang pada intinya merupakan gambaran atau studi kritis tentang perilaku manusia dari sudut pandang kebaikan dan keburukan, maka etika menurut konsepsi Al-Qur'an dapat dikembangkan dari terma-terma yang terkait langsung dengan ruang lingkup akhlak, misal *al-khair*, *al-birr*, *al-qist*, *al-adl*, *al-haqq*, *al-ma'ruf*, *at-taqwa*, *ash-shalihah*, *asy-syayyi'at*, *asy-syar* dan lain-lain.

---

<sup>20</sup>Ibid.

<sup>21</sup>Ibid.

Etika dalam persepsi Al-Qur'an bersifat humanistik dan rasionalistik. Humanistik dalam pengertiannya mengarahkan manusia pada pencapaian hakekat kemanusiaan yang tertinggi dan tidak bertentangan dengan fitrah manusia itu sendiri. Sebaliknya bersifat rasionalistik bahwa semua pesan - pesan yang diajarkan Al-Qur'an terhadap manusia sejalan dengan prestasi rasionalitas yang tertuang dalam karya-karya para filsaf.<sup>22</sup>

Pesan-pesan Al-Qur'an seperti ajakan kepada kebenaran, keadilan, kejujuran, kebersihan, menghormati orang tua, bekerja keras, cinta ilmu semuanya tidak ada yang bertentangan dengan kedua sifat diatas. Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa secara normatif etika dalam Al-Qur'an tidak memperlihatkan sebagai struktur yang berdiri sendiri dan terpisah dari struktur lainnya, sebagaimana dapat dipahami dari ilmu akhlak.<sup>23</sup>

#### **2.1.1.2. Dasar Etika Bisnis Islam**

Sistem etika bisnis secara umum memiliki perbedaan mendasar dibanding sistem etika barat. Pemaparan pemikiran yang melahirkan perjalanan yang dinamis dengan cirinya yang berubah-ubah dan bersifat sementara sesuai 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 ekstrinitas baru dimana cenderung merenggut manusia dan ketertiban duniawi dibandingkan sudut lain yang sangat mengemukakan rasionalisme dan keduniawian. Sedangkan dalam islam mengajarkan kesatuan hubungan antar manusia dengan penciptanya. Kehidupan totalitas

---

<sup>22</sup>Ibid, hl., 47.

<sup>23</sup> Ibid.

duniawi dan ukhrawi dengan berdasarkan sumber utama yang jelas 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.<sup>24</sup>

#### 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.<sup>25</sup>

Konsep ini dimaksudkan bahwa sumber etika islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap keesaan Tuhan. Alam semesta termasuk manusia adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhlukNya. Konsep tauhid ( dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan

---

<sup>24</sup> Faisal Badroen, et al, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana, 2006, hlm. 15.

<sup>25</sup> Syed Nawab Ha[dar Naqvi, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, Terj. Husin Anis dan Asep Hikmat, Bandung: Mizan, 1985, hlm. 77

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 ini sendiri bersumber pada kerangka konseptual masyarakat 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.<sup>26</sup>

## 2) Keadilan / Keseimbangan

Dalam beraktifitas 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).

---

<sup>26</sup> Ibid

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.<sup>27</sup> Oleh 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 kemampuannya. Individu diciptakan dengan kapabilitas,

---

<sup>27</sup> Mohammad Hidayah, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Jakarta: Teraju, 2003, hlm. 3.

ketrampilan, intelektualitas dan talenta yang berbeda-beda. Oleh karenanya, manusia secara instingtif diperintah untuk hidup bersama, bekerja bersama, 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, dimana pasar tidak mengharapkan adanya intervensi dari pihak mana pun, tak terkecuali negara dengan otoritas penentuan harga atau private sektor dengan kegiatan monopolistik.<sup>28</sup>

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 terjadinya perubahan permintaan dan perubahan penawaran. Harus diyakini nilai konsep islam tidak memberikan ruang kepada intervensi dan pihak mana pun untuk menentukan harga, kecuali karena adanya kondisi darurat yang kemudian menuntut pihak-pihak tertentu untuk ambil bagian menentukan harga.

---

<sup>28</sup> Ibid.

Konsep ini juga bisa 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 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, dimana 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 seorang 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, infaq, dan sedekah. Keseimbangan antara kepentingan

individu dan kolektif inilah yang menjadi pendorong bagi 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.<sup>29</sup>

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

---

<sup>29</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012, hlm. 30.

- 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 atas 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 pada diri sendiri karena manusia bebas berkehendak sehingga tidak mungkin dipertanggungjawabkan pada orang lain.<sup>30</sup>

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.

---

<sup>30</sup> ibid

## 5) Ihsan

Ihsan (kebaikan) artinya melaksanakan perbuatan baik yang mendapatkan 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.

Kemurahan hati yang berlandaskan pada prinsip keihlasan diaplikasikan dalam bentuk perilaku kesopanan dan kesantunan, pemaaf, mempermudah kesulitan orang lain dan sebagainya. Sementara motif pelayanan diartikan sebagai sebuah organisasi bisnis yang 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 dengan menjalankan bisnis harus diniatkan sebagai wujud ibadah untuk mengingat Allah.<sup>31</sup>

### **2.1.2. Religiusitas**

#### **2.1.2.1. Pengertian Religiusitas**

---

<sup>31</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009, hlm. 151.

Religiusitas merupakan kata kerja dari kata *religion* (agama). Agama dianggap sebagai kata yang berasal dari bahasa sansekerta yang artinya “tidak kacau”. Agama diambil dari dua akar suku kata, yaitu *a* yang berarti “tidak” dan *gama* yang berarti “kacau”. Hal ini mengandung pengertian bahwa agama adalah suatu peraturan yang mengatur kehidupan manusia agar tidak kacau. Menurut inti makna yang khusus, kata *religion* berasal dari bahasa latin *religio* yang akar katanya adalah *religere* yang berarti mengikat.<sup>32</sup> Karena itu agama mengandung arti ikatan yang harus dan dipatuhi manusia.

Dalam bahasa Arab, agama dikenal dengan kata *al-din* dan *al-milah*. Kata *al-din* sendiri mengandung berbagai arti. Ia bisa berarti *al-mulk* (kerajaan), *al-khidmat* (pelayanan), *al-izz* (kejayaan), *al-dzull* (kehinaan), *al-ikrah* (pemaksaan), *al-ihsan* (kebajikan), *al-adat* (kebiasaan), *alibadat* (pengabdian), *al-qahr wa al-sulthan* (kekuasaan dan pemerintahan), *altadzallul wa al-khudu* (tunduk dan patuh), *al-tha'at* (taat), *al-islam al-tauhid* (penyerahan dan mengesakan Tuhan).<sup>33</sup>

Secara definitif, menurut Hasan Nasution sebagaimana dikutip oleh Jalaludin dalam buku psikologi agama, agama adalah:

1. Pengakuan terhadap adanya hubungan manusia dengan kekuatan gaib yang harus dipatuhi.
2. Pengakuan terhadap adanya kekuatan gaib yang menguasai manusia.

---

<sup>32</sup> Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2000, hlm. 13.

<sup>33</sup> Ibid

3. Mengikat diri pada suatu bentuk hidup yang mengandung pengakuan pada suatu sumber yang berada di luar diri manusia dan yang mempengaruhi perbuatan-perbuatan manusia.
4. Kepercayaan pada suatu kekuatan gaib yang menimbulkan cara hidup tertentu.
5. Suatu sistem tingkah laku yang berasal dari kekuatan gaib.
6. Pengakuan terhadap adanya kewajiban-kewajiban yang diyakini bersumber pada kekuatan gaib.
7. Pemujaan terhadap kekuatan gaib yang timbul dari perasaan lemah dan perasaan takut terhadap kekuatan misterius yang terdapat dalam alam sekitar manusia.
8. Ajaran-ajaran yang diwahyukan Tuhan kepada manusia melalui seorang rasul.<sup>34</sup>

Ahli psikologi agama yaitu Glock dan Strak sebagaimana yang dikutip oleh Ancok dan Suroso mengemukakan bahwa agama merupakan sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang terlambangkan yang semuanya itu berpusat pada persoalan-persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).<sup>35</sup> Sedangkan agama menurut Quraish Shihab adalah ketepatan ilahi yang diwahyukan kepada Nabi-Nya untuk menjadi pedoman hidup manusia. Karakteristik agama adalah hubungan makhluk dengan Sang Pencipta, yang terwujud dalam sikap batinnya, tampak dalam ibadah yang dilakukannya serta tercermin

---

<sup>34</sup> Jalaluddin, *Psikologi agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003, hlm. 12.

<sup>35</sup> Djamaludin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem-Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995, hlm. 76.

dalam perilaku kesehariannya. Dengan demikian agama meliputi tiga pokok persoalan yaitu tata keyakinan, tata peribadatan dan tata kaidah.<sup>36</sup>

Dari istilah agama dan religi inilah kemudian muncul istilah keberagamaan dan kereligiuitas. Pengertian religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan seberapa dalam penghayatan atas agaman yang dianutnya.<sup>37</sup>

Agama Islam sendiri merupakan sistem yang menyeluruh, yang menyangkut kehidupan dunia dan akhirat. Sebagai sistem yang menyeluruh, agama Islam terdiri atas beberapa aspek atau dimensi. Endang Saifuddin Ashari mengungkapkan bahwa pada dasarnya Islam dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu akidah, syariah atau ibadah, dan akhlak. Sementara A. Azhar Basyir mengungkapkan bahwa Islam terbagi atas sistematika akidah, ibadah, akhlak dan muamalah.<sup>38</sup>

Selanjutnya menurut Ancok dan Suroso mengemukakan bahwa keberagamaan atau religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah) tapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural, bukan hanya aktivitas yang tampak dan dapat dilihat tetapi juga aktivitas yang tak tampak dan

---

<sup>36</sup> Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002, Hlm. 70.

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid, hlm. 72.

terjadi pada hati seseorang. Karena itu keberagamaan seseorang akan meliputi berbagai macam sisi dan dimensi.<sup>39</sup>

#### **2.1.2.2. Dimensi Religiusitas**

Adapun untuk mengetahui tinggi rendahnya tingkat religiusitas seseorang, dapat dilihat dari ekspresi keagamaannya yaitu terhadap kemampuan seseorang untuk mengenali atau memahami nilai agama yang terletak pada nilai-nilai luhurnya serta menjadikan nilai-nilai dalam bersikap dan bertingkah laku merupakan ciri dari kematangan keberagamaannya. Jadi kematangan beragama terlihat dari kemampuan seseorang untuk memahami, menghayati serta mengaplikasikan nilai-nilai luhur agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang menganut suatu agama karena menurut keyakinannya agama tersebut yang baik, karena itu ia berusaha menjadi penganut yang baik. Keyakinan itu ditampilkannya dalam setiap tingkah laku keagamaan yang mencerminkan ketaatan terhadap agamanya.

Menurut Glock dan Stark seperti yang ditulis oleh Ancok dan Suroso dalam buku Psikologi Islam, aktivitas beragama bukan hanya dilihat dari satu atau dua dimensi, tetapi memperlihatkan segala dimensi. Keberagamaan dalam Islam bukan hanya diwujudkan dalam bentuk ibadah ritual saja, tetapi juga dalam aktivitas-aktivitas lainnya. Sebagai suatu sistem yang menyeluruh, Islam mendorong pemeluknya untuk beragama secara menyeluruh. Menurut Glock dan Stark terdapat

---

<sup>39</sup> Ancok, *Psikologi...*, hlm. 76.

lima dimensi keberagamaan yaitu dimensi keyakinan (*ideologis*), dimensi peribadatan atau praktek agama (*ritualistik*), dimensi penghayatan (*eksperiensial*), dimensi pengalaman (*konsekuensial*), dimensi pengetahuan agama (*intelektual*).<sup>40</sup>

- a. Dimensi keyakinan, dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut.
- b. Dimensi praktek agama, dimensi ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.
- c. Dimensi pengalaman, dimensi ini berisikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu. Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensasi yang dialami seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi, walaupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan Tuhan, kenyataan terakhir, dengan otomatis transendental.
- d. Dimensi penghayatan adalah dimensi yang menyertai keyakinan, pengamalan, dan peribadatan.
- e. Dimensi pengetahuan agama, dimensi ini mengacu pada harapan bahwa orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci, dan tradisi-tradisi.

---

<sup>40</sup> Ibid, hlm. 77.

- f. Dimensi pengamalan atau konsekuensi, dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktek, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari.

Menurut Ancok dan Suroso, rumusan Glock dan Stark yang membagi keberagamaan menjadi lima dimensi dalam tingkatan tertentu mempunyai kesesuaian dengan Islam. Walaupun tidak sepenuhnya sama, dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan akidah, dimensi praktik agama (ibadah) dapat disejajarkan dengan syariah dan dimensi pengamalan dapat disejajarkan dengan akhlak.

Dimensi keyakinan atau akidah Islam menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental dan dogmatik. Dalam Islam isi keimanan menyangkut keyakinan tentang Allah, para Malaikat, Nabi/Rasul, Kitab-kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.

Dimensi peribadatan atau syariah menunjuk pada seberapa tingkat kepatuhan muslim dalam mengerjakan kegiatan-kegiatan ritual sebagaimana disuruh dan dianjurkan oleh agamanya. Dalam Islam, dimensi peribadatan menyangkut pelaksanaan shalat, puasa, zakat, haji, membaca Al Qur'an, do'a, zikir, ibadah kurban, iktikaf di masjid di bulan puasa, dan sebagainya.

Dimensi pengamalan atau akhlak menunjuk pada seberapa tingkatan muslim berperilaku dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, yaitu bagaimana individu berelasi dengan dunianya, terutama dengan

manusia lain. Dimensi ini meliputi perilaku suka menolong, bekerjasama, berderma, menyejahterakan orang lain, menegakkan keadilan dan kebenaran, berlaku jujur, memaafkan, menjaga lingkungan hidup, menjaga amanah, tidak mencuri, tidak menipu, tidak berjudi, tidak minum alkohol, mematuhi norma-norma Islam dalam perilaku seksual, berjuang untuk hidup sukses menurut ukuran Islam, dan sebagainya.

### **2.1.3. Perilaku Bisnis Syariah**

#### **2.1.3.1. Pengertian Perilaku Bisnis Syariah**

Perilaku manusia adalah suatu aktifitas dari manusia itu sendiri. pada hakekatnya perilaku mencerminkan akhlak (etika) seseorang. Atau dengan kata lain, perilaku berelasi dengan etika. Apabila seseorang taat pada etika, cenderung akan menghasilkan perilaku yang baik dalam setiap aktivitas atau tindakannya. Tanpa kecuali dalam aktivitas bisnis (perdagangan).<sup>41</sup> Muhammad SAW merupakan pelaku bisnis yang menjadi model terbaik dalam praktik perniagaan di zaman jahiliyah. Keberhasilan Muhammad dalam berbisnis dipengaruhi oleh kepribadian dan perilakunya. Dimana Muhammad SAW selalu menerapkan nilai-nilai etika dalam berdagang. Etika bisnis Muhammad dalam praktek bisnisnya antara lain: kejujuran, amanah, tepat menimbang, menjauhi praktik gharar, tidak melakukan penimbunan

---

<sup>41</sup> Djakfar, *Anatomi*....., hlm. 70.

(ikhtikar), tidak melakukan al-ghabn dan tadlis, dan saling menguntungkan.<sup>42</sup>

#### 1) Kejujuran

Sesorang pedagang wajib berlaku jujur dalam melakukan usaha jual beli. Karena berbagai tindakan tidak jujur selain merupakan perbuatan yang berdosa, jika biasa dilakukan dalam berdagang juga akan berpengaruh negatif kepada kehidupan pribadi dan keluarga pedagang itu sendiri. Bahkan lebih jauh lagi, sikap dan tindakan tersebut akan mempengaruhi kehidupan bermasyarakat. Kejujuran yang ditunjukkan Muhammad SAW yaitu dalam bertransaksi dilakukan dengan cara menyampaikan kondisi riil barang dagangannya. Ia tidak menyembunyikan kecacatan barang atau mengunggulkan barang dagangannya, kecuali sesuai dengan kondisi barang yang dijualnya. Praktek ini dilakukan dengan wajar dan menggunakan bahasa yang santun. Beliau tidak melakukan sumpah untuk meyakinkan apa yang dikatakannya, termasuk menggunakan nama Tuhan.<sup>43</sup>

#### 2) Amanah

Amanah dalam bentuk masdar dari *amuna*, *ya'munu* yang artinya bida dipercaya. Ia juga memiliki arti pesan, perintah atau wejangan. Dalam konteks fiqh, amanah memiliki arti kepercayaan yang diberikan kepada seseorang berkaitan dengan harta benda.<sup>44</sup> Dengan demikian pedagang dituntut untuk bertanggung jawab dan

---

<sup>42</sup> Muhammad Saifullah, *Etika Bisnis Islam dalam Praktik Bisnis Rasulullah*, Waliongo: 2011, hlm 146.

<sup>43</sup> ibid

<sup>44</sup> ibid

dapat menepati janji. Setiap pedagang harus bertanggung jawab atas usaha dan pekerjaan dan atau jabatan sebagai pedagang yang telah dipilihnya tersebut. Tanggung jawab disini artinya, mau dan mampu menjaga amanah (kepercayaan) masyarakat yang memang secara otomatis terbeban di pundaknya.

### 3) Tepat Menimbang

Sesungguhnya Allah SWT telah menganjurkan kepada manusia khususnya kepada para pedagang untuk berlaku jujur dalam menimbang barang dagangan. Penyampain dalam hal menimbang merupakan wujud kecurangan dalam perdagangan. Sekalipun tidak begitu nampak kerugian dan kerusakan yang diakibatkannya pada manusia tetap saja diharamkan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya. Sebagaimana Firman Allah:

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ  
﴿ الْمُسْتَقِيمِ ﴾ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعَثُوا فِي الْأَرْضِ  
﴿ مُفْسِدِينَ ﴾ ﴿١٨٣﴾

“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan; ( Q.S Asy Syu’araa: 181-183)”

### 4) Menjauhi Praktek Gharar

Gharar menurut bahasa berarti *al-khatar* yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Dalam akad, gharar bisa berarti tampilan barang dagangan yang menarik dari segi

zhahirnya, namun dari sisi substansinya belum tentu baik. Dengan kata lain gharar adalah akad yang mengandung unsur penipuan karena tidak adanya kepastian, baik mengenai ada atau tidak adanya objek akad, besar kecilnya jumlah, maupun kemampuan menyerahkan objek yang disebutkan dalam akad tersebut. Dalam prakteknya Muhammad menjauhi praktek gharar, karena dapat ,membuka ruang perselisihan antara pembeli dan penjual.

5) Tidak Menimbun Barang (*ikhtikar*)

Menimbun barang dagangan terutama barang-barang kebutuhan pokok dilarang keras oleh Islam. Lantaran perbuatan tersebut hanya akan menimbulkan kekerasan dalam masyarakat. Dalam prakteknya, penimbunan barang kebutuhan pokok masyarakat oleh pedagang akan menimbulkan berbagai hal yang negatif seperti, harga-harga barang di pasar melonjak tidak terkendali, barang-barang tertentu sulit didapat, keseimbangan permintaan dan penawaran terganggu, munculnya para spekulan yang memanfaatkan kesempatan dengan mencari keuntungan diatas kesengsaraan masyarakat dan lain sebagainya.

6) Tidak melakukan *Al Ghabn* dan *Tadlis*

*Al-ghabn* artinya *al-khada* (penipuan), yakni membeli sesuatu dengan harga yang lebih tinggi atau lebih rendah dari harga rata-rata. Sedangkan *tadlis* yaitu penipuan yang dilakukan oleh pihak penjual atau pembeli dengan cara menyembunyikan kecacatan ketika terjadi transaksi. Oleh sebab itu, Rasulullah SAW selalu memperingatkan kepada para pedagang untuk tidak mengobral

janji atau berpromosi secara berlebihan yang cenderung mengada-ada, apalagi dengan sumpah palsu semata-mata agar barang dagangannya laris terjual. Karena jika seorang pedagang berani bersumpah palsu, akibat yang akan menimpa dirinya hanyalah kerugian.

#### 7) Saling menguntungkan

Prinsip ini mengajarkan bahwa dalam bisnis para pihak harus merasa untung dan puas. Etika ini pada dasarnya mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis. Seorang produsen ingin memperoleh keuntungan dan seorang konsumen ingin memperoleh barang yang bagus dan memuaskan, maka sebaiknya bisnis dijalankan dengan saling menguntungkan. Jual beli dalam perdagangan merupakan bagian dari ta'awun ( saling mendorong). Bagi pembeli menolong penjual yang membutuhkan uang (keuntungan), sedangkan bagi penjual juga berarti menolong pembeli yang sedang membutuhkan barang. Menurut Imam Ghazali ada enam sifat perilaku yang terpuji dilakukan dalam perdagangan baik dari sisi penjual maupun pembeli, yaitu:

- 1) Tidak mengambil laba lebih banyak, seperti yang lazim dalam dunia dagang, yaitu menjual barang lebih murah dari saingan atau sama dengan pedagang lain yang sejenis.
- 2) Membayar harga agak lebih mahal kepada pedagang miskin, ini adalah amal yang lebih baik dari pada sedekah biasa. Jika membeli barang dari seorang penjual yang miskin maka lebihkanlah pembayaran dari harga semestinya.

- 3) Memurahkan harga atau memberi potongan kepada pembeli yang miskin, ini akan memiliki pahala yang berlipat ganda.
- 4) Bila membayar hutang, pembayarannya dipercepat dari waktu yang ditentukan.
- 5) Membatalkan jual beli, jika pihak pembeli menginginkannya. Ini sesuai dengan prinsip bahwa pembeli adalah raja. Sebab penjual harus menjaga hati langganan agar pelanggan puas, kepuasan konsumen adalah target pedagang.
- 6) Bila menjual bahan pangan kepada orang miskin secara cicilan, maka jangan ditagih bila orang miskin itu tidak mampu membayarnya dan membebaskan mereka dari hutang jika meninggal dunia.<sup>45</sup>

Adapun perilaku pebisnis syariah menurut M. Ma'ruf Abdullah dalam bukunya manajemen bisnis syariah, yang dimaksud dengan perilaku disini adalah perilaku orang-orang yang menjalankan kegiatan manajemen syariah yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan. Apabila setiap orang yang menjalankan bisnisnya yang didasari manajemen bisnis syariah sudah meyakini dan menyadari tanggung jawab dan konsekwensi logisnya dikemudian hari (dimana ada pertanggung jawaban dihadapan Yang Maha Kuasa), maka insya Allah perilakunya akan terkendali, dan tidak akan terjadi KKN (Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme) yang akan berdampak buruk pada kehidupan bisnisnya, sebagaimana peringatan Allah berikut ini:

---

<sup>45</sup> Nurdin, Muslim dkk, *Moral Kognisi Islam*: CV Alfabeta, hlm. 177.

فَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ خَيْرًا يَرَهُ ﴿٧﴾ وَمَنْ يَعْمَلْ مِثْقَالَ ذَرَّةٍ شَرًّا

يَرَهُ ﴿٨﴾

*“Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan seberat dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya. Dan Barang siapa yang mengerjakan kejahatan sebesar dzarrahpun, niscaya Dia akan melihat (balasan)nya pula. (QS. Al-Zalzalah:7-8)”*<sup>46</sup>

Dalam konteks ini manajemen bisnis syariah memang berbeda dengan manajemen konvensional yang sama sekali tidak terkait dan bahkan lepas dari nilai-nilai ketauhidan dan keimanan. Mereka yang bekerja dengan manajemen konvensional boleh jadi merasa tidak ada pengawasan melekat (*built in control*) dalam dirinya yang bersumber dari Yang Maha Kuasa, kecuali sedikit ada rasa diawasi oleh pengawas dari institusi atau perusahaan tempatnya bekerja, karena konsep yang membangun integritasnya memang berbeda.

Selain itu, hal lain yang juga membedakan manajemen bisnis syariah dengan manajemen bisnis konvensional adalah di setiap aktivitas dalam manajemen bisnis syariah selalu diupayakan menjadi amal saleh oleh pelakunya dan bernilai ibadah. Amal saleh yang bernilai ibadah yang dimaksud ini adalah perbuatan baik yang dilandaskan oleh:

a) Niat yang ikhlas karena Allah

Suatu perbuatan walaupun terkesan baik, tetapi kalau tidak dilandaskan keikhlasan karena Allah, maka perbuatan itu tidak dapat dikatakan sebagai amal saleh.

---

<sup>46</sup> M. Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: 2014, hlm, 22.

b) Tata cara pelaksanaanya sesuai syariah

Sesuatu perbuatan yang baik tetapi kalau tidak sesuai dengan ketentuan syariah, maka tidak dikatakan sebagai amal saleh. Contoh misalnya seseorang yang melakukan shalat ba'diah ashar kelihatannya perbuatannya itu baik, tetapi tidak ada ketentuan atau tidak ada contoh dari Rasul, sehingga tidak sesuai dengan ketentuan syariah.

c) Dilakukan dengan sungguh-sungguh

Dilakukan dengan sungguh-sungguh maksudnyasemata-mata mengharap ridha Allah, bukan untuk pamer , ria, dan sebagainya.<sup>47</sup>

### **2.1.3.2. Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Bisnis Syariah**

Pada hakikatnya seorang bayi belum mempunyai moral, artinya ia belum memiliki pengertian akan apa yang diharapkan oleh kelompok sosial dimana ia hidup. Ketika manusia dilahirkan ia tidak mempunyai kemampuan untuk menilai dan memiliki perilaku yang dapat membahayakannya atau tidak. Interaksinya dengan kehidupan sosial yang membentuk perilaku yang sesuai bagi diri dan lingkungannya.

Di sisi Islam datang untuk menerangi diri dan lingkungan tersebut dengan cahaya kebajikan dan perilaku baik yang menjadi misi kedatangan para rasul. Dalam konteks ini, perilaku baik menjadi tujuan utama diutusny Rasulullah SAW.<sup>48</sup> Rasulullah di utus oleh Allah untuk menyempurnakan etika dan akhlak yang baik yang secara

---

<sup>47</sup> Ibid, hlm, 23-24.

<sup>48</sup> Badroen, et al. *Etika...*, hlm. 57.

faktual. Hal ini dibuktikan dalam sejarah kehidupan beliau yang termaktub dalam banyak biografi yang ditulis oleh banyak ahli sejarah, baik muslim atau nonmuslim.

Untuk itu, ibadah yang diajarkan oleh Rasulullah mempunyai peranan penting dalam pembentukan perilaku baik tersebut. Sungguhnya seluruh ibadah dalam islam dirancang sebagai bentuk pelatihan agar manusia mendapat akhlak yang benar, kebiasaan yang baik dan terpuji yang terus menghiasi kehidupannya sepanjang hayat.

Misalnya, shalat sebagai sebuah ibadah yang menjadi tiang agama yang dirancang untuk dapat mencegah manusia dari perbuatan mungkar dan hal yang tidak terpuji. Zakat bertujuan untuk membersihkan diri seorang muslim, hartanya, menanamkan benih-benih kebajikan, simpati dan benevolence, serta mengenali lingkungan sekitar untuk dapat menjalin kasih dan persahabatan. Puasa merupakan ibadah yang dirancang agar manusia dapat meninggalkan sesuatu yang halal hanya untuk merealisasikan ketaatan kepada-Nya. Dalam puasa manusia dilatih untuk tetap komit menahan hawa nafsunya agar tidak melakukan hal-hal yang merusak ibadah tersebut, meskipun itu dilakukan tanpa dilihat orang lain.

Begitu juga dengan ibadah-ibadah lain yang secara keseluruhan punya tujuan mulia agar dapat membentuk pribadi-pribadi muslim yang produktif, profesional, menebar kasih sayang kepada sesama dan bahkan alam semesta. Selain dipengaruhi oleh faktor ibadah, perilaku atau akhlak yang baik juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain.

Menurut Rafiq Issa Beekun yang dikutip oleh Faisal Badroen dkk dalam buku Etika Bisnis dalam Islam bahwa perilaku etika individu dapat dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu intepretasi terhadap hukum, faktor organisasional, dan faktor individu dan situasi.<sup>49</sup>

#### 1) Interpretasi terhadap hukum

Secara filosofis, sistem hukum dibentuk dengan tujuan untuk melindungi segenap jiwa dan raga manusia dari berbagai faktor yang dapat menghilangkan eksistensi manusia. Hukum akan hidup dan diyakini keberadaannya apabila dirasakan ada manfaatnya bagi manusia. Ketika hukum tersebut bertentangan dengan kepentingan manusia, maka ia dapat membahayakan eksistensinya dan tidak akan ditaati.

Islam mempunyai produk hukum yang bersifat permanen (*al-tsawabit*) dan dinamis (*al-mutaghayyirat*). Yang pertama bersifat permanen dalam wilayah akidah dan ibadah. Sementara yang kedua bersifat dinamis berada pada ruang muamalah yang beriringan dengan perkembangan zaman. Di sini ijtihad menjadi relevan dengan persyaratan yang disepakati oleh para ulama yang harus dipatuhi. Ketika hukum sudah ditetapkan, maka sangat kecil kemungkinan untuk berubah, kecuali ada tuntutan sebuah perubahan yang dapat dilakukan dengan ijtihad.

Dalam Islam, instrumen untuk membentuk sebuah konsepsi hukum sangat ketat dan berat. Jangankan untuk membuat sebuah produk hukum, untuk dapat menginterpretasikan (menafsirkan)

---

<sup>49</sup> Ibid, hlm. 59.

produk hukum yang sah saja harus mempunyai persyaratan-persyaratan khusus yang ketat, baik dalam segi penguasaan yang sifatnya terminologi maupun yang sifatnya materi keilmuan.

## 2) Faktor organisasi

Lingkungan adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap pembentukan dan perkembangan perilaku individu. Yang dimaksud dengan faktor lingkungan di sini adalah situasi dan kondisi yang dihadapi oleh seseorang pada masa usia muda dalam rumah dan dalam lingkungan yang lebih luas, terutama lingkungan masyarakat dekat yang dilihat dan dihadapinya sehari-hari. Nilai-nilai moral yang dimiliki seseorang anak merupakan sesuatu yang diperoleh anak dari luar, ia akan merekam setiap aktivitas yang terjadi di lingkungannya yang lambat laun akan membentuk pola tingkah laku bagi kehidupannya di masa yang akan datang.

## 3) Faktor individu dan situasi

Hal-hal yang dimaksud ke dalam kategori ini adalah pengalaman batin seseorang. Yang dimaksud pengalaman disini adalah keseluruhan pelajaran yang dipetik oleh seseorang dari peristiwa-peristiwa yang dilaluinya dalam perjalanan hidupnya. Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa pengalaman seseorang sejak kecil turut membentuk perilaku orang yang bersangkutan dalam kehidupan organisasionalnya.

Pengalaman dalam pergaulan sehari-hari, di luar rumah dan di luar sekolah, turut pula membentuk perilaku seseorang. Termasuk pengalaman dalam pergaulan sosial dan pengalaman di bidang

keagamaan. Salah satu sumber pengalaman lain yang dapat membentuk perilaku administrasi seseorang adalah peristiwa yang mungkin pernah dilaluinya pada organisasi yang lain, baik secara langsung atau tidak. Belajar dari pengalaman dengan demikian berarti bahwa peristiwa yang manis maupun yang pahit keduanya memegang peranan dalam pembentukan perilaku seseorang.

Faktor lainnya adalah kondisi atau situasi. Faktor ini memberikan kontribusi yang cukup besar bagi terbentuknya perilaku etik seseorang. Misalnya, seorang akuntan diperintahkan untuk memanipulasi laporan keuangan oleh atasannya. Dalam kondisi seperti ini, dihadapkan pada suatu yang dilematfis. Di satu sisi dia tidak ingin melawan atasannya karena etika seorang bawahan adalah mematuhi atasannya. Di sisi lain dia paham dan sadar bahwa memanipulasi laporan adalah sesuatu yang tidak etis. Pada situasi dilematis seperti ini dia dihadapkan pada kondisi yang berat untuk memilih mengikuti atasannya dengan mengorbankan prinsip nilai/moral yang selama ini diyakini atau mempertahankan standar nilai/moral dengan risiko dipecat. Faktor kondisi seperti inilah yang dapat mempengaruhi seseorang untuk berperilaku etis atau tidak.

### **2.1.3.3. Orientasi Bisnis dalam Islam**

Secara umum, bisnis dalam Islam bertujuan mencapai empat hal yaitu:

1. *Target hasil*: profit-materi dan benefit-materi, artinya bahwa bisnis tidak hanya untuk mencapai laba setinggi-tingginya, tetapi juga

harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan). Ini bisa dalam bentuk tercapainya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, dan sebagainya. Implementasinya di sebagian besa perusahaan ada dana khusus yang diperuntukkan untuk kegiatan sosial yaitu CSR (Corporate Social Responsibility)

2. *Benefit*: yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi. Ad tiga orientasi lainnya, yakni: *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial(sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia harus muncul dalam setiap aktivitas. *Qimah ruhiyaha*, berarti juga aktivitas bisnis yang hendaknya semakin mendekatkan kita kepada Allah SWT. Akticitas yang diwujudkan ke dalam rasa syukur ketika mendapatkan keuntungan dan tiak lalai memenuhi panggilan-Nya. Sebab perdagangan yang melalaikan tentu saja akan berbuah ketidakberkahan dari Allah SWT.
3. *Keberlangsungan*, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan daapat eksisdalam kurun waktu yang lama. Aktivitas perdagangan

harus konsisten. Harus ada perencanaan strategis jangka panjang untuk mempertahankan kontinuitas.

4. *Keberkahan*, semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apa-apa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha Muslim telah mendapat ridha dari Allah SWT. Ridha Allah adalah tujuan besar segala aktivitas manusia. Apabila Allah sudah ridha kepada kita, sangat mudah bagi Allah untuk memberikan kemudahan dan kelancaran dalam semua urusan kita.<sup>50</sup>

## **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) Roni Mohammad & Mustofa, melakukan penelitian tentang “Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh tingkat pemahaman agama tentang Iman dan Ihsan secara parsial terhadap perilaku dagang/bisnis pedagang pasar minggu telaga Kabupaten Gorontalo. Sedangkan tingkat pemahaman agama tentang Islam secara parsial tidak ada pengaruh terhadap perilaku dagang/bisnis pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo. Sedangkan secara bersama-sama terdapat

---

<sup>50</sup> Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, Yogyakarta: Jogja Great Publisher, 2010, hlm. hal 73

pengaruh yang signifikan antara tingkat pemahaman agama yang terdiri dari tingkat pemahaman agama tentang Iman (X1) tingkat pemahaman agama tentang Islam (X2) dan tingkat pemahaman agama tentang Ihsan (X3) terhadap perilaku dagang pedagang pasar minggu Telaga.<sup>51</sup>

- 2) Fauzan, melakukan penelitian tentang “Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis (Studi kasus pada RM. Padang di Kota Malang)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ritual dan pengamalan (konsekuensial) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan serta pengalaman merupakan dimensi yang paling dominan dalam mempengaruhi etika berbisnis pada bisnis RM. Padang di Kota Malang. Sementara pengetahuan dan ideologi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap etika bisnis rumah makan Padang di Kota Malang.<sup>52</sup>
- 3) Ahmad Fais, melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Tingkat Kegamaan terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi religiusitas yang terdiri dari dimensi aqidah, ibadah, akhlak, ilmu, dan penghayatan secara simultan tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang. Namun, secara parsial yang berpengaruh terhadap perilaku pedagang dari dimensi-dimensi religiusitas adalah dimensi akhlak dan ilmu. Sedangkan dimensi aqidah, ibadah, dan penghayatan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap perilaku pedagang. Dan secara simultan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku pedagang.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Roni Mohammad & Mustofa “Pengaruh Tingkat Pemahaman Agama terhadap Perilaku Bisnis Pedagang Pasar Minggu Telaga Kabupaten Gorontalo”, Al-Mizan, Vol. 10 No. 1, 2013.

<sup>52</sup> Fauzan, “Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Berbisnis (Studi kasus pada RM. Padang di Kota Malang)”, Manajemen Kewirausahaan. Vol. 15 No. I, 2013.

<sup>53</sup> Ahmad Fais, Skripsi “Pengaruh Tingkat Kegamaan terhadap Perilaku Pedagang di Pasar Kebayoran Lama”, Sarjana Ekonomi Islam, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2009.

- 4) Wazin, melakukan penelitian yang berjudul “Relevansi antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendukung relevansi antara etika bisnis islam dengan perilaku wirausahamuslim ada pada keyakinan pedagang muslim terhadap konsep akidah kemanusiaan dan keseimbangan dalam bisnis Islam. Sedangkanfaktor yang tidak mendukung relevansi antara perilaku dengan etika bisnis Islam ada pada keyakinannya tentang konsep keadilan. Faktor internal yang mempengaruhi inkonsistensi ini adalah kekhawatiran akan menderita kerugian, sedangkan faktor eksternal berupa kebiasaan negatif seperti pengurangan timbangan yang dilakukan oleh pihak distributor atau agen, berimbas pada pedagang eceran.<sup>54</sup>

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini menggunakan dua variabel independen yaitu etika bisnis Islam dan religiusitas dengan variabel dependen yaitu perilaku bisnis syariah. Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kuantitatif. Selain itu objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini untuk anggota Himpunan Pengusaha Santri Indonesia (HIPSI) Kota Semarang.

---

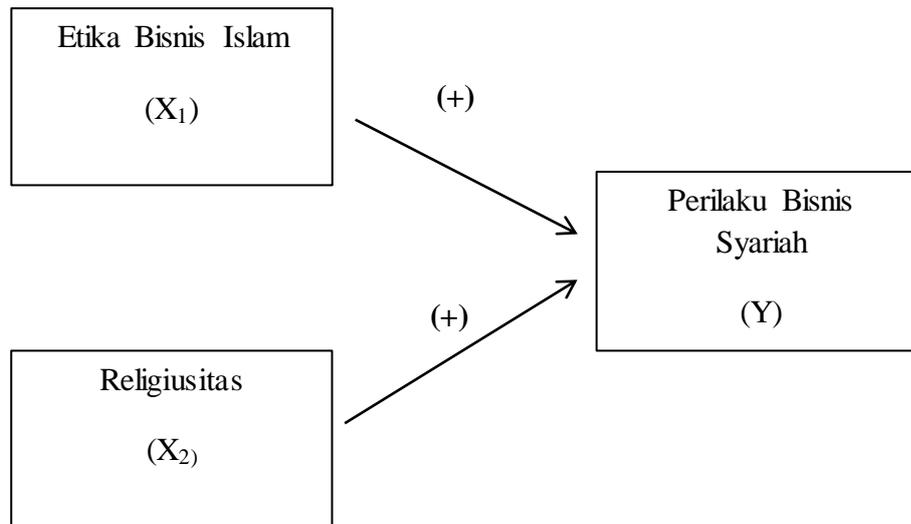
<sup>54</sup> Wazin, “*Relevansi antara Etika Bisnis Islam dengan Perilaku Wirausaha Muslim (Studi tentang Perilaku Pedagang di Pasar Lama Kota Serang Provinsi Banten)*”, *Penelitian Sosial Keagamaan*, Vol. 1 No. 1, 2014.

### 2.3. Kerangka Pemikiran Teori

Model konseptual yang didasarkan pada tinjauan pustaka, maka kerangka Pemikiran teoritik penelitian dijelaskan pada gambar berikut:

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Pemikiran Teoritik**



### 2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data-data yang terkumpul.<sup>55</sup> Dalam penelitian ini terdapat 2 hipotesis yang diajukan yaitu :

H1 : Etika bisnis Islam berpengaruh positif terhadap perilaku bisnis syariah.

H2 : Religiusitas berpengaruh positif terhadap perilaku bisnis syariah.

---

<sup>55</sup> M. Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2009, hlm. 62.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode jenis 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.<sup>56</sup> Data diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden, yaitu anggota HIPSI Kota Semarang. Kuesioner ini digunakan untuk mengukur etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah.

#### 3.2. Populasi dan Sensus

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.<sup>57</sup> Anggota populasi disebut dengan elemen populasi (*population element*).<sup>58</sup> Berdasarkan hasil data yang diperoleh, jumlah anggota HIPSI Kota Semarang banyak, karena mencakup peserta yang pernah mengikuti acara yang diadakan termasuk bagian dari anggota. Sedangkan secara kepengurusan dan yang mempunyai KTA (Kartu Tanda Anggota), pengurus HIPSI Kota Semarang berjumlah 23 orang.

---

<sup>56</sup> Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002, hlm. 128.

<sup>57</sup> Haryadi Sarjono dan Winda Julianita, *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 21.

<sup>58</sup> Moh. Sidik Priadana dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009, hlm. 103.

Sensus adalah cara pengumpulan data apabila seluruh elemen populasi diselidiki satu per satu. Data yang diperoleh tersebut sebagai data yang sebenarnya (true value), atau sering juga disebut parameter.<sup>59</sup> Berdasarkan data yang diperoleh dengan jumlah pengurus sebanyak 23 orang yang mempunyai Kartu Tanda Anggota (KTA). Maka peneliti mengambil seluruh pengurus yang berjumlah 23 orang sebagai data untuk penelitian.

### **3.3. Metode 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.

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.<sup>60</sup> Kuesioner yang digunakan adalah model skala likert. Kuesioner tersebut berisi pertanyaan-pertanyaan 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:

---

<sup>59</sup> J. Supranto, *Statistik (Teori dan Aplikasi)*, Jakarta: Erlangga, 2008

<sup>60</sup> Siregar, *Statistika*, Jakarta: Erlangga, 1998, hlm. 132.

**Tabel 3.1**

**Skor dan Alternatif Jawaban Kuesioner**

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**3.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Menurut Kerlinger variabel adalah konstruk atau suatu sifat yang akan dipelajari. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.<sup>61</sup>

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 / mempengaruhi suatu variabel lain (variabel terikat).<sup>62</sup> Dalam penelitian ini perilaku bisnis syariah merupakan variabel terikat sedangkan etika bisnis Islam dan religiusitas merupakan variabel bebas. Operasional variabel penelitian dan pengukuran variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

---

<sup>61</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2003, hlm. 63

<sup>62</sup> *Ibid*, hlm. 10.

**Tabel 3.2****Operasional Variabel Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi Operasional</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala</b>
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ketauhidan</li> <li>- Keadilan / Keseimbangan</li> <li>- Kehendak bebas</li> <li>- Tanggung jawab</li> <li>- Ihsan</li> </ul>	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likert.
Religiusitas	seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, dan dalam penghayatan atas agama yang dianutnya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keyakinan</li> <li>- Praktek agama</li> <li>- Pengalaman</li> <li>- Penghayatan</li> <li>- Pengetahuan agama</li> <li>- Pengamalan / konsekuensi</li> </ul>	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likert.
Perilaku bisnis Syariah	perilaku orang-orang yang menjalankan kegiatan bisnisnya menggunakan manajemen syariah yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kejujuran</li> <li>- Amanah</li> <li>- Tepat menimbang</li> <li>- Menjauhi praktek gharar</li> <li>- Tidak melakukan penimbunan</li> <li>- Saling menguntungkan</li> </ul>	Diukur melalui angket (kuesioner) menggunakan skala likert.

**3.5. Metode Analisis Data**

Di dalam penelitian ini ada beberapa metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah. Diantaranya yaitu menggunakan metode analisis sebagai berikut :

### 3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.<sup>63</sup> Valid didefinisikan sebagai sejauh mana kecepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas ini memastikan bahwa masing-masing pertanyaan akan terklarifikasikan pada variabel-variabel yang telah ditetapkan. Apabila suatu pertanyaan mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut maka data tersebut disebut valid.

Untuk mengetahui tingkat validitas instrumen penelitian, digunakan program SPSS 22. 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 populasi = 23 dan  $\alpha = 0.05$  sehingga  $r_{tabel}$  adalah sebesar 0,4132 , maka instrumen penelitian dapat dinyatakan valid bila memenuhi kriteria sebagai berikut.

- a. Dikatakan valid jika nilai Pearson correlation  $> 0,4132$  ,  $df = (\alpha, n-2)$ .
- b. Dikatakan tidak valid jika nilai Pearson correlation  $< 0,4132$ ,  $df = (\alpha, n-2)$ .

### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.<sup>64</sup> Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan adalah

---

<sup>63</sup> Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009, hlm. 51.

<sup>64</sup> Ibid, hlm. 45.

konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui reliability statistics pada detail Cronbach alpha dalam perhitungan menggunakan SPSS 22 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  $> 0.60$
- b. Tidak reliabel jika nilai Cronbach alpha  $< 0.60$

### **3.5.3 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi berganda 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.

#### **3.5.3.1 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).<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Sarjono, *SPSS,....* hlm. 53.

Deteksi normalitas dapat dilakukan pada output SPSS 22 dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik *Normal P-P Plot*. Dengan 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 didasarkan 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);
- b. Dinyatakan tidak normal apabila probabilitas signifikansi  $< \alpha$  (0.05)

### **3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas**

Menurut Wijaya sebagaimana yang dikutip oleh Haryadi Sadjono 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.<sup>66</sup>

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik Scatter Plot pada output SPSS 22 antara nilai predikse variabel terikat ( $Z_{pred}$ ) dengan residualnya ( $S_{resid}$ ). 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 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).

### **3.5.3.3 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.<sup>67</sup>

Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam model regresi tersebut dapat di deteksi melalui nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel

---

<sup>66</sup> Ibid, hlm. 66.

<sup>67</sup> Husain Umar, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, Jakarta Press: 2010, hlm. 80.

terikatnya. Suatu model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas ini dilakukan dengan bantuan SPSS 22.

#### 3.5.4 Analisis Regresi Sederhana

Untuk menganalisis data dalam skripsi ini digunakan analisis regresi, untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung persamaan garis regresi, yaitu:<sup>68</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Perilaku Bisnis Syariah

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel etika bisnis Islam

X<sub>1</sub> = Etika Bisnis Islam

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel religiusitas

X<sub>2</sub> = Religiusitas

#### 3.5.5 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi dari variabel dependen.<sup>69</sup> Koefisien determinasi dapat diperoleh dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi atau R Squared (R<sup>2</sup>). Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel

---

<sup>68</sup> Suprpto, *Statistika*, Jakarta: Erlangga, 1998, hlm. 218.

<sup>69</sup> Ibid, hlm. 87

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 diantara 0 (nol) dan 1 (satu).<sup>70</sup> 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.

### 3.5.6 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.<sup>71</sup> Uji parsial atau uji individual menerapkan variasi variabel dependen. Adapun penjabaran hipotesis dalam uji parsial dapat dijelaskan di bawah ini.

- a.  $H_0 : b_i = 0$  : etika bisnis Islam dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.
- b.  $H_a : b_i \neq 0$  : etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.

---

<sup>70</sup> Ibid.

<sup>71</sup> Ibid, hlm. 88.

Uji parsial ini dilakukan dengan bantuan SPSS 22 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 dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.
- 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 dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.

### 3.5.7 Uji Simultan ( Uji F)

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

- a.  $H_0 : b_i = 0$  : etika bisnis Islam dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah
- b.  $H_a : b_i \neq 0$  : etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.

Uji simultan ini dilakukan dengan bantuan program SPSS 22 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, variabel etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.
- b. Jika nilai F hitung  $<$  F tabel nilai probabilitas Sig.  $>$   $\alpha$  (0.05), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, variabel etika bisnis Islam dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

##### **4.1.1 Sejarah Himpunan Pengusaha Santri Indonesia**

Pada Tahun 1918 Bangsa Indonesia sedang melawan kolonialisme Belanda. Seorang Ulama Pesantren sekaligus aktivis pergerakan nasional KH. Wahab Chasbullah bersama 45 Saudagar santri lainnya mendirikan perkumpulan para saudagar yang diberi nama Nahdlatut Tujjar – Kebangkitan Para Saudagar. Perkumpulan ini memiliki tujuan mulia yaitu meningkatkan kehidupan sosial ekonomi masyarakat dan sekaligus melawan penjajahan dan penindasan iprealisme Belanda. Lahirnya Nahdlaotut Tujjar merupakan bentuk dari kesatuan dan kebangkitan kaum santri yang menjadi cikal bakal lahirnya Nahdlatul Ulama yang dimulai dari pergerakan kebangsaan Nahdhatul Wathon dan Taswirul Afkar untuk mawadahi pemikiran keagamaan para kaum santri.

Delapan tahun kemudian pada tanggal 31 Januari 1926 pergerakan kaum santri mencapai puncaknya dengan lahirnya Nahdlatul Ulama, yang dipimpin langsung oleh KH. Hasyim Asy'ari, KH. Wahab Chasbullah, KH. Bisri Syamsuri dan bersama para ulama pesantren lainnya. Nahdlatul Ulama berkembang menjadi penyangga utama dalam rangka menumbuhkan rasa Nasionlisme hingga berperan penting dalam Persiapan Kemerdekaan Indonesia, Penentu Konsepsi Negara Kesatuan Republik Indonesia, Perumusan Pancasila dan Undang-undang Dasar 1945.

Kini Nahdlatul Ulama konsisten menjadi pilar utama masyarakat sipil di Indonesia, sebagai Jamiyah, Diniyah, Ijtimaiyah, Organisasi Keagamaan dan Kemasyarakatan terbesar di Indonesia yang memiliki

komitmen pada pencapaian kesejahteraan sosial, pendidikan, dakwah dan kegiatan perekonomian. Terinspirasi dari para Ulama terdahulu, Rabithah Ma'ahid Islamiyah NU mendirikan Himpunan Pengusaha Santri Indonesia (HIPSI) pada tanggal 3 Februari 2012 di Pesantren Al-Yasini Pasuruan. Pendirian organisasi ini dilandasi semangat untuk menumbuhkan wirausaha di kalangan santri dan mengokohkan jejaring ekonomi antar warga nahdiyyin di seluruh Indonesia.

HIPSI telah membulatkan tekad untuk menumbuhkan kluster pengusaha kecil dan menengah baru yang bernilai tambah, bersinergi dan bermartabat. Dengan potensi pondok pesantren yang tergabung dalam Rabithah Ma'ahid Islamiyah NU mencapai 23 ribu pesantren yang mendidik sekitar empat juta santri, sehingga jika seluruh santri tersebut berhasil diberdayakan menjadi wirausaha yang mandiri, maka dipastikan bangsa Indonesia bakal makmur. Kluster ini lahir dari proses tempaan HIPSI sehingga menjadi pengusaha matang dan tangguh. Pengusaha yang naik kelas dari pengusaha kecil menjadi menengah dan dari pengusaha lokal menjadi nasional dan pada akhirnya bisa Go Internasional.<sup>72</sup>

#### **4.1.2 Visi – Misi**

**Visi :** Mencetak 1 Juta Santri Pengusaha

**Misi :**

1. Menjadi wadah pengembangan Pendidikan Wirausaha Santri yang mampu menciptakan peluang pekerjaan dan menyerap tenaga kerja sebanyak mungkin serta menciptakan pengusaha baru kreatif dan inovatif.

---

<sup>72</sup> Data tentang Sejarah Himpunan Pengusaha Santri Indonesia diperoleh dari sekretaris HIPSI Kota Semarang yaitu Bapak Salman Daryono.

2. Melahirkan Pengusaha Besar Nasional dari Pesantren.
3. Mensinergikan jejaring kekuatan ekonomi santri Indonesia.
4. Pemberdayaan ekonomi masyarakat.<sup>73</sup>

#### **4.1.3 Struktur Organisasi Himpunan Pengusaha Santri (HIPSI) Kota Semarang**

##### **Pengurus Harian**

Ketua Umum : Fatah Rosihan Affandi  
Sekretaris : Salman Daryono  
Wakil Sekretaris : Sofa Hasan  
Bendahara : Afif Efendi  
Wakil Bendahara : Siti Aisyah

##### **Bidang Organisasi dan Pengkaderan**

Ketua : Suroso  
Wakil Ketua : Ahmad Fuady

##### **Bidang Pendidikan Wirausaha & Pembinaan Usaha Pemula**

Ketua : Miftahul Arif  
Wakil Ketua : Ali Mahmudi

##### **Bidang Usaha , Koperasi &UKM (Logistik)**

Ketua : Ali Imron  
Wakil Ketua : Arina Rohmah

##### **Bidang Publikasi dan Media**

Ketua : Sujiantoko  
Wakil Ketua : Ahmad Hadi Ma'ruf

##### **Bidang Penelitian & Pengembangan**

Ketua : Farid Masduki  
Wakil Ketua : Mamduh

---

<sup>73</sup> Data tentang visi dan misi Himpunan Pengusaha Santri Indonesia diperoleh dari sekretaris HIPSI Kota Semarang yaitu Bapak Salman Daryono.

### **Bidang Perdagangan & Kerjasama Luar**

Ketua : Muhammad Naryoko

Wakil Ketua : Junaidi

Wakil Ketua : Nur Afora

### **Bidang Hubungan Pesantren & Sosial Kemasyarakatan**

Ketua : Masyhuri

Wakil Ketua : Ahmad Maftuh

Wakil Ketua : Adi Setiawan

### **Bidang Pemberdayaan Wanita**

Ketua : Fina

Wakil Ketua : Anis

## **4.2 Karakteristik Responden**

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data-data responden, data tersebut merupakan sampel yang diambil dari 23 pengusaha di sebagai berikut:

### **4.2.1. Jenis Kelamin Responden**

**Tabel 4.1**

**Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
Laki – Laki	18	78,26
Perempuan	5	21,74
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 diketahui tentang jenis kelamin responden yang menunjukkan bahwa responden sebagian besar berjenis

kelamin wanita sebanyak 5 orang atau dengan persentase 21,74 %,sedangkan selebihnya adalah responden laki-laki 18 orang atau dengan presentase 78,26%.

#### 4.2.2 Usia Responden

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

<b>Usia Responden</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>20-29</b>	<b>10</b>	<b>43,5</b>
<b>30-39</b>	<b>9</b>	<b>39,1</b>
<b>40-49</b>	<b>4</b>	<b>17,4</b>
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah,2018*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 diketahui tentang usia responden di HIPSI Kota Semarang. Data mengenai usia responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi 3 kategori, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 20-29 tahun sebanyak 10 orang atau dengan persentase 43,5 % , sedangkan responden berusia 30-39 tahun sebanyak 9 orang atau dengan persentase 39,1 % , dan sisanya adalah responden berusia 40-49 tahun sebanyak 4 orang atau dengan persentase 17,4 % . Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar anggota HIPSI Kota Semarang yang berusia antara 20-29 tahun yang msih muda untuk terus mengembangkan bisnis.

### 4.2.3 Tingkat Pendidikan Responden

Tabel 4.3

#### Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase (%)
SD	0	0
SMP/SLTP	0	0
SMA/SLTA	0	0
Perguruan Tinggi	23	100
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

*Sumber : Data Primer Yang Diolah,2018*

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diketahui tentang tingkat pendidikan terakhir responden di HPSI Kota Semarang, yang menunjukkan bahwa responden tingkat pendidikan terakhir adalah perguruan tinggi.

### 4.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari etika bisnis Islam dan religiusitas sebagai variabel independen dan perilaku bisnis syariah sebagai variabel dependen. Variabel independen yang pertama, yaitu etika bisnis Islam. Variabel ini diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari ketauhidan, keadilan / keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Sedangkan variabel religiusitas diukur menggunakan 6 indikator yang terdiri dari keyakinan, praktik agama, pengalaman, penghayatan, pengetahuan agama, dan pengalaman/konsekuensi. Selanjutnya, perilaku bisnis syariah sebagai variabel dependen dalam penelitian ini diukur menggunakan 6 indikator yang terdiri dari kejujuran, amanah, tepat menimbang, menjauhi praktik *gharar*, tidak menimbun barang, serta saling menguntungkan.

### 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 4.4**

**Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Etika Bisnis Islam**

Item	Frekuensi Jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
1	13	56,5	9	39,2	1	4,3	0	0	0	0
2	4	17,3	16	69,6	3	13,1	0	0	0	0
3	2	8,7	19	82,6	2	8,7	0	0	0	0
4	5	21,7	16	69,6	2	8,7	0	0	0	0
5	3	13	20	87	0	0	0	0	0	0
6	16	69,6	7	30,4	0	0	0	0	0	0

*Sumber: Data primer diolah, 2018*

Data tabel 4.4 menunjukkan tanggapan responden dari variabel etika bisnis Islam. Item 1 merupakan pernyataan dari indikator ketauhidan. Pada item pernyataan 1 yaitu nikmat yang saya peroleh adalah titipan Allah SWT, 56,5% responden menjawab sangat setuju, 39,2 menjawab setuju, dan 4,3 menjawab kurang setuju. Indikator keadilan / keseimbangan pada pernyataan item 2 yaitu menurut saya dalam memilih rekan kerja tidak boleh membedakan suku, ras, dan agama, 17,3 % responden menjawab sangat setuju, 69,6 % responden menjawab setuju, dan 13,1 % responden menjawab kurang setuju. Indikator kehendak bebas terdiri dari 2 item pernyataan , yaitu pernyataan nomor 3 dan 4. Pada item pernyataan 3 yaitu semua pengusaha bebas bersaing akan tetapi secara sehat, 8,7 % responden menjawab sangat setuju, 82,6 % responden menjawab setuju, dan 8,7 % menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 4 yaitu menurut saya setiap pengusaha boleh

menjual barang yang sama dengan usaha saya, 21,7 % responden menjawab sangat setuju, 69,6 % responden menjawab setuju, dan 8,7 % responden menjawab kurang setuju. Indikator tanggung jawab pada pernyataan item 5 yaitu menurut saya harga suatu barang harus sesuai dengan kualitasnya, 13 % responden menjawab sangat setuju dan 87 % responden menjawab setuju. Indikator ihsan pada pernyataan item 6 yaitu saya melakukan usaha sebaik mungkin karena Allah menyaksikan apa yang saya kerjakan, 69,6 % responden menjawab sangat setuju dan 30,4 % responden menjawab setuju.

#### 4.3.2. Religiusitas

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

**Tabel 4.5**

#### **Frekuensi Jawaban Responden pada Variabel Religiusitas**

Item	Frekuensi Jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
7	13	56,5	9	39,2	1	4,3	0	0	0	0
8	7	30,4	16	69,6	0	0	0	0	0	0
9	1	4,3	19	82,6	3	13,1	0	0	0	0
10	5	21,7	17	74	1	4,3	0	0	0	0
11	3	13,1	19	82,6	1	4,3	0	0	0	0
12	11	47,9	12	52,1	0	0	0	0	0	0

*Sumber: Data primer diolah, 2018*

Data pada tabel 4.5 menunjukkan tanggapan responden dari variabel religiusitas. Item pertanyaan nomor 7 merupakan pernyataan dari indikator keyakinan. Pada item pernyataan nomor 7 yang menyatakan keyakinan kelak di akhirat saya akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang saya lakukan, sebanyak 56,5 % dari 23 responden memperoleh tanggapan sangat setuju,

39,2 % responden menjawab setuju, dan 4,3 % menjawab kurang setuju. Indikator praktek agama pada item pernyataan nomor 8 yaitu melaksanakan apa yang diperintahkan dan meninggalkan apa yang dilarang oleh Islam, 30,4 % responden menjawab sangat setuju dan 69,6 % responden menjawab setuju. Indikator pengalaman pada item nomor 9 yaitu saya merasakan do'a-do'a saya sering dikabulkan oleh Allah, 4,3 % responden menjawab sangat setuju, 82,6 % responden menjawab setuju, dan 13,1 % responden menjawab kurang setuju. Indikator penghayatan pada item nomor 10 yaitu saya senantiasa melaksanakan ibadah puasa di bulan Ramadhan, 21,7 % responden menjawab sangat setuju, 74 % responden menjawab setuju, dan 4,3% responden menjawab kurang setuju. Indikator pengetahuan agama pada item 11 yaitu ketika saya mendapatkan rizki yang lebih, saya menyisihkannya untuk disedekahkan kepada orang lain, 13,1% responden menjawab sangat setuju, 82,6 % responden menjawab setuju, dan 4,3% responden menjawab kurang setuju. Indikator pengamalan / konsekuensi pada pernyataan item nomor 12 yaitu jika ada orang yang mem butuhkan pertolongan, saya selalu berusaha membantunya sesuai kemampuan saya, 47,9 % responden menjawab sangat setuju dan 52,1% responden menjawab setuju.

#### **4.3.3. Perilaku Bisnis Syariah**

Berikut ini merupakan tabel distribusi tanggapan terhadap masing-masing item pertanyaan / pernyataan pada variabel perilaku bisnis syariah:

**Tabel 4.6**

**Frekuensi Jawaban pada Variabel Perilaku Bisnis Syariah**

Item	Frekuensi Jawaban									
	SS		S		KS		TS		STS	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
13	12	52,2	10	43,5	1	4,3	0	0	0	0
14	4	17,4	19	82,6	0	0	0	0	0	0
15	9	39,2	12	52,1	2	8,7	0	0	0	0
16	11	47,9	12	52,1	0	0	0	0	0	0
17	7	30,4	15	65,3	1	4,3	0	0	0	0
18	13	56,5	10	43,5	0	0	0	0	0	0

*Sumber: Data primer diolah, 2018*

Data pada tabel 4.6 menunjukkan tanggapan responden dari variabel perilaku bisnis syariah . item pertanyaan 13 merupakan pernyataan dari indikator kejujuran, item pertanyaan 14 merupakan pernyataan dari indikator amanah, item pertanyaan 15 merupakan pernyataan dari indikator tepat menimbang, item pertanyaan 16 merupakan pernyataan dari indikator menjauhi praktek gharar, item pertanyaan 17 merupakan pernyataan dari indikator tidak melakukan penimbunan, dan item pertanyaan 18 merupakan pernyataan dari indikator saing menguntungkan.

Pada item pernyataan 13 yaitu saya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli, 52,2 % responden menjawab sangat setuju, 43,3 % responden menjawab setuju, dan 4,3 % responden menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 14 yaitu saya menjelaskan produk yang akan saya jual sebagaimana mestinya, tanpa melebih-lebihkan, 17,4 % responden menjawab sangat setuju dan 82,6 % responden menjawab setuju. Pada item pernyataan 15 yaitu saya tidak pernah mengurangi timbangan dalam menjual suatu barang , 39,2 % responden menjawab sangat setuju, 52,1 % responden

menjawab setuju, dan 8,7 % responden menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 16 yaitu saya tidak pernah menjual produk yang belum jelas wujudnya (jumlah dan kualitas belum pasti), 30,4 % responden menjawab sangat setuju, 65,3 % responden menjawab setuju, dan 4,3 % menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 17 yaitu saya tidak pernah menyembunyikan kecacaran barang yang saya jual, 30,4% responden menjawab sangat setuju, 65,3 % responden menjawab setuju, dan 4,3 % responden menjawab kurang setuju. Pada item pernyataan 18 yaitu saya tidak pernah menjual barang-barang yang haram dan dapat merugikan pembeli, 56,5 % responden menjawab sangat setuju dan 43,5 responden menjawab kurang setuju.

#### 4.4 Uji Validitas

Uji validitas terdiri atas dua jenis yaitu validitas eksternal dan validitas internal. Validitas eksternal menunjukkan bahwa hasil dari suatu penelitian adalah valid sehingga dapat digeneralisir (generalisasi) ke semua objek, situasi dan waktu yang berbeda. Sedangkan validitas internal menunjukkan kemampuan dari instrumen untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dari suatu konsep.<sup>74</sup> maka dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini adalah uji validitas internal.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.<sup>75</sup> Suatu

---

<sup>74</sup> Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, 2013, hlm. 30.

<sup>75</sup> Ghazali, *Aplikasi...*, hlm. 45.

instrument yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi, sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang dipergunakan untuk mengukur apa yang diukur.

Pada penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS 22 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 of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Besarnya  $df = 23 - 2$  atau  $df = 21$  dengan alpha 5% (0,05) didapat  $r$  tabel = 0,4132. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Validitas Instrumen**

<b>Variabel</b>	<b>Item Pertanyaan</b>	<b>r table</b>	<b>r hitung</b>	<b>Kesimpulan</b>
Etika Bisnis Islam	P1	0,4132	0,726	Valid
	P2	0,4132	0,735	Valid
	P3	0,4132	0,608	Valid
	P4	0,4132	0,689	Valid
	P5	0,4132	0,450	Valid
	P6	0,4132	0,669	Valid
Religiusitas	P1	0,4132	0,881	Valid
	P2	0,4132	0,578	Valid
	P3	0,4132	0,742	Valid
	P4	0,4132	0,654	Valid
	P5	0,4132	0,579	Valid
	P6	0,4132	0,744	Valid
Perilaku Bisnis Syariah	P1	0,4132	0,844	Valid
	P2	0,4132	0,512	Valid
	P3	0,4132	0,884	Valid
	P4	0,4132	0,473	Valid
	P5	0,4132	0,716	Valid
	P6	0,4132	0,771	Valid

*Sumber : Data Primer diolah, 2018*

Dari tabel 4.7 terlihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki nilai  $r$  hitung positif dan lebih besar dibandingkan  $r$  tabel sebesar 0,4132 maka, dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel X1, X2 dan Y adalah valid. Sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

#### 4.5 Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Ukuran reliabilitas dapat dilihat melalui *reliability statistics* pada detail *Cronbach alpha* dalam perhitungan menggunakan SPSS 22 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 *Cronbach alpha*  $< 0,60$

Hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan bantuan SPSS 22 dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabelitas Instrumen**

No.	Variabel	Nilai Cronbach alpha	Kesimpulan
1	Etika Bisnis Islam (X1)	0,761	Reliabel
2	Religiusitas (X2)	0,776	Reliabel
3	Perilaku Bisnis Syariah (Y)	0,779	Reliabel

*Sumber : Data Primer yang diolah, 2018*

Dari keterangan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* > 0,60. Dengan demikian variabel X1, X2 dan Y dapat dikatakan reliabel atau handal. Sehingga data yang digunakan dapat dipergunakan pada tahap selanjutnya.

## 4.6 Uji Asumsi Klasik

### 4.6.1 Uji Normalitas

Distribusi data yang dikumpulkan dalam suatu pengamatan atau pengukuran hendaknya memenuhi asumsi kenormalan. Oleh sebab itu, sebelum menggunakan uji statistik inferensial, perlu dilakukan uji normalitas data.<sup>76</sup> Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

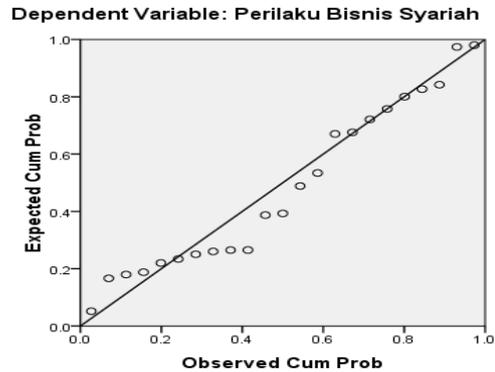
Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan 2 metode. Metode pertama yaitu dengan mengamati penyebaran titik-titik residual pada sumbu diagonal dari grafik *Normal P-P Plot* pada output SPSS. Sedangkan metode kedua menggunakan uji nilai *Kolmogrov-Smirnov*. Uji nilai *Kolmogrov-Smirnov* dimaksudkan untuk lebih meyakinkan dan mengantisipasi terjadinya kesalahan interpretasi grafik *Normal P-P Plot*. Di bawah ini adalah tampilan hasil uji normalitas menggunakan grafik *Normal P-P Plot*.

---

<sup>76</sup> Tomo Djudin, *Statistika Parametrik – Dasar Pemikiran dan Penerapannya dalam Penelitian*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013, hlm. 1.

**Gambar 4.1**  
**Hasil uji Normalitas dengan Grafik *Normal P-P Plot***

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



*Sumber :Data Primer yang diolah,2018*

Dari grafik *Normal P-P Plot* gambar 4.1 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		23
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55230515
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		.861
Asymp. Sig. (2-tailed)		.449
a. Test distribution is Normal.		

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		23
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55230515
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		.861
Asymp. Sig. (2-tailed)		.449

Sumber :Data Primer yang diolah,2018

Interpretasi terhadap nilai *Kolmogrov- Smirnov* dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi dan membandingkan dengan  $\alpha$  (0,05). Pada tabel hasil *output* SPSS di atas didapatkan nilai *Kolmogrov-Smirnov* sebesar 0,861 dan signifikan pada  $0,449 > \alpha$  (0,05), sehingga dapat dikatakan residual berdistribusi normal.

#### 4.6.2 Uji Heterokedastisitas

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 22.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Metode Glejser**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.562	2.486		1.031	.315
	Etika Bisnis Islam	-.092	.169	-.212	-.541	<b>.594</b>
	Religiusitas	.041	.158	.102	.261	<b>.797</b>

a. Dependent Variable: RES2

**Maka:**

*Sumber :Data Primer yang diolah,2018*

Dari keterangan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, yaitu variabel etika bisnis Islam (X1) mempunyai nilai signifikan sebesar  $0,594 > 0,05$  dan variabel religiusitas (X2) mempunyai nilai signifikansi sebesar  $0,797 > 0,05$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastiditas.

#### 4.6.3 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  $VIF \geq 10$ . Berikut ini merupakan hasil uji statistic dengan SPSS 22.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Etika Bisnis	.319	3.140
	Religiusitas	.319	3.140

*Sumber :Data Primer yang diolah,2018*

Sesuai dengan ketentuan uji multikolinieritas, jika nilai VIF kurang dari 10 maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas. Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF masing-masing variabel yaitu  $3,140 < 10$  dan mempunyai nilai *tolerance*  $0,319 > 0,1$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam data penelitian ini. Artinya bahwa antara variabel etika bisnis Islam (X1) dan Religiusitas (X2) tidak saling mengganggu atau mempengaruhi.

#### **4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.**

Analisis ini digunakan dan dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel religiusitas dan pengetahuan etika bisnis Islam terhadap perilaku bisnis syariah. Model regresi dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Perilaku Bisnis Syariah

a = Konstanta

b<sub>1</sub> = Koefisien regresi variabel etika bisnis Islam

X<sub>1</sub> = Etika Bisnis Islam

b<sub>2</sub> = Koefisien regresi variabel religiusitas

X<sub>2</sub> = Religiusitas

Berikut ini merupakan hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 22.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Regresi Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.461	4.687		1.165	.258
	Etika Bisnis	.025	.319	.021	.078	.939
	Religiusitas	.790	.298	.715	2.652	.015

a. Dependent Variable: Perilaku Bisnis Syariah

Sumber : Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel 4.12 diperoleh koefisien untuk variabel etika bisnis Islam (X<sub>1</sub>) adalah 0,25, variabel religiusitas (X<sub>2</sub>) adalah 0,790 dan konstanta sebesar 5,461 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 5,461 + 0,025 (X_1) + 0,790 (X_2)$$

Model persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 5,461 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari etika bisnis Islam (X<sub>1</sub>) dan variabel religiusitas (X<sub>2</sub>), maka nilai variabel perilaku bisnis syariah (Y) adalah 5,461.
- b. Koefisien regresi variabel pengetahuan etika bisnis Islam (X<sub>1</sub>) sebesar 0,025 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X<sub>1</sub> akan memberikan

kenaikan skor sebesar 0,025 atau meningkatkan nilai perilaku bisnis syariah sebesar 0,025.

- c. Koefisien regresi variabel religiusitas (X2) sebesar 0,790 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai pada variabel X2 akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,098 atau etika seorang responden nilai religiusitasnya meningkat maka akan meningkatkan perilaku bisnis syariah sebesar 0,790.

#### 4.8 Uji Koefisien Determinasi.

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

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.537	.490	1.62807

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Etika Bisnis Islam(X1)

Sumber :Data Primer yang diolah,2018

Dari tabel 4.13 dapat dilihat nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.537 interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah adalah sebesar 53,7%, sedangkan sisanya 46,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

#### 4.9 Uji Parsial ( Uji t )

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 22 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 sedangkan jika  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka model regresi dikatakan tidak signifikan. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05,  $df = n - k = 23 - 3 = 20$ , 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 2,086.

Berikut ini adalah hasil uji parsial yang akan menjelaskan berpengaruh atau tidaknya masing masing variabel bebas yang terdiri dari etika bisnis Islam dan religiusitas secara mandiri terhadap variabel terikat yaitu perilaku bisnis syariah.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.461	4.687		1.165	.258
	Etika Bisnis	.025	.319	.021	.078	.939
	Religiusitas	.790	.298	.715	2.652	.015

a. Dependent Variable: Perilaku Bisnis Syariah

Sumber :Data Primer yang diolah,2018

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai thitung variabel etika bisnis Islam (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  0,078 yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu 2,086 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0.939 > \alpha (0.05)$ , sehingga H1 yang menyatakan etika bisnis berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis syariah ditolak. Artinya, variabel

etika bisnis Islam tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel etika bisnis Islam, maka belum tentu berpengaruh terhadap variabel perilaku bisnis syariah

Sedangkan untuk variabel religiusitas ( $X_2$ )  $t_{hitung}$  sebesar 2,652 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 2,086 dengan probabilitas signifikansi  $0.015 < \alpha$  (0.05). Dengan demikian, H2 yang menyatakan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis syariah diterima. Artinya, variabel religiusitas memiliki pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel religiusitas maka akan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel perilaku bisnis syariah.

#### 4.10 Uji Simulasi ( 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 22 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 sedangkan jika  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikan lebih besar dari 0,05, maka model regresi dikatakan tidak signifikan. Dengan taraf signifikan sebesar 0,05,  $df_1$  ( $N_1$ ) =  $k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df_2$  ( $N_2$ ) =  $n - k = 23 - 3 = 20$ , dimana  $k$  adalah jumlah variabel dan  $n$  adalah banyaknya jumlah sampel yang diteliti, maka dapat ditentukan  $F_{tabel}$  pada penelitian ini sebesar 3,49. Berikut ini adalah hasil uji simultan:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.422	2	30.711	11.586	.000 <sup>a</sup>
	Residual	53.012	20	2.651		
	Total	114.435	22			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Etika Bisnis Islam(X1)

b. Dependent Variable: Perilaku Bisnis Syariah (Y)

*Sumber :Data Primer yang diolah,2018*

Dari hasil uji ANOVA atau F test di atas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 11,586 yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  yaitu 3,49 dan probabilitas signifikansi  $0.000 < \alpha$  (0.05), sehingga etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah. Dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel etika bisnis Islam dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis syariah. Artinya, jika etika bisnis Islam seseorang diiringi dengan religiusitas maka akan mempengaruhi perilaku bisnis syariah.

#### 4.11. Pembahasan

Hasil uji hipotesis pertama diperoleh nilai  $t_{hitung}$  variabel etika bisnis Islam (X1) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  0,078 yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  yaitu 2,086 dengan nilai probabilitas signifikansi  $0.939 > \alpha$  (0.05), yang menyatakan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis syariah ditolak. Artinya, variabel etika bisnis Islam tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel etika bisnis, Islam maka belum tentu berpengaruh terhadap variabel perilaku bisnis syariah. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan variabel etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku

bisnis syariah ditolak. Variabel ini diukur menggunakan 5 indikator yang terdiri dari ketauhidan, keadilan / keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Dari kelima indikator tersebut sebagian besar memberikan tanggapan setuju, artinya sebagian besar para pebisnis di HIPSI (Himpunan pengusaha santri Indonesia) Kota Semarang memiliki tingkat etika bisnis sudah cukup yang tinggi. Namun masih banyak juga pebisnis di HIPSI (Himpunan pengusaha santri Indonesia) Kota Semarang yang belum menerapkan etika bisnis Islam yang betul seperti yang terlihat pada item pernyataan nomor ,3 dan 4 mengenai keadilan / keseimbangan dalam berbisnis, kehendak bebas berbisnis, dan tanggung jawab sebagai pebisnis masih banyak yang menjawab kurang setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wazin (2014). Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mendukung relevansi antara etika bisnis Islam dengan perilaku wirausaha muslim ada pada keyakinan pedagang muslim terhadap konsep akidah kemanusiaan dan keseimbangan dalam bisnis Islam. Sedangkan faktor yang tidak mendukung relevansi antara perilaku dengan etika bisnis Islam ada pada keyakinannya tentang konsep keadilan. Faktor internal yang mempengaruhi inkonsistensi ini adalah kekhawatiran akan menderita kerugian, sedangkan faktor eksternal berupa kebiasaan negatif seperti pengurangan timbangan yang dilakukan oleh pihak distributor atau agen, berimbas pada pedagang eceran.

Hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa seberapapun tingkat etika bisnis Islam yang dimiliki seorang wirausaha baik ditinjau dari ketuhidan, keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan tingkat pengaruhnya sangat sedikit bahkan tidak akan mempengaruhi baik buruknya perilaku bisnis syariah dalam melakukan transaksi jual beli. Dengan demikian, jika terjadi kenaikan atau penurunan pada

variabel etika bisnis Islam maka tidak akan mempengaruhi variabel lainnya, semakin seorang wirausaha mempunyai etika bisnis Islam yang tinggi tidak akan berpengaruh terhadap perilakunya dalam berbisnis syariah, begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat etika bisnis Islam seorang wirausaha tidak akan mempengaruhi perilakunya dalam berbisnis syariah.

Sedangkan hasil uji hipotesis kedua untuk variabel religiusitas ( $X_2$ )  $t_{hitung}$  sebesar 2,652 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu 2,086 dengan probabilitas signifikansi  $0.015 < \alpha$  (0.05). Dengan demikian,  $H_2$  yang menyatakan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis syariah diterima. Artinya, variabel religiusitas memiliki pengaruh yang berarti terhadap keseluruhan model regresi. Jika terjadi kenaikan pada variabel religiusitas maka akan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel perilaku bisnis syariah.

Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan variabel religiusitas berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah diterima. variabel dependen dalam penelitian ini diukur menggunakan 6 indikator yang terdiri dari berlaku jujur, amanah, tepat dalam menimbang, menjauhi praktik *gharar*, tidak menimbun barang, serta saling menguntungkan.

Meskipun sebagian besar pernyataan dari keenam indikator mendapat tanggapan sangat setuju, setuju, namun masih terdapat banyak tanggapan kurang setuju, jika dilihat dari pertanyaan kuesioner, pada pertanyaan no. 9 mengenai doa yang mereka haturkan merasa selalu di kabulkan, masih banyak yang menjawab kurang setuju sekitar 13,1 % dari responden yang telah menjawab. Artinya seberapapun tingkat religiusitas yang dimiliki seorang wirausaha

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa seberapapun tingkat religiusitas yang dimiliki seorang pedagang baik ditinjau dari keyakinannya, intensitas ibadahnya

maupun pengamalannya akan mempengaruhi baik buruknya perilaku bisnis Syariah dalam melakukan transaksi jual beli. Dengan demikian, jika terjadi kenaikan ataupun penurunan pada variabel religiusitas, maka akan mempengaruhi variabel lainnya. Semakin seorang pengusaha mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi maka akan berpengaruh terhadap perilakunya dalam berbisnis. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat religiusitas seorang pengusaha akan mempengaruhi perilakunya dalam berbisnis.

Hasil selanjutnya etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah dapat diterima. Dari hasil uji simultan (uji F) diperoleh nilai F hitung sebesar 2,652 dengan probabilitas signifikansi  $0.000 < \alpha (0.05)$ , sehingga dapat dikatakan bahwa secara bersama-sama variabel religiusitas dan etika bisnis Islam berpengaruh terhadap perilaku bisnis syariah. Hal ini juga dapat dilihat dari persamaan regresi linear berganda. sebagai berikut :

$$Y = 5,461 + 0,025 (X_1) + 0,790 (X_2)$$

Berdasarkan persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi dari masing-masing variabel independen bernilai positif, artinya variabel etika bisnis Islam dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku bisnis syariah . Jika etika bisnis Islam seseorang diiringi dengan religiusitas maka akan mempengaruhi perilakunya bisnis syariah.

Dari hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0.537 interpretasinya adalah bahwa pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah adalah sebesar 53,7%, sedangkan sisanya 46,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan.

Dengan melihat hasil penelitian yang telah dibahas mengenai pengaruh etika bisnis Islam dan religiusitas terhadap perilaku bisnis syariah, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil uji parsial menunjukkan bahwa pengaruh variabel etika bisnis Islam (X1) terhadap variabel perilaku bisnis syariah (Y) adalah negatif. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketika kesadaran etika bisnis tinggi justru akan menurunkan perilaku bisnis syariah meskipun tidak signifikan. Sebagaimana dinotasikan dalam uji t variabel etika bisnis Islam (X1) nilai  $t_{hitung}$  sebesar sebesar 0,078 yang lebih kecil dari  $t_{tabel}$  (2,086) dengan nilai probabilitas signifikansi 0.939 (lebih besar dari 0,05).
2. Sedangkan untuk pengaruh variabel religiusitas (X2) terhadap variabel perilaku bisnis syariah (Y) adalah positif. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketika tingkat religiusitasnya tinggi akan menaikkan perilaku bisnis syariah. Sebagaimana dinotasikan dalam uji t variabel religiusitas (X2) nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.652 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  (2,086) dengan probabilitas signifikansi 0.358 (lebih besar dari 0,05).

#### 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 anggota HIPSI (Himpunan pengusaha santri Indonesia) Kota Semarang  
Di dalam agama Islam telah diatur kode etik yang seharusnya dilakukan oleh wirausaha dalam menjalankan bisnisnya. Namun, Himpunan pengusaha santri

Indonesia 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 wirausaha untuk lebih mendalami ajaran-ajaran Islam terutama dalam hal perniagaan dan mengaplikasikannya dalam setiap transaksi. Sehingga tidak ada lagi penyimpangan-penyimpangan dalam jual beli dan akan terjadi sistem pasar yang sehat 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

- Abdullah, M. Ma'ruf, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014.
- Ancok, Djameludin dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam Solusi Islam Atas Problem- Problem Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995.
- Anindya, Desy Astrid, *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitua Kecamatan Delitua , At-Tawassuth*, Vol. II, No. 2, 2017.
- Arifin, Johan, *Etika Bisnis Islam*, Semarang: Walisongo Press, 2009.
- Badroen, Faisal et al, *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Barus, Elida Eldi, Nuriani, *Implementasi Bisnis Islam Studi Pada Rumah Makan Wong Solo Medan*, Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam, Volume 2 Nomor 2, September 2016, ISSN. 2502-6976.
- Bertens, K., *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta: Kanisius, 2000.
- Chang, William, *Etika dan Etiket Bisnis*, Yogyakarta: PT Kanisius, 2016.
- Dawwabah, Asyraf Muhammad, *Bisnis Rasulullah*, Semarang: Pustaka Nuun, 2008.
- Djakfar, Muhammad, *Anatomi Perilaku Bisnis: Dialektika Etika dengan Realitas* Malang: UIN Malang Press, 2009.
- ....., *Etika Bisnis: Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, Jakarta: Penebar Plus, 2012.
- Djudin, Tomo, *Statistika Parametrik – Dasar Pemikiran dan Penerapannya dalam Penelitian*, Yogyakarta: Tiara Wacana, 2013.
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009.
- Huda, Choirul, 2017, "Etos Kerja Pengusaha Muslim (Studi Kasus Pada Pengusaha Muslim Alumni UIN Walisongo Semarang)", *Economica : Jurnal Ekonomi Islam* 7 (2): 79-107.
- Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi Dalam Persepektif Islam Hadis Nabi)*, Cet I, Jakarta: Kencana , 2015.
- Irawan, Heri, *Penerapan Etika Bisnis Islam pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai"* Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2017.
- Jalaluddin, *Psikologi agama*, Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003.
- Kahmad, Dadang, *Sosiologi Agama*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2000.
- Kuncoro , M., *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Malahayati, *Rahasia Sukses Bisnis Rasulullah*, Yogyakarta: Jogja Great Publisher, 2010.
- Nurdin, Muslim dkk, *Moral Kognisi Islam*: CV Alfabeta.
- Naqvi, Syed Nawab Haidar, *Ethics and Economics: An Islamic Synthesis*, Terj. Husin Anis dan Asep Hikmat, Bandung: Mizan, 1985.
- Naqvi, Mohammad, *Fiqh Perdagangan Bebas*, Jakarta: Teraju, 2003.

Nashori, Fuad dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan Kreativitas dalam Perspektif Psikologi Islam*, Yogyakarta: Menara Kudus, 2002.

Pcinujepang.org/2018/03/07/muslimpreneur-2018-santri-lulusan-jepang-siap

berbisnis/

Priadana, Moh. Sidik dan Saludin Muis, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Saifullah, Muhammad, 2016, "Kajian Sejarah : Etika Bisnis Dalam Praktek Mal Bisnis Muhammad", *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* (2): 27-46.

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

Setyaningsih, Erni, *Etika Bisnis Islam (Perspektif Islam, Etika Bisnis Konvensional dan Perbedaannya)*, 2016. Diakses dari <http://ernindo.blogspot.co.id/2018/03/etika-bisnis-islam-perspektif-islam.html>. 28 Maret 2018.

Siregar, Syofian, *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2002.

Siregar, *Statistika*, Jakarta: Erlangga, 1998.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, Bandung: Alfabeta, 2003.

Suprpto, *Statistika*, Jakarta: Erlangga, 1998.

Umar, Husain, *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, Jakarta Press: 2010.

Zulganef, *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

**Lampiran 1:**

**KUESIONER PENELITIAN**

**Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Bisnis Syariah**

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 angket berikut dengan jawaban yang sejujur-jujurnya. Peneliti bertanggungjawab penuh atas kerahasiaan jawaban Bapak/Ibu/Sdr/i.

Atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

**DATA PERSONAL RESPONDEN**

Nama : .....

Usia : .....

Jenis Kelamin \*) :  Laki-laki  Perempuan

Pendidikan Terakhir\*) :  SD  SMA/SLTA  
 SMP/SLTP  Perguruan Tinggi

\*) Pilih salah satu dengan memberikan tanda ( √ ) pada jawaban yang dipilih.

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Berikan tanda (  $\surd$  ) 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 Sejuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### Etika Bisnis Islam

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Nikmat yang saya peroleh adalah titipan Allah SWT					
2	Menurut saya dalam memilih rekan kerja tidak boleh membeda-bedakan suku, ras, dan agamanya					
3	Semua pengusaha bebas bersaing akan tetapi dengan cara yang sehat					
4	Menurut saya setiap pengusaha boleh menjual barang yang sama dengan usaha saya					
5	Menurut saya harga suatu barang harus sesuai dengan kualitasnya					
6	Saya melakukan usaha sebaik mungkin karena Allah menyaksikan apa yang saya kerjakan					

### Religiusitas

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya yakin kelak di akhirat saya akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang saya lakukan					
2	Saya melaksanakan apa yang diperintahkan dan					

	meninggalkan apa yang dilarang oleh Islam					
3	Saya merasakan do'a-do'a saya sering dikabulkan oleh Allah					
4	Saya senantiasa melaksanakan ibadah puasa di bulan Ramadhan					
5	Ketika saya mendapatkan rizki yang lebih, saya menyisihkannya untuk disedekahkan kepada orang lain					
6	Jika ada orang yang mem butuhkan pertolongan, saya selalu berusaha membantunya sesuai kemampuan saya					

#### Perilaku Bisnis Syariah

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya menjelaskan kondisi barang apa adanya kepada pembeli					
2	Saya menjelaskan produk yang akan saya jual sebagaimana mestinya, tanpa melebih-lebihkan					
3	Saya tidak pernah mengurangi timbangan dalam menjual suatu barang					
4	Saya tidak pernah menjual produk yang belum jelas wujudnya (jumlah dan kualitas belum pasti)					
5	Saya tidak pernah menyembunyikan kecacatan barang yang saya jual					
6	Saya tidak pernah menjual barang-barang yang haram dan dapat merugikan pembeli					

**Lampiran 2:**

**HASIL UJI VALIDITAS**

**Etika Bisnis Islam (X1)**

**Correlations**

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.338	.180	.440*	.319	.432*	.726**
	Sig. (2-tailed)		.115	.412	.035	.137	.040	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P2	Pearson Correlation	.338	1	.379	.300	.439*	.396	.735**
	Sig. (2-tailed)	.115		.074	.164	.036	.061	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P3	Pearson Correlation	.180	.379	1	.414*	.000	.453*	.608**
	Sig. (2-tailed)	.412	.074		.049	1.000	.030	.002
	N	23	23	23	23	23	23	23
P4	Pearson Correlation	.440*	.300	.414*	1	.190	.302	.689**
	Sig. (2-tailed)	.035	.164	.049		.386	.161	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P5	Pearson Correlation	.319	.439*	.000	.190	1	-.024	.450*
	Sig. (2-tailed)	.137	.036	1.000	.386		.912	.031
	N	23	23	23	23	23	23	23
P6	Pearson Correlation	.432*	.396	.453*	.302	-.024	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.040	.061	.030	.161	.912		.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
TOTAL	Pearson Correlation	.726**	.735**	.608**	.689**	.450*	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.031	.000	
	N	23	23	23	23	23	23	23

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

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

**Religiusitas (X2)**

**Correlations**

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.382	.559**	.649**	.360	.639**	.881**
	Sig. (2-tailed)		.072	.006	.001	.092	.001	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P2	Pearson Correlation	.382	1	.373	.275	.091	.313	.578**
	Sig. (2-tailed)	.072		.080	.203	.681	.147	.004
	N	23	23	23	23	23	23	23
P3	Pearson Correlation	.559**	.373	1	.302	.568**	.418*	.742**
	Sig. (2-tailed)	.006	.080		.162	.005	.047	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P4	Pearson Correlation	.649**	.275	.302	1	.119	.276	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.203	.162		.589	.202	.001
	N	23	23	23	23	23	23	23
P5	Pearson Correlation	.360	.091	.568**	.119	1	.436*	.579**
	Sig. (2-tailed)	.092	.681	.005	.589		.038	.004
	N	23	23	23	23	23	23	23
P6	Pearson Correlation	.639**	.313	.418*	.276	.436*	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.001	.147	.047	.202	.038		.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
TOTAL	Pearson Correlation	.881**	.578**	.742**	.654**	.579**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.001	.004	.000	
	N	23	23	23	23	23	23	23

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

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

## Perilaku Bisnis Syariah (Y)

### Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
--	----	----	----	----	----	----	-------

P1	Pearson Correlation	1	.413	.682**	.111	.727**	.572**	.844**
	Sig. (2-tailed)		.050	.000	.614	.000	.004	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P2	Pearson Correlation	.413	1	.329	.250	.207	.171	.512*
	Sig. (2-tailed)	.050		.125	.251	.342	.435	.013
	N	23	23	23	23	23	23	23
P3	Pearson Correlation	.682**	.329	1	.372	.552**	.712**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.125		.081	.006	.000	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P4	Pearson Correlation	.111	.250	.372	1	.021	.313	.473*
	Sig. (2-tailed)	.614	.251	.081		.923	.146	.023
	N	23	23	23	23	23	23	23
P5	Pearson Correlation	.727**	.207	.552**	.021	1	.433*	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.342	.006	.923		.039	.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
P6	Pearson Correlation	.572**	.171	.712**	.313	.433*	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.004	.435	.000	.146	.039		.000
	N	23	23	23	23	23	23	23
TOTAL	Pearson Correlation	.844**	.512*	.884**	.473*	.716**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.000	.023	.000	.000	
	N	23	23	23	23	23	23	23

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

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

## UJI RELIABILITAS

### X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	7

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	46.4348	11.893	.640	.714
P2	46.9130	11.992	.656	.714
P3	46.9565	13.043	.531	.741
P4	46.8696	12.391	.609	.725
P5	46.8261	13.787	.374	.760
P6	46.2609	12.656	.593	.731
TOTAL	25.4783	3.715	1.000	.730

**X2**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	7

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	46.5217	13.079	.842	.708
P2	46.7391	15.020	.494	.761
P3	47.1304	14.664	.691	.747
P4	46.8261	14.514	.572	.750
P5	46.9565	15.225	.505	.764
P6	46.5652	14.166	.681	.738
TOTAL	25.5217	4.261	1.000	.791

**Y**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	7

**Item-Total Statistics**

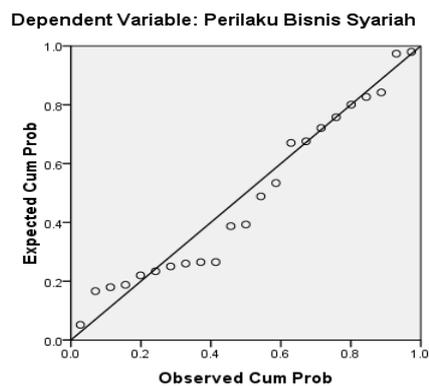
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	48.0435	16.589	.800	.725
P2	48.3478	19.146	.445	.776
P3	48.2174	16.087	.847	.714
P4	48.0435	18.862	.380	.777
P5	48.2609	17.565	.650	.747
P6	47.9565	17.498	.720	.743
TOTAL	26.2609	5.202	1.000	.804

**UJI ASUMSI KLASIK**

**1. NORMALITAS**

grafik *Normal P-P Plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



**Kolmogorov-Smirnov:**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	23

Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55230515
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		.861
Asymp. Sig. (2-tailed)		.449
a. Test distribution is Normal.		

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Pendeteksian terhadap gejala heteroskedastisitas ini juga menggunakan metode Glejser,

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.562	2.486		1.031	.315
	Etika Bisnis Islam	-.092	.169	-.212	-.541	<b>.594</b>
	Religiusitas	.041	.158	.102	.261	<b>.797</b>

a. Dependent Variable: RES2

Maka:

Variabel	Signifikansi	Kesimpulan
<b>X1</b>	<b>0,594</b>	<b>Tidak terjadi</b>
<b>X2</b>	<b>0,797</b>	<b>Tidak terjadi</b>

## 3. Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Etika Bisnis	.319	3.140
	Religiusitas	.319	3.140

## ANALISIS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.461	4.687		1.165	.258		
	Etika Bisnis Islam	.025	.319	.021	.078	.939	.319	3.140
	Religiusitas	.790	.298	.715	2.652	.015	.319	3.140

a. Dependent Variable: Perilaku Bisnis Syariah

## UJI T

### Tabel uji t

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.461	4.687		1.165	.258		
	Etika Bisnis Islam	.025	.319	.021	.078	.939	.319	3.140
	Religiusitas	.790	.298	.715	2.652	.015	.319	3.140

a. Dependent Variable: Perilaku Bisnis Syariah

## UJI F

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	61.422	2	30.711	11.586	.000 <sup>a</sup>
	Residual	53.012	20	2.651		
	Total	114.435	22			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Etika Bisnis Islam (X1)

b. Dependent Variable: Perilaku Bisnis Syariah (Y)

## KOEFISIEN DETERMINAN

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.537	.490	1.62807

a. Predictors: (Constant), Religiusitas (X2), Etika Bisnis Islam (X1)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Data Pribadi

Nama : Farid Hidayat  
Tempat/Tanggal Lahir : Wonosobo, 21 Februari 1992  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Ds. Tambi RT. 06/ RW. 02 Kec. Kejajar, Kab. Wonosobo,  
Prov. Jawa Tengah ( Kode Pos 56354 )

### Riwayat Pendidikan Formal

1. SD N 1 Tambi : Tahun Lulusan 2005
2. SMP N 1 Kejajar : Tahun Lulusan 2008
3. MA N 2 Wonosobo : Tahun Lulusan 2011

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 25 Juli 2018

Penulis,

**Farid Hidayat**

**NIM 112411038**