

**PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS ISLAM
PENGUSAHA BREM DI DESA KALIABU KECAMATAN MEJAYAN
KABUPATEN MADIUN**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

OLEH:

ALDO ROBBY PRADANA

12810008

PEMBIMBING:

Dr. Abdul Haris, M. Ag.

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu Mejayan Madiun. Religiusitas terdiri dari Dimensi Keyakinan, Dimensi Praktek Agama, Dimensi Pengetahuan, Dimensi Pengalaman, dan Dimensi Pengamalan. Hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi pengusaha untuk menjalankan bisnis dengan syariat Islam. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 38 pengusaha brem yang berada di Desa Kaliabu dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *aksidental sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, metode wawancara dan dokumentasi. Alat analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi diketahui bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 31,1% artinya kelima dimensi dalam Variabel Religiusitas dapat mewakili 31,1% variabel yang mempengaruhi Etika Bisnis Islam. Sedangkan 68,9% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Secara simultan, lima variabel dimensi dalam Religiusitas berpengaruh terhadap Etika Bisnis Islam dengan tingkat signifikansi sebesar 0,004. Secara parsial, Dimensi Keyakinan dan Dimensi Pengetahuan Agama berpengaruh signifikan terhadap Etika Bisnis Islam sebesar 0,021 dan 0,018. Sedangkan Dimensi Praktek Agama, Dimensi Pengalaman dan Dimensi Pengamalan mempunyai hasil yang tidak signifikan terhadap Etika Bisnis Islam.

Kata kunci: *Religiusitas, Etika Bisnis Islam, Pengusaha Brem Desa Kaliabu*

تجريد

إن البحث يهدف إلى معرفة تأثير التدين لدى تجار بريم (Brem) نحو أخلاقية أعمالهم التجارية بقرية كاليابو Kaliabu ميجايان Mejayan ماديون Madiun. والتدين يتكون من البعد الاعتقادي وبعد المعاملة الدينية والبعد الثقافي والبعد التجاري والبعد التطبيقي. ويمكن نتيجة البحث من الإسهام تجاه التجار لتسيير أعمالهم التجارية بحبل الشريعة الإسلامية. وأما عينات البحث المستخدمة فهي مجموعة من تجار بريم (Brem) في قرية كاليابو مع تقنية أخذ العينات العرضية (*aksidental sampling*). ويعتبر هذا البحث من بحث ميداني مع معطيات رئيسية منتقاة من نشر الاستطلاع والقيام بالمقابلة وتدوين الوثائق. والأداة المستخدمة للتحليل هي تحليل الانحدار الخطي المضاعف (*Regresi Linier Berganda*).

فاعتمادا على محصول اختبار تحديد المعامل يعرف أن نتيجة التعديل R^2 31,1 في المائة، أي أن الأبعاد الخمسة في المتغير التديني يمكن أن تمثل 31,1 في المائة من المتغير المؤثر في أخلاقية الأعمال التجارية الإسلامية. وأما 68,9 في المائة منها فيوضحها المتغيرات الأخرى خارج هذا النمط من المعالجة. فالأبعاد الخمسة في التدين تؤثر في أخلاقية الأعمال التجارية الإسلامية في نفس الزمن مع أهميتها الكبيرة التي تمثل 0,004. وعلى وجه جزئي، أن البعد الاعتقادي والبعد الثقافي الدينية يؤثران كبيرا في أخلاقية الأعمال التجارية الإسلامية على مثل 0,021 و 0,018. وأما بعد المعاملة الدينية والبعد التجاري والبعد التطبيقي فتؤثر صغيرا في الأعمال التجارية الإسلامية.

الكلمات المفتاحية: التدين، أخلاقية الأعمال التجارية الإسلامية، تجار بريم (brem) بقرية كاليابو

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Aldo Robby Pradana

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Aldo Robby Pradana

NIM : 12810008

Judul Skripsi : **"Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun"**

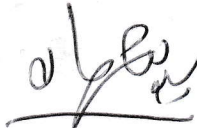
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata I dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah.

Dengan demikian kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Pembimbing



Dr. Abdul Haris, M. Ag.

NIP. 197104231999031001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI
PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor : B - 1126.1/Un.02/DEB/PP.05.3/08/2016

Skripsi/tugas akhir dengan judul:

**Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem
Di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun**

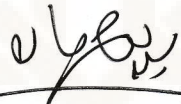
Yang dipersiapkan dan disusun oleh,

Nama : Aldo Robby Pradana
NIM : 12810008
Telah dimunaqasyahkan pada : Jumat, 19 Agustus 2016
Nilai : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

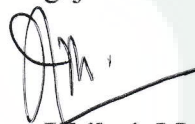
TIM UJIAN TUGAS AKHIR:

Ketua Sidang,



Dr. Abdul Haris, M.Ag.
NIP. 19710423 199903 1 001

Penguji I



Drs. Slamet Khilmi, M. Si.
NIP. 19631014 199203 1 002

Penguji II



Sunaryati, S.E., M.Si.
NIP. 19751111 200212 2 002

Yogyakarta, 30 Agustus 2016
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Dekan,



Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag.
NIP. 19670518 199703 1 003

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldo Robby Pradana

NIM : 12810008

Prodi : Ekonomi Syari'ah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Penyusun,



Aldo Robby Pradana
NIM. 12810008

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai *civitas* akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aldo Robby Pradana
NIM : 12810008
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*non-exclusive royalty free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penyusun/penyusun dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 12 Agustus 2016

Yang menyatakan,



(Aldo Robby Pradana)

MOTTO

**“Tidak ada jalan pintas dalam meraih
kesuksesan, semua perlu kerja keras”**



HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang sangat kusayangi dan cintai untuk;

Ibu dan bapak di rumah yang tercinta yang selalu memberikan do'a, kasih sayang, cinta, dukungan, nasihat, dan pengorbanan yang tiada terhingga yang tak mungkin bisa ku balas hanya dengan kata-kata persembahan ini. Mohon maaf jika selama ini Ananda belum bisa menjadi anak yang baik dan belum bisa menjadi yang seperti yang diharapkan kalian berdua. Semoga dengan karya sederhana ini, setidaknya dapat mengurangi rasa lelah yang ibu dan bapak lalui setiap harinya semi saya.

Untuk Aldi adik tercinta, terima kasih atas dukungan dan kasih sayang, walaupun kita tidak pernah menyatakan rasa sayang kita, tetapi dalam hati selalu menjadi bagian dalam do'a .

Untuk Olif, terima kasih atas dukungan dan semangatnya selama ini, walaupun dengan segala keterbatasan ini, tapi Olif tetap setia menemani hingga berakhirnya pembuatan skripsi ini. Tanpa dukungan olif, mungkin tidak akan ada Aldo yang selalu belajar menjadi semakin dewasa . sekali lagi terima kasih banyak,

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur ke hadirat Allah S.W.T karena berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun”. Skripsi ini disusun bertujuan untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, tentunya tak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penyusun pada kesempatan ini menyampaikan ungkapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. K.H. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. H. Syafiq Mahmadah Hanafi, M. Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Muhammad Ghafur Wibowo, SE., M.Sc selaku Ketua Prodi Ekonomi Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, yang selalu membimbing dan memotivasi mahasiswa/i-nya.
4. Bapak Dr. Abdul Haris, M. Ag. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan serta saran dalam penyusunan skripsi ini.

6. Teristimewa kepada kedua orang tua yang senantiasa memberikan do'a, dukungan, kasih sayang serta nasihatnya.
7. Seseorang yang spesial Olif yang telah mendukung dan mendo'akan setiap hari.
8. Teman seperjuangan "keluarga EKSA A 2012", terima kasih sudah menemani selama 4 tahun yang luar biasa ini.
9. Penolong pembuatan skripsi ini, Kiki dan Zizi yang sabar mengajarkan statistik dengan penuh kesabaran.
10. Terimakasih pula kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penyusun mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penyusun berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Yogyakarta, 12 Agustus 2016

Penyusun,



Aldo Robby Pradana
NIM. 12810008

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Ṡā'	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Ẓāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es

ش	Syīn	sy	es dan ye
ص	Ṣād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	zet (dengan titik di
ع	‘Ain	‘	bawah)
غ	Gain	g	koma terbalik di atas
ف	Fā'	f	ge
ق	Qāf	q	ef
ك	Kāf	k	qi
ل	Lām	l	ka
م	Mīm	m	el
ن	Nūn	n	em
و	Wāwu	w	en
هـ	Hā'	h	w
ء	Hamzah	‘	ha
ي	Yā'	Y	apostrof
			Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta‘addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>‘iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عَلَّة	ditulis	<i>‘illah</i>
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyyā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----َ-----	Fathah	ditulis	A
-----ِ-----	Kasrah	ditulis	i
-----ُ-----	Ḍammah	ditulis	u

فَعَلَ	Fathah	ditulis	<i>fa‘ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif	ditulis	<i>Ā</i>
جاهلية	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2. fathah + yā’ mati	ditulis	<i>ā</i>
تَنَسَّى	ditulis	<i>tansā</i>
3. Kasrah + yā’ mati	ditulis	<i>ī</i>

كريم	ditulis	<i>karīm</i>
4. Ḍammah + wāwu	ditulis	<i>ū</i>
mati	ditulis	<i>furūd</i>
فروض		

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati	ditulis	<i>Ai</i>
بينكم	ditulis	<i>bainakum</i>
2. fathah + wāwu mati	ditulis	<i>au</i>
قول	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek Berurutan dalam Satu Kata yang Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أُذَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

G. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاء	ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

H. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	ditulis	<i>ẓawī al-furūd</i>
أَهْلُ السَّنَةِ	ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
SURAT PENGESAHAN SKRIPSI	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xii
DAFTAR ISI	xvii
DAFTAR TABEL	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4 Sistematika Pembahasan	7
BAB II	9
LANDASAN TEORI	9
2.1 Kerangka Teori	9
2.1.1 Religiusitas	9
2.1.2 Lima Dimensi Religiusitas	11
2.1.3 Konsep Religiusitas Menurut Agama Islam	13
2.1.4 Etika Bisnis	15
2.1.5 Konsep Etika Bisnis	17
2.1.6 Etika Bisnis dalam Perspektif Islam	18
2.1.7 Hubungan Lima Dimensi Religiusitas Terhadap Etika Bisnis Islam	22
2.2 Telaah Pustaka	26
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Hipotesis	28
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	32

3.2 Sumber dan Jenis Data	32
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	33
3.4 Definisi Operasional Variabel	33
3.5 Metode Pengumpulan Data	35
3.6 Metode Analisis Data	36
3.6.1 Uji Instrumen	36
3.6.2 Regresi Linier Berganda	37
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.4 Uji Statistik	41
BAB IV	44
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	44
4.1.1 Kecamatan Mejayan	44
4.1.2 Sentra Pembuatan Brem Desa Kaliabu	45
4.2 Analisis Data	47
4.2.1 Hasil Uji Instrumen	47
4.2.2 Analisis Regresi Linier Berganda	49
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	51
4.2.4 Uji statistik	54
4.3 Pembahasan	56
4.3.1 Pengaruh Dimensi Keyakinan (<i>Akidah</i>) Terhadap Etika Bisnis Islam	56
4.3.2 Pengaruh Dimensi Praktek Agama Terhadap Etika Bisnis Islam	58
4.3.3 Pengaruh Dimensi Pengetahuan Agama Terhadap Etika Bisnis Islam	61
4.3.4 Pengaruh Dimensi Pengalaman Terhadap Etika Bisnis Islam	64
4.3.5 Pengaruh Dimensi Pengamalan Terhadap Etika Bisnis Islam	66
BAB V	69
PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Keterbatasan	70
5.3 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN-LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Instrumen Pernyataan Variabel Religiusitas	34
Tabel 3.2 Instrumen Pernyataan Variabel Etika Bisnis Islam.....	34
Tabel 4.1 Uji validitas	45
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.3 Uji Regresi Linier Berganda	47
Tabel 4.4 Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.5 Multikolinieritas.....	50
Tabel 4.6 Uji Heterokedastisitas	51
Tabel 4.7 Uji secara Simultan	52
Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 4.9 Uji t Parsial.....	53

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Etika adalah suatu persoalan yang sangat penting dalam aktivitas bisnis di era modern saat ini. Tanpa etika, suatu bisnis akan banyak mengalami kendala di tengah persaingan global. Etika bisnis diartikan sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Artinya pelaku bisnis harus berkomitmen dalam melakukan transaksi, berperilaku, dan berhubungan baik dengan seperangkat prinsip dan norma yang ada agar tercapainya suatu bisnis yang beretika dan menguntungkan semua pihak (Faisal et al, 2006: 15).

Pada awalnya tidak terdapat nilai etika dalam berbisnis. Etika dan bisnis dianggap sebagai suatu hal yang berbeda. Suatu perusahaan sepanjang telah mendapatkan laba yang diinginkan, maka hal itu sudah cukup untuk memenuhi tanggung jawab sosialnya yang telah memberikan jasa atau barang kepada konsumen (Sofyan, 2011: 35). Seiring perkembangan zaman, prinsip bisnis ini mulai berubah karena semakin cerdasnya konsumen dalam memilih produk barang ataupun jasa. Perusahaan dituntut untuk tidak hanya mengejar laba semata, melainkan dalam cakupan yang lebih luas yaitu memiliki tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Sejalan dengan pengertian etika bisnis secara global, Islam mengartikan etika bisnis sebagai suatu proses dan upaya untuk mengetahui hal-hal yang benar dan salah yang menjadi dasar pengusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen berkenaan dengan produk dan pelayanan yang dilandasi oleh syariat Islam (Aziz, 2013: 35).

Persoalan etika dalam berbisnis juga telah dibahas dalam Islam bahkan sudah ada pada zaman Rasulullah. Rasulullah SAW adalah contoh pelaku bisnis yang baik dan patut dijadikan tauladan bagi umat Islam. Sejak kecil Rasulullah SAW akrab dengan dunia perdagangan yakni usia 12 tahun ketika melakukan perjalanan ke Syria bersama paman Rasulullah SAW, Abu Thalib. Berkat didikan Abu Thalib, Nabi Muhammad menjadi pemuda yang mempunyai banyak pengalaman di bidang perdagangan. Karena kebaikan dan kejujuran Rasulullah ketika berdagang, masyarakat pun mengakui bahwa Rasulullah adalah seorang pedagang yang jujur dan tidak pernah membuat pelanggannya merasa kecewa. Rasa tanggung jawab yang besar tersebut yang membuat diri Rasulullah SAW semakin dikenal sebagai pedagang yang jujur. Keterbukaan, keadilan, dan kejujuran inilah yang harus diamalkan oleh umat beliau sebagai pelaku bisnis profesional yang menerapkan etika dalam bisnis secara keseluruhan.

Perjalanan panjang Rasulullah SAW haruslah dapat memotivasi para pengusaha muslim untuk menerapkan etika-etika bisnis. Empat sifat Rasulullah yaitu *Siddiq*, *Tabligh*, *amanah*, dan *fathanah* haruslah selalu diterapkan oleh pengusaha-pengusaha muslim dalam menjalankan bisnis. Proses untuk mencapai sikap etis dalam berbisnis tidaklah cepat dan instan. Perlu proses pembelajaran yang mendalam bagi pengusaha agar dapat memahami arti etika secara mendalam.

Faktor yang mempengaruhi etika seorang pengusaha muslim adalah dengan melihat seberapa besar tingkat religiusitas di dalam diri masing-masing.

Etika berbisnis yang baik bersumber dari tingkat religiusitas yang baik pula dari masing-masing individu. Religiusitas sendiri yaitu bagaimana pengusaha mempunyai perasaan dalam beragama. Karena religiusitas bersumber dari kata *Religion* yang maknanya adalah agama (Atmowisuto, 1989: 123). Religiusitas berpengaruh baik terhadap sikap dan perilaku pengusaha dan menjadi nilai penting dalam struktur kognitif setiap individu dan dapat mempengaruhi perilaku individu karena pada dasarnya agama sebagai sumber nilai, tingkat kebaikan perilaku seseorang yang menuntunnya agar fokus terhadap tujuan dan menghindarkan diri dari perilaku menyimpang. Antara religiusitas dengan etika dalam berbisnis mempunyai hubungan yang dalam karena keduanya saling berhubungan dan mempengaruhi. Semakin baik tingkat keagamaan pengusaha maka mempengaruhi tingkat etika yang dijalankan dalam berbisnis.

Pada umumnya, setiap pengusaha yang menjalankan bisnis secara mikro ataupun perusahaan besar haruslah mengedepankan etika berbisnis yang baik pula. Termasuk pengusaha brem di Desa Kaliabu yang mayoritas beragama Islam harus menjalankan bisnis secara syariah yaitu senantiasa mengedepankan aspek kehalalan baik dari sisi cara memperolehnya, mengolah, ataupun ketika menggunakannya (Arifin, 2009: 82).

Indonesia adalah negara yang memiliki produk-produk khas yang tersebar di berbagai kota atau kabupaten. Tidak terkecuali kabupaten Madiun yang juga memiliki produk khas yaitu brem. Brem bisa didapatkan di toko oleh-oleh yang

tersebar di seluruh Madiun. Seperti yang disampaikan oleh sekretaris Desa Kaliabu Ibu Erna bahwa Besarnya minat masyarakat dalam ataupun luar kota dengan brem ini tidak lepas dari usaha para pelaku bisnis yang senantiasa membesarkan nama produk brem ini hingga ke seluruh Indonesia.

Pusat pembuatan brem sebenarnya banyak tersebar di seluruh kabupaten Madiun, tetapi pembuatan brem yang terpusat dan banyak memproduksi brem adalah di Desa Kaliabu yang berada di Kecamatan Mejayan. Yakni 61 pengusaha yang memproduksi brem setiap harinya. Memang tidak semua pengusaha brem di Desa Kaliabu menjadikan usahanya sebagai pekerjaan utama, sebagian dari mereka bekerja sebagai petani dengan membagi pekerjaan mereka antara suami istri atau anak-anaknya. Jika musim tanam atau musim panen para suami yang mengurus sawah mereka, sedangkan istri mereka mengurus usaha brem. Pada kasus lain dikatakan bahwa sawah mereka diurus oleh pasangan suami-istri, sedangkan anak-anak mereka mengurus usaha brem. Pada kasus ini hanya terjadi ketika pemilik usaha brem sudah berumur lanjut sehingga bisnisnya diturunkan kepada anaknya seperti yang diungkapkan oleh salah satu pengusaha brem yaitu Ibu Tinem dalam proses wawancara.

Sebagai seorang pengusaha brem di Desa Kaliabu haruslah mengedepankan etika yang baik dan sesuai Syariah. Dalam melaksanakan bisnis harus selalu mematuhi dan tetap berpegang teguh pada ketentuan Syariah. Berpegang teguh pada aturan Syariah pada akhirnya akan menuju kepada tatanan etis dalam berbisnis (Arifin, 2009: 85). Dengan berpegang teguh dalam tatanan etis tersebut menjadikan pengusaha lebih bijaksana dalam membuat kebijakan,

lebih menghormati dan menghargai konsumen dan masyarakat sekitar, serta selalu ingat kepada Allah SWT di setiap kegiatan bisnis yang dijalankannya.

Maka dari kasus yang dijelaskan di atas, maka penulis memberikan tema tentang **“PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS ISLAM PENGUSAHA BREM DI DESA KALIABU KECAMATAN MEJAYAN KABUPATEN MADIUN”** yang menganalisa berapa besar tingkat religiusitas seorang pengusaha berpengaruh dalam etika bisnisnya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah dimensi keyakinan (akidah/ideologi) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu?
2. Apakah dimensi praktek agama (syari'ah/ritual) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu?
3. Apakah dimensi pengetahuan agama (ilmu/intelektual) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu?
4. Apakah dimensi pengalaman (akhlaq/konsekuensi) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu?
5. Apakah dimensi pengamalan (penghayatan) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan apakah dimensi keyakinan (akidah/ideologi) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu.
2. Untuk mendeskripsikan apakah dimensi praktek agama (syari'ah/ritual) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu.
3. Untuk mendeskripsikan apakah dimensi pengetahuan agama (ilmu/intelektual) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu.
4. Untuk mendeskripsikan apakah dimensi pengalaman (akhlaq/konsekuensial) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu.
5. Untuk mendeskripsikan apakah dimensi pengamalan (penghayatan) berpengaruh secara signifikan terhadap etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu.

Selain itu, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi beberapa pihak di antaranya :

1. Bagi Akademisi

Diharapkan hasil dalam penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian yang sama dengan topik penelitian ini.

2. Bagi Peneliti

Memberikan informasi yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penelitian tentang pengaruh religiusitas terhadap etika bisnis sebagai persyaratan menyelesaikan tugas akhir.

3. Bagi Pemerintah Desa

Penelitian ini diharapkan dapat membantu pemerintah Desa dalam mengatasi masalah-masalah yang ada pada pengusaha yang berkaitan dengan etika berbisnis.

1.4 Sistematika Pembahasan

Dalam laporan penelitian ini, sistematika penulisan terdiri dari lima bab yang masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yaitu bab berisikan tentang latar belakang masalah, pokok masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan teori, yaitu dalam bab ini menjelaskan tentang telaah pustaka, kerangka teoritik dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian, yaitu berisikan deskripsi bagaimana penelitian dilaksanakan secara operasional dengan menggunakan variabel penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan analisisnya.

Bab IV Pembahasan, yaitu berisikan dengan deskripsi wilayah penelitian secara geografis. Kemudian dilanjutkan dengan hasil analisis penelitian dan pembahasan dari olah data yang sudah dilakukan.

Bab V penutup, bab ini merupakan kesimpulan yang merupakan jawaban akhir dari rumusan permasalahan dalam penelitian ini. Bab ini juga disampaikan saran serta masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan penelitian ini

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian statistik tentang pengaruh religiusitas yang terbagi dalam lima dimensi yaitu keyakinan, praktek agama, pengetahuan, pengalaman, dan pengamalan terhadap etika bisnis Islam di Desa Kaliabu dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Religiusitas adalah tingkat kedekatan seseorang kepada Allah SWT yang berasal dari keyakinan serta keimanan yang cukup mewarnai perilaku etika bisnis pengusaha brem di Desa Kaliabu dikarenakan mayoritas pengusaha beragama Islam.
- 2) Dimensi keyakinan dan pengetahuan agama merupakan variabel yang mempengaruhi etika bisnis pengusaha dengan tingkat signifikansi 0,021 dan 0,018. Mayoritas pengusaha percaya dan yakin jika keimanan dan ketaatan kepada Allah SWT sangat mempengaruhi bisnis brem. Serta membuat pengusaha selalu beretika dengan menjalankan apa yang diperintahkan Allah SWT dan menjauhi apa yang dilarang. Pengetahuan agama yang dimiliki oleh pengusaha juga berpengaruh karena dari ilmu tersebut membuat pengusaha bisa menjalankan kebijakan yang baik, menghargai dan memberi edukasi karyawan. Sehingga membuat karyawan semangat dalam bekerja dan memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

- 3) Dimensi praktek agama dan pengalaman merupakan variabel yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam beribadah, seorang pengusaha masih mementingkan urusan bisnis dari pada beribadah. Padahal konsep ibadah yang baik adalah seimbangnya antara hubungan pengusaha dengan Allah SWT yaitu menjalankan ibadah dan hubungan sesama manusia yaitu bisnis berm. Karena dengan keseimbangan akan menjadikan bisnis yang baik dan beretika. Kontribusi sosial pengusaha yang masih minim membuat bisnis yang dijalankan belum maksimal dan belum sesuai dengan tatanan etika.
- 4) Dimensi pengamalan adalah dimensi yang tidak berpengaruh terhadap etika bisnis. Hal ini dikarenakan pengusaha belum banyak yang mensyukuri nikmat yang diberikan Allah kepada mereka. Sehingga bisnis yang dijalankan belum menuai keberkahan. Idealnya dimensi pengamalan ini akan bernilai baik jika dimensi lainnya mendapatkan hasil yang baik pula.

5.2 Keterbatasan

- 1) Dalam penelitian ini ditemukan keterbatasan dalam nilai *adjusted R2* yang sebesar 31,1 persen dari total keseluruhan 100 persen. Keadaan ini berarti bahwa kelima dimensi religiusitas hanya dapat menjelaskan variabel etika bisnis Islam sebesar 31,1 persen. Sedangkan 68,9 persen lainnya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.
- 2) Model yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas, khususnya tidak signifikannya variabel praktek agama, pengalaman, dan pengamalan.

Hal ini terjadi karena tingkat religiusitas pengusaha masih belum sepenuhnya diterapkan, sehingga dalam menjalankan bisnis belum memenuhi syarat sebagai pengusaha yang beretika dan membuat penelitian ini masih harus dikaji kembali dengan metode dan data yang lebih lengkap. sehingga penelitian yang dihasilkan dapat lebih bermanfaat bagi pihak pengusaha brem ataupun pemerintah Desa Kaliabu

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian disampaikan beberapa saran dan masukan bagi pengusaha brem ataupun pemerintah Desa Kaliabu dalam mengembangkan usaha brem dengan cara yang baik dan benar menurut aturan Islam:

- 1) Pengusaha brem di Desa Kaliabu yang mayoritas beragama Islam haruslah menambah keimanan kepada Allah SWT dengan selalu beribadah dan berdo'a agar dilancarkan segala usahanya. Pengusaha diharapkan tidak takut akan kehilangan waktu untuk berbisnis sekedar hanya untuk memenuhi panggilan sholat beberapa menit.
- 2) Wawasan dalam berbisnis haruslah ditambah sedikit demi sedikit. Sehingga pengusaha dapat mengetahui hal-hal apa saja yang boleh dilakukan dalam bisnis dan yang dilarang. Hal ini bertujuan untuk membentengi diri dari sifat yang dilarang oleh agama.
- 3) Pemerintah Desa diharapkan dapat mengayomi warganya, khususnya yang memiliki usaha brem agar menjunjung rasa kekeluargaan. Hal ini untuk mencegah adanya persaingan yang tidak sehat terhadap sesama pengusaha.

- 4) Pemerintah Desa diharapkan dapat mengorganisir semua pengusaha untuk membuat suatu paguyuban yang menyeluruh di Desa Kaliabu. Paguyuban ini akan sangat bermanfaat bagi pemerintah Desa, pengusaha brem, dan masyarakat secara umum. Paguyuban pengusaha brem akan berguna untuk mengurangi persaingan antar pengusaha dan adanya kegiatan rutin akan mempererat persaudaraan mereka.



DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno dan I Cenik Ardana. 2009. *Etika Bisnis Dan Profesi: Tantangan Membangun Manusia Seutuhnya*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ancok, Djamaludin dan Nashori Suroso, Fuad. 2013. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press.
- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Badroen, Faisal. 2006. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Bertens, K. 2013. *Pengantar Etika Bisnis*. Yogyakarta: Kanisius Media.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Malang: UIN-Malang Press.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jalaluddin. 2012. *Psikologi Agama*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Keraf, Sonny. 1998. *Etika Bisnis: Tuntutan Dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius Media
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Qardhawi, Yusuf. 1998. *Al-Qur'an Berbicara Tentang Akal Dan Ilmu Pengetahuan*. Jakarta: Gema Insani Press.
- S. Harahap, Sofyan. 2011. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, Syofian. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.2
- Srijanti. *et. al*. 2009. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*. Jakarta: Graha Ilmu.

Supriyanto. 2009. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: Indeks.

Syamsul Arifin, Bambang. 2008. *Psikologi Agama*. Bandung: Pustaka Setia.

Yosephus, L Sinuor. 2010. *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral Terhadap Perilaku Pebisnis*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Jurnal:

Fauzan. 2013. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Etika Berbisnis (Studi Pada RM. Padang di Kota Malang)” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Volume 15, No 1 Universitas Kanjuruhan Malang.

Adzim, Fauzan. 2009. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Prestasi Kerja Pegawai Alumni Dan Bukan Alumni Pesantren (Studi Pada Kantor Depag Kabupaten Bangkalan)” *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. Volume 5 No 2 Universitas Kanjuruhan Malang.

Skripsi dan Thesis:

Faiz, Ahmad. 2009. “Pengaruh Tingkat Keagamaan Terhadap Perilaku Pedagang Di Pasar Kebayoran Lama Jakarta Selatan,” *Skripsi* UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Agus Triyono, Juli. 2010. “Hubungan Antara Religiusitas Dengan Kewirausahaan Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri Semarang,” *Skripsi* Universitas Diponegoro Semarang.

Ariawan, Fredi. 2015. “Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Perusahaan Aflah Bakkery Bantul Yogyakarta,” *Skripsi* UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Online

Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Madiun, 2015

Kecamatan Mejayan Dalam Angka, 2015

Statistik Daerah Kecamatan Mejayan, 2015

Program Desa Dan Kelurahan Bina Pemerintah Desa Kemendagri, 2016

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran I

Terjemahan Al-Qur'an

NO	HALAMAN	TERJEMAHAN
1	21	85. Barangsiapa yang memberikan syafa'at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bahagian (pahala) dari padanya. dan Barangsiapa memberi syafa'at yang buruk, niscaya ia akan memikul bahagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu.
2	50	136. Wahai orang-orang yang beriman, tetapkan beriman kepada Allah dan Rasul-Nya dan kepada kitab yang Allah turunkan kepada Rasul-Nya serta kitab yang Allah turunkan sebelumnya. Barangsiapa yang kafir kepada Allah, malaikat-malaikat-Nya, kitab-kitab-Nya, rasul-rasul-Nya, dan hari Kemudian, Maka Sesungguhnya orang itu telah sesat sejauh-jauhnya.
2	52	14. dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, Yaitu: wanita-wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia, dan di sisi Allah-lah tempat kembali yang baik (surga).
3	54	1. bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang Menciptakan, 2. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. 3. Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah, 4. yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam, 5. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.
4	55	73. Kami telah menjadikan mereka itu sebagai pemimpin-pemimpin yang memberi petunjuk dengan perintah Kami dan telah Kami wahyukan kepada, mereka mengerjakan kebajikan, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, dan hanya kepada kamilah mereka selalu menyembah,

Lampiran II**Daftar Nama Responden**

No	Nama	Alamat	Ket.		Nama	Alamat	Ket.
1	Suwarsono	Dsn. Sumberejo RT. 06 RW.02		20	Eko Suryanto	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	Suling Gading Z
2	Joko Waluyo	Dsn. Sumberejo RT. 07 RW.02	Tongkat mas	21	Sutrisno	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
3	Adi Suroso	Dsn. Sumberejo RT. 08 RW.02	Suling Indah Jaya	22	Samiaji	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
4	Prihantini	Dsn. Sumberejo RT. 09 RW.02		23	Yudi Hartono	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	Mega Rasa
5	Yahya	Dsn. Sumberejo RT. 09 RW.02	Rumah Joglo	24	Eko	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
6	Triyono	Dsn. Sumberejo RT. 09 RW.02		25	Zainal/Bayuntari	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
7	Agus Purbianto	Dsn. Sumberejo RT. 11 RW.02	Fortuna	26	Tumijo	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
8	Harjo Sasmita	Dsn. Sumberejo RT. 11 RW.02		27	Romadhon	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
9	Maryulin'	Dsn. Sumberejo RT. 11 RW.02	Eka Jaya	28	Tukimin	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
10	Suwito	Dsn. Sumberejo RT. 11 RW.02		29	Samino/Saminten	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
11	Titik/Sumono	Dsn. Lemahiring RT. 14 RW.03		30	Supiyeti	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04	
12	Sair/Painem	Dsn. Lemahiring RT. 14 RW.03		31	Budi Widodo	Dsn. Tempuran RT. 17 RW.04	Suling Super
13	Suwarno/Parmi	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		32	Parlan	Dsn. Tempuran RT. 17 RW.04	

14	Samisri	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		33	Nur Rokim	Dsn. Tempuran RT. 17 RW.04	
15	Gunawan/Eni	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		34	Parmin/ Sukariati	Dsn. Tempuran RT. 19 RW.04	
16	Trimun	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		35	Supriadi	Dsn. Tempuran RT. 19 RW.04	Sari Gading
17	Agus/Dewi	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		36	Maskur	Dsn. Kaliabu RT. 20 RW.05	
18	Joko	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		37	Wibowo	Dsn. Kaliabu RT. 22 RW.05	
19	Wahyem	Dsn. Tempuran RT. 16 RW.04		38	Sastro Saimin	Dsn. Kaliabu RT. 25 RW.05	Suling Mustika

Lampiran III



Prodi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Tanggal :

No. Kuisisioner

Kuisisioner Penelitian

**“PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP ETIKA BISNIS ISLAM
PENGUSAHA BREM DI DESA KALIABU KECAMATAN MEJAYAN
KABUPATEN MADIUN”**

1. IDENTITAS DIRI

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Agama :

A. Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu adalah jawaban yang sebenarnya dengan menandai jawaban menggunakan tanda (X) dengan alternatif jawaban sebagai berikut :

SS : Bila anda sangat setuju dengan pernyataan tersebut

S : Bila anda setuju dengan pernyataan tersebut

N : Bila anda netral/cukup dengan pernyataan tersebut

TS : Bila anda tidak setuju dengan pernyataan tersebut

STS: Bila anda sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut

Kami berharap Bapak/Ibu bersedia untuk menjawab semua pernyataan yang di dalam kuesioner ini

2. RELIGIUSITAS

A. Dimensi keyakinan

1. Tuhan umat islam hanya satu, yaitu Allah SWT
a. SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya mengakui bahwa Allah SWT itu ada bersama kita
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya percaya bahwa malaikat ada dan selalu mengawasi
SS b. S c. N d. TS e. STS
4. Saya bersaksi bahwa rasulullah SAW adalah utusan Allah SWT dan Al-Qur'an sebagai wahyu yang diturunkan kepada beliau
SS b. S c. N d. TS e. STS
5. Saya percaya adanya surga dan neraka sebagai konsekuensi apa yang saya lakukan di dunia
SS b. S c. N d. TS e. STS

B. Dimensi Praktek agama

1. Saya selalu melaksanakan sholat wajib walaupun dalam keadaan bekerja
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya sebagai pengusaha selalu menunaikan zakat wajib ataupun zakat harta
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya tetap melakukan ibadah walaupun dalam keadaan sakit atau berhalangan
SS b. S c. N d. TS e. STS
4. Saya menjalankan ibadah puasa Ramadhan setiap tahunnya
SS b. S c. N d. TS e. STS
5. Jika sudah cukup harta, maka saya akan melaksanakan ibadah haji
SS b. S c. N d. TS e. STS

C. Dimensi Pengetahuan Agama

1. Saya belajar agama sejak berusia dini
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya selalu membaca dan mempelajari Al-Qur'an hingga sekarang
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya suka mempelajari dan mendengarkan ceramah agama
SS b. S c. N d. TS e. STS
4. Saya selalu menambah wawasan dengan membaca buku agama
SS b. S c. N d. TS e. STS

D. Dimensi Pengalaman

1. Saya selalu mengingat Allah SWT setiap melakukan suatu kegiatan
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya sangat peduli dengan lingkungan tempat saya tinggal
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya sangat peduli dengan orang-orang di sekitar yang membutuhkan
SS b. S c. N d. TS e. STS
4. Saya pengusaha yang berkontribusi membangun Desa saya.
SS b. S c. N d. TS e. STS

E. Dimensi Pengamalan

1. Saya menghayati semua do'a yang saya panjatkan kepada Allah SWT
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Hati saya tidak tenang ketika melakukan kesalahan
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya merasakan ketenangan jiwa setelah beribadah
SS b. S c. N d. TS e. STS
4. Saya selalu mendapatkan jalan ketika saya berdo'a kepada Allah SWT
SS b. S c. N d. TS e. STS
5. Saya yakin bahwa rezeki datang atas usaha dan do'a yang dilakukan

- SS b. S c. N d. TS e. STS
6. Saya mengagumi kebesaran Allah SWT
- SS b. S c. N d. TS e. STS

3. ETIKA BISNIS ISLAM

A. Kesatuan

1. Saya tidak membedakan distributor, karyawan, atau konsumen berdasarkan ras, jenis kelamin, dan agamanya saja
- SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya memproduksi Brem dengan cara yang baik dan benar
- SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Harta yang saya miliki adalah titipan dari Allah SWT
- SS b. S c. N d. TS e. STS

B. Kesenimbangan

1. Saya selalu memperhatikan pembagian keuntungan antara saya, rekan bisnis, dan karyawan
- SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya selalu menyisihkan sebagian harta yang saya peroleh untuk orang yang membutuhkan
- SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya sadar bahwa di dalam harta saya terdapat hak-hak orang lain yang harus dikeluarkan
- SS b. S c. N d. TS e. STS

C. Kehendak Bebas

1. Saya membuat kontrak kerja yang baik dan benar berdasarkan aturan agama
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Saya membuat kontrak kerja agar karyawan selalu disiplin
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya akan mengubah aturan kerja jika terlalu mempersulit karyawan
SS b. S c. N d. TS e. STS

D. Pertanggungjawaban

1. Saya memberikan upah karyawan sesuai dengan aturan yang ada
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Ketika saya berhutang, saya mengerti tentang aturan berhutang yang baik
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya bertanggung jawab penuh atas brem yang saya buat dalam bisnis saya
SS b. S c. N d. TS e. STS

E. Kebenaran : Kebajikan dan Kejujuran

1. Saya melakukan kerja sama dengan agen/ distributor dengan suka rela
SS b. S c. N d. TS e. STS
2. Jika terjadi konflik, saya menyelesaikannya dengan cara kekeluargaan
SS b. S c. N d. TS e. STS
3. Saya menerima pengembalian brem jika ditemukan suatu kerusakan
SS b. S c. N d. TS e. STS
4. Saya membuat takaran seadil-adilnya dalam membuat brem
SS b. S c. N d. TS e. STS

Pedoman Wawancara

Pengaruh Religiusitas terhadap Etika Bisnis Islam Pengusaha Brem di Desa Kaliabu Kecamatan Mejayan Kabupaten Madiun

Oleh :

Aldo Robby Pradana (12810008)

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

1. apakah Bapak/Ibu yakin dengan Allah SWT? Dan bagaimana pengaruhnya kepada bisnis yang dijalankan ini?
2. Bagaimana bapak/ibu menjalankan ibadah ketika sedang bekerja?
3. Apakah bapak/ibu tahu tentang rukun Islam? Dan bagaimana cara menjalankan atau menunaikannya?
4. Apa pendapat bapak/ibu bahwa bisnis ini berhubungan erat dengan tingkat keagamaan?
5. Bagaimana keadaan sosial yang terjadi di desa ini?
6. Bagaimana kontribusi pengusaha secara umum kepada desa atau kepada masyarakat sekitar?
7. Seberapa mengertikah bapak/ibu tentang bisnis yang dijalankan dengan etika?
8. Apakah penting suatu etika dalam bisnis? Dan bagaimana jika suatu bisnis tidak dijalankan dengan etika?
9. Kebijakan apa saja yang bapak/ibu buat untuk karyawan yang ada? Apakah sesuai dengan aturan agama?
10. Apakah arti doa menurut bapak/ibu? Dan seberapa penting doa dapat mempengaruhi bisnis?
11. Ketika bapak/ibu sudah melaksanakan kewajiban-kewajiban sebagai seorang muslim yang diaplikasikan ke bisnis, apakah terjadi perubahan kepada bisnis yang dijalankan?

Lampiran IV

HASIL TABULASI DATA KUISIONER

1. VARIABEL DIMENSI KEYAKINAN (X1)

Resp.	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	TKE	Resp.	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	TKE
1	5	4	4	5	4	22	20	5	5	5	5	5	25
2	5	5	4	5	2	21	21	5	5	5	5	5	25
3	5	5	4	4	4	22	22	5	5	5	5	5	25
4	5	5	3	3	4	20	23	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25	24	5	5	4	4	4	22
6	5	5	5	4	3	22	25	5	5	5	5	5	25
7	5	4	5	5	5	24	26	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	4	20	27	5	5	5	5	5	25
9	5	3	3	4	5	20	28	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25	29	5	5	5	5	5	25
11	5	4	4	4	5	22	30	5	5	4	5	5	24
12	5	5	5	5	5	25	31	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25	32	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25	33	5	4	5	5	5	24
15	5	5	4	5	4	23	34	5	5	5	5	5	25
16	5	5	5	4	3	22	35	5	5	5	5	5	25
17	5	5	5	4	4	23	36	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25	37	5	4	4	4	4	21
19	5	5	5	5	5	25	38	5	5	5	5	5	25

2. VARIABEL DIMENSI PRAKTEK AGAMA (X2)

Resp.	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	TPR	Resp.	PR1	PR2	PR3	PR4	PR5	TPR
1	5	4	4	5	4	22	20	5	5	4	5	5	24
2	4	4	3	4	4	19	21	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20	22	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	4	19	23	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	4	20	24	4	4	3	5	4	20
6	4	4	4	4	4	20	25	4	4	4	4	5	21
7	3	4	3	3	4	17	26	4	4	4	4	4	20
8	4	4	5	5	4	22	27	4	4	3	5	4	20
9	4	4	4	5	4	21	28	5	5	5	5	5	25
10	4	4	5	4	5	22	29	4	4	5	4	5	22
11	5	5	5	5	5	25	30	4	4	4	5	5	22
12	4	4	5	4	4	21	31	4	4	3	5	4	20
13	5	5	5	5	5	25	32	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25	33	4	4	3	5	5	21
15	4	4	3	4	4	19	34	4	5	4	5	5	23
16	5	5	5	5	5	25	35	4	4	3	4	5	20
17	5	5	5	5	5	25	36	5	5	4	5	5	24
18	4	4	4	4	4	20	37	4	5	5	5	5	24
19	4	4	5	4	4	21	38	4	5	5	5	5	24

3. VARIABEL DIMENSI PENGETAHUAN (X3)

Resp.	PA1	PA2	PA3	PA4	TPA	Resp.	PA1	PA2	PA3	PA4	TPA
1	5	4	4	4	17	20	5	4	4	4	17
2	4	3	3	3	13	21	5	5	4	4	18
3	4	3	3	3	13	22	5	5	5	4	19
4	4	3	3	3	13	23	4	5	4	3	16
5	5	4	3	3	15	24	4	4	4	3	15
6	4	3	5	3	15	25	4	4	5	4	17
7	4	3	3	3	13	26	5	4	4	4	17
8	4	5	4	5	18	27	4	4	4	4	16
9	5	4	4	4	17	28	4	4	4	4	16
10	5	3	3	3	14	29	5	4	3	3	15
11	4	5	4	3	16	30	4	3	4	4	15
12	5	4	4	5	18	31	4	3	4	4	15
13	3	4	3	4	14	32	5	5	5	5	20
14	3	4	3	3	13	33	5	5	5	5	20
15	4	4	4	3	15	34	4	4	4	4	16
16	4	5	3	4	16	35	4	3	4	3	14
17	4	4	4	4	16	36	5	4	4	4	17
18	4	4	3	3	14	37	5	4	4	4	17
19	5	3	4	4	16	38	4	4	4	3	15

4. DIMENSI PENGALAMAN (X4)

Resp.	PL1	PL2	PL3	PL4	TPL	Resp.	PL1	PL2	PL3	PL4	TPL
1	4	3	4	5	16	20	4	4	4	3	15
2	5	3	5	4	17	21	4	4	5	5	18
3	5	5	5	4	19	22	4	5	5	4	18
4	5	5	3	4	17	23	3	4	5	4	16
5	5	3	4	5	17	24	5	4	4	4	17
6	3	4	5	4	16	25	4	5	4	4	17
7	5	4	3	3	15	26	5	4	4	5	18
8	5	4	3	4	16	27	4	4	4	4	16
9	4	3	4	3	14	28	5	4	5	4	18
10	4	3	4	5	16	29	5	3	4	5	17
11	5	4	5	4	18	30	4	4	3	4	15
12	5	4	3	5	17	31	5	4	3	4	16
13	4	3	4	3	14	32	5	5	5	4	19
14	5	5	4	3	17	33	5	5	5	5	20
15	3	4	4	4	15	34	4	4	4	4	16
16	4	5	5	4	18	35	5	4	3	4	16
17	4	4	4	4	16	36	4	4	4	5	17
18	5	3	5	4	17	37	4	4	3	5	16
19	4	4	3	5	16	38	5	4	4	5	18

5. DIMENSI PENGAMALAN (X5)

Resp.	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6	TPM	Resp.	PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6	TPM
1	4	4	5	5	5	4	27	20	5	5	5	5	5	5	30
2	5	4	5	4	5	4	27	21	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	4	4	4	4	24	22	5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	3	4	3	4	22	23	3	4	4	3	5	4	23
5	4	4	4	3	5	4	24	24	4	5	4	4	5	4	26
6	4	4	4	4	4	4	24	25	4	4	4	4	5	5	26
7	4	4	4	4	3	3	22	26	4	4	4	4	5	5	26
8	4	5	4	5	3	4	25	27	4	4	5	5	3	3	24
9	4	4	4	4	5	5	26	28	5	5	5	5	5	5	30
10	5	3	4	4	4	5	25	29	3	3	4	5	3	4	22
11	5	5	5	5	5	5	30	30	5	5	4	4	5	5	28
12	5	5	4	3	3	5	25	31	5	5	4	4	4	4	26
13	5	5	5	4	4	5	28	32	5	4	4	4	5	5	27
14	5	5	5	5	5	5	30	33	5	5	5	4	5	5	29
15	4	4	4	3	4	5	24	34	5	5	4	4	4	4	26
16	5	5	5	5	5	5	30	35	4	4	3	3	4	5	23
17	4	4	4	4	4	4	24	36	4	4	3	3	5	5	24
18	4	4	5	3	5	5	26	37	4	5	4	4	4	4	25
19	5	4	4	5	5	5	28	38	5	4	4	4	4	5	26

6. VARIABEL ETIKA BISNIS ISLAM (Y)

Resp	ST1	ST2	ST3	TB1	TB2	TB3	KB1	KB2	KB3	PJ1	PJ2	PJ3	KN1	KN2	KN3	KN4	TVY
1	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	70
2	4	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	61
3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	63
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	64
6	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	61
7	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	64
8	5	5	4	4	3	3	3	4	2	4	4	5	4	5	2	5	62
9	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	61
10	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	73
11	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	70
12	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	3	67
13	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	66
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65
15	3	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	67
16	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	65
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
18	3	3	5	4	4	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	5	65
19	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	67
20	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	71
21	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
22	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	68

23	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	4	5	76
24	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	5	71
25	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	2	4	70
26	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	67
27	5	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	65
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	68
29	5	5	4	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	66
30	4	5	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	5	3	5	61
31	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	3	4	2	3	4	4	71
32	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	73
33	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	73
34	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	75
35	5	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	65
36	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	70
37	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	70
38	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	69

Lampiran V**1. UJI VALIDITAS**

Correlations							
		keyakinan	keyakinan	keyakinan	keyakinan	keyakinan	TKE
keyakinan	Pearson Correlation	1	,277	,188	,230	,140	,359 [*]
	Sig. (2-tailed)		,092	,258	,165	,400	,027
	N	38	38	38	38	38	38
keyakinan	Pearson Correlation	,277	1	,515 ^{**}	,297	-,013	,555 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,092		,001	,070	,940	,000
	N	38	38	38	38	38	38
keyakinan	Pearson Correlation	,188	,515 ^{**}	1	,652 ^{**}	,379 [*]	,845 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,258	,001		,000	,019	,000
	N	38	38	38	38	38	38
keyakinan	Pearson Correlation	,230	,297	,652 ^{**}	1	,487 ^{**}	,820 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,165	,070	,000		,002	,000
	N	38	38	38	38	38	38
keyakinan	Pearson Correlation	,140	-,013	,379 [*]	,487 ^{**}	1	,695 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,400	,940	,019	,002		,000
	N	38	38	38	38	38	38
TKE	Pearson Correlation	,359 [*]	,555 ^{**}	,845 ^{**}	,820 ^{**}	,695 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,027	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38	38

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

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

A. VARIABEL DIMENSI KEYAKINAN

B. VARIABEL DIMENSI PRAKTEK AGAMA

		Correlations					
		praktek agama	praktek agama	praktek agama	praktek agama	praktek agama	TPR
praktek agama	Pearson Correlation	1	,746**	,523**	,654**	,540**	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000	,000	,000
	N	38	38	38	38	38	38
praktek agama	Pearson Correlation	,746**	1	,582**	,624**	,725**	,894**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	38	38	38	38	38	38
praktek agama	Pearson Correlation	,523**	,582**	1	,312	,488**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,056	,002	,000
	N	38	38	38	38	38	38
praktek agama	Pearson Correlation	,654**	,624**	,312	1	,476**	,736**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,056		,003	,000
	N	38	38	38	38	38	38
praktek agama	Pearson Correlation	,540**	,725**	,488**	,476**	1	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,003		,000
	N	38	38	38	38	38	38
TPR	Pearson Correlation	,843**	,894**	,773**	,736**	,782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38	38

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

C. VARIABEL DIMENSI PENGETAHUAN

		Correlations				
		pengetahuan agama	pengetahuan agama	pengetahuan agama	pengetahuan agama	TPA
pengetahuan agama	Pearson Correlation	1	,179	,295	,358*	,609**
	Sig. (2-tailed)		,282	,072	,027	,000
	N	38	38	38	38	38
pengetahuan agama	Pearson Correlation	,179	1	,346*	,433**	,704**
	Sig. (2-tailed)	,282		,033	,007	,000
	N	38	38	38	38	38
pengetahuan agama	Pearson Correlation	,295	,346*	1	,519**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,072	,033		,001	,000
	N	38	38	38	38	38
pengetahuan agama	Pearson Correlation	,358*	,433**	,519**	1	,809**
	Sig. (2-tailed)	,027	,007	,001		,000
	N	38	38	38	38	38
TPA	Pearson Correlation	,609**	,704**	,750**	,809**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38

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

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

D. VARIABEL DIMENSI PENGALAMAN

Correlations					
		Pengalaman	Pengalaman	Pengalaman	TPL
PL1	Pearson Correlation	1	,336*	,207	,355*
	Sig. (2-tailed)		,039	,213	,029
	N	38	38	38	38
PL2	Pearson Correlation	,336*	1	,263	,426**
	Sig. (2-tailed)	,039		,111	,008
	N	38	38	38	38
PL3	Pearson Correlation	,207	,263	1	,148
	Sig. (2-tailed)	,213	,111		,375
	N	38	38	38	38
PL4	Pearson Correlation	,355*	,426**	,148	1
	Sig. (2-tailed)	,029	,008	,375	
	N	38	38	38	38
TPL	Pearson Correlation	,645**	,758**	,568**	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	38	38	38	38

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

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

E. VARIABEL DIMENSI PENGAMALAN

		Correlations					
		pengamalan	pengamalan	pengamalan	pengamalan	pengamalan	TPM
pengamalan	Pearson Correlation	1	,544**	,546**	,346*	,263	,434**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,034	,111	,006
	N	38	38	38	38	38	38
pengamalan	Pearson Correlation	,544**	1	,286	,300	,200	,124
	Sig. (2-tailed)	,000		,082	,067	,228	,458
	N	38	38	38	38	38	38
pengamalan	Pearson Correlation	,546**	,286	1	,443**	,410**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,000	,082		,005	,010	,000
	N	38	38	38	38	38	38
pengamalan	Pearson Correlation	,346*	,300	,443**	1	,131	-,004
	Sig. (2-tailed)	,034	,067	,005		,433	,983
	N	38	38	38	38	38	38
pengamalan	Pearson Correlation	,263	,200	,410**	,131	1	,449**
	Sig. (2-tailed)	,111	,228	,010	,433		,005
	N	38	38	38	38	38	38
pengamalan	Pearson Correlation	,434**	,124	,608**	-,004	,449**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,458	,000	,983	,005	
	N	38	38	38	38	38	38
TPM	Pearson Correlation	,768**	,608**	,809**	,596**	,619**	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	38	38	38	38	38	38

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

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

KB3	Pearson Correlation	,028	,154	,125	,356*	,385*	1,000**	,102	,105	1	,028	,154	,125	-,188	,118	,118	,433*	,512**
	Sig. (2-tailed)	,865	,355	,458	,028	,017	,000	,543	,530		,865	,355	,458	,263	,489	,489	,007	,001
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
PJ1	Pearson Correlation	1,000**	,229	,132	,099	,402*	,028	,239	-,098	,028	1	,229	,132	,227	,277	,277	,205	,521**
	Sig. (2-tailed)	,000	,167	,430	,556	,012	,865	,148	,567	,865		,167	,430	,171	,092	,092	,216	,001
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
PJ2	Pearson Correlation	,229	1,000**	,329*	,130	,151	,154	,175	,029	,154	,229	1	,329*	,089	-,060	-,060	,047	,423**
	Sig. (2-tailed)	,167	,000	,044	,438	,364	,355	,293	,864	,355	,167		,044	,594	,722	,722	,779	,008
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
PJ3	Pearson Correlation	,132	,329*	1,000**	,097	,238	,125	,184	,353*	,125	,132	,329*	1	,197	,277	,277	,202	,584**
	Sig. (2-tailed)	,430	,044	,000	,563	,154	,456	,270	,030	,456	,430	,044		,238	,092	,092	,224	,000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KN1	Pearson Correlation	,227	,089	,197	,301	,238	-,188	,298	,314	-,188	,227	,089	,197	1	,460**	,460**	,054	,497**
	Sig. (2-tailed)	,171	,594	,238	,067	,154	,263	,069	,055	,263	,171	,594	,238		,004	,004	,749	,001
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KN2	Pearson Correlation	,277	-,060	,277	,053	,076	,118	-,066	,327*	,118	,277	-,060	,277	,460**	1	1,000**	,273	,568**
	Sig. (2-tailed)	,092	,722	,092	,751	,650	,489	,695	,045	,489	,092	,722	,092	,004		,000	,097	,000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KN3	Pearson Correlation	,277	-,060	,277	,053	,076	,118	-,066	,327*	,118	,277	-,060	,277	,460**	1,000**	1	,273	,568**
	Sig. (2-tailed)	,092	,722	,092	,751	,650	,489	,695	,045	,489	,092	,722	,092	,004	,000		,097	,000
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
KN4	Pearson Correlation	,205	,047	,202	,395*	,083	,433*	,200	,095	,433*	,205	,047	,202	,054	,273	,273	1	,519**
	Sig. (2-tailed)	,216	,779	,224	,014	,622	,007	,229	,569	,007	,216	,779	,224	,749	,097	,097		,001
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
TVY	Pearson Correlation	,521**	,423**	,584**	,486**	,556**	,512**	,436**	,423**	,512**	,521**	,423**	,584**	,497**	,568**	,568**	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,008	,000	,002	,000	,001	,006	,008	,001	,001	,008	,000	,001	,000	,000	,001	
	N	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38

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

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

2. UJI RELIABILITAS

A. VARIABEL DIMENSI KEYAKINAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,681	5

B. VARIABEL DIMENSI PRAKTEK AGAMA

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	5

C. VARIABEL DIMENSI PENGETAHUAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,689	4

D. VARIABEL DIMENSI PENGALAMAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,616	4

E. VARIABEL DIMENSI PENGAMALAN

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,741	6

F. VARIABEL ETKA BISNIS ISLAM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	16

Lampiran VI

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

A. UJI ASUMSI KLASIK

1. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,06939101
Most Extreme Differences	Absolute	,140
	Positive	,140
	Negative	-,066
Kolmogorov-Smirnov Z		,866
Asymp. Sig. (2-tailed)		,442

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	27,079	10,439		2,594	,014		
	TKE	,773	,319	,337	2,421	,021	,959	1,042
	TPR	,248	,330	,143	,753	,457	,515	1,941
	TPA	,838	,336	,391	2,491	,018	,754	1,325
	TPL	,134	,440	,045	,304	,763	,848	1,179
	TPM	,022	,286	,014	,076	,940	,588	1,700

a. Dependent Variable: TVY

3. Uji HETEROKEDASTISITAS

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,043	5,759		1,049	,302
	TKE	-,211	,176	-,209	-1,200	,239
	TPR	,143	,182	,186	,785	,438
	TPA	,085	,185	,090	,460	,649
	TPL	-,030	,243	-,023	-,122	,904
	TPM	-,096	,158	-,135	-,608	,548

a. Dependent Variable: RES2

B. Uji Statistik

1. Uji F (SIMULTAN)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	236,180	5	47,236	4,336	,004 ^a
	Residual	348,583	32	10,893		
	Total	584,763	37			

a. Predictors: (Constant), TPM, TKE, TPA, TPL, TPR

b. Dependent Variable: TVY

2. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,636 ^a	,404	,311	3,300

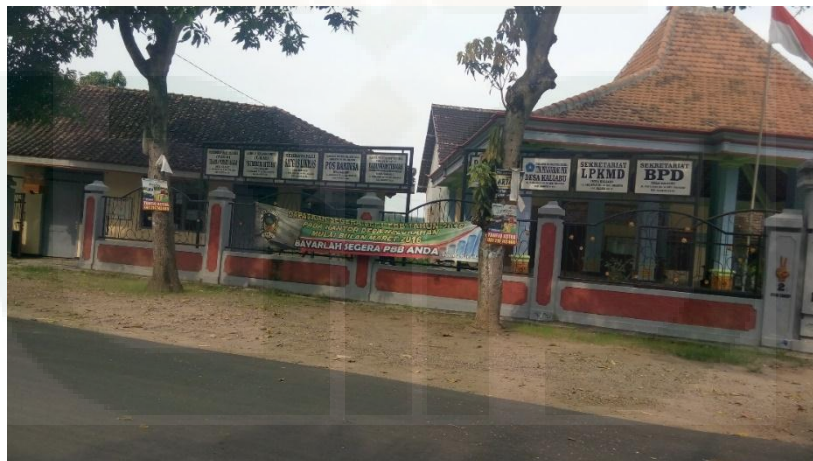
a. Predictors: (Constant), TPM, TKE, TPA, TPL, TPR

b. Dependent Variable: TVY

3. Uji T (PARSIAL)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,079	10,439		2,594	,014
	TKE	,773	,319	,337	2,421	,021
	TPR	,248	,330	,143	,753	,457
	TPA	,838	,336	,391	2,491	,018
	TPL	,134	,440	,045	,304	,763
	TPM	,022	,286	,014	,076	,940

a. Dependent Variable: TVY

Lampiran VII**DOKUMENTASI****GAMBAR 1****GAPURA MASUK WILAYAH KALIABU****GAMBAR 2****KANTOR PEMERINTAH DESA**

GAMBAR 3



TEMPAT USAHA BREM



GAMBAR 4
KUISIONER



GAMBAR 5**PROSES PEMBUATAN**

CURRICULUM VITAE

Nama : Aldo Robby Pradana
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 TTL : Madiun, 9 september 1994
 Alamat Asal : JL. Raya Nglames No 46 Rt. 10 Rw 04 Madiun
 Alamat Jogja : JL. Durian No. 10 Rt. 01 Rw. 56 Sambilegi Maguwo
 Agama : Islam
 No. Hp : 089677232720
 Email : robbyaldo@gmail.com
 Hobi : Game, Anime
 Motto : Tidak ada jalan pintas dalam meraih kesuksesan, semua perlu kerja keras

Riwayat Pendidikan :

1. 1999/2000 : RA. Al-Irsyad Madiun
2. 2000/2006 : MI Islamiyah 02 Madiun
3. 2006/2009 : Mts. Wali Songo Ngabar Ponorogo
4. 2009/2012 : SMA. A. Wahid Hasyim Tebuireng Jombang
5. 2012-sekarang : SI Ekonomi Syariah UIN-Suka Yogyakarta

Seminar dan Pelatihan :

- 2012 : Peserta Konferensi Mahasiswa Ekonomi Islam Indonesia (KMEEI) / (NIECON)
- 2013 : Peserta Seminar Nasional “Peran Pesantren Dalam Mewujudkan Karakter Bangsa”
- 2014 : Peserta Dialog Ekonomi Syariah “Ekonomi Syariah Sebagai Solusi Perekonomian Nasional”
- 2014 : Peserta Seminar “2nd Asean International Conference On Islamic Finance”
- 2015 : Peserta Seminar Manajemen Resiko Keuangan Syariah

Pengalaman :

- 2009/2012 : Pengurus Osis SMA. A Wahid Hasyim Tebuireng Jombang
- 2012/2013 : Wakil Ketua PMII UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- 2014 : Panitia NieCo (*National Islamic Economic Olympiad*) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan kalijaga Yogyakarta
- 2015 : Panitia Eksyapreneur (Entrepreneur Expo Ekonomi Syariah)