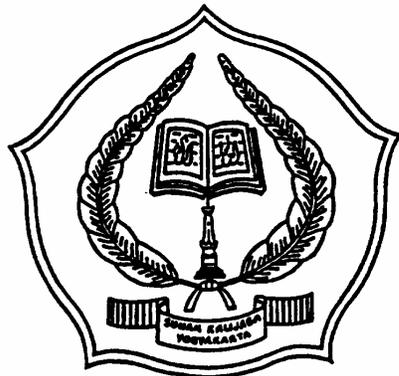


**PERSEPSI MAHASISWA BERBASIS PERGURUAN TINGGI AGAMA
DAN NON AGAMA TERHADAP PERILAKU ETIS
DAN PRINSIP MORAL DALAM BISNIS**



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN SYARAT-SYARAT
MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

**OLEH:
IKA RIZQI YULIANI
04390090**

**PEMBIMBING:
1. SUNARSIH, SE, M.Si
2. Dr. M. FAKHRI HUSEIN, SE, M.Si**

**PROGRAM STUDI KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS SYARIAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2009**

ABSTRAK

Kemajuan ekonomi suatu negara memacu perkembangan bisnis dan mendorong munculnya pelaku bisnis baru sehingga menimbulkan persaingan yang cukup tajam di dalam dunia bisnis. Hampir semua usaha bisnis bertujuan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya agar dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku bisnis dan memperluas jaringan usahanya. Untuk mencapai tujuan tersebut, segala upaya dan tindakan dilakukan walaupun pelaku bisnis harus melakukan tindakan yang bertentangan dengan dimensi moral dan etika dari bisnis itu sendiri.

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Dalam kenyataannya banyak praktik bisnis yang terjadi selama ini ini masih cenderung mengabaikan etika, rasa keadilan, dan kerap kali diwarnai praktik-praktik tidak terpuji. Untuk mengantisipasi hal tersebut, perlu adanya pemahaman dan implementasi etika bisnis yang selaras bagi pelaku usaha. Oleh sebab itu perlu adanya penerapan etika, moral dan ahlak yang disampaikan kepada mahasiswa karena mahasiswa merupakan kelompok masyarakat yang secara tidak langsung akan bersentuhan dengan dunia bisnis.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dan prinsip moral dalam bisnis. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 150 responden yang diteliti terdiri dari mahasiswa ekonomi yang berasal dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Kepahlawanan Negara, dan Akademi Akuntansi Yayasan Kepahlawanan Negara. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Convenience Sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis statistik uji-t untuk dua sampel bebas atau yang disebut dengan *independent sampel t-test*, dimana analisis *independent sampel t-test* digunakan untuk membandingkan dua sampel bebas satu dengan yang lainnya. Adapun proses perhitungan dan analisisnya menggunakan komputer (*SPSS 12 for Windows*).

Dari hasil uji validitas di ketahui bahwa setiap variabel berada di atas nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0,159. Demikian juga dengan hasil uji reabilitas, setiap variabel bernilai diatas 0.60, yang dapat dinyatakan reliabel dan dapat di ujikan. Hasil uji t-test yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa setiap variabel berada pada derajat signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat perbedaan persepsi secara signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dan prinsip moral. Perbedaan ini karena adanya faktor lingkungan, perbedaan pembelajaran kurikulum agama, dan adanya faktor akhlak yang tertanam dalam diri setiap orang.

Keywords: Persepsi, Perilaku etis, Prinsip Moral, Mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama.



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Ika Rizqi Yuliani

Lamp:

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah
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 : Ika Rizqi Yuliani
NIM : 04390090
Judul : **Persepsi Mahasiswa Berbasis Perguruan Tinggi Agama dan Non Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral dalam Bisnis**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah Jurusan/Program studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 April 2009
Pembimbing I

Sunarsi, SE., M.Si
NIP. 150 292 259



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi
Saudari Ika Rizqi Yuliani

Lamp:

Kepada
Yth. Bapak Dekan Fakultas Syari'ah
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:

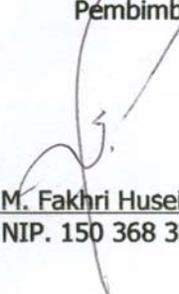
Nama : Ika Rizqi Yuliani
NIM : 04390090
Judul : **Persepsi Mahasiswa Berbasis Perguruan Tinggi Agama dan Non Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral dalam Bisnis**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Syariah Jurusan/Program studi Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam ilmu ekonomi Islam.

Dengan ini kami berharap agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 3 April 2009
Pembimbing II


Dr. M. Fakhri Husein, S.E., M.Si
NIP. 150 368 327

SURAT PERNYATAAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ika Rizqi Yuliani
NIM : 04390090
Jurusan-Prodi : Muamalah– Keuangan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **PERSEPSI MAHASISWA BERBASIS PERGURUAN TINGGI AGAMA DAN NON AGAMA TERHADAP PERILAKU ETIS DAN PRINSIP MORAL DALAM BISNIS** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Dan apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggungjawab sepenuhnya ada pada penyusun.

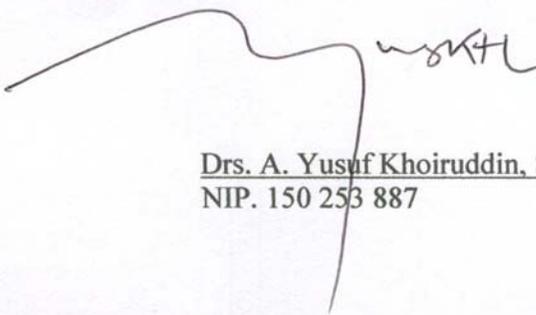
Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi, dan digunakan sebagaimana perlunya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, $\frac{7 \text{ Rabi'ul Akhir } 1430 \text{ H}}{3 \text{ April } 2009 \text{ M}}$

Mengetahui
Ka. Prodi Keuangan Islam

Penyusun


Drs. A. Yusuf Khoiruddin, S.E, M.Si.
NIP. 150 253 887


Ika Rizqi Yuliani
NIM. 04390090



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor: UIN.02/K.KUI-SKR/PP.00.9/027/2009

Skripsi dengan judul: **PERSEPSI MAHASISWA BERBASIS PERGURUAN TINGGI AGAMA DAN NON AGAMA TERHADAP PERILAKU ETIS DAN PRINSIP MORAL DALAM BISNIS**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ika Rizqi Yuliani

NIM : 04390090

Telah dimunaqasyahkan pada : Kamis, 16 April 2009

Nilai Munaqasyah : A/B

Dan dinyatakan telah dapat diterima oleh Fakultas Syariah UIN Sunan Kalijaga.

TIM MUNAQASYAH:

Ketua Sidang

Sunarsih, S.E., M.Si.
NIP. 150 292 259

Penguji I

Penguji II

Drs. A. Yusuf Khoiruddin, S.E., M.Si.
NIP: 150 253 887

Muyassarotussolichah, S.Ag., S.H., M.Hum
NIP. 150 291 023

Yogyakarta, 21 April 2009

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Fakultas Syariah

DEKAN



Prof. Drs. Yudian Wahyudi, M.A., Ph.D.
NIP: 150 240 524

Skripsi ini kupersembahkan:

❖ *Teruntuk Kedua orang tuaku tercinta, terhormat & termulia
Ayahanda H.M. Suratmo & Ibunda Sunani untuk setiap
Sujud, Sembah, dan Doanya...*

❖ *Adikku Ari Nizar Shidqi & Troy Aula Fahmi
yang selalu memberikan Warna &
keceriaan kepada penyusun*

❖ *Sahabat-sahabatku Yang selalu siap
berbagi dikala Senang & sedih*

❖ *Dan Almamaterku Universitas Islam Negeri
Sunan Kalijaga Yogyakarta*

MOTTO

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ (الْفَاتِحَةُ: ٥)

"Hanya kepada-Mu kami mengabdikan dan hanya kepada-Mu kami mohon pertolongan." (Al-Fatihah: 5)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, rasa syukur yang mendalam kiranya menjadi sebuah keharusan atas keluasaan yang diberikan oleh-Nya kepada penyusun, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Shalawat beriringan salam semoga senantiasa tercurahkan dan terlimpahkan pada junjungan alam, suri tauladan umat manusia, Nabi Muhammad SAW sang pembawa rahmat, keluarganya, sahabat-sahabatnya dan orang-orang yang mengikutinya serta menghidup suburkan sampai diakhirat nanti. Amin...

Beragam aral dan rintangan merupakan sebuah keniscayaan selama proses penyusunan, namun hal tersebut tidaklah menjadi kendala yang berarti tatkala berbagi dukungan menopang. Oleh karenanya, dengan segala kerendahan hati untaian kata terimakasih terangkai kepada segenap pihak yang memungkinkan terselesainya skripsi ini:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Amin Abdullah, selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Yudian Wahyudi, MA., Ph.D selaku Dekan Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Drs. A. Yusuf Khoiruddin, SE, M.Si selaku Kepala Program Studi Keuangan Islam Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Ibu Sunarsih, SE., M.Si. selaku pembimbing I dan Bapak Dr. M. Fakhri Husein, SE., M.Si. selaku pembimbing II, yang telah meluangkan waktunya disela kesibukan masing-masing untuk memberikan pengarahan, saran, dan bimbingan sehingga terselesaikan skripsi ini.
5. Ayahanda dan Ibunda tercinta, serta Adik-adikku yang menjadi sumber motivasi dan inspirasi, yang senantiasa memberikan kesejukan kasih melalui upaya dan doa.
6. Khususon *Master of Consultant* “Teh ERni, sehingga skripsi ini bisa selesai. Makasih Buangeett yha teh.... atas bantuannya.
7. “BOZee”, yang selalu ngingetin Nenk Cik@ kapan selesainya. Memberikan Motivasi dan Semangat dalam penyusunan skripsi. Terimakasih untuk semuanya, Semua yang telah kau berikan sungguh sangat berarti.
8. “Awe2 Geulis Prent” Jeng Fatia, Mitha, Nan@, n’ AnggeL, makasih dah jadi sahabat Nenk dari Semester1 n’ ampe akhirnya lulus juga. Kalian adalah sahabat2 terbaikQ, Ai Lop Yu oLL 4eper 2gether....
9. “Sahabat-sahabat Ngap@k-ku” Cah Lankcap, Cah Pinggiran, n’ Cah Bumiayu, Thanks untuk Motivasi, Kebersamaan & Persahabatan yang indah bersama kalian....

10. Teman seperjuangan dalam penyusunan skripsi “Halim, makasih yha untuk Motivasi, Kebersamaan & Bantuannya. P@tNeR TerbaikQ Alhamdulillah akhirnya Q-tha lulus juga....
11. Ak@dOnkcaL, M45e, Patkay, Chiken, Ephul, Pluz, n’ Ryan... Kalian tempat segala inspirasi dan semangat buat Q.
12. “Najib Ubaidillah”...Berkat “KKN Gempa” qt bisa menjalin tali persaudaraan Makasih yha untuk Motivasi, Bantuan n’ smuanya. “Imogiri Village” dah buat penulis mengenal AHYAR, & HerpOx’s dengan sifat Jailnya...
13. Teman-teman KUI-3 (VODKA):Ega, Auz, Agus, Jayenk, Aisyah, Alya, Amah, Amix, Arya, Atika, Dina, Erni, Eva, e’Nung, Farhan, Heri, Hermanto, Husni, Karnata, Mb Nur, Pipit, Rina, Royya, Salwa, Sukron, Sukri, Usnan, Vivi, Zaky. Thanks tuk kebersamaannya, Rasanya kaya Nano2 euy...
14. “Lorong Biru Prent” Mb’Hanik, Atik, n’ de’iid, yang selalu memberikan senyuman tatkala semangat telah berkurang dan kebosanan menyelimuti diri.

Yogyakarta, 3 April 2009

Penyusun

Ika Rizqi Yuliani
04390090

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Telaah Pustaka	6
F. Kerangka Teoretik	9
G. Hipotesis	13
H. Metode Penelitian	13
1. Jenis dan Sifat Penelitian.....	13
2. Populasi dan Sampel.....	14
3. Jenis Data.....	14
4. Metode Pengumpulan Data	15
5. Instrumen Penelitian.....	15

6. Pengujian Instrumen.....	16
7. Teknik Analisis Data.....	18
I. Sistematika Pembahasan	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Persepsi.....	21
1. Definisi Persepsi	21
2. Persepsi terhadap Etika dan Moral dalam Bisnis.....	23
B. Perilaku Etis.....	24
1. Definisi Etika	24
2. Etika dalam Dunia Bisnis.....	28
C. Prinsip Moral	30
1. Definisi Moral	30
2. Moral dalam Dunia Bisnis.....	32
D. Tinjauan Teori Etika dan Moral	33
E. Etika Bisnis dalam Perspektif Islam.....	36
F. Akhlak.....	39
1. Definisi Akhlak	39
2. Hubungan Etika, Moral dan Akhlak.....	44
3. Kapitalisme dalam Etika Ekonomi.....	45
BAB III KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN.....	48
A. Sejarah Berdirinya Perguruan Tinggi	48
B. Analisis Deskriptif.....	52
C. Deskripsi Demografi Responden	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
A. Pengujian Instrumen.....	61
B. Uji Validitas.....	61
C. Uji Reliabilitas.....	64

D. Uji Normalitas	64
E. Uji Beda t-test.....	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN PENELITIAN	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Analisis Pengembalian Kuesioner	53
Tabel 3.2 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 3.3 Demografi Responden Berdasarkan Umur	55
Tabel 3.4 Demografi Responden Berdasarkan Agama	56
Tabel 3.5 Demografi Responden Berdasarkan Universitas.....	57
Tabel 3.6 Demografi Responden Berdasarkan Jurusan.....	58
Tabel 3.7 Demografi Responden Berdasarkan Semester	59
Tabel 3.8 Demografi Responden Berdasarkan Jumlah SKS Mata Kuliah Agama.....	60
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Perilaku Etis	62
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Prinsip Moral.....	63
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel 4.5 Hasil Mean Responden dilihat Berdasarkan Gender terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral	66
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> dilihat Berdasarkan Jenis Kelamin terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral.....	67

Tabel 4.7	Hasil Mean Responden dilihat Berdasarkan Umur terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral	68
Tabel 4.8	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> dilihat Berdasarkan Umur terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral.....	69
Tabel 4.9	Hasil Mean Responden dilihat Berdasarkan Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral	70
Tabel 4.10	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> dilihat Berdasarkan Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral.....	71
Tabel 4.11	Hasil Mean Responden dilihat Berdasarkan Universitas terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral	72
Tabel 4.12	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> dilihat Berdasarkan Universitas terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral.....	73
Tabel 4.13	Hasil Mean Responden dilihat Berdasarkan Semester terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral	74
Tabel 4.14	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> dilihat Berdasarkan Semester terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral.....	75
Tabel 4.15	Hasil Mean Responden dilihat Berdasarkan Jumlah SKS Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral.....	76
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Independent Samples T-Test</i> dilihat Berdasarkan Jumlah SKS Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral	77

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	be
ت	Ta'	T	te
ث	Sa'	S	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	H _h	H}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Za'	Z	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	er
ز	Za'	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	S _h d	S}	es (dengan titik di bawah)
ض	D _h d	D}	de (dengan titik di bawah)
ط	T _h '	T}	te (dengan titik di bawah)
ظ	Z _h '	Z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	... ' ...	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w

هـ	Ha'	H	ha
ء	Hamzah	'	apostrof
ي	Ya'	Y	ye

II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	ditulis	<i>muta'addidah</i>
عدة	ditulis	<i>'iddah</i>

III. *Ta' Marbūtah* di akhir kata

- a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	ditulis	<i>hikmah</i>
جزية	ditulis	<i>jiyāh</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- b. Bila diikuti kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

الأولياء كرامة	ditulis	<i>Karāmah al-aulyā'</i>
----------------	---------	--------------------------

- c. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

الفطر زكاة	ditulis	<i>Zakāt al-fitri</i>
------------	---------	-----------------------

IV. Vokal Pendek

---	ditulis	a
---	ditulis	i
---	ditulis	u

V. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif جاهلية	ditulis ditulis	ā <i>jāhiliyyah</i>
2.	Fathah + ya' mati تنسى	ditulis ditulis	ā <i>tansā</i>
3.	Kasrah + yā' mati كريم	ditulis ditulis	ī <i>karīm</i>
4.	Dammah + wāwu mati فروض	ditulis ditulis	ū <i>furūd</i>

VI. Vokal Rangkap

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

VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

أنتم	ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	ditulis	<i>u'iddat</i>
شكرتم لئن	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

VIII. Kata sandang Alif + Lam

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l (el)*nya

السماء	ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	ditulis	<i>asy-Syams</i>

IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

الفروض ذوى	Ditulis	<i>Zāwi al-furūd</i>
السنة اهل	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Isu penelitian ini berkaitan dengan etika dan prinsip moral dalam dunia bisnis. Penelitian ini menguji apakah perbedaan latar belakang pembelajaran agama di perguruan tinggi akan mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap perilaku etis dan prinsip moral.

Pelanggaran etika bisa terjadi di mana saja, termasuk dalam dunia bisnis. Dalam kenyataannya banyak pengusaha yang selalu menjalankan bisnisnya melakukan tindakan yang bertentangan dengan etika: melakukan penipuan, persaingan yang tidak sehat, bisnis yang curang, melakukan pencurian dan untuk meraih keuntungan, masih banyak perusahaan yang melakukan berbagai pelanggaran moral. Banyak perusahaan yang melakukan pelanggaran terutama dalam kinerja keuangan perusahaan karena tidak lagi membudayakan etika bisnis agar orientasi strategik yang dipilih semakin baik.

Banyak contoh praktik bisnis yang tidak mengandalkan etika bisnis. Di Bursa Efek Jakarta hampir 61.9% dari 21 perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEJ tidak lengkap menyampaikan laporan keuangannya (*not available*).¹ Pada kasus Lapindo, melubernya lumpur dan gas panas di Kabupaten Sidoarjo yang disebabkan oleh eksploitasi gas PT Lapindo Brantas, kemudian

¹ Etika Bisnis, <http://www.google.co.id.>, diakses 9 September 2008.

pada obat anti nyamuk HIT yang diketahui memakai bahan pestisida berbahaya yang dilarang penggunaannya sejak tahun 2004.² Dalam kasus Lapindo, bencana memaksa penduduk harus ke rumah sakit. Perusahaan pun terkesan lebih mengutamakan penyelamatan aset-asetnya dari pada mengatasi soal lingkungan dan sosial yang ditimbulkan. Pada kasus HIT, meski perusahaan pembuat sudah meminta maaf dan berjanji akan menarik produknya, ada kesan meminta maaf itu klise. Penarikan produk yang kandungannya bisa menyebabkan kanker itu terkesan tidak sungguh-sungguh dilakukan. Hingga kini produk berbahaya itu masih beredar di pasaran. Atas kasus itu kedua perusahaan terkesan melarikan diri dari tanggung jawab.

Etika dalam bahasa latin "*ethica*", berarti falsafah moral. Ia merupakan pedoman cara bertingkah laku yang baik dari sudut pandang budaya, susila serta agama.³ Etika dalam arti istilah adalah ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.⁴ Dengan kata lain etika menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan

² Anderson Guntur komenaung, "Etika dalam Bisnis", <http://www.google.co.id>, diakses 9 September 2008.

³ Indiana Farid Martadi dan Sri Suranta, "Persepsi Akuntan, Mahasiswa Akutansi, dan Karyawan Bagian Akutansi Dipandang dari Segi Gender terhadap Etika Bisnis dan Etika Profesi", *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol. 9 (Padang: Agustus, 2006), hlm. 5.

⁴ Etika Bisnis, <http://www.google.co.id>., diakses 6 Januari 2008.

oleh seorang individu. Semakin baik pemahaman seseorang tentang etika maka akan membentuk perilaku etis yang baik dalam menjalankan bisnis.

Moral dari segi bahasa berasal dari bahasa latin "mores" yaitu jamak dari kata "mos" yang berarti adat kebiasaan. Sedangkan moral dalam arti istilah adalah suatu istilah yang digunakan untuk menentukan batas-batas suatu perbuatan, kelakuan, sifat dan perangai atau perbuatan yang secara layak dapat dikatakan benar, salah, baik, atau buruk. Dengan kata lain moral merupakan ilmu yang digunakan untuk memberikan batasan untuk aktivitas manusia dengan nilai (ketentuan) baik atau buruk, benar atau salah.⁵ Moralitas dapat berasal dari sumber tradisi atau adat, agama atau sebuah ideologi atau gabungan dari beberapa sumber. Dengan demikian semakin baik pemahaman seseorang terhadap moral dalam bisnis maka akan membentuk lingkungan bisnis yang sehat.

Tingkat perhatian dunia bisnis terhadap perilaku etis juga sangat menentukan karena dalam jangka panjang bila dunia bisnis tidak *concern* terhadap perilaku etis maka kelangsungan hidupnya akan terganggu. Hal ini terjadi akibat manajemen dan karyawan yang cenderung mencari keuntungan semata sehingga terjadi penyimpangan norma-norma etis. Segala kompetensi, ketrampilan, keahlian, potensi, dan moral lainnya ditujukan sepenuhnya untuk memenangkan kompetisi.

⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif* (Yogyakarta : Ekonisia), 2004, hlm. 16.

Dunia pendidikan mempunyai pengaruh yang besar dalam bisnis. Oleh sebab itu perlu pemahaman terhadap masalah-masalah etika yang perlu disampaikan kepada mahasiswa. Dimana mahasiswa adalah kelompok masyarakat yang terdidik dan seharusnya memahami pentingnya etika dan prinsip moral dalam bisnis. Setelah menyelesaikan pendidikan, mahasiswa akan terjun ke masyarakat. Mereka juga ada yang akan bersentuhan dengan dunia bisnis. Baik sebagai pelaku maupun konsumen. Mengetahui persepsi mahasiswa tentang etika dan prinsip moral penting karena semakin paham tentang etika dan moral, maka makin besar peluang praktik-praktik bisnis di masa depan untuk menjadi lebih baik.

Penelitian ini ingin menguji persepsi mahasiswa dari perguruan tinggi berbasis agama dan non agama. Alasannya adalah etika dan prinsip moral sangat berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap agama. Makin baik pemahaman agama seseorang maka makin baik pula perilaku etis maupun moralnya. Pemahaman agama dapat diperoleh mahasiswa dari pengalaman lingkungan pribadinya, lingkungan sosialnya, maupun lingkungan perguruan tinggi manapun. Lingkungan perguruan tinggi mempengaruhi pemahaman agamanya karena ada perbedaan muatan kurikulum agama. Walaupun masih dapat diperdebatkan, penelitian ini menduga bahwa perbedaan mata kurikulum agama akan mempengaruhi persepsi mahasiswa terhadap etika bisnis dan prinsip moral.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat ditentukan rumusan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Apakah terdapat perbedaan antara persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dalam bisnis?
2. Apakah terdapat perbedaan antara persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap prinsip moral dalam bisnis?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji secara empiris perbedaan persepsi antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dalam bisnis.
2. Menguji secara empiris perbedaan persepsi antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap prinsip moral dalam bisnis.

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris mengenai perbandingan antara persepsi etis baik etika bisnis maupun prinsip moral mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama.
2. Dari aspek teori, penelitian ini juga akan menambah literatur etika dalam konteks bisnis.

3. Manfaat bagi dunia bisnis, diharapkan penelitian ini makin memberi pemahaman yang lebih memadai tentang pentingnya persepsi bisnis yang mengedepankan etika dan moral.

D. Telaah Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan antara lain penelitian yang dilakukan oleh Indiana dan Suranta meneliti tentang persepsi akuntan, mahasiswa akuntansi, dan karyawan bagian akuntansi dipandang dari segi gender terhadap etika bisnis dan etika profesi. Pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Penelitiannya menggunakan alat analisis uji *Independent Samples T Test*. Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi akuntan pria, mahasiswa akuntansi, dan karyawan bagian akuntansi dengan akuntan wanita, mahasiswi akuntansi, dan karyawan bagian akuntansi terhadap etika bisnis.⁶

Murtanto dan Marini meneliti tentang persepsi etika bisnis dan etika profesi akuntan diantara akuntan pria, akuntan wanita, mahasiswa, dan mahasiswi. Pengambilan sampel dengan menggunakan *convenience sampling*. Dengan menggunakan alat analisis *Mann Whitney U test*, hasilnya menunjukkan

⁶ Indiana Farid Martadi dan Sri Suranta, "Persepsi Akuntan, Mahasiswa Akuntansi, dan Karyawan Bagian Akuntansi Dipandang dari Segi Gender terhadap Etika Bisnis dan Etika Profesi", *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol. 9 (Padang: Agustus, 2006).

bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara persepsi akuntan pria dan akuntan wanita terhadap etika bisnis. Selanjutnya terdapat kecenderungan akuntan wanita persepsinya cenderung lebih baik dari akuntan pria.

Husein meneliti tentang pengaruh pemahaman kode etik, nilai etis organisasi, dan prinsip moral terhadap perilaku etis akuntan. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan menyebarkan kuesioner. Pengambilan sampel dengan menggunakan *Purposive Sampling* yang diperoleh dari direktori perguruan tinggi dan *Standard Trade & industry Directory of Indonesia*. Hasil penelitian menunjukkan prinsip moral relativis mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku etis.⁷

Ludigdo meneliti tentang persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis. Hasil t-test tentang suatu pengambilan keputusan etis yang diajukan menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara persepsi mahasiswa terhadap etika bisnis. Akuntan mempunyai persepsi yang lebih baik dibandingkan mahasiswa. Hasil t-test lainnya menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan antara persepsi mahasiswa tingkat awal dan persepsi mahasiswa tingkat akhir. Mahasiswa tingkat akhir mempunyai kecenderungan persepsi yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa tingkat awal.⁸

⁷ Fakhri Husein, "Pengaruh Pemahaman Kode Etik, Nilai Etis Organisasi, dan Prinsip Moral terhadap Perilaku Etis Akuntan", Ventura, Vol. 6 (Surabaya: 2003).

⁸ Unti Ludigdo, "*Persepsi Akuntan dan Mahasiswa terhadap Etika bisnis*," Tesis S2 Ilmu Akuntansi UGM Yogyakarta, tidak dipublikasikan, (1998).

Seri Ekayani meneliti tentang persepsi mahasiswa Bali terhadap etika bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji perbedaan persepsi akuntan dan mahasiswa Bali terhadap etika bisnis. Pengambilan sampel dengan menggunakan *proporsional random sampling*. Hasil t-test menunjukkan ada perbedaan yang signifikan antara mahasiswa tingkat pertama dengan mahasiswa tingkat akhir. Selanjutnya terdapat kecenderungan mahasiswa tingkat akhir memiliki persepsi yang lebih baik dari mahasiswa tingkat pertama.⁹

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian yang dilakukan oleh Seri Ekayani. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan persepsi mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama sebagai variabel independen, perilaku etis dan prinsip moral sebagai variabel dependen. Perbedaan dengan penelitian terdahulu, selain berbeda sampel penelitian ini menambahkan satu variabel yaitu prinsip moral dan pengambilan sampel menggunakan *Convenience Sampling*. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada mahasiswa ekonomi yang berbasis perguruan tinggi agama dan non agama. Alasannya etika dan prinsip moral sangat berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap agama. Makin baik pemahaman agama seseorang maka makin baik pula perilaku etis maupun moralnya. Pemahaman agama dapat diperoleh mahasiswa dari pengalaman lingkungan pribadinya, lingkungan sosialnya, maupun lingkungan perguruan tinggi manapun.

⁹ Ni Nengah Seri Ekayani, "Persepsi mahasiswa Bali terhadap Etika Bisnis", *Symposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol.VI (Surabaya: 2003).

E. Kerangka Teoretik

Persepsi merupakan proses untuk memahami lingkungannya meliputi objek, orang, dan simbol atau tanda yang melibatkan proses kognitif (pengenalan). Proses kognitif adalah proses individu memberikan arti melalui penafsirannya terhadap rangsangan (stimulus) yang muncul dari objek, orang, dan simbol tertentu. Dengan kata lain, persepsi mencakup penerimaan, pengorganisasian, dan penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap.¹⁰ Persepsi didefinisikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal tentang pancaindranya.¹¹

Persepsi dalam penelitian ini merupakan pengamatan terhadap suatu kegiatan atau peristiwa yang diperoleh dari pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. persepsi setiap orang atas suatu obyek atau peristiwa bisa berbeda-beda. Perbedaan tersebut disebabkan dua faktor, faktor dalam diri orang tersebut (aspek kognitif) dan faktor dunia luar (aspek stimulus visual).¹² Seperti

¹⁰ Indiana Farid Martadi dan Sri Suranta, “Persepsi Akuntan, Mahasiswa Akutansi, dan Karyawan Bagian Akutansi Dipandang dari Segi Gender terhadap Etika Bisnis dan Etika Profesi”, *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol. 9 (Padang: Agustus, 2006).

¹¹ Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka: 1998).

¹² Wiwik Utami dan Fitri Indriawati, “Muatan Etika dalam Pengajaran Akuntansi Keuangan dan Dampaknya terhadap Persepsi Etika Mahasiswa: Studi Eksperimen Semu”, *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol. 9 (Padang: Agustus, 2006).

halnya, persepsi antara mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dan prinsip moral. Perbedaan ini nampak pada perbedaan muatan kurikulum agama yang diperoleh, faktor lingkungan, disamping itu faktor akhlak yang tertanam dalam diri seseorang juga sangat mempengaruhi.

Di lingkungan perguruan tinggi agama, mahasiswa memperoleh muatan kurikulum agama lebih banyak dibandingkan dengan mahasiswa perguruan tinggi non agama. Dikarenakan materi yang didapat di perguruan tinggi agama sebagian besar berbasis agama. Oleh karena itu sebagian besar mahasiswa perguruan tinggi agama dalam menilai suatu peristiwa atau kegiatan harus sesuai dengan syariat agama.

Faktor lingkungan mempengaruhi persepsi mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama. Di lingkungan perguruan tinggi agama, sebagian besar mahasiswa aktif mengikuti kegiatan kampus seperti Forsei (Forum Studi Ekonomi Islam), maka secara tidak langsung mahasiswa mengerti bisnis yang sesuai dengan syariat agama. Jadi ketidakseimbangan dalam memperoleh muatan kurikulum agama, mata kuliah etika bisnis, dan faktor lingkungan merupakan faktor yang menjadikan adanya perbedaan persepsi antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap etika dan prinsip moral dalam bisnis.

Faktor akhlak juga sangat mempengaruhi persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama, karena untuk menentukan baik buruknya

perbuatan juga dapat dilihat dari akhlak yang dimiliki oleh setiap orang. Akhlak yang tertanam dalam diri setiap orang dipengaruhi karena adanya faktor dasar bawaan (turunan), lingkungan, kebiasaan, kehendak dan pendidikan yang didapat.¹³ Mahasiswa perguruan tinggi agama mendapatkan materi khusus yang mengkaji tentang akhlak, dengan adanya pengetahuan tentang akhlak maka akan semakin baik pula perilaku etis maupun moral seseorang.

Etika merupakan ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang seharusnya diperbuat.¹⁴ Dengan kata lain, etika menentukan apa yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan oleh seorang individu. Perusahaan dan karyawan yang menjalankan etika bisnis maka perusahaan itu akan berjangka panjang, sehingga akan menimbulkan lingkungan bisnis yang sehat.

Moral merupakan nilai dan norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Norma-norma atau nilai di dalam moral selain sebagai standar ukur normatif bagi perilaku, sekaligus juga

¹³ Mustofa, *Ahlak Tasawuf* (Bandung: Pustaka Setia, 2005), hlm. 82.

¹⁴ Etika dan Moral, <http://www.google.co.id>, diakses 6 Januari 2009.

sebagai perintah bagi seseorang atau kelompok untuk berperilaku sesuai dengan norma-norma atau nilai-nilai tersebut.¹⁵

Perbuatan dikatakan baik atau buruk, selain dilihat dari etika dan moral, dapat juga dilihat dari segi akhlak. Akhlak merupakan sifat yang tertanam dalam jiwa yang dari padanya timbul perbuatan-perbuatan dengan mudah, dan tidak memerlukan pertimbangan pikiran (lebih dahulu). Untuk menentukan baik buruknya perbuatan akhlak bersumber dari al-Qur'an dan al-Sunah.

Untuk memahami moral dan etika, dalam penelitian ini menggunakan beberapa teori antara lain:

1. Teori universalisme; menurut teori ini suatu tindakan dikatakan etis, jika dilakukan berdasarkan kepentingan masyarakat, sebaliknya ia dikatakan tidak etis jika dilakukan berdasarkan kepentingan pribadi.¹⁶
2. Teori keadilan distributive; menurut teori ini suatu tindakan dikatakan etis jika keputusan dan tindakan menjamin pembagian kekayaan, keuntungan, dan kerugian secara adil.¹⁷

Dari teori-teori tersebut di atas, penelitian ini memandang penting teori universalisme dan keadilan distributif. Alasannya karena teori universalisme lebih sejalan dengan ajaran agama, dimana kepentingan umum didahulukan dan

¹⁵ Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif* (Yogyakarta : Ekonisia, 2004), hlm. 7.

¹⁶ *ibid.*, hlm. 20.

¹⁷ *Ibid.*, hlm. 23.

memfokuskan diri pada kewajiban yang harus dilakukan individu terhadap individu lain. Serta dalam keadilan distributif menekankan sifat adil terhadap setiap individu baik dalam hal pembagian kekayaan, keuntungan, maupun kerugian. Teori ini juga sejalan dengan ajaran agama yang mendukung prinsip keadilan.

F. Hipotesis

Berdasarkan pada pokok masalah dan kerangka teoritik diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_{a1} = Terdapat perbedaan persepsi secara statistik signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dalam bisnis.

H_{a2} = Terdapat perbedaan persepsi secara statistik signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap prinsip moral dalam bisnis.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sifat Penelitian

Dilihat dari tujuannya, penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan dimaksudkan untuk memperoleh data yang berhubungan dengan objek penelitian itu sendiri. Sifat penelitian ini adalah komparatif

yaitu membandingkan antara persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dan prinsip moral dalam bisnis yang kemudian di analisis dengan menggunakan uji Beda t-test.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa perguruan tinggi agama dan mahasiswa perguruan tinggi non agama. Secara spesifik respondennya adalah mahasiswa ekonomi yang berasal dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Kepahlawanan Negara dan Akademi Akuntansi Yayasan Kepahlawanan Negara. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *Concidence Sampling*, merupakan metode pemilihan sampel dari elemen populasi yang datanya mudah diperoleh peneliti yaitu mahasiswa yang berasal dari perguruan tinggi agama dan non agama di Yogyakarta.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil untuk diteliti, yang dianggap mampu untuk mewakili keseluruhan dari populasi yang ada. Dalam pengambilan sampel biasanya peneliti sudah menentukan terlebih dahulu besarnya jumlah sampel, apabila subjek lebih kecil dari 100 responden, maka lebih baik diambil semua dan selanjutnya jika subjek berjumlah lebih dari 100 responden, maka dapat diambil 10%, 15%, atau 20%, atau lebih.²¹

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996)., hlm. 120.

Mahasiswa perguruan tinggi agama jurusan Keuangan Islam kurang lebih mencapai 750 mahasiswa. Jadi sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 10% dari 750 mahasiswa adalah 75 mahasiswa, untuk mahasiswa perguruan tinggi non agama peneliti mengambil jumlah yang sama yaitu 75 mahasiswa supaya memiliki kesesuaian dengan sampel mahasiswa perguruan tinggi agama.

3. Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi merupakan proses pencatatan pola perilaku subyek, obyek atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang akan diteliti.²² Teknik ini digunakan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap obyek sehingga dapat menghasilkan data baru yang lebih rinci mengenai perilaku subyek ataupun obyek agar data yang dikumpulkan tidak terdistorsi dan bebas dari respon bias.

2) Analisis Kuantitatif

Penelitian ini menggunakan teknik kuesioner dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan. Teknik kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan yang terdiri dari kasus-kasus praktik perilaku etis dan prinsip moral.

²² Nur Indiaroro, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE, 1999), hlm. 157.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.¹⁸ Penelitian ini mengukur variabel yang berupa persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama, dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Persepsi merupakan variabel sikap yang merupakan variabel abstrak, oleh karena itu variabel sikap diukur dengan menggunakan metode skala.

Tipe skala yang digunakan adalah *likert*. Skala ini terdiri dari rangkaian pernyataan yang menyatakan sikap persetujuan atau penolakan terhadap objek. Responden diminta untuk memberikan respon atas serangkaian pernyataan tersebut, kemudian setiap sampel diberi skor nilai.

1) Skala Perilaku Etis

Variabel perilaku etis diukur dengan menggunakan skala perilaku etis. Skala ini disusun oleh Ludigdo.¹⁹ Skala ini penilaiannya berdasarkan 5 alternatif jawaban, terdiri dari; STS (sangat tidak setuju) bernilai 5, TS (tidak setuju) bernilai 4, TT (tidak tahu) bernilai 3, S (setuju) bernilai 2, dan SS (sangat setuju) bernilai 1.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet ke-8 (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 84.

¹⁹ Unti Ludigdo, "*Persepsi Akuntan dan Mahasiswa terhadap Etika bisnis*," Tesis S2 Ilmu Akuntansi UGM Yogyakarta, tidak dipublikasikan, (1998).

2) Skala Prinsip Moral

Variabel prinsip moral diukur dengan menggunakan skala prinsip moral. Skala ini disusun oleh Husein.²⁰ Skala prinsip moral penilaiannya berdasarkan 5 alternatif jawaban, terdiri dari; STS (sangat tidak setuju) bernilai 1, TS (tidak setuju) bernilai 2, TT (tidak tahu) bernilai 3, S (setuju) bernilai 4, dan SS (sangat setuju) bernilai 5.

Pernyataan-pernyataan yang terdapat pada instrumen dibuat berdasarkan literatur-literatur yang ada tentang pemahaman perilaku etis dan prinsip moral. Pernyataan-pernyataan ini berisi faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan oleh sampel untuk menentukan pentingnya etika bisnis dan prinsip moral.

5. Pengujian Instrumen

Sebelum data diolah untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen dengan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat apakah data yang diperoleh dari responden dapat menggambarkan secara tepat konsep yang diuji.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada

²⁰ Fakhri Husein, "Pengaruh Pemahaman Kode Etik, Nilai Etis Organisasi, dan Prinsip Moral terhadap Perilaku Etis Akuntan", Ventura, Vol. 6 (Surabaya: 2003).

kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk (*construct validity*) yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap-tiap item dengan skor total. Teknik korelasi yang digunakan adalah *Pearson's Correlation Product Moment* untuk pengujian dua sisi yang terdapat pada program komputer *SPSS 12.0 for Windows*. Hasil uji korelasi tersebut bisa dikatakan valid jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien di tabel nilai-nilai kritis r yaitu pada taraf signifikansi 0,05.²¹

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji ini dilakukan terhadap pernyataan-pernyataan yang sudah valid untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang pada kelompok yang sama dengan alat ukur yang sama.

Suatu konstruk atau variabel dikatakan andal jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.60 . Pengujian reliabilitas dianalisis dengan menggunakan teknik dari *Cronbach* yaitu *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada program komputer *SPSS 12.0 for Windows*.²²

²¹ Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hlm. 45.

²² *Ibid.*, hlm. 41.

6. Teknik Analisis Data

1) Uji Normalitas

Uji asumsi normal digunakan untuk mengetahui apakah variabel yang dibandingkan rata-ratanya telah terdistribusi normal. Jika normal maka pengujiannya parametrik, apabila sebaliknya maka menggunakan non parametrik. Untuk menguji normalitas dalam penelitian ini akan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.²³ Data penelitian dikatakan normal, jika variabel residual berdistribusi normal dan sebaliknya. Untuk mengukurnya, dapat dilihat dari probabilitasnya. Jika probabilitas lebih besar dari 0.05, maka H_0 diterima dan sebaliknya.

2) Uji Beda t-test

Pengujian hipotesis pada penelitian persepsi responden terhadap perilaku etis dan prinsip moral, digunakan alat uji statistik *Independent-Samples T Test*. Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui beda rata-rata persepsi terhadap perilaku etis dan prinsip moral dari masing-masing kelompok.

Karakteristik dari alat uji statistik *Independent-Samples T Test* adalah (1) data yang akan diuji berdistribusi normal atau, (2) varians dari data tersebut homogen, jika salah satu dari kedua karakteristik terpenuhi maka pengujian dapat dilakukan.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet ke-8 (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 114.

Uji *Independent-Samples T Test* berdasarkan hasil *Levene's Test*, diambil suatu keputusan. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika probabilitas lebih besar dari 0,05 maka H_a ditolak, artinya tidak ada perbedaan signifikan antara kelompok sampel. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima, artinya terdapat perbedaan signifikan antara kelompok sampel.²⁴

H. Sistematika Pembahasan

Pembahasan skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana setiap bab terdiri dari sub-sub bab, yaitu:

Bab *satu*, terdiri dari pendahuluan yang meliputi: latar belakang dilakukannya penelitian, pokok masalah dari penelitian yang dilakukan, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat yang dapat diberikan dari penelitian, telaah pustaka yang merupakan ringkasan penelitian terdahulu, kerangka teoritik yang melandasi penelitian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian, metode penelitian yang digunakan dan sistematika pembahasan atau gambaran umum atas isi penelitian

Bab *kedua* berisi landasan teori yang membahas tentang persepsi, perilaku etis, dan prinsip moral.

²⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), hlm. 58.

Bab *ketiga* berisi tentang karakteristik demografi responden. Bab ini berisi sejarah berdirinya universitas, dan analisis deskripsi demografi responden.

Bab *Keempat* berisikan tentang hasil analisa dari pengolahan data serta pembahasan penelitian. Bab ini berisi analisis data secara deskriptif maupun hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Penjelasan hasil penelitian ini dimulai dari analisis data, pemaparan hasil analisa, selanjutnya berisi tentang pembahasan hasil penelitian.

Bab *kelima* merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab sebelumnya dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan secara statistik signifikan antara persepsi mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dan prinsip moral dalam bisnis. Perbedaan ini menunjukkan adanya perbedaan berdasarkan universitas, semester, dan jumlah SKS agama. Hasil pengujian dapat diuraikan sebagai berikut:

- (1) Terdapat perbedaan secara statistik signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dalam bisnis. Perbedaan ini dapat dilihat pada aspek berikut ini:
 - a. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama pada aspek universitas. Dilihat dari mean masing-masing kelompok terdapat kecenderungan mahasiswa yang berasal dari universitas berbasis agama memiliki persepsi yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang berasal dari universitas berbasis non agama terhadap etika bisnis.
 - b. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dalam bisnis pada aspek semester. Dilihat dari mean kedua kelompok terdapat

kecenderungan mahasiswa yang sudah menempuh semester VII-IX memiliki persepsi yang lebih baik terhadap perilaku etis dalam bisnis dibandingkan dengan mahasiswa yang baru menempuh semester I-V.

- c. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis pada aspek jumlah SKS agama. Dilihat dari masing-masing kelompok terdapat kecenderungan mahasiswa yang sudah mengambil SKS agama 32-36 SKS memiliki persepsi yang lebih baik terhadap perilaku etis dalam bisnis dibandingkan dengan mahasiswa yang baru mengambil SKS agama 2-22 SKS.
- (2) Terdapat perbedaan secara statistik signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap perilaku etis dalam bisnis. Perbedaan ini dapat dilihat pada aspek berikut ini:
- a. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama terhadap prinsip moral dalam bisnis pada aspek universitas. Dilihat dari mean masing-masing kelompok terdapat kecenderungan mahasiswa yang berasal dari universitas berbasis agama memiliki persepsi yang lebih baik terhadap prinsip moral dalam bisnis dibandingkan dengan mahasiswa yang berasal dari universitas berbasis non agama.
 - b. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa perguruan tinggi agama dan non agama terhadap prinsip moral dalam bisnis pada

aspek semester. Dilihat dari mean kedua kelompok terdapat kecenderungan mahasiswa yang sudah menempuh semester VII-IX memiliki persepsi yang lebih baik terhadap prinsip moral dalam bisnis dibandingkan dengan mahasiswa yang baru menempuh semester I-V.

- c. Terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama terhadap prinsip moral dalam bisnis pada aspek jumlah SKS agama. Dilihat dari masing-masing kelompok terdapat kecenderungan mahasiswa yang sudah mengambil SKS agama 32-36 SKS memiliki persepsi yang lebih baik terhadap prinsip moral dalam bisnis dibandingkan dengan mahasiswa yang baru mengambil SKS agama 2-22 SKS.

- (3) Terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa berbasis perguruan tinggi agama dan non agama, perbedaan ini dikarenakan adanya faktor perbedaan pembelajaran kurikulum agama, lingkungan, dan faktor akhlak yang tertanam dalam diri setiap orang.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan tersebut maka penulis mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada perguruan tinggi disarankan agar cakupan muatan etika dalam kurikulum diperluas dengan mengintegrasikan kesemua mata kuliah yang diajarkan, atau kalau perlu ditawarkan khusus mata kuliah etika bisnis dan

akhlak, mengingat perilaku etika mahasiswa dan anak remaja umumnya sudah menurun.

2. Penelitian selanjutnya sebaiknya lebih memperluas sampel penelitian tidak hanya mahasiswa saja, serta melibatkan variabel lain diluar variabel penelitian dalam model yang dipakai.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2000

ETIKA BISNIS

Bertens, K, *Pengantar Etika Bisnis*, Yogyakarta : Kanisius Media, 2000

_____, *Etika*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002

Dawam Rahardjo, M, *Etika Ekonomi dan Manajemen*, cet.1, Yogyakarta: Tiara Wacana, 1990

Issa Beekun, Rafik, *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004

Keraf, A. Sonny. 1998. *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis sebagai Profesi Luhur*, Yogyakarta: Kanisius, 1998

Muslich, *Etika Bisnis Islami: Landasan Filosofis, Normatif, dan Substansi Implementatif*, Yogyakarta : Ekonisia, 2004

Akhlak

Mustofa, *Akhlak Tasawuf*, Bandung: Pustaka Setia, 2005

Nata, Abuddin, *Akhlak Tasawuf*, Jakarta: PT Grafindi Persada, 2003

Metode Penelitian

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006

Indiartoro, Nur, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1999

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet ke-8, Bandung: Alfabeta, 2005

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1996

Kamus

Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1998

Jurnal dan Lain-lain

Budi Sukardi, “Etika Bisnis dalam Perspektif Pemikiran Al-Ghazali”, Syirkah: Jurnal Ekonomi Islam, vol. 1, Surakarta: 2006

Ekayani, Seri dan Adi putra, “ Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Bali terhadap Etika Bisnis, *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol.VI, Surabaya, 2003

Farid Martadi, Indiana dan Sri Suranta, “Persepsi Akuntan, Mahasiswa Akuntansi, dan Karyawan Bagian Akuntansi Dipandang dari Segi Gender terhadap Etika Bisnis dan Etika Profesi”, *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)* , Vol. 9, Padang: Agustus, 2006

Husein, Fakhri, “Pengaruh Pemahaman Kode Etik, Nilai Etis Organisasi, dan Prinsip Moral Terhadap Perilaku Etis Akuntan”, Ventura, Vol. 6, Surabaya, 2003

Ludigdo, Unti, *Persepsi Akuntan dan Mahasiswa terhadap Etika bisnis*, Tesis S2 Ilmu Akuntansi UGM tidak dipublikasikan, 1998

Murtanto dan Marini, “ Persepsi Akuntan Pria dan Akuntan Wanita serta Mahasiswa dan Mahasiswi terhadap Etika Bisnis dan Etika Profesi”., *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol.VI, Surabaya, 2003

Nur Dalis, Ahmad, “Etika Bisnis Islam”, Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia, vol.1, 2000

Siti Jamilah, “Pengaruh Gender, Tekanan Ketaatan, dan Kompleksitas Tugas Terhadap *Audit Judgment*”, *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)*, Vol.X, Makasar: 2007

Sulastianingsih, “Peranan Etika Bisnis Syariah dalam Meningkatkan Efektifitas “Strategic Cost reduction”, Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta: 2003

<http://www.google.co.id>, *Etika dalam Bisnis*, diakses 10 September 2008

<http://www.google.co.id>., *Akhlak, Etika dan Moral (Tinjauan Definitive dan Karakteristik dalam Ajaran Islam)*, diakses 5 januari 2009

<http://www.google.co.id>, *Etika dan Moral*, diakses 6 Januari 2009

<http://www.google.co.id>, Ritha F Dalimunte-*Etika Bisnis*, diakses 16 Maret 2009

<http://www.google.co.id>, *Etika Bisnis dan Dunia Pendidikan-manajemen@duniaesai*, diakses 9 Februari 2009

<http://www.google.co.id>, *Etika Bisnis dan Kewirausahaan*, diakses 16 Maret 2009.

<http://www.google.co.id>, Achmadkholiq-*Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*, diakses 16 Maret 2009

<http://www.google.co.id>, Saidiman, *Norma Kapitalisme dalam Etika Ekonomi Islam-JIL*, diakses 20 April 2009

<http://www.google.co.id>, *Etika Protestan dan semangat kapitalisme-wikipedia bahasa Indonesia ensiklopedia bebas*, diakses 20 April 2009

<http://www.aaykpn.ac.id>, diakses 16 Desember 2008

<http://www.stieykpn.ac.id>, diakses 16 Desember 2008

<http://www.uin-suka.ac.id>, diakses 16 Desember 2008

BIOGRAFI TOKOH

Kees Bertens

Dilahirkan di Nederland tahun 1936. Belajar di Universitas Leuven, Belgia. Pada tahun 1936 meraih gelar doctor dengan sebuah disertasi tentang Nicolas Malebranche, seorang filsuf Prancis abad XVII. Sejak 1968 mengajar filsafat di berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Sejak 1983 termasuk staf pusat pengembangan Etika Universitas Atma Jaya, Jakarta. Menulis banyak buku tentang Filsafat dan Sejarah Filsafat, antara lain; Ringkasan Sejarah Filsafat (Kanisius), Filsafat Barat Abad XX (Gramedia), Etika (Gramedia), Memabahas Kasus Etika Kedokteran (Grasindo). Ia menerjemahkan juga beberapa buku antara lain; Memperkenalkan Psikoanalisa dan Sekelumit Sejarah Psikoanalisa, Karangan Sigmund Freud (Gramedia).

A. Sonny Keraf

Lahir 1 Juni 1958 di Lamalera, Lembata, Flores Timur. Setelah lulus dari SMA San Domingo Hokeng, Larantuka, ia melanjutkan studi lanjut pada Sekolah Tinggi Filsafat Driyarkara Jakarta dan lulus S1 pada 1988. tahun 1990 menempuh studi lanjut pada Higher Institute of Philosophy, Khatolieke Universiteit Leuven, Belgia dan lulus S2 pada 1992 dan S3 pada 1995. Ia pernah menjadi staf Editor Penerbit Yayasan Obor Indonesia (1985-1988), dan kini menjadi staf Pusat Pengembangan Etika dan staf pengajar Universitas Atma Jaya Jakarta. Beberapa karya yang pernah di publikasikan yaitu Pragmatisme menurut William James (kanisius, 1985), Pasar Bebas, Keadilan, dan Peran Pemerintah. Telaah atas Etika Politik Ekonomi Adam Smith (Kanisius, 1996), Hukum Kodrat dan Teori Hak Milik Pribadi (Kanisius, 1997). Etika bisnis, Tuntutan dan Relevansinya (Kanisius, 1998) merupakan edisi baru dari Etika Bisnis Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur (cetakan ke-3, 1995).

Lawrence Kohlberg

Lawrence Kohlberg adalah Profesor dalam Ilmu Pendidikan dan Psikologi Sosial serta direktur the Center for Moral Education and Development pada Harvard University. Gelar Doktor dalam tahun 1958 pada University of Chicago, di tempat itu ia melaksanakan studinya secara longitudinal mengenai masalah penalaran moral pada anak-anak praremaja dan remaja masa itu. Pusat pengkajian yang dipimpin oleh Doktor Kohlberg ini, akhir-akhir ini mensponsori penelitian dalam bidang perkembangan moral serta proyek-proyek intervensi di sekolah dan penjara.

Imam Ghozali

Dr. Imam Ghozali, M. Com, Akt adalah dosen tetap dan peneliti di Fakultas Ekonomi dan Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang. Saat ini juga menjabat sebagai Deputi Direktur Program Magister Akuntansi Universitas Diponegoro. Iapun menjadi dosen tetap di beberapa universitas lain. Anggota Dewan Andil PT. Bank BPD Jateng ini juga aktif di bidang penerbitan diantaranya sebagai editor di Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, Journal of Accounting, Management and Economic Research PPAM STIE YO, Media Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro, dan selain itu ia menjabat sebagai pemimpin redaksi Jurnal Strategi MM Universitas Diponegoro. Dan sebagai Ketua Laboratorium Studi Kebijakan Ekonomi (LSKE) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, ia juga aktif di Lembaga Pengkajian dan Pengabdian Semarang (LPPS) yang didirikannya sendiri.

Hal : Permohonan
Menjadi responden

Kepada Yth.
Saudara/i
Di Tempat

Dengan Hormat,

Saya adalah mahasiswa program studi Keuangan Islam (KUI) Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian skripsi, guna penyelesaian studi saya. Untuk itu saya mengharapkan kesediaan saudara/i meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Perlu saudara/i ketahui, penelitian saya mengkaji tentang Persepsi Mahasiswa Berbasis Perguruan Tinggi Agama dan Non Agama terhadap Perilaku Etis dan Prinsip Moral dalam Bisnis.

Partisipasi saudara/i akan sangat menentukan keberhasilan penelitian ini. Saya akan merahasiakan jawaban saudara/i. Nantinya data yang terkumpul akan dianalisis secara agregat.

Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini, saya ucapkan beribu terima kasih.

Hormat saya,

Ika Rizqi Yuliani

K.U.E.S.I.O.N.E.R

Saudara/i dimohon untuk memberi jawaban atas pertanyaan umum berikut ini.

1. Nama : _____ (boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan
3. Umur : tahun
4. Agama : _____
5. Asal universitas : _____
6. Jurusan : _____
7. Semester : _____
8. Mengambil mata kuliah agama di S1 : Ya Tidak
9. Jumlah SKS mata kuliah agama di S1 : _____

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan tanda silang (x)

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Tidak Tahu (TT)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

	STS	TS	TT	S	SS
1. Dalam kondisi tertentu untuk kepentingan bisnis, suatu tindakan yang dilarang agama akan dilakukan	<input type="checkbox"/>				
2. Perbedaan agama mempengaruhi pola hubungan kerja dengan rekan kerja atau bawahan	<input type="checkbox"/>				
3. Menganggap urusan agama hanya pada saat melaksanakan ibadah ritual keagamaan,selebihnya urusan lain	<input type="checkbox"/>				
4. Meninggalkan kewajiban ibadah ritual untuk melakukan transaksi dengan mitra bisnis	<input type="checkbox"/>				
5. Menunda menunaikan kewajiban ibadah ritual untuk melakukan transaksi dengan mitra bisnis.	<input type="checkbox"/>				
6. Tidak mempedulikan tindakan rekan kerja yang bertentangan dengan ajaran agama	<input type="checkbox"/>				
7. Dengan alasan kepadatan kerja, keleluasaan melaksanakan ibadah ritual tidak diberikan kepada pegawai	<input type="checkbox"/>				

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Tidak Tahu (TT)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)

	STS	TS	TT	S	SS
1. Dalam bisnis, kita harus yakin bahwa apa yang kita lakukan tidak mencelakakan orang lain.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
2. Risiko bisnis yang mencelakakan orang lain tidak bisa ditoleransi, apapun bentuk risiko itu.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
3. Adanya keinginan menyakiti orang lain itu salah, terlepas dari keuntungan ekonomis yang bisa diperoleh.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
4. Kita seharusnya tidak mencelakakan orang lain baik secara psikis maupun fisik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
5. Kita seharusnya tidak melakukan kegiatan bisnis yang mungkin mengancam martabat dan keselamatan orang lain.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
6. Jika suatu kegiatan bisnis bisa mencelakakan orang lain, maka sebaiknya hal itu tidak dilakukan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
7. Memutuskan suatu kegiatan bisnis berdasarkan perhitungan untung ruginya saja adalah suatu tindakan yang tidak bermoral.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
8. Martabat dan kesejahteraan orang lain merupakan hal yang harus diutamakan di masyarakat manapun.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
9. Kita tidak perlu mengorbankan kepentingan orang lain untuk kepentingan diri sendiri.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
10. kegiatan bisnis yang bermoral adalah kegiatan yang mendekati sempurna.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>

TERIMAKASIH

OUTPUT VALIDITAS PERILAKU ETIS

Correlations

Correlations

		PE1	PE2	PE3	PE4	PE5	PE6	PE7	PERILAKU ETIS
PE1	Pearson Correlation	1	.048	.282*	.203*	.176*	.265*	.251*	.548*
	Sig. (2-tailed)	.	.561	.000	.013	.031	.001	.002	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PE2	Pearson Correlation	.048	1	.262*	.015	-.013	-.003	.180*	.396*
	Sig. (2-tailed)	.561	.	.001	.856	.876	.973	.027	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PE3	Pearson Correlation	.282*	.262*	1	.248*	.192*	.216*	.341*	.631*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.	.002	.019	.008	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PE4	Pearson Correlation	.203*	.015	.248*	1	.570*	.349*	.376*	.660*
	Sig. (2-tailed)	.013	.856	.002	.	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PE5	Pearson Correlation	.176*	-.013	.192*	.570*	1	.263*	.195*	.576*
	Sig. (2-tailed)	.031	.876	.019	.000	.	.001	.017	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PE6	Pearson Correlation	.265*	-.003	.216*	.349*	.263*	1	.297*	.589*
	Sig. (2-tailed)	.001	.973	.008	.000	.001	.	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PE7	Pearson Correlation	.251*	.180*	.341*	.376*	.195*	.297*	1	.649*
	Sig. (2-tailed)	.002	.027	.000	.000	.017	.000	.	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150
PERILAKU ETIS	Pearson Correlation	.548*	.396*	.631*	.660*	.576*	.589*	.649*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

OUTPUT VALIDITAS PRINSIP MORAL

Correlation

Correlations

		PM1	PM2	PM3	PM4	PM5	PM6	PM7	PM8	PM9	PM10	PRINSIP MORAL
PM1	Pearson Correlation	1	.291*	.239*	.156	.265*	.111	.207*	.226*	.147	.205*	.493*
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.056	.001	.177	.011	.006	.073	.012	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM2	Pearson Correlation	.291*	1	.275*	.164*	.192*	.223*	.288*	.242*	.295*	.271*	.576*
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.045	.019	.006	.000	.003	.000	.001	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM3	Pearson Correlation	.239*	.275*	1	.007	.143	.224*	.171*	.112	.259*	.301*	.463*
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.931	.080	.006	.037	.174	.001	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM4	Pearson Correlation	.156	.164*	.007	1	.078	.297*	.203*	.176*	.260*	.265*	.498*
	Sig. (2-tailed)	.056	.045	.931		.340	.000	.013	.031	.001	.001	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM5	Pearson Correlation	.265*	.192*	.143	.078	1	.294*	.063	.041	.005	.111	.407*
	Sig. (2-tailed)	.001	.019	.080	.340		.000	.442	.615	.954	.175	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM6	Pearson Correlation	.111	.223*	.224*	.297*	.294*	1	.261*	.205*	.211*	.373*	.598*
	Sig. (2-tailed)	.177	.006	.006	.000	.000		.001	.012	.010	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM7	Pearson Correlation	.207*	.288*	.171*	.203*	.063	.261*	1	.570*	.356*	.430*	.652*
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.037	.013	.442	.001		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM8	Pearson Correlation	.226*	.242*	.112	.176*	.041	.205*	.570*	1	.273*	.237*	.575*
	Sig. (2-tailed)	.006	.003	.174	.031	.615	.012	.000		.001	.003	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM9	Pearson Correlation	.147	.295*	.259*	.260*	.005	.211*	.356*	.273*	1	.293*	.576*
	Sig. (2-tailed)	.073	.000	.001	.001	.954	.010	.000	.001		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PM10	Pearson Correlation	.205*	.271*	.301*	.265*	.111	.373*	.430*	.237*	.293*	1	.634*
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.000	.001	.175	.000	.000	.003	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
PRINSIP MORAL	Pearson Correlation	.493*	.576*	.463*	.498*	.407*	.598*	.652*	.575*	.576*	.634*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

OUTPUT RELIABILITAS PERILAKU ETIS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.661	.669	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PE1	4.25	.667	150
PE2	4.12	.723	150
PE3	4.31	.655	150
PE4	4.45	.597	150
PE5	4.27	.665	150
PE6	4.07	.662	150
PE7	4.57	.660	150

OUTPUT RELIABILITAS PRINSIP MORAL

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.737	.741	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PM1	4.50	.515	150
PM2	4.23	.561	150
PM3	4.31	.491	150
PM4	4.25	.667	150
PM5	4.15	.663	150
PM6	4.31	.646	150
PM7	4.45	.597	150
PM8	4.27	.665	150
PM9	4.07	.667	150
PM10	4.58	.605	150

OUTPUT NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		PERILAKU ETIS	PRINSIP MORAL
N		150	150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	30.03	43.13
	Std. Deviation	2.662	3.331
Most Extreme Differences	Absolute	.097	.099
	Positive	.097	.099
	Negative	-.077	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		1.185	1.213
Asymp. Sig. (2-tailed)		.120	.105

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

OUTPUT KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN

T-Test

Group Statistics

JENIS KELAMIN		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERILAKU ETIS	PRIA	71	29.97	2.699	.320
	WANITA	79	30.08	2.645	.298

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PERILAKU ETIS	.004	.952	-.238	148	.812	-.104	.437	-.967	.759
			-.238	45.620	.812	-.104	.437	-.968	.760

T-Test

Group Statistics

UMUR		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERILAKU ETIS	17-20	82	29.28	2.847	.314
	21-24	68	30.93	2.111	.256

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PERILAKU ETIS	7.204	.008	-3.950	148	.000	-1.646	.417	-2.469	-.823
			-4.060	46.279	.000	-1.646	.405	-2.447	-.845

T-Test

Group Statistics

AGAMA	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERILAKU ET ISLAM	131	30.11	2.614	.228
KRISTEN,KATOLIK, HINDU	19	29.47	2.988	.686

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PERILAKU ET ISLAM	.515	.474	.969	148	.334	.633	.654	-0.658	1.925
								Equal variances not assumed	.876

T-Test

Group Statistics

JENIS KELAMIN	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PRINSIP MORAL PRIA	71	43.00	3.423	.406
WANITA	79	43.25	3.264	.367

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PRINSIP MORAL	.009	.926	-.464	148	.644	-.253	.546	-1.332	.826
								Equal variances not assumed	-.462

T-Test

Group Statistics

UMUR	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PRINSIP MORAL 17-20	82	42.30	3.575	.395
21-24	68	44.13	2.715	.329

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
PRINSIP MORAL	4.885	.029	Equal variance assumed	-3.466	148	.001	-1.827	.527	-2.869	-.786
Equal variance not assumed			-3.555	46.925	.001	-1.827	.514	-2.843	-.812	

T-Test

Group Statistics

AGAMA	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PRINSIP MORAL ISLAM	131	43.22	3.289	.287
KRISTEN, KATOLIK, HINDU	19	42.53	3.642	.836

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
PRINSIP MORAL	.258	.612	Equal variance assumed	.849	148	.397	.695	.819	-.922	2.313
Equal variance not assumed			.787	22.468	.440	.695	.884	-1.135	2.525	

T-Test

Group Statistics

SKS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERILAKU ETIS 2-22	95	29.29	2.786	.286
32-36	55	31.29	1.863	.251

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PERILAKU ETIS 2-22	9.320	.003	-4.733	148	.000	-1.996	.422	-2.830	-1.163
32-36			-5.246	44.869	.000	-1.996	.381	-2.748	-1.244

T-Test

Group Statistics

UNIVERSITAS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PRINSIP MORAL Universitas Berbasis Agama	75	43.79	2.733	.316
Universitas Berbasis Non Agama	75	42.48	3.743	.432

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PRINSIP MORAL Universitas Berbasis Agama	6.583	.011	2.442	148	.016	1.307	.535	.249	2.364
Universitas Berbasis Non Agama			2.442	35.433	.016	1.307	.535	.248	2.365

T-Test

Group Statistics

SEMESTER	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PRINSIP MORAL I (SATU)- V(LIMA)	82	42.30	3.575	.395
VII(TUJUH) - IX(SEMBILAN)	68	44.13	2.715	.329

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PRINSIP MORAL I	4.885	.029	-3.466	148	.001	-1.827	.527	-2.869	-.786
PRINSIP MORAL VII			-3.555	46.925	.001	-1.827	.514	-2.843	-.812

T-Test

Group Statistics

SKS	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PRINSIP MORAL 2-22	95	42.29	3.479	.357
32-36	55	44.58	2.485	.335

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
PRINSIP MORAL 2	5.540	.020	-4.281	148	.000	-2.287	.534	-3.343	-1.231
PRINSIP MORAL 3			-4.672	41.459	.000	-2.287	.490	-3.255	-1.319

CURRICULUM VITAE

Nama : Ika Rizqi Yuliani
Tempat, Tgl Lahir : Pemalang, 3 Juli 1985
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Asal : Jl. R.A. Kartini No. 343 Randudongkal Pemalang
Jawa Tengah 52353
Alamat diYogyakarta : Sapen GK I/ 451 Yogyakarta
Nama Orang Tua : H.M. Suratmo - Sunani
Np. Hp : 085726161650
Riwayat Pendidikan :

- SD Negeri 07 Randudongkal Pemalang
- SLTP Islam Randudongkal Pemalang
- Madrasah Aliyah Ali Maksum Krapyak Yogyakarta
- Fakultas Syariah Jurusan Keuangan Islam

Penyusun,

Ika Rizqi Yuliani
NIM. 04390090