

12

by Ribhan Ribhan

Submission date: 28-Jan-2022 11:42AM (UTC+0700)

Submission ID: 1749773032

File name: A.pdf (862.55K)

Word count: 5088

Character count: 31037

Jurnal

BISNIS DAN MANAJEMEN

Volume 12 No. 1, Januari 2016

ISSN 1411 - 9366

**GAYA KEPEMIMPINAN DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM
DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS PERUSAHAAN**

Budi Alamsyah Siregar

**STRATEGI KOMUNIKASI BISNIS DALAM MANAJEMEN KEPUASAN
PELAYANAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN E-COMMERCE**

Dewi Suma

**HUBUNGAN STRUKTUR PASAR PERBANKAN DENGAN
PERKEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA**

Muslimin

**PENGUJIAN TEORI ETIKA DALAM MEMPREDIKSI NIAT UNTUK
BERPRILAKU TIDAK ETIS**

Ribhan

**ANALISIS PERBANDINGAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK
(STUDI PADA ELEKTRONIK ASAL KOREA DAN JEPANG)**

Roslina

**PENGARUH PERSEPSI KEADILAN PROSEDURAL, PERSEPSI KEADILAN
DISTRIBUTIF, DAN EMOTIONAL EXHAUSTION TERHADAP
KINERJA AKUNTAN MANAJEMEN**

Yenni Agustina

JURNAL BISNIS
DAN
MANAJEMEN

Vol.
12

No.1

Hal.
1 - 87

Bandar Lampung
Januari 2016



PENGUJIAN TEORI ETIKA DALAM MEMPREDIKSI NIAT UNTUK BERPERILAKU TIDAK ETIS

Ribhan

Dosen Jurusan Manajemen FEB Universitas Lampung
ribhan8768@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the influence of dimensions such as schools deontological ethics (moral responsibility and justice) and teleological (perceived benefits and perceived risks) on the intention entrepreneurs to unethical behavior. This study was a survey to test a model of ethical tori in understanding the behavioral intention to behave unethically pengusaha empirically. The samples are entrepreneurs of production and services in the province of Lampung. To test the hypothesis of this study using multiple regression teknik with SPSS.

Research shows that all hypothesis is supported. Regression analysis showed that the moral responsibility to have a significant negative influence ($\beta = -0.407$; sig 0.000), justice has a significant negative influence ($\beta = -0.284$; sig 0.002), the perceived benefits have a positive effect and significant ($\beta = 0.440$; sig 0.000), and the perceived risk of having a negative influence and significant ($\beta = -0.437$; sig 0.000) on the intention of the entrepreneurs behave unethically.

Keywords: moral responsibility, fairness, benefits and perceived risks, intentions to behave.

ABSTRAK

¹ Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi-dimensi etika seperti faham *deontologis* (tanggungjawab moral dan keadilan) dan *teleologis* (manfaat yang dirasakan dan resiko yang dirasakan) pada niat pengusaha untuk melakukan perilaku tidak etis. Desain penelitian ini adalah survei untuk menguji sebuah model tori etika dalam memahami niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis secara empiris. Sampel yang digunakan adalah pelaku wirausaha produksi dan jasa di Provinsi Lampung. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan teknik *regresi berganda* dengan bantuan SPSS.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa semua hipotesis terdukung. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa pertanggungjawaban moral mempunyai pengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,407$; sig 0,000), keadilan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,284$; sig 0,002), manfaat yang dirasakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,440$; sig 0,000), dan resiko yang dirasakan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,437$; sig 0,000) terhadap niat berperilaku tidak etis para wirausaha.

Kata Kunci: tanggungjawab moral, keadilan, manfaat dan resiko yang dirasakan, niat berperilaku.

Pendahuluan

Para wirausaha di era globalisasi saat ini sudah memiliki kesadaran akan pentingnya etika dalam operasi bisnis. Bahkan dalam perkembangannya etika dalam berbisnis tidak lagi menjadi beban yang terpaksa harus dilaksanakan perusahaan melainkan sudah menjadi salah satu strategi pengembangan wirausaha. Salah satu tujuan wirausaha adalah sebagai upaya untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik dalam rentang waktu jangka panjang melalui aktivitas penjualan barang dan/atau jasa yang beretika. Strategy pengembangan wirausaha dengan mengutamakan faktor etika dianggap dapat memberikan keuntungan pada wirausaha dalam bentuk profitabilitas dalam jangka panjang yang lebih kokoh, menurunkan resiko yang merugikan lingkungan sekitarnya, meningkatkan reputasi wirausaha dan lain sebagainya. Kebijakan etis wirausaha merupakan cara ampuh untuk melembagakan etika dalam struktur dan kegiatan wirausaha. Salah satu aspek yang perlu mendapat perhatian dalam dunia bisnis pada saat ini adalah norma dan etika bisnis. Etika bisnis selain dapat menjamin kepercayaan dan loyalitas dari semua unsur yang berpengaruh pada wirausaha juga sangat menentukan maju atau mundurnya wirausaha. Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loalitas pemilik kepentingan dalam membuat keputusan dan memecahkan persoalan wirausaha. Karena semua keputusan wirausaha sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pemilik kepentingan. Pemilik kepentingan adalah semua individu atau kelompok yang berkepentingan dan berpengaruh terhadap keputusan wirausaha.

Etika wirausaha merupakan ilmu mengenai bagaimana tata cara seorang pengusaha dalam berperilaku didalam suatu usahanya tersebut. Banyak seorang wirausaha mengabaikan betapa pentingnya etika didalam mendirikan sutu bisnis, karena mereka berfikir dengan kemampuan yang mereka miliki serta modal yang sangat besar suatu usaha dengan mudahnya didirikan. Padahal tanpa adanya etika yang dimiliki seorang wirausaha suatu usaha tersebut akan tidak berjalan sesuai rencana. Karena etika ialah suatu studi mengenai yang benar dan yang salah dan pilihan moral yang dilakukan seseorang. Keputusan etika ialah suatu hal yang benar mengenai perilaku standar. Etika wirausaha mencakup hubungan antara perusahaan dengan orang yang menginvestasi uangnya dalam perusahaan, dengan konsumen, pegawai kreditur, saingan dan sebagainya. Orang – orang wirausahawan diharapkan bertindak etis dalam berbagai aktivitasnya di masyarakat.

Menjaga etika adalah suatu hal yang sangat penting untuk melindungi reputasi perusahaan. Masalah etika ini selalu dihadapi oleh para manajer dalam keseharian kegiatan wirausaha, namun harus selalu dijaga terus menerus, sebab reputasi sebagai perusahaan yang etis tidak dibentuk dalam waktu pendek, tapi akan terbentuk dalam jangka panjang. Dan ini merupakan asset yang tak ternilai sebagai *goodwill* bagi sebuah perusahaan. Apabila moral merupakan sesuatu yang mendorong orang untuk melakukan kebaikan etika bertindak sebagai rambu-rambu yang merupakan kesepakatan secara rela dari semua anggota suatu kelompok. Dunia wirausaha yang bermoral akan mampu mengembangkan etika (patokan/rambu-rambu) yang menjamin kegiatan kewirausahaan yang seimbang, selaras, dan serasi.

Disisi lain, sebuah model keputusan etis yang sering digunakan dalam studi perilaku tidak etis adalah model Hunt dan Vitell (1986) dalam pengambilan keputusan etis. Model ini adalah teori umum etika pemasaran pada fokus proses pemikiran yang digunakan oleh individu. Model ini mengemukakan bahwa penilaian etis ditentukan oleh evaluasi deontologis dan teleologis pada masalah ketika dalam satu permasalahan yang mengandung konten etis; pada akhirnya penilaian etis mempengaruhi niat perilaku individu melalui niat moralnya nya. Beberapa peneliti telah menggunakan teori ini sebagai latar belakang teoritis dalam studi perilaku tidak etis seperti pembajakan digital (Gopal dan Sanders, 1998; Shang et al, 2008; Thong dan Yap, 1998). Model Hunt dan Vitell (1986) menggunakan teori etika normatif (dikenal sebagai filsafat moral) sebagai dasar untuk proses pengambilan keputusan etis. Menurut Hunt dan Vitell (1986), hampir semua teori etika normatif diklasifikasikan sebagai deontologis atau teleologis. Teori etika deontologis berfokus pada peran sentral tugas dan kewajiban moral dalam perilaku (Gopal dan Sanders, 1998). Umumnya, teori deontologis termasuk teori kewajiban moral dan teori keadilan. Konsep kewajiban moral dan keadilan sering digunakan sebagai faktor etika dalam studi sebelumnya (seperti pembajakan digital). Haines dan Haines (2007) menunjukkan bahwa niat moral dipengaruhi oleh persepsi kewajaran / keadilan dalam berperilaku. Wagner dan Sanders (2001) menyatakan bahwa ekuitas moral (didefinisikan sebagai persepsi kewajaran dan keadilan individu) memiliki efek pada niat untuk perilaku yang tidak etis. Meskipun teori teleologis dibagi menjadi egoisme (suatu tindakan atau suatu keharusan yang dilakukan untuk diri sendiri) dan utilitarianisme (suatu tindakan ditentukan oleh kontribusinya terhadap kebahagiaan atau kesenangan untuk sebegini besar orang), ide-ide teleologis dalam perilaku tidak etis direpresentasikan dalam hal konsekuensi yang dipersepsikan dan manfaat yang dirasakan.

Kebutuhan dan keinginan konsumen atas kenyamanan dan keamanan terhadap suatu produk pada saat ini merupakan hal yang menjadi perhatian bagi para wirausaha. Tidak terpenuhinya kebutuhan dan keinginan tersebut dapat berakibat pada hilangnya kepercayaan konsumen terhadap usahanya dan pendapatan perusahaan sebagai akibat dari perilaku tidak etis para wirausaha (seperti; penggunaan bahan baku, keamanan dan kenyamanan). Perilaku tidak etis yang dilakukan oleh wirausaha dapat terjadi karena hal tersebut lebih menguntungkan bagi pengusaha, seperti kenyamanan, menghemat waktu dan uang. Penelitian ini menguji sebuah model teori etika dalam memprediksi dan memahami niat perilaku wirausaha untuk perilaku tidak etis.

Pertanyaan dalam penelitian ini adalah apakah dimensi-dimensi etika seperti faham *deontologis* (tanggungjawab moral dan keadilan) dan *teleologis* (manfaat yang dirasakan dan resiko yang dirasakan) berpengaruh pada niat pengusaha untuk melakukan perilaku tidak etis?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi-dimensi etika seperti faham *deontologis* (tanggungjawab moral dan keadilan) dan *teleologis* (manfaat yang dirasakan dan resiko yang dirasakan) pada niat pengusaha untuk melakukan perilaku tidak etis.

Hipotesis Penelitian

Tanggung jawab moral sebagai standar etika normatif mungkin memainkan peran dalam memprediksi niat berperilaku. Kewajiban moral sebagai konsep deontologis mengacu pada perasaan bersalah atau kewajiban pribadi untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Cronan dan Al-Rafee, 2008). Kewajiban moral juga telah diusulkan sebagai hal yang mempengaruhi niat dalam studi dalam bidang psikologi (lihat Ajzen, 1991). Ajzen (1991) berpendapat bahwa kewajiban moral akan diharapkan untuk mempengaruhi niat dalam konteks perilaku tidak etis. Cronan dan Al-Rafee (2008) menyatakan bahwa kewajiban moral adalah prediktor signifikan dari niat dalam pembajakan digital. Kewajiban moral sebagai standar etika normatif mungkin memainkan peran dalam membentuk keyakinan normatif pribadi sebagai faktor yang mempengaruhi niat berperilaku tidak etis. Oleh karena itu, kami menghipotesiskan:

Hipotesis 1: tanggungjawab moral berpengaruh negatif pada niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Keadilan sebagai perspektif deontologis lain, didasarkan pada keadilan dan kesetaraan. Keadilan sebagai konsep umum yang digunakan sebagai dasar untuk penanganan kasus-kasus seperti keadilan dan perlakuan orang sesuai dengan aturan yang adil (Reidenbach dan Robin, 1990). Ini juga merupakan konsep penting dalam pemikiran moral dan dalam perkembangan moral (Kohlberg, 1969). Menurut Rawls (1971), keadilan adalah kebajikan pertama lembaga sosial, sebagai kebenaran adalah sistem pemikiran, dan itu dimulai dengan struktur dasar masyarakat di mana lembaga-lembaga sosial utama mendistribusikan hak dan kewajiban fundamental dan menentukan pembagian keuntungan dari kerjasama sosial. Keadilan sebagai norma universal yang berperan dalam mempertahankan kehidupan sosial dan memberikan standar etika dalam membedakan antara benar dan salah. Oleh karena itu, keadilan mungkin memiliki efek pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hipotesis 2: Keadilan akan berdampak negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hunt dan Vitell (1986) berpendapat bahwa evaluasi teleologis, mempengaruhi penilaian etika terhadap perilaku, dengan demikian terdapat konsekuensi yang dirasakan dari setiap alternatif perilaku sebagai pemangku kepentingan (Hunt dan Vitell, 1986). Oleh karena itu, kami mencatat bahwa konsekuensi yang dirasakan adalah faktor yang mempengaruhi niat perilaku dan evaluasi teleologis perilaku. Dengan demikian, bahwa manfaat yang dirasakan adalah merupakan keyakinan mengenai konsekuensi positif yang akan memiliki dampak yang signifikan terhadap niat berperilaku.

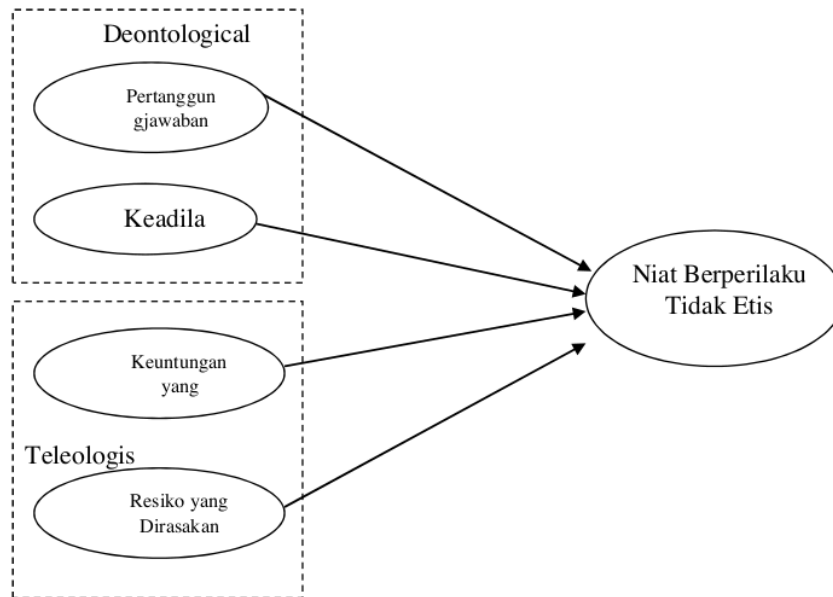
Hipotesis 3: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif pada niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Risiko yang dirasakan dapat dianggap sebagai keyakinan mengenai konsekuensi negatif. Risiko yang dirasakan telah ditemukan untuk mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembajakan konsumen (Chiou et al., 2005). Dalam

hal ini, persepsi risiko yang dirasakan akan memiliki efek negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hipotesis 4: Resiko yang dirasakan berpengaruh negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Gambar 1. Model Penelitian



Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah desain penelitian survei untuk menguji sebuah model teori etika dalam memahami niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis secara empiris. Sampel yang digunakan adalah pelaku wirausaha produksi dan jasa di Provinsi Lampung. Metode pengumpulan data dengan metode survey, pengambilan sampel yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* artinya sampel yang digunakan adalah dengan ketentuan pengusaha atau pelaku usaha yang sudah berjalan minimal tahun dan bergerak dalam bidang produksi atau jasa dengan skala perusahaan kecil dan menengah yang akan dijadikan responden penelitian. Jumlah sampel sebanyak 200 pelaku wirausaha.

Pengukuran Variabel Penelitian

Kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data yang skala untuk mengukur berbagai konstruksi dari model penelitian. Pengukuran niat berperilaku

milik TPB diadaptasi dari studi oleh Yoon (2011), Damai et al. (2003), dan Cronan dan Al-Rafee (2008). Pengukuran untuk kewajiban moral dan keadilan yang diadaptasi dari studi oleh Reidenbach dan Robin (1988), Haines dan Haines (2007), dan Cronan dan Al-Rafee (2008). Pengukuran untuk manfaat yang dirasakan dan risiko yang dirasakan diadaptasi dari studi oleh Shang et al. (2008), Peace et al. (2003), dan Tan (2002). Semua item pengukuran ditunjukkan dalam skala likert 5 poin (sangat tidak setuju =1 sampai sangat setuju = 5).

Reliability dan Validity Instrumen Penelitian.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis faktor. Ini dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Dengan mempergunakan instrumen penelitian yang memiliki validitas tinggi, hasil penelitian mampu menjelaskan masalah penelitiannya sesuai dengan keadaan atau kejadian yang sebenarnya.

Sebuah skala pengukuran yang valid adalah ukuran skala ketika itu diharapkan untuk mengukur (Davis, 2005). Aspek kunci dari validity penelitian ini adalah konstruk validity. Konstruk validity adalah tingkat dimana satu set item pengukuran benar-benar merefleksikan konstruk laten dari teori yang dirancang untuk mengukur (Hair et al. 2010.). Sesuai dengan Hair, et al. (2010), *rules of thumb* dari validitas konstruk: (1) *standardized loading estimates* harus 0.5 atau lebih tinggi, (2) *average variance extracted* harus 0.5 atau lebih besar, (3) perbedaan rata-rata untuk dua faktor-faktor harus lebih besar dari square of the correlation antara kedua faktor-faktor, dan (4) konstruk reliabilitas harus 0.7 atau lebih tinggi.

Reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur (Kerlinger, 1998). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan ketepatan pengukuran, bila pengukuran dilakukan pada objek yang sama berulang kali dengan instrumen yang sama. Pengujian reliabilitas ditunjukkan oleh koefisien *cronbach alpha*. Semakin mendekati 1,00 maka semakin tinggi konsistensi jawaban skor butir-butir pertanyaan atau makin dapat dipercaya, reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik, 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik (Sekaran, 2000).

Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan teknik *regresi* dengan bantuan SPSS.

Hasil

Deskripsi Responden Penelitian

Kuesioner yang disebar adalah sebanyak 200 kuesioner. Dari kuesioner tersebut yang kembali sebanyak 150 responden (*respon rates 75%*). Dari 150 kuesioner terdapat 36 kuesioner yang tidak tersisi lengkap dan identitas responden nya tidak diisi, sehingga jumlah kuesioner yang dapat diolah atau dianalisis adalah sebanyak 114 kuesioner.

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan pendidikan diringkaskan dalam table berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	57	50%
Perempuan	57	50%
	114	100%
Umur		
kurang dari 20 tahun	35	30,7%
21 - 30 tahun	35	30,7%
31 - 40 tahun	35	30,7%
lebih dari 40 tahun	9	7,9%
	114	
Pendidikan		
SLTA	69	60,5%
D 3	18	15,8%
S1	27	23,7%
	114	100%

Berdasarkan tabel 4.1. di atas, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden laki-laki yaitu sebanyak 57 responden (50%) sedangkan responden perempuan sebanyak 57 responden atau (50%).

Karakteristik responden berdasarkan umur responden pada usia antara 21 – 30 tahun yaitu sebanyak 35 responden atau 30,7 %, sedangkan responden yang berusia antara 31 – 40 tahun sebesar 30,7% atau 35 orang, responden berusia kurang dari 20 tahun sebanyak 35 responden atau 30, %, dan responden yang terendah adalah responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebesar 7,9%.

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa wirausaha di Lampung didominasi oleh pendidikan terakhirnya SLTA sebanyak 69 orang atau 60,5% disusul oleh D3 sebanyak 18 orang responden atau 15,8%, sedangkan sisanya dengan pendidikan strata 1 (S1) adalah sebanyak 27 orang (23,7%). Dari data yang menggambarkan bahwa lebih dari separuh pengusaha atau wirausaha yang dijadikan sebagai sampel adalah berpendidikan terakhir SLTA.

Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrument Penelitian

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang disebarakan kepada responden. Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa valid instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Pengujian ini menggunakan analisis faktor dengan bantuan SPSS. Proses pengujian analisis

faktor memperoleh faktor loading untuk variabel-variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2. *Loading Factor* Variabel Penelitian

	Component				
	1	2	3	4	5
n1		0,686			
n2		0,838			
n3		0,717			
pm2	0,717				
pm3	0,881				
k1				0,817	
k2				0,887	
m1					0,909
m2					0,910
m3					0,727
m4					0,625
r1			0,618		
r2			0,755		
r3			0,866		

Keterangan: N = niat berperilaku
Pm = perimbangan moral
K = keadilan
M = manfaat yang dirasakan
R = resiko yang dirasakan

Setelah pengujian validitas instrument penelitian, selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui seberapa jauh sebenarnya item-item pertanyaan tersebut memiliki konsistensi. Pada uji reliabilitas ini dapat terjadi penghapusan beberapa item-item pertanyaan, dengan membandingkan antara *cronbach alpha total* dan *alpha if item deleted* sehingga dapat meningkatkan nilai *cronbach alpha*.

Nilai-nilai *cronbach alpha* untuk semua variabel penelitian ini menunjukkan nilai yang baik dan *reliable*. Ringkasnya nilai *cronbach alpha* variabel-variabel penelitian dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 4.3. Nilai *Cronbach alpha* Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Item Yang reliabel
Niat Berperilaku Tidak Etis	0,745	2 item
Pertanggungjawaban Moral	0,835	2 item
Keadilan	0,847	2 item
Keuntungan yang Dirasakan	0,783	4 item
Resiko yang dirasakan	0,783	3item

Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis penelitian dengan menggunakan regresi. Model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen.

Dimana kriteria pengujian adalah :

- Perumusan : H_0 = Hipotesis nihil dan H_a = Hipotesis alternatif
- $t_{hitung} > t_{table}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain Hipotesis diterima.
- $t_{hitung} < t_{table}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Yang artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan kata lain hipotesis ditolak.
- Alpha 5%, t_{table} untuk $n-k-1 = 95$ adalah 1.985.

Hipotesis 1 yang menyatakan: Tanggungjawab moral berpengaruh negatif pada niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hasil uji regresi secara parsial ditunjukkan dalam table berikut:

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3,743	,340		11,005	,000		
	Pertanggung Jawaban Moral	-,390	,083	-,407	-4,711	,000	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Niat Berperilaku (N)

Dari hasil analisis regresi di atas menunjukkan bahwa variabel bebas pertanggungjawaban moral mempunyai pengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,407$; sig 0,000) terhadap niat berperilaku tidak etis para wirausaha.

Nilai t hitung pada variabel pertanggungjawaban moral adalah 11,005 dengan tingkat signifikansi 0,015. Karena $11,005 > 1,985$ dan $0,015 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

Artinya : variabel bebas pertanggungjawaban moral berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel terikat niat berperilaku tidak etis. Jadi Hipotesis pertama (H1), dapat diterima. Semakin tinggi pertanggungjawaban moral seorang wirausaha maka akan semakin rendah niat mereka untuk berperilaku tidak etis.

Hipotesis 2 yang menyatakan: Keadilan akan berdampak negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hasil uji regresi secara parsial ditunjukkan dalam table berikut:

2 Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.044	.288		10.584	.000		
	Keadilan	-.225	.072	-.284	-3.129	.002	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Niat Berperilaku (N)								

Dari hasil analisis regresi di atas menunjukkan bahwa variabel bebas keadilan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,284$; sig 0,002) terhadap niat berperilaku tidak etis para wirausaha.

Nilai t hitung pada variabel keadilan adalah 10,584 dengan tingkat signifikansi 0,002. Karena $10,584 > 1,985$ dan $0,002 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima.

Artinya : variabel bebas keadilan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel terikat niat berperilaku tidak etis. Jadi Hipotesis pertama (H1), dapat diterima. Semakin tidak adil yang dirasakan seorang wirausaha maka akan semakin tinggi niat mereka untuk berperilaku tidak etis.

Hipotesis 3 yang menyatakan: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif pada niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hasil uji regresi secara parsial ditunjukkan dalam table berikut:

2 Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.303	.176		7.401	.000		
	Manfaat yang dirasakan	.437	.084	.440	5.182	.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Niat Berperilaku (N)								

Dari hasil analisis regresi di atas menunjukkan bahwa variabel bebas manfaat yang dirasakan mempunyai pengaruh positif dan signifikan ($\beta = 0,440$; sig 0,000) terhadap niat berperilaku tidak etis para wirausaha.

Nilai t hitung pada variabel manfaat yang dirasakan adalah 7,401 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $7,401 > 1,985$ dan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

Artinya : variabel bebas manfaat yang dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berperilaku tidak etis. Jadi Hipotesis pertama (H_1), dapat diterima. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seorang wirausaha maka akan semakin tinggi niat mereka untuk berperilaku tidak etis.

Hipotesis 4 yang menyatakan: resiko yang dirasakan akan berdampak negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.

Hasil uji regresi secara parsial ditunjukkan dalam table berikut:

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.846	.332		11.599	.000		
	Resiko yang dirasakan	-.442	.086	-.437	-5.148	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Niat Berperilaku (N)

Dari hasil analisis regresi di atas menunjukkan bahwa variabel bebas resiko yang dirasakan mempunyai pengaruh negatif dan signifikan ($\beta = -0,437$; sig 0,000) terhadap niat berperilaku tidak etis para wirausaha.

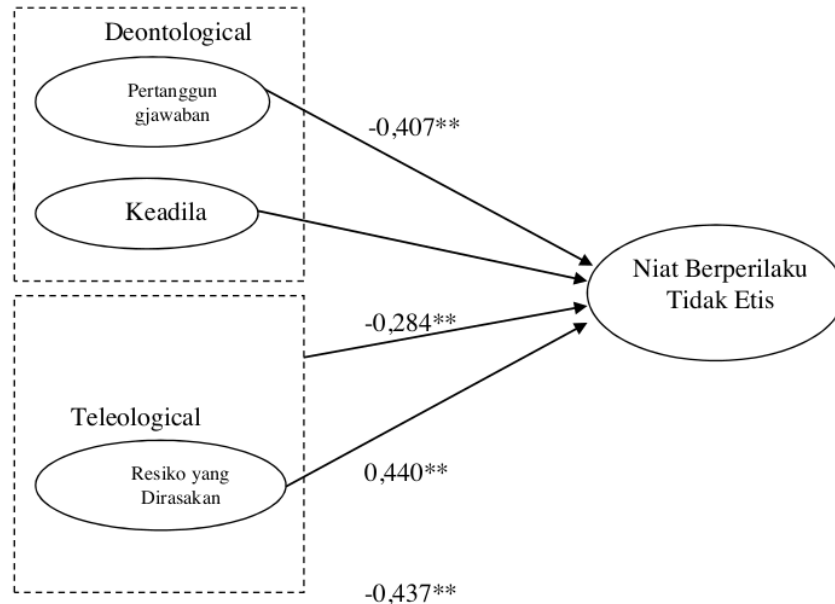
Nilai t hitung pada variabel resiko yang dirasakan adalah 11,599 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena $11,599 > 1,985$ dan $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima.

Artinya : variabel bebas resiko yang dirasakan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel terikat niat berperilaku tidak etis. Jadi Hipotesis pertama (H_1), dapat diterima. Semakin tinggi resiko yang dirasakan seorang wirausaha maka akan semakin rendah niat mereka untuk berperilaku tidak etis.

Secara keseluruhan hipotesis dalam penelitian ini dapat diringkas yang ditunjukkan dalam table berikut:

Hipotesis	β	Sig	Kesimpulan
Hipotesis 1: Tanggungjawab moral berpengaruh negatif pada niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis.	-0,407	0,000	Didukung
Hipotesis 2: Keadilan akan berdampak negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.	-0,284	0,002	Didukung
Hipotesis 3: Manfaat yang dirasakan berpengaruh positif pada niat perilaku pengusaha untuk berperilaku tidak etis.	0,440	0,000	Didukung
Hipotesis 4: Resiko yang dirasakan berpengaruh negatif pada niat pengusaha untuk berperilaku tidak etis.	-0,437	0,000	Didukung

Gambar 4.1. Model Penelitian



Pembahasan

Penelitian ini mengusulkan sebuah model teori etika, dimana teori yang paling sering digunakan dalam penelitian-penelitian pembajakan secara digital atau produk-produk bajakan serta palsu, dan diuji secara empiris 4 hipotesis dari dua dimensi yang mendasari teori etika yaitu deontological (pertanggungjawaban moral dan keadilan yang dirasakan) serta dimensi teleological (manfaat dan resiko yang dirasakan). Semua hipotesis diuji dengan regresi dan menunjukkan bahwa variabel-variabel penelitian memberikan dukungan untuk model teori etik yang disajikan pada Gambar 4.1.

Tanggungjawab moral memiliki pengaruh pada niat untuk melakukan perilaku tidak etis. Perilaku tidak etis adalah perilaku yang dianggap perilaku negatif sama seperti kecurangan pada pembajakan secara digital, membohongi konsumen, dan membuat produk yang merugikan konsumen. Tanggungjawab moral juga ditemukan juga oleh peneliti lain sebagai faktor yang paling mempengaruhi niat untuk melakukan perilaku tidak etis. Hasil ini mendukung penelitian Cronan dan Al-Rafee's (2008); (2011) dan Yusuf et al (2013). Ketika para wirausaha memiliki tanggungjawab moral yang tinggi pada konsumen maka mereka perilaku tidak etis mereka rendah, dengan kata lain mereka tidak akan melakukan perilaku tidak etis. Implementasi hasil penelitian ini adalah para wirausaha di provinsi lampung dalam melakukan usahanya mereka memiliki tanggungjawab moral untuk melindungi konsumen seperti memenuhi kebutuhan konsumen dan berperilaku etis dan bermoral dalam menjalankan usahanya.

Seorang wirausaha dalam berinteraksi sosial dengan masyarakat sekitarnya, memerkulakan perlakuan yang adil dari system kehidupan berbisnis. Keadilan

sebagai konsep umum yang digunakan sebagai dasar untuk penanganan kasus-kasus seperti keadilan dan perlakuan orang sesuai dengan aturan yang adil (Reidenbach dan Robin, 1990). Keadilan sebagai norma universal yang berperan dalam mempertahankan kehidupan sosial dan memberikan standar etika dalam membedakan antara benar dan salah. Ketika para wirausaha mendapatkan perlakuan yang tidak adil kehidupan sosial dan stakeholder, maka mereka akan melakukan perilaku yang tidak etis. Sebaliknya, semakin adil yang mereka rasakan dari stakeholder, maka mereka kecil kemungkinan untuk melakukan perilaku tidak etis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan dan risiko yang dirasakan sebagai konsekuensi dianggap tindakan yang memiliki dampak yang signifikan pada niat berperilaku tidak etis. Hasil ini sejalan dengan temuan dalam penelitian-penelitian pembajakan digital sebelumnya (seperti: Chiou et al., 2005; D'Astous dan Montpetit, 2005; Goles et al., 2008; Peace, et al., 2003; Yoon, 2011). Manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif signifikan pada niat untuk melakukan perilaku tidak etis. Ini berarti bahwa penyimpangan para wirausaha terhadap jenis perilaku tertentu secara langsung karena konsekuensi pilihan tertentu seperti manfaat dan risiko yang dirasakan (Hunt dan Vitell, 1986).

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I.: 1991, 'The Theory of Planned Behavior', *Organizational Behavior Human Decision Process* 50(2), 179–211.
- Al-Jabri, I. and A. Abdul-Gader: 1997, 'Software Copyright Infringements: An Exploratory Study of the Effects of Individual and Peer Beliefs', *Omega* 25(3), 335–343.
- Al-Rafee, S. and T. P. Cronan: 2006, 'Digital Piracy: Factors that Influence Attitude Toward Behaviour', *Journal of Business Ethics* 63(3), 237–259.
- Bagozzi, R. P. and Y. Yi: 1988, 'On the Evaluation of Structural Equation Models', *Journal of the Academy of Marketing Science* 16(1), 74–94.
- Chen, Y., R. Shang and A. Lin: 2008, 'The Intention to Download Music Files in a P2P Environment: Consumption Value, Fashion, and Ethical Decision Perspectives', *Electronic Commerce Research and Applications* 7(4), 411–422.
- Chin, W. W.: 1998, 'Issues and Opinion on Structural Equation Modeling', *MIS Quarterly* 22(1), vii–xvi.
- Chiou, J., C. Huang and H. Lee: 2005, 'The Antecedents of Music Piracy Attitudes and Intentions', *Journal of Business Ethics* 57(2), 161–174.
- Christensen, A. L. and M. M. Eining: 1991, 'Factors Influencing Software Piracy: Implications for Accountants', *Journal of Information Systems* 13(4), 49–60.
- Cronan, T. P. and S. Al-Rafee: 2008, 'Factors that Influence the Intention to Pirate Software and Media', *Journal of Business Ethics* 78(4), 527–545.
- Davis, J.P. M.A. (2005). *The Effects Of Internal Marketing On Service Quality Within Collegiate Recreational Sport: A Quantitative Approach*. A Dissertation The Ohio State University
- d'Astous, A. and D. Montpetit: 2005, 'Music Piracy on the Web – How Effective Are Anti-Piracy Arguments? Evidence from the Theory of Planned Behaviour', *Journal of Consumer Policy* 28, 289–310.
- Fishbein, M. and I. Ajzen: 1975, *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research* (Addison-Wesley, Reading, MA).

- Fornell, C. and D. F. Larcker: 1981, 'Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error', *Journal of Marketing Research* 18(1), 39–50.
- Gefen, D. and D. W. Straub: 2005, 'A Practical Guide to Factorial Validity Using PLS-Graph: Tutorial and Annotated Example', *Communications of the AIS* 16(1), 91–109.
- Glass, S. R. and A. W. Wood: 1996, 'Situational Determinants of Software Piracy: An Equity Theory Perspective', *Journal of Business Ethics* 15(11), 1189–1198.
- Goles, T., B. Jayatilaka, B. George, L. Parsons, V. Chambers, D. Taylor and R. Brune: 2008, 'Softlifting: Exploring Determinants of Attitude', *Journal of Business Ethics* 77(4), 481–499.
- Gopal, R. D. and G. L. Sanders: 1998, 'International Software Piracy Analysis of Key Issues and Impacts', *Information Systems Research* 9(4), 380–397.
- Haines, R. and D. Haines: 2007, Fairness, Guilt, and Perceived Importance as Antecedents of Intellectual Property Piracy Intentions. Proceedings of the 28th International Conference on Information Systems.
- Haines, R. and L. N. K. Leonard: 2007, 'Situational Influences on Ethical Decision-Making in an IT Context', *Information and Management* 44(3), 313–320.
- Hair, J.F.; W.C.Black; B.J.Babin; R.E.Anderson; and R.L.Tatham (2010). *Multivariate data analysis*, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hunt, S. D. and S. Vitell: 1986, 'A General Theory of Marketing Ethics', *Journal of Macromarketing* 6(5), 5–16.
- Kerlinger, N. F. (1998). *Asas-asas Penelitian Behavioral* (edisi Indonesia). Gadjah Mada University Press.
- Kohlberg, L.: 1969, *Stages in the Development of Moral Thought and Action* (Holt, Rinehart & Winston, New York).
- Kwong, T. and M. Lee: 2002, Behavioral intention model for the exchange mode internet music piracy. Proceedings of the 35th Hawaii International Conference on System Science.
- LaRose, R., Y. J. Lai, R. Lange, B. Love and Y. Wu: 2005, 'Sharing or Piracy? An Exploration of Downloading Behavior', *Journal of Computer-Mediated Communication* 11(1), article 1. <http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/larose.html>.
- Limayem, M., M. Khalifa and W. W. Chin: 2004, 'Factors Motivating Software Piracy: A Longitudinal Study', *IEEE Transactions on Engineering Management* 51(1), 414–425.
- Lin, T. C., M. H. Hsu, F. Y. Kuo and P. C. Sun: 1999, An Intention Model-Based Study of Software Piracy. Proceedings of the 32nd Hawaii International Conference on System Sciences.
- Loch, K. D. and S. Conger: 1996, 'Evaluating Ethical Decision Making and Computer Use', *Communications of the ACM* 39(7), 74–83.
- Moores, T. T. and J. Chang: 2006, 'Ethical Decision-Making in Software Piracy: Initial Development and Test of a Four-Component Model', *MIS Quarterly* 30(1), 167–180.
- Pavlou, P. A., H. Liang and Y. Xue: 2007, 'Understanding and Mitigating Uncertainty in Online Exchange Relationships: A Principal-Agent Perspective', *MIS Quarterly* 31(1), 105–136.
- Peace, G., D. Galletta and L. Thong: 2003, 'Software Piracy in the Workplace: A Model and Empirical Test', *Journal of Management Information Systems* 20(1), 153–177.
- Rawls, J.: 1971, *A Theory of Justice* (Harvard University Press, Cambridge, MA).

- Reidenbach, R. E. and D. P. Robin: 1988, 'Some Initial Steps Toward Improving the Measurement of Ethical Evaluations of Marketing Activities', *Journal of Business Ethics* 7(11), 871–879.
- Reidenbach, R. E. and D. P. Robin: 1990, 'Toward the Development of a Multidimensional Scale for Improving Evaluations of Business Ethics', *Journal of Business Ethics* 9(8), 639–653.
- Rest, J. R.: 1986, *Moral Development: Advances in Research and Theory* (Praeger, New York).
- Sekaran, U. (2000). "*Research Methods for Business*," 4 th Edition, New York: John Wiley dan Son, Inc.
- Shang, R. A., Y. C. Chen and P. C. Chen: 2008, 'Ethical Decisions About Sharing Music Files in the P2P Environment', *Journal of Business Ethics* 80(2), 349–365.
- Simpson, P. M., D. Banerjee and C. L. Simpson Jr.: 1994, 'Softlifting: A Model of Motivating Factors', *Journal of Business Ethics* 13(6), 431–438.
- Tan, B.: 2002, 'Understanding Consumer Ethical Decision Making with Respect to Purchase of Pirated Software', *Journal of Consumer Marketing* 19(2), 96–111.
- Taylor, S. and P. A. Todd: 1995, 'Understanding Information Technology Usage: A Test of Competing Models', *Information Systems Research* 6(2), 144–176.
- Thong, T. L. and C. S. Yap: 1998, 'Testing an Ethical Decision-Making Theory: The Case of Softlifting', *Journal of Management Information Systems* 15(1), 213–215.
- Triandis, H. C.: 1979, 'Values, Attitudes, and Interpersonal Behavior', in H. Howe and M. Page (eds.), *Nebraska Symposium on Motivation* (University of Nebraska Press, Lincoln).
- Wagner, S. and G. L. Sanders: 2001, 'Considerations in Ethical Decision-Making and Software Piracy', *Journal of Business Ethics* 29(1/2), 161–167.
- Yoon, Cheolho: 2011, 'Theory of Planned Behavior and Ethics Theory in Digital Piracy: An Integrated Model', *Journal of Business Ethics* (2011) 100:405–417

ORIGINALITY REPORT

8%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

digilib.unila.ac.id

Internet Source

2%

2

e-journal.unmas.ac.id

Internet Source

2%

3

pelajarmadura.wordpress.com

Internet Source

2%

4

ramadhanaga.blogspot.com

Internet Source

2%

Exclude quotes OnExclude matches < 2%Exclude bibliography On