

DISERTASI

PENGARUH *LOVE OF MONEY (LOM)* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MELALUI PERSEPSI ETIS DAN *LOCUS OF CONTROL (LOC)* PADA PENGURUS ORGANISASI ISLAM DI INDONESIA

THE EFFECTS OF LOVE OF MONEY, AND RELIGIOSITY TOWARD THE FINANCIAL BEHAVIOR OF THE ISLAMIC ORGANIZATION CARETAKERS: ETHICAL PERCEPTIONS AND LOCUS OF CONTROL AS THE MEDIATING VARIABLE

**DJAMILA ABBAS
A013181021**



**PROGRAM DOKTOR ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

LEMBAR PENGESAHAN DISERTASI

PENGARUH *LOVE OF MONEY (LOM)* DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MELALUI PERSEPSI ETIS DAN *LOCUS OF CONTROL (LOC)* PADA PENGURUS ORGANISASI ISLAM DI INDONESIA

disusun dan diajukan oleh:

DJAMILA ABBAS
A013181021

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Doktor Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin pada tanggal **17 Januari 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Promotor



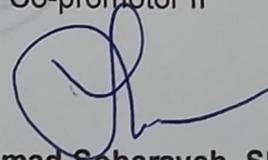
Prof. Dr. Muhammad Ali, SE., MS
NIP : 19610324 198702 1 001

Co-promotor I



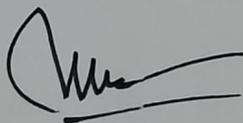
Dr. Mursalim Nohong, SE., M.Si
NIP: 19710619 200003 1 001

Co-promotor II



Dr. Muhammad Sobarsyah, SE., M.Si
NIP : 19680629 199403 1 002

Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi



Dr. Madris, SE., DPS., M.Si
NIP : 19601231 198811 1 002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, SE., M.Si., CIPM
NIP : 19640205 198810 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : DJAMILA ABBAS
NIM : A013181021
Jurusan/program studi : Ilmu Ekonomi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis/disertasi yang berjudul

PENGARUH LOVE OF MONEY (LOM) DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MELALUI PERSEPSI ETIS DAN LOCUS OF CONTROL (LOC) PADA PENGURUS ORGANISASI ISLAM DI INDONESIA

Adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah disertasi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah tesis/disertasi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 20 Novembe 2022

Yang membuat pernyataan



Djamila Abbas

PRAKATA

Bismillahirrahmaanirrahiim

Puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-NYA sehingga Penulis dapat menyelesaikan proses penelitian dan penulisan disertasi pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Disertasi ini berjudul **Pengaruh *Love of Money (LOM)* Dan Religiusitas Terhadap *Ethinica Preception* Dan *Finacial Behavior, Locus of Control (LOC)* Pada Organisasi Islam Di Indonesia.**

Disertasi ini merupakan refleksi dari pengamatan Penulis atas fenomena-fenomena yang terjadi di obyek penelitian, dilandasi dengan teori-teori yang diperoleh dari peneltian dan perkuliahan. Disertasi ini menyajikan pokok-pokok bahasan tentang *Love of Money (LOM)* Dan Religiusitas, *Ethinica Preception* Dan *Finacial Behavior, Locus of Control (LOC)* Pada Organisasi Islam Di Indonesia.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan disertasi ini tidak sedikit kendala dan masalah yang dihadapi, namun demikian Penulis banyak memperoleh bantuan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karewna itu Penulis menyampaikan penghargaan, rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu **Prof. Dr. Dwia Aries Tina Pulubuhu, MA.**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin periode 2018-2022, selaku Rektor Universitas Hasanuddin periode 2022-2026 yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti Pendidikan Doktor Ilmu Ekonomi pada Sekolah Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar
2. Bapak **Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Sc.**, selaku Rektor Universitas Hasanuddin periode 2022-2026 yang telah memberikan kesempatan untuk mengikuti Pendidikan Doktor Ilmu Ekonomi pada Sekolah Pasca Sarjana Universitas Hasanuddin Makassar
3. Bapak **Prof. Dr. Abdul Rahman Kadir, SE.,M.Si** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2019 sampai sekarang sekaligus sebagai penguji yang telah banyak membantu memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun

- untuk kesempurnaan disertasi ini serta permasalahan administrasi ketika proses penyelesaian studi
4. Bapak **Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Sc.**, selaku Kepala Sekolah Pasca Sarjana periode 2018-2022, yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk mengikuti Pendidikan Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Hasanuddin
 5. Bapak **Prof. dr. Budu, Ph.D., Sp.M(K), M.MedEd** selaku Kepala Sekolah Pascasarjana periode 2022-2026 yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk mengikuti Pendidikan Doktor Ilmu Ekonomi di Universitas Hasanuddin
 6. Bapak **Dr. Anas Iswanto Anwar, SE., MA** selaku Ketua Program Studi (KPS) Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin periode 2018-2022, selaku Ketua Program Studi (KPS) Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu Penulis terutama Ketika menghadapi masalah administrasi dalam penyelesaian studi
 7. Bapak **Dr. Madris DPS, SE., M.Si** selaku Ketua Program Studi (KPS) Program Doktor Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah banyak membantu Penulis ketika menghadapi masalah administrasi dalam penyelesaian studi
 8. Bapak **Prof. Dr. Muhammad Ali, SE., MS**, Bapak **Dr. Mursalim Nohong, SE., M.Si** dan **Dr. Muhammad Sobarsyah, SE, M.Si** selaku promotor dan co-promotor yang dengan penuh kesabaran, perhatian dan keikhlasan meluangkan waktu untuk mengarahkan dan memotivasi Penulis selama proses penulisan disertasi
 9. Bapak **Prof. Dr. Abd. Hadi Sirat, SE., MS** (Guru Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun Ternate) selaku penilai eksternal yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan serta motivasi dalam penyelesaian studi.
 10. Tim penilai internal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Hasanuddin (Bapak **Prof. Dr. Abd.Rahman Kadir, SE., M.Si**, Bapak **Prof. Dr. Cepi Pahlevi SE., M.Si.**, Bapak **Prof. Dr. Muh. Idrus, SE., M.Si.**, Ibu **Dra. Andi Reni, M.Si., Phd.**, **Dr. Andi Kusumawati, SE., Ak., M.Si., CA**)
 11. Dosen dan civitas akademika dalam lingkup Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin yang tidak dapat Penulis sebutkan satu persatu.
 12. Bapak **Prof. Dr. Saiful Deni, S.Ag., M., Si.**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Maluku Utara (UMMU) periode 2017-2025, Bapak

- Drs, Burhan Zakaria,MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Maluku Utara (UMMU) periode 2018-2021, Bapak **Hasanudin, SE.,Ak., M.SA.,CA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mujammadiyah Maluku Utara (UMMU) periode 2021-2025 yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis melanjutkan studi program doktoral di Universitas Hasanuddin
13. Bapak **Prof Dr. Abdul Wahab, SE.,M.Si**, dan Bapak **Prof.Dr. Rusman Soleman, SE.,M.Si.**,yang telah memberikan rekomendasi untuk dapat melanjutkan studi program doktor di Universitas Hasanuddin.
 14. Seluruh civitas akademika Universitas Muhamadiyah Maluku Utara (UMMU) yang telah banyak memberikan dorongan dan motivasi dari awal studi hingga selesai
 15. Kedua orang tua Penulis **Bapak Abdurahman Abbas (Alm)** dan Ibu **Fauziah Abbas (Alma)** yang dengan ikhlas dan tak pernah putus memberikan doa, semangat yang selalu menyertai setiap langkah Penulis mulai dari lahir hingga saat ini.
 16. Spesial terima kasih untuk suami tercinta **Prof. Dr. Saiful Deni, S.Ag, M.Si.**, untuk semua doa, kasih sayang, pengertian selama proses penyelesaian studi.
 17. Anak-anakku terkasih **Ihsanul Abyaz Deni** dan **Fatima Az Zahra Deni** atas pengertian, doanya, dan menjadi memotivasi untuk menyelesaikan studi.
 18. Saudara-saudaraku **Ferhat, Halid, Walid, Tharik, Mardiana, Muzani, Masita** dan ipar-iaparku (**Ka Pia, Mba Sri, Mba Tini, Ella,Ka Salim, Ui**) yang selalu mendoakan dan ponakan ku **Hazim Izam Baksir** yang banyak membantu dalam menemani selama pengurusan berkas ujian.
 19. Kolega diskusi **Dr. Alim Syariati, SE., M.Si., Dra. Atika Abbas, M.Si., Prof. Dr Jubair, Saing, ST,. MT, Dr. Aji Deni, M.Si.**, yang selau memberikan saran dan masukan pada Penulis.
 20. Teman-Teman Himpunan Mahasiswa Program Doktor Ilmu Ekonomi (HIMADIE) Universitas Hasanuddin atas semua dedikasinya.
 21. Teman-teman Program Doktoral Ilmu Ekonomi Universitas Hasanuddin Angkatan 2018, **Laela, Yola, Puput, Koko Andry, Khairil, Mustakim, Dian, Erni, Uhud, Kiky, Sarnawia, Fikry ,Diba** terima kasih atas kebersamaannya.

22. Rekan-rekan sejawat di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Maluku Utara (UMMU) yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan dan doanya kepada penulis selama studi di Program Doktor Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makasar.
23. Kepada semua pihak yang tidak dapat Penulis sebutka satu persatu. Terima kasih atas semua doa, perhatian, motivasi dan bantuannya kepada Penulis. Semoga **Allah SWT** membalas semuanya dengan limpahan pahala.

Akhirnya Penulis mengharapkan kritik dan saran demi penyempurnaan disertasi ini dan Penulis berharap semoga disertasi ini dapat memberikan sumbangsih bagi ilmu pengetahuan serta menambah pemahaman bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Makassar, November 2022

Djamila Abbas

ABSTRAK

DJAMILA ABBAS. *Pengaruh Love of Money (LOM) dan Religiusitas terhadap Persepsi Etis dan Perilaku Keuangan Melalui Locus of Control (LOC) pada Pengurus Organisasi Islam di Indonesia* (dibimbing oleh Muhammad Ali, Mursalim Nohong, dan Muhammad Sobarsyah).

Para pengurus organisasi Islam tentunya diharapkan mampu menyeimbangkan kemampuan pengelolaan organisasi yang baik dengan rasa beragama yang kuat, penjagaan kepribadian diri, dan etika yang tinggi. Penelitian ini bertujuan menginvestigasi konstruksi kecintaan pada uang (*love of money*) dan religiusitas para pengurus organisasi Islam di Indonesia akan berpengaruh terhadap lokus kendali (*locus of control*), persepsi etis, dan perilaku keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengekstraksi data dari 380 respon pengurus organisasi Islam di Indonesia berdasarkan kriteria *purposive sampling*. Data tersebut membentuk formulasi pengujian hipotesis dalam model struktural dengan menggunakan *covariance-based structural-equation-modelling* dengan alat Lisrel 10.2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerimaan pada seluruh hipotesis berhubungan langsung, kecuali pengaruh religiusitas dan lokus kendali terhadap perilaku keuangan. Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa kecintaan uang yang tinggi akan berakibat buruk bagi kapasitas etika dan perilaku keuangan pengurus. Di sisi lain, kapasitas religiusitas yang tinggi dari para pengurus merupakan inspirasi utama dalam konstruksi etika para pengurus organisasi Islam di Indonesia.

Kata kunci: *love of money*, religiusitas, *locus of control*, persepsi etis, perilaku keuangan, pengurus organisasi Islam, Indonesia



ABSTRACT

THE EFFECTS OF LOVE OF MONEY, AND RELIGIOSITY TOWARD THE FINANCIAL BEHAVIOR OF THE INDONESIAN ISLAMIC-ORGANIZATION CARETAKERS: ETHICAL PERCEPTIONS AND LOCUS OF CONTROL AS THE MEDIATING VARIABLES

(Djamila Abbas, Muhammad Ali, Mursalim Nohong, & Muhammad Sobarsyah)

Every basic teaching in religions emphasizes the construction of ethical resources as their guidance in the daily life, nevertheless Islam. It is highly expected that the caretakers of Islamic religious organization can balance their high organizational management along with their religiosity, personal motives, and high-ethics profile. This study investigates the relationships of love of money and religiosity from the caretakers of the Islamic organization in Indonesia toward their locus of control, ethical perception, and their financial behavior. The quantitative approach is selected by extracting the data from 380 responses of Indonesian Islamic organization caretakers in line with purposive sampling selection. The data constructed the information for hypothesis testing in structural model by employing the *covariance-based structural-equation-modelling* with the software of Lisrel 10.2. The results indicate the acceptance of all hypothesized direct relationships but the effects of religiosity and locus of control toward financial behavior. This study implies that high love-of-money is bad for the ethics and financial behavior, while higher religious stance is the source of ethical inspirations for the caretakers of Islamic organisations in Indonesia.

Keywords: *Love of Money*, Religiosity, *Locus of Control*, Ethical Perception, Financial Behavior, Islamic Organization Caretakers, Indonesia



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan Penelitian	12
1.4. Kegunaan Penelitian	13
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	15
1.6. Definisi dan Istilah	15
1.7. Sistematika Penulisan Disertasi	17
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. <i>Financial Behavior</i>	19
2.2. <i>Bounded Rationality Theory</i>	24
2.3. <i>Religious Injunction of Ethics Theory</i>	26
2.4. <i>Monetary Intelligence Theory</i>	32
2.5. Persepsi Etis	35
2.6. <i>Love of Money</i> (LOM)	40
2.7. <i>Locus of Control</i> (LOC)	43
2.8. Religiusitas	46
2.9. Hubungan Antar Variabel	51
2.9.1. Pengaruh <i>Love of Money</i> terhadap Persepsi Etis	51
2.9.2. Pengaruh <i>Love of Money</i> terhadap Perilaku Keuangan	53

2.9.3. Religiusitas dan Persepsi Etis	54
2.9.4. Pengaruh <i>Locus of Control</i> terhadap Persepsi Etis	56
2.9.5. Pengaruh <i>Locus of Control</i> terhadap Perilaku Keuangan	59
2.9.6. Pengaruh Persepsi Etis terhadap Perilaku Keuangan.....	60
2.9.7. Religiusitas sebagai Pembentuk <i>Locus of Control</i> berujung Pada Persepsi Etis	64
2.10. Hipotesis	68
2.11. Kerangka Konsep	81
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	86
3.1. Rancangan Penelitian	86
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	89
3.3. Populasi, Sampel dan Tehnik Pengambilan Sampel	89
3.4. Jenis dan Sumber Data	91
3.5. Metode Pengumpulan Data	92
3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	93
3.7. Instrumen Penelitian	94
3.8. Uji Kausalitas Data	95
3.9. Tehnik Analisis Data ..	97
BAB IV. HASIL PENELITIAN	99
4.1. Deskripsi Data	99
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian	104
4.2.1. <i>Love of Money</i> (LOM)	104
4.2.2. Religiusitas	108
4.2.3. <i>Locus of Control</i> (LOC)	110
4.2.4. Persepsi Etis	114
4.2.5. <i>Financial Behavior</i>	117
4.3. Uji Kausalitas Data Hasil Penelitian	120
4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	123
4.5. Evaluasi <i>Outer Model</i>	124
4.6. Evaluasi Model Struktural	132

BAB V. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	138
5.1. Hubungan <i>Love of Money</i> dan <i>Locus of Control</i>	138
5.2. Hubungan <i>Love of Money</i> dan Persepsi Etis	142
5.3. Hubungan <i>Love of Money</i> dan Perilaku Keuangan	145
5.4. Hubungan Religiusitas dan <i>Locus of Control</i>	149
5.5. Hubungan Religiusitas dan Persepsi Etis	152
5.6. Dampak Religiusitas terhadap Perilaku Keuangan	154
5.7. Investigasi <i>Locus of Control</i> dan Persepsi Etis	157
5.8. Hubungan <i>Locus of Control</i> dan Perilaku Keuangan	159
5.9. Hubungan Persepsi Etis dan Perilaku Keuangan	162
5.10. Eksplorasi Hubungan Tidak Langsung	164
BAB VII. PENUTUP	169
6.1. Kesimpulan	169
6.2. Implikasi Hasil Penelitian	173
6.3. Keterbatasan Penelitian	174
6.4. Saran	175
DAFTAR PUSTAKA	179
LAMPIRAN	200

DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.1.	Survei Keterikatan dengan Ormas Keagamaan di Indonesia.....	3
2.1	Perspektif Etika Dalam Teori	26
2.2.	Kajian Penelitian Terdahulu.....	74
3.1.	Jumlah Pengurus Organisasi Keagamaan Di Indonesia	90
3.2.	Variabel, Konsep, dan Indikator	93
4.1.	Deskripsi Demografi Umum	100
4.2.	<i>Output Goodness of Fit Model</i>	124
4.3.	Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	126
4.4.	Uji <i>Cross Loading</i>	130
4.5.	Uji <i>Fornell-Larcker</i>	131
4.7.	Uji HTMT	131
4.8.	Ringkasan Hubungan Antara Variabel	134

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
2.1.	Kerangka Konseptual Penelitian	85
3.1.	Rancangan Penelitian	88
4.1.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Love of Money</i>	105
4.2.	<i>Love of Money</i> berdasarkan Organisasi	106
4.3.	Tanggapan Pengurus Mengenai Tingkat Religiusitas	108
4.4.	Hasil Analisis Jalur	109
4.5.	Tanggapan Responden Mengenai <i>Locus of Control</i>	111
4.6.	Sebaran <i>Locus of Control</i> berdasarkan Organisasi	112
4.7.	Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Etis	114
4.8.	Sebaran Respon Persepsi Etis Berdasarkan Organisasi	115
4.9.	Tanggapan Responden Mengenai Perilaku Keuangan	117
4.10.	Sebaran Perilaku Keuangan berdasarkan asal Organisasi.....	119
4.11.	<i>Output</i> Analisis Lisrel dari Model yang Dikembangkan.....	135

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Diskusi mengenai isu pengambilan keputusan keuangan telah lama menjadi salah satu kajian utama di keilmuan perilaku keuangan (Kumar & Goyal, 2015). Teori pasar efisien dan teori *expected utility* telah menjelaskan bagaimana individu mengambil keputusan penting secara rasional berdasarkan masukan informasi yang ada (Ackert et al., 2003). Akan tetapi, irasionalitas manusia merupakan fakta yang tak terbantahkan. Mereka menunjukkan bias ketika akumulasi pengetahuan, pengalaman, maupun emosi semakin luas ketika melakukan aktivitas keuangan yang berdampak pada keputusan yang diambil (Kumar & Goyal, 2016), khususnya ketika muncul risiko atas keputusan-keputusan keuangan (Kahneman & Tversky, 1979; Tobin, 1958). Teori prospek dari Kahneman dan Tversky ini menjadi landasan dalam konstruksi keilmuan perilaku keuangan, setelah sebelumnya ilmu keuangan tradisional fokus pada aspek nominal di laporan keuangan ataupun angka-angka di pasar modal semata.

Perilaku setiap manusia akan terbawa ketika mereka membentuk organisasi. Terdapat organisasi yang terbentuk dalam konteks tata kelola bisnis privat, ataupun publik dan politik di lingkungan pemerintahan. Di sisi yang lain, manusia juga membentuk organisasi kemasyarakatan yang menyatukan minat/kesepahaman pada aktivitas pranata sosial, seperti hobi, kepentingan suku-agama-ras, dan lain sebagainya. Organisasi kemasyarakatan dalam ikatan agama menjadi salah satu bentuk perkumpulan terpopuler di Indonesia, karena penduduk yang cenderung agamis dengan dominasi penganut agama Islam. Dengan jumlah anggota yang besar, organisasi kemasyarakatan Islam di Indonesia membentuk

struktur tata kelola yang besar dengan pengelolaan dana yang besar pula. Para pengurus juga umumnya memiliki penguasaan ilmu agama Islam yang lebih baik dibandingkan dengan masyarakat awam. Kondisi kepemilikan ilmu agama dipadukan dengan konstruksi pengelolaan organisasi dengan kepemilikan dana yang besar menjadikan investigasi pada organisasi kemasyarakatan Islam ini menjadi menarik.

Potensi diskusi akademis muncul terkait kemampuan pengelolaan keuangan organisasi yang memiliki latar belakang keagamaan jika ditinjau dari para pengurusnya. Investigasi menarik dari diskusi di atas adalah bagaimana dimensi psikologi dan keagamaan yang melekat pada para pengurus membentuk aktivitas pengelolaan organisasi masyarakat Islam di Indonesia. Secara spesifik, penelitian ini mencermati perilaku keuangan dari para pengurus organisasi Islam di Indonesia, dipandang dari aspek rasa cinta uang yang berlebihan (*love of money*), religiusitas, lokus pengendalian (*locus of control*), dan persepsi etis para pengurus. Investigasi variabel ini menarik dilakukan karena beberapa fenomena riil terkait pengelolaan keuangan diri yang berdampak pada tercorengnya citra organisasi Islam.

Argumen pentingnya penelitian mengenai perilaku keuangan organisasi Islam penting dilakukan untuk pengembangan ilmu pengetahuan didasari oleh fakta bahwa Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia, di mana terdapat sekitar 207 (87.2%) juta penduduk mengasosiasikan dirinya dengan agama Islam (sumber: Indonesia.go.id). Kondisi atau harapan ideal yang dirumuskan dalam ajaran ataupun filosofi hidup umat beragama (*Weltanschauung*) membuat penelitian ini menjadi menarik, karena bisa menjadi salah satu penjelasan empiris antara harapan ideal dalam amanat agamawi dengan realitas lapangan di tingkatan pengurus organisasi kemasyarakatan Islam (ormas) di Indonesia.

Khususnya agama Islam, data Kementerian Agama Republik Indonesia mengindikasikan jumlah organisasi agama sebanyak 554 institusi (Sumber: kemenag.go.id). Dari seluruh ormas tersebut, Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah merupakan organisasi dengan pengikut terbesar di Indonesia. Tidak ada konsensus yang jelas mengenai jumlah anggota organisasi; akan tetapi, Alvara Center dalam hasil studinya di 34 provinsi menemukan keberadaan 50% lebih umat muslim mengasosiasikan dirinya dengan ormas NU, dan 11% di Muhammadiyah, dengan detail di bawah ini.

Tabel 1.1 Survei Keterikatan dengan Ormas Keagamaan di Indonesia

Ormas	Pria	Wanita
Nahdlatul Ulama	58,5	60,8
Muhammadiyah	11,9	11,6
Al-Wasliyah	1,9	2
FPI	0,5	0,2
LDII	0,5	-
tidak ada	26,5	25,4
Jumlah	100%	100%
N	586	613

Sumber: Survei Alvara Center (2017)

Posisi sebagai pengurus inti organisasi masyarakat berbasis agama tertentu akan memberikan eksposur bagi mereka baik di mata umat, maupun pihak yang berkepentingan dengan implikasi kesakralan atau penghormatan agamawi dari umat. Upaya para pengurus organisasi Islam untuk mencapai kekayaan duniawi tentunya sejalan dengan teori bahwa manusia tercipta sebagai makhluk yang rasional dalam usaha mengejar utilitas maksimal (Ackert et al., 2003). Akan tetapi pengurus sebagai manusia juga bisa menjadi irasional ketika berhadapan dengan potensi harapan atas keuntungan dalam pengelolaan organisasi walaupun bertentangan dengan aturan ideal beragama, sejalan dengan teori Prospek dari Kahneman dan Tversky (1979). Rasa ingin memiliki uang yang besar (*love of money motives*) bisa menggerus niat awal yang mulia dari para

pengurus organisasi Islam tersebut, berkelindan dengan teori *Monetary Intelligence* mengenai motif pengayaan diri individu (Tang & Chiu, 2003).

Fenomena pelanggaran etika akibat perilaku keuangan yang tidak ideal bisa diamati pada tertangkapnya beberapa pimpinan penting organisasi Islam karena masalah Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN), e.g. Suryadharma Ali, Romahurmuziy, Luthfi Hasan Ishak, Imam Nahrawi, Ahmad Fathanah, Ahmad Fanani. Posisi yang memberikan peluang memperkaya diri bisa menumbuhkan keinginan untuk menjadi kaya secara illegal, walaupun mereka merupakan pemuka agama tertentu. Karenanya, penelitian ini menginvestigasi peran etika dalam membentuk pengelolaan keuangan pengurus organisasi Islam, serta menginvestigasinya dalam kajian perilaku keuangan berdasarkan beberapa determinasi konstruk.

Pandangan etika agama menekankan pada kejujuran dalam keseharian perilaku sebagai pembeda antara yang baik dan salah (Hosmer, 1994). Etika ini membentuk aturan dasar atau prinsip pertama yang telah diusulkan untuk memastikan bahkan memaksa masyarakat memenuhi tingkat kebaikan tertentu. Dalam Islam, etika ditegaskan dengan konsep akhlak mulia, sebagai penyempurnaan niat dan perilaku bagi seluruh manusia. Dasar-dasar etika dalam agama semakin mendapatkan atensi dari para pemimpin organisasi bisnis, mendukung pentingnya pendekatan berbasis agama dalam penegakan etika organisasi (Hilliard, 2004). **Gap** antara harapan ideal dari etika dan rasa beragama para pengurus organisasi Islam dibandingkan realitas dalam manajemen organisasi menjadi titik utama telaah dalam penelitian ini.

Karya ilmiah ini bertujuan mendalami kajian perilaku keuangan pada pengurus organisasi agama Islam di Indonesia. Terdapat beberapa variabel dan hubungan antara variabel yang hendak diteliti secara mendalam, yaitu variabel

love of money (LOM), religiusitas, persepsi etika, perilaku keuangan, dan variabel moderasi *locus of control (LOC)*. Secara khusus terdapat beberapa hubungan yang dibedah, yaitu pengaruh *Love of Money (LOM)* dan Religiusitas dalam membangun konstruksi berpikir (pengambilan keputusan) individu yang diukur menggunakan *Locus of Control (LOC)*. Kemudian bagaimana konstruk *Locus of Control (LOC)* menjadi penjelasan atas persepsi etika dan perilaku keuangan dari para pengurus organisasi Islam di Indonesia. Usulan hubungan antara variabel ini akan memperkuat ilmu pengetahuan pada bidang ilmu Perilaku Keuangan dengan kajian khusus pada pengelola organisasi Islam di Indonesia.

Secara khusus penelitian ini memberikan kontribusi keilmuan yang baru pada beberapa aspek, antara lain: *Pertama*, Kajian ini secara khusus menginvestigasi perilaku keuangan pengurus ormas agama Islam, dimana Indonesia adalah negara dengan basis penduduk beragama Islam terbesar di dunia. *Kedua*, penelitian ini menggabungkan kajian perilaku keuangan dalam konteks etika dan religiusitas beragama dari para pemeluknya, yang mana kajiannya belum banyak mendapatkan telaah di penelitian sebelumnya. *Ketiga*, terdapat beberapa hubungan antara variabel yang belum mendapatkan banyak investigasi pada penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu: *Love of Money (LOM)* ke perilaku keuangan; *Locus of Control (LOC)* ke perilaku keuangan; Persepsi etis ke perilaku keuangan; bagaimana konstruksi *Love of Money (LOM)* dan Religiusitas sebagai salah satu pembentuk control individu dalam mengambil keputusan dan keterkaitannya melalui hubungan tidak langsung ke persepsi etis dan perilaku keuangan. Keberadaan penelitian ini akan memberikan sumbangsih dalam melakukan telaah di bidang manajemen organisasi keagamaan berdasarkan variabel-variabel tersebut yang akan dideskripsikan secara singkat di penjelasan selanjutnya.

Love of money (LOM) atau kecintaan pada uang merupakan konsep yang pertama kali dirumuskan oleh Tang yang mengukur peran subyektif terkait uang (Tang, 1992). Secara definisi, *Love of Money* merupakan perilaku individu, harapan, dan aspirasi yang berhubungan dengan penggunaan uang (Tang & Chen, 2008). Tang dan Chiu berhipotesis bahwa kecintaan pada uang akan secara substansial meningkatkan sifat serakah pada umat manusia, sebagaimana hasil studi mereka pada karyawan di Hongkong membuktikan rasa cinta pada uang membuat mereka tidak nyaman di tempat kerja, dibandingkan yang tidak begitu mendalam menyukai uang. Kesadaran akan sumber pendapatan atas uang akan tercipta pada individu-individu yang memiliki etika yang baik terhadap uang (Tang & Chiu, 2003). Akan tetapi, kecintaan pada uang tidak bisa selalu dipandang negative. Hasil studi dari Liu dan Tang (2011) mengindikasikan bahwa kecintaan pada uang bisa mendorong peningkatan motivasi dan kepuasan kerja pegawai (Liu & Tang, 2011). Karena kecintaan pada uang merupakan bagian dari sikap terhadap uang yang membentuk persepsi etis dan perilaku keuangan di penelitian ini (Luna-Arocas & Tang, 2004, 2015).

Penelitian ini menelaah pengaruh dari *Love of Money (LOM)* terhadap, *Locus of Control (LOC)*, persepsi etis dan perilaku keuangan pengurus organisasi Islam. Hasil studi menunjukkan bahwa kecintaan pada uang akan menurunkan persepsi etis dari individu, atau dengan kata lain meningkatkan persepsi tidak etis mereka. Hasil invetigasi awal dari Tang (1993) menunjukkan bahwa faktor *Locus of Control (LOC)* terbentuk dari elemen-elemen dalam kecintaan uang seperti *sound, achievement, respect, dan freedom*. Hasil studi lain pada beberapa manajer dan supervisor mengindikasikan bahwa hubungan antara kedua variabel ini terbukti secara empiris (Tang et al., 2018; Tang & Liu, 2012). Telaah lain pada

mahasiswa yang mengambil program agama Kristen di Malaysia juga mengonfirmasi hal ini (Wong, 2008).

Hubungan antara *Love of Money (LOM)* dan perilaku keuangan berdasarkan penelusuran penulis masih amat terbatas. Penelitian yang mendekati berasal dari studi Tang yang menganalisis bagaimana para sikap kerja para Professor di Amerika Serikat dan Spanyol berubah ketika ada insentif kecintaan pada uang (Tang et al., 2018), dan juga para mahasiswa (Tang et al., 2005). Akan tetapi, terdapat beberapa tulisan menarik yang mengindikasikan sikap yang mengejar uang bisa menjadi pendorong untuk bertambahnya individu-individu yang bersedia mendonorkan ginjalnya ataupun menjadi *surrogate mother* (Tremellen & Everingham, 2016; Van Buren et al., 2010). Beberapa hasil ini menjadi pendukung kajian penelitian ini bahwa kecintaan terhadap uang akan memunculkan sikap-sikap tertentu terkait keuangan.

Rasa keberagamaan adalah sikap atau kesadaran yang berdasarkan tingkat kepercayaan seseorang terhadap agama (Hess, 2012). Sikap beragama ini eksis dan menjadi pendorong individu untuk berperilaku berdasarkan seberapa kuat seseorang terikat oleh agamanya, termasuk di antaranya adalah keputusan untuk menggunakan uang (Ashraf Ali, 2016). Pengurus organisasi Islam tentunya memiliki kepercayaan yang relative konservatif mengenai ajaran agama yang mereka percayai. Karena faktor agama menjadi salah satu pondasi berpikir dan bertindak, maka tidak mengherankan bila proses bertindak, berpikir, dan berperilaku dalam pengelolaan keuangan organisasi akan terdampak oleh hal ini, sebagaimana beberapa penelitian sebelumnya mendukung hal ini (Ashraf Ali, 2016; Hess, 2012; Hilary & Hui, 2009; Kashyap & Iyer, 2009; Renneboog & Spaenjers, 2012). Karenanya, faktor agama merupakan salah satu faktor penting

dalam membentuk *Locus of Control (LOC)*, persepsi terhadap etika, dan perilaku keuangan para pengurus organisasi Islam di Indonesia.

Adapun peran religiusitas dalam memengaruhi Locus of Control (LOC) terhadap persepsi etis belum mendapatkan telaah yang mendalam dari penelitian sebelumnya. Padahal terdapat hubungan yang potensial menjadi kajian dalam investigasi kajian perilaku keuangan organisasi Islam. Aspek kesamaan ideologi agama yang mengikat partisipasi anggota organisasi Islam idealnya akan menciptakan harapan/ekspektasi atas faktor religiusitas dalam setiap sendi kehidupan. *Locus of Control (LOC)* sebagai gambaran dari pembentuk keputusan berdasarkan input internal atau eksternal tentunya terdampak oleh kepercayaan atas ideologi agama tersebut. Pendalaman isu religiusitas akan menyasar dan memperkaya kumpulan pengetahuan pada kajian perilaku keuangan dan keterkaitannya dengan aspek etika serta agama. Beberapa penelitian terdahulu mendapati peran religiusitas mampu menjadi jangkar dari pengaruh buruk kecintaan pada uang atau *Love of Money (LOM)* (Liu & Tang, 2011; Luna-Arocas & Tang, 2004; Tang & Liu, 2012). Karenanya penelitian ini juga mencoba mendalami aspek agama apakah mampu meningkatkan atau menurunkan *Love of Money (LOM)* dari pengurus organisasi Islam tersebut.

Locus of control (LOC) adalah kondisi psikologis yang pertama kali disebutkan oleh Rotter pada tahun 1966. Dia mendefinisikannya sebagai perspektif seseorang terkait kejadian, apakah mampu atau tidak mampu mengontrol perilaku yang muncul pada dirinya (Rotter, 1966). *Locus of Control (LOC)* terbagi atas pendorong internal maupun eksternal, dimana kepercayaan subyektif internal memoles agenda internal individu, dan faktor eksternal membentuk pertimbangan atas keputusan tertentu (Caliendo et al., 2015). Penelitian ini juga bertujuan untuk menginvestigasi hubungan empiris dari variabel

Locus of Control (LOC) terhadap persepsi etis dan perilaku keuangan para pengurus organisasi Islam.

Penelitian sebelumnya telah mendiskusikan hubungan antara *Locus of Control (LOC)* dan persepsi etika individu. Para pebisnis di Amerika Serikat dan Taiwan terdokumentasi memiliki persepsi etika yang berbeda ketika mendapatkan rangsangan eksternal untuk mendapatkan uang lebih dalam bentuk suap. Hasil studi lintas budaya membuktikan bahwa para pebisnis di Taiwan lebih terbuka terhadap isu pemberian uang untuk memuluskan aktivitas bisnis mereka dibandingkan yang dari Amerika Serikat (Cherry, 2006). *Locus of Control (LOC)* juga terbukti mendorong meningkatnya kecenderungan etis para manajer untuk menjadi *whistle blowers* dari praktik-praktik tidak etis di dalam perusahaan (Chiu, 2003). Beberapa hasil ini mendukung formulasi teoretis dari penelitian ini.

Hubungan antara *Locus of Control (LOC)* dan perilaku keuangan juga belum mendapatkan telaah yang memadai dari penelitian sebelumnya. Studi terdahulu mendapati perubahan yang signifikan dari sikap terhadap risiko keuangan karena stimulus dari *Locus of Control/LOC* (Kesavayuth et al., 2018). Hasil lain yang menjadi landasan tambahan menunjukkan *Locus of Control (LOC)* memengaruhi sikap untuk bekerja di lingkungan virtual (Lee-Kelley, 2006). *Locus of Control (LOC)* juga memengaruhi pembentukan perilaku terkait imigran di Kanada, Amerika Serikat, dan Inggris (Harell et al., 2017). Peran Studi yang lain juga mendapati *Locus of Control (LOC)* mempengaruhi penyimpangan cara makan dari para siswa (Scaffier et al., 2010). Beberapa studi ini menjadi landasan dari formulasi hubungan antara dua variabel ini.

Persepsi etis merupakan variabel endogen yang menjadi kajian dalam penelitian ini. Conroy dan Emerson mengemukakan bahwa etika sebagai sistem nilai apa yang baik dan buruk bagi manusia dan masyarakat. Batasan-batasan nilai

interaksi dengan masyarakat dan lingkungannya itulah yang kemudian dapat dikatakan sebagai nilai-nilai etika (Conroy & Emerson, 2004). Donaldson dan Dunfee membagi teori etika bisnis pada dua bentuk, yaitu dari sisi normatif dan empiris. Isu etika dikaji oleh peneliti dengan pemahaman yang mendalam mengenai isu filsafat. Di sisi lain, pihak empiris memilih pendekatan praktis dengan aplikasi yang jelas pada beragam bagian bisnis seperti keuangan, pemasaran, etc (Donaldson & Dunfee, 1994). Trevino bahkan mengkritik peran filosof yang tidak mampu menjelaskan dan memprediksi proses pengambilan keputusan etis (Trevino, 1986).

Tang melaporkan bahwa etika uang (*money ethics*) atau kecintaan seseorang pada uang memiliki pengaruh yang signifikan dan langsung pada perilaku yang tidak etis (Tang & Chiu, 2003). Ini berarti bahwa orang-orang dengan perilaku etika uang yang tinggi (cinta uang) menempatkan kepentingan yang besar pada uang, dan berujung pada kurang etis dan sensitif daripada orang dengan etika uang yang rendah.

Konstruk berikutnya yang menjadi investigasi adalah perilaku keuangan. Perilaku keuangan menurut Sohn et al. (2012) adalah pandangan mengenai fungsi uang yang bisa berujung pada *power freedom*, *reward for efforts*, atau *evil*. Dengan kata lain seseorang merespon uang sebagai sumber kekuatan dan kebebasan, prestasi, ataupun sumber kejahatan. Karenanya, perilaku keuangan sangat berperan penting dalam menentukan manajemen keuangan seseorang. Perilaku keuangan dapat membentuk cara orang untuk menghabiskan, menyimpan, menimbun, dan membuang uang (Lai, 2010).

Berdasarkan deskripsi fenomena empiris dan teoretis di atas, maka penelitian ini menginvestigasi persepsi para anggota, khususnya pengurus, organisasi keagamaan di Indonesia. Secara khusus, pengujian hubungan dari

variabel *Love of Money* (LOM), Religiusitas, terhadap *Locus of control* (LOC), persepsi etika dan perilaku keuangan menjadi kajian utama dalam disertasi ini. Tuntutan hidup akan memberikan dampak yang signifikan dalam membentuk perilaku masyarakat, tidak terkecuali para umat beragama. Tarik-menarik kepentingan ini akan memberikan gambaran menarik atas isu yang diangkat dalam penelitian ini, dan memberi sumbangsih penguatan pengetahuan di kajian ilmu keuangan, khususnya perilaku keuangan.

1.2 Rumusan Masalah

Walaupun bukan negara Islam, penduduk Indonesia yang umumnya muslim membentuk corak masyarakat dengan budaya agama yang saling terkait. Salah satu wujud keagamaan ini terlihat jelas dari keberadaan organisasi-organisasi keagamaan dengan jumlah pengikut yang besar di Indonesia. Penelitian ini menginvestigasi isu perilaku keuangan dengan kekhususan sumber data dari pengurus ormas agama Islam di Indonesia. Terdapat dua variabel eksogen yaitu *Love of Money* (LOM) dan *Religiusitas* yang memprediksi dua variabel endogen, yaitu persepsi etis dan perilaku keuangan. Penelitian ini juga mendalami peran isu *Locos of control* (LOC) sebagai variabel moderasi pada dua variabel eksogen di atas. Secara khusus, Masalah penelitian ini kemudian dideskripsikan dengan lebih rinci sebagai berikut:

- 1) Apakah *love of money* berpengaruh terhadap terhadap *locus of control*?
- 2) Apakah *love of money* berpengaruh terhadap terhadap persepsi etis para pengurus ormas beragama?
- 3) Apakah *love of money* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan?

- 4) Apakah religiusitas memengaruhi *locus of control*?
- 5) Apakah religiusitas memengaruhi persepsi etis pengurus ormas agama Islam?
- 6) Apakah religiusitas memengaruhi perilaku keuangan para pengurus ormas agama Islam di Indonesia?
- 7) Apakah *locus of control* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi etis?
- 8) Apakah *locus of control* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan?
- 9) Apakah persepsi etis memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan?
- 10) Apakah *love of money* memiliki pengaruh positif terhadap *locus of control* melalui persepsi etis?
- 11) Apakah *love of money* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan melalui *locus of control* dan persepsi etis?
- 12) Apakah religiusitas memiliki pengaruh terhadap persepsi etis melalui *locus of control*?
- 13) Apakah religiusitas memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan melalui persepsi etis dan perilaku keuangan?
- 14) Apakah *locus of control* berpengaruh terhadap persepsi etis dan berujung pada perilaku keuangan pengurus ormas agama Islam di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian untuk menganalisa pengaruh;

- 1) *Love of money (LOM)* terhadap *locus of control (LOC)*;
- 2) *Love of money (LOM)* terhadap persepsi etis
- 3) *Love of money (LOM)* terhadap perilaku keuangan
- 4) Religiusitas Terhadap *locus of control (LOC)*

- 5) Religiusitas terhadap persepsi etis pengurus organisasi Islam di Indonesia
- 6) Religiusitas terhadap perilaku keuangan pengurus organisasi Islam di Indonesia
- 7) *Locus of control* terhadap persepsi etis pengurus organisasi Islam
- 8) *Locus of control (LOC)* terhadap perilaku keuangan
- 9) Persepsi etis terhadap perilaku keuangan pengurus organisasi Islam
- 10) *Love of money (LOM)* terhadap *locus of control (LOC)* melalui persepsi etis
- 11) *love of money (LOM)* terhadap perilaku keuangan melalui *locus of control (LOC)* dan persepsi etis
- 12) Religiusitas terhadap persepsi etis melalui *locus of control (LOC)*
- 13) Peran religiusitas dalam membentuk perilaku keuangan melalui persepsi etis dan perilaku keuangan
- 14) *Locus of control (LOC)* pengurus organisasi Islam di Indonesia dalam membentuk persepsi etis dan perilaku keuangan

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini menjawab fenomena empiris dan teoretis dari perilaku keuangan pengurus organisasi agama Islam di Indonesia. Secara khusus, variabel yang diinvestigasi adalah *love of money (LOM)*, *locus of control (LOC)*, persepsi etis, perilaku keuangan, dan religiusitas. Hasil penelitian diharapkan memiliki kegunaan untuk perkembangan ilmu pengetahuan, para pengambil kebijakan, dan pihak-pihak yang berada dalam persaingan ini. Berdasarkan konsep dan latar belakang masalah, serta tujuan

penelitian, maka penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat, antara lain

1.4.1 Kegunaan Teoretis

Penelitian ini akan memberikan sumbangsih pada bidang ilmu perilaku di manajemen keuangan berdasarkan pada sumber data yang belum mendapatkan telaah mendalam sebelumnya. Penelitian ini mencoba menginvestigasi secara kuantitatif hubungan antara variabel sebagaimana yang tercantum di rumusan masalah. Terdapat beberapa hubungan yang belum mendapatkan banyak telaah penelitian di literatur-literatur terdahulu, yaitu hubungan antara *love of money* ke perilaku keuangan; *locus of control* ke perilaku keuangan; persepsi etis ke perilaku keuangan; religiusitas memoderasi pengaruh *locus of control* terhadap persepsi etis. Temuan atas pengujian hubungan antara variabel di penelitian ini akan memberikan sumbangsih yang jelas pada diskusi literatur terkait.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Bagi para pengurus ormas keagamaan, penelitian ini bisa menjadi sumber informasi menarik mengenai keikutsertaan dalam organisasi tersebut memberikan dampak terhadap bagaimana anggota memandang uang, pengambilan keputusan, etika, dan sikap serta unsur religiusitas. Informasi ini secara potensial bisa diterapkan dalam penguatan literasi keuangan pada seluruh level organisasi.

1.4.3 Kegunaan Kebijakan

Sebagaimana kegunaan praktis, kebijakan bisa muncul pada level pengurus pada isu pengayaan literasi keuangan, maupun pada level pemerintah. Negara dan pemerintah memiliki kepentingan terkait jumlah

masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang mumpuni, karena berdampak pada pergerakan ekonomi daerah, maupun negara. Pemerintah bisa menggunakan informasi dari penelitian ini untuk mendesain pembelajaran keuangan yang sensitif terhadap isu mendasar seperti agama, psikologi, maupun etika.

Dukungan agama akan memperkuat pembelajaran di mata masyarakat terkait pengelolaan keuangan yang mapan. Informasi penelitian mengenai etika akan menjadi tolak ukur bagi organisasi, pemerintah, maupun pelaku keuangan untuk mendesain sistem keuangan yang lebih sensitif terhadap persepsi etika.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini merupakan kajian di bidang manajemen keuangan, khususnya pada cabang ilmu perilaku keuangan. Secara khusus, penelitian ini mengintegrasikan isu perilaku, etika, dan agama dalam investigasi data secara kuantitatif. Penelitian ini menyasar informasi dari para pengurus ormas agama Islam se-Indonesia, sehingga data yang diperoleh bisa menjadi generalisasi dari gambaran ideal para anggota, serta secara luas pada pengurus ormas agama yang lain di Indonesia.

1.6 Defenisi dan Istilah

- a) *Love of Money (X1)*, atau kecintaan pada uang adalah persepsi para pengurus terkait uang. Secara khusus, bagaimana mereka memandang uang sebagai sensasi subjektif yang dimiliki dan bisa menjadi motivasi dalam beraktivitas. Para pengurus organisasi beragama Islam akan menelaah bagaimana uang sebagai sistem penghargaan dalam bekerja, dan dapat memengaruhi perilaku kerja, kepuasan, moral kerja, ataupun aktivitas organisasi.

- b) Religiusitas (X2), mengacu pada unsur-unsur agama yang lebih dalam dihayati oleh individu. Religiusitas adalah penerimaan dan pengamalan ajaran dan kepercayaan agama individu. Religiusitas dapat digambarkan sebagai kontrol diri para pengurus yang mendorong untuk bertindak sesuai derajat ketaatan pada agama tertentu. Rasa beragama ini juga terbentuk dari realisasi aktivitas beragama dalam kehidupan pribadi maupun ke aktivitas sosial.
- c) *Locus of control* (Y1), yakni bagaimana pengurus memiliki keyakinan, harapan, atau sikap tentang apa yang terjadi pada aktivitas diri, maupun organisasi sebagai dampak dari tindakan internal ataupun sumbangsih dari perubahan eksternal. Secara psikologis, para pengurus akan menyelami bagaimana konsekuensi aktivitas mereka berasal dari internal atau eksternal mereka.
- d) Persepsi etis (Y2), merupakan konstruksi berpikir para pengurus agama Islam di Indonesia terkait tindakan etis mereka dalam mengelola organisasi agama mereka ketika berhadapan dengan kondisi manajerial keseharian. Para pengurus akan memberikan respon terkait bagaimana tanggung jawab mereka terkait isu sosial, bagaimana kesesuaian tata kelola organisasi dan tanggung jawab sosial di masyarakat, dan bagaimana persepsi bila organisasi agama berorientasi pada pencapaian kinerja keuangan.
- e) Perilaku keuangan (Z), mencerminkan situasi individu yang muncul ketika berhadapan dengan pengelolaan keuangan baik pada diri pengurus sendiri, ataupun pada hasil organisasinya. Secara khusus, kondisi ini muncul pada aktivitas yang melibatkan transaksi keuangan, penyusunan

target keuangan, penyiapan kebutuhan organisasi, ataupun dalam penyimpanan sumber daya organisasi.

1.7 Sistematika Penulisan

Proposal penelitian ini terdiri dari enam bagian besar (bab) dimana bab 1 akan menjadi pendahuluan untuk menjelaskan latar belakang penelitian ini. Pada bab ini pertanyaan penelitian juga diformulasikan. Dan tujuan serta kegunaan penelitian juga dipaparkan secara singkat sebagaimana idealnya sebuah bab pendahuluan. Pada bab 2 akan membahas Tinjauan Pustaka atau landasan teori berpikir dari penelitian yang akan dilakukan. Bab ini akan dibagi menjadi dua bagian besar yaitu bagian Tinjauan Teori dan Konsep serta tinjauan empiris dari penelitian sebelumnya dari topik yang akan diangkat, hipotesis dan kerangka konsep..

Di dalam bab 3 ini rancangan penelitian akan diajukan beserta dengan detail lokasi serta waktu penelitian. Jumlah sampel dari populasi yang diteliti dan metode pengambilan sampel juga dibahas beserta jenis dan sumber data penelitian. Data yang ingin diperoleh juga didiskusikan metode pengambilannya. Variabel-variabel yang digunakan di dalam penelitian ini akan dipaparkan lebih lanjut di bagian ini disertai dengan instrument penelitian lain yang terkait.

Tahap berikutnya adalah pemaparan hasil penelitian yang disampaikan di Bab 4. Pada bab ini data yang diperoleh di lapangan ditampilkan intisari-intisari terpenting baik berupa uji statistik deskriptif maupun inferensial. Kesesuaian antara hipotesis yang diusulkan dalam penelitian ini dengan fakta empiris berdasarkan pengambilan data di

lapangan akan ditampilkan disini dalam bentuk angka-angka statistik sesuai dengan yang tuntunan metode penelitian di Bab 3.

Bab 5 merupakan tindak lanjut dari hasil yang diperoleh di bab 4. Pada bagian ini, seluruh hasil olah data statistik dijelaskan maknanya sesuai dengan berbagai perdebatan teori yang ada. Temuan baru yang muncul dalam penelitian beserta pentingnya penelitian ini dilakukan juga disampaikan pada bagian ini disertai dengan fenomena empiris filosofisnya. Bab berikutnya merupakan bagian penutup yang dikumpulkan pada bab 6. Bagian ini terdiri dari empat bagian yaitu Kesimpulan, Implikasi Penelitian, Keterbatasan Penelitian, dan Saran. Bagian ini menutup seluruh aktivitas penulisan disertasi.

Pada Bab berikutnya adalah bagian Daftar Pustaka dimana seluruh referensi yang digunakan dalam penelitian ini. Dan bagian terakhir dari disertasi ini adalah bagian Lampiran, dimana data-data yang terlalu besar dan banyak untuk ditampilkan secara utuh di bagian isi disertasi, ditampilkan secara lengkap.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Keuangan (*Behavior Finance*)

Teori perilaku keuangan (*behavior finance*) merupakan pengembangan bidang ilmu keuangan. Perspektif ini mencoba memberikan penjelasan atas fenomena kelemahan teori keuangan konvensional dalam menjelaskan bagaimana manusia melakukan proses pengambilan keputusan, dimana pilihan yang mereka buat berbeda-beda. Pada tataran ideal, terdapat asumsi rasionalitas pada pengambilan keputusan individu (Kahneman & Tversky, 1979; Tobin, 1958), akan tetapi fakta menunjukkan kemunculan bias psikologi dalam pengambilan keputusan (Zahera & Bansal, 2018). Bila pelaku pasar bergerak secara rasional, maka akan tercipta pergerakan yang acak (*random walk theory*) di mana pasar sulit diprediksi. Investor bergerak atas asupan informasi yang mereka miliki dalam tataran efisiensi pasar (Fama, 1970), akan tetapi fenomena pergerakan aktivitas investor melampaui penjelasan teori-teori seminal di atas. Keuangan tradisional menggunakan asumsi bahwa para pelaku ekonomi melakukan transaksi secara rasional dengan tujuan keuntungan yang maksimal (Kumar & Goyal, 2016). Sumbangsih utama kajian/cabang ilmu perilaku keuangan ada pada interaksi psikologi manusia pada aktivitas keuangan.

Kahneman dan Tversky (1979) umum dikenal sebagai bapak dari bidang ilmu Perilaku keuangan. Berlatar belakang psikologi, mereka mengembangkan teori Prospek yang mencermati irasionalitas manusia, dan rentannya mereka pada bias-bias dalam perilaku. Argumen ini membawa gelombang besar pada keilmuan keuangan, bahwa asumsi rasionalitas ini sangat rentan dengan kritik, dan bahkan dengan kata lain, amat sangat manusiawi bila manusia memiliki bias dalam perilakunya.

Daniel (1998) mengungkapkan bahwa perilaku investor dan harga saham dipengaruhi oleh faktor psikologis. Pendekatan psikologis membahas tentang emosi, temperamen, dan motif yang dapat berubah sewaktu-waktu. Shefrin & Statman (2000) menggambarkan perilaku keuangan berusaha untuk menemukan jawaban atas apa, mengapa dan bagaimana berinvestasi berdasarkan sudut pandang individu. Interpretasi lain adalah konsep perilaku keuangan merujuk pada bagaimana sebenarnya manusia dalam mengelola keuangan (Nofsinger & Varma, 2014). Jika keuangan individu ataupun keluarga ingin dikelola dengan baik, maka perilaku keuangan tersebut harus mengarah pada perilaku keuangan yang bertanggungjawab.

Definisi lain menyebutkan perilaku keuangan sebagai suatu ilmu yang mempelajari bagaimana manusia menghadapi dan bereaksi suatu informasi yang ada dalam upaya untuk mengambil keputusan yang tepat dan memaksimalkan tingkat pengembalian dengan memperhatikan resiko yang ada (Parveen et al., 2020). Seseorang yang ingin mempelajari perilaku keuangan harus memahami interaksi aspek psikologi, sosiologi, dan keuangan (Ricciardi, 2008). Di antara item lainnya, berbagai variabel dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam keuangannya; faktor pendidikan formal, faktor usia, faktor jenis kelamin, faktor pendapatan, faktor pekerjaan dan faktor lain yang berhubungan dengan kondisi lingkungan individu (Nofsinger & Varma, 2014).

Ada tiga aspek utama dari perilaku finansial, yaitu: 1). Konsumsi, pengeluaran rumah tangga untuk berbagai barang dan jasa, tidak termasuk rumah baru. Tabungan, yaitu bagian pendapatan yang tidak digunakan rumah tangga untuk jangka waktu tertentu, dan 3). Investasi, yaitu menyerahkan atau menginvestasikan uang sekarang, dengan tujuan untuk mencapai masa depan (Li et al., 2019; Xiao et al., 2009). Sedangkan menurut Rzepczynski (2000), terdapat

tiga poin utama tentang perilaku keuangan. Yang pertama adalah penjelasan bahwa *behavioral finance* merupakan gabungan antara ilmu ekonomi klasik dan keuangan dengan ilmu psikologi dan pengambilan keputusan. Ilmu pengambilan keputusan juga telah berkembang dari waktu ke waktu, sehingga penerapan teori ekonomi klasik sebagai standar, bervariasi menurut konteksnya. Kedua, *behavioral finance* adalah eksperimen untuk memahami apa yang memicu banyak tren keuangan dalam literasi keuangan yang telah diamati dan dicatat. Studi kasus dan observasi yang dilakukan dari peristiwa masa lalu diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan teori keuangan perilaku di masa depan. Banyak fenomena keuangan diharapkan dapat diidentifikasi melalui teori-teori baru. Ketiga, keuangan perilaku adalah bidang studi yang menjelaskan bagaimana investor membuat kesalahan penilaian sistematis atau “kesalahan mental” (Kumar & Goyal, 2015).

Perilaku adalah ukuran dari pikiran dan pilihan yang dibuat seseorang tentang dunia tempat mereka tinggal. Perilaku berbeda dari sikap yang menunjukkan bagaimana individu menanggapi masalah keuangan, yang diukur dengan pernyataan pribadi atau persepsi pendapat (Kesavayuth et al., 2018). Perilaku keuangan dapat digambarkan sebagai keadaan pikiran, emosi, dan keputusan seseorang yang kemudian dianggap menjadi sikap. Robbins & Judge (2009) berpendapat bahwa perilaku adalah pernyataan yang evaluatif baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan terhadap objek, individu, serta peristiwa. Perilaku keuangan atau *financial behavior* yang dimiliki oleh seseorang akan membantu individu tersebut dalam memilih sikap dan perilaku mereka dalam hal keuangan, baik dalam hal pengelolaan keuangan, penganggaran keuangan pribadi, atau bagaimana keputusan individu tentang bentuk investasi yang akan diambil.

Perilaku keuangan adalah aplikasi prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan memelihara nilai melalui pembuatan keputusan dan pengelolaan sumber daya sebaik-baiknya (Anthony et al., 2011). Oleh karena itu, perilaku keuangan dapat dipertimbangkan sebagai kecenderungan psikologi yang dinyatakan ketika mengevaluasi pengelolaan keuangan berdasarkan tingkat persetujuan dan ketidaksetujuan individu (Parrotta & Johnson, 1998). Hayhoe menyatakan terdapat hubungan antara perilaku keuangan dengan tingkat masalah keuangan (Hayhoe et al., 1999). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa perilaku keuangan yang dimiliki oleh seseorang juga memengaruhi cara seseorang dalam mengatur perilaku keuangan pribadinya. Beberapa *perilaku keuangan* juga berhubungan dengan kesulitan keuangan yang seringkali dialami oleh anak muda (Lim & Teo, 1997). Perilaku finansial akan menciptakan cara seseorang dalam membelanjakan uang, menyimpan, menumpuk dan membuang uang. Menerapkan manajemen keuangan dan perilaku keuangan yang tidak tepat dapat menyebabkan kesulitan keuangan dan frustrasi dengan diri sendiri. Menurut Ajzen dalam teori perilaku terencana yang menjelaskan bahwa sikap dapat mempengaruhi niat seseorang untuk bertindak (Ajzen, 1991). Hal tersebut menunjukkan bahwa seseorang dengan pola pikir keuangan yang kuat dan kesiapan yang baik untuk menerapkannya juga dapat memberikan pengaruh yang positif terhadap pelaksanaan pengelolaan keuangan. Memang, jika seseorang dengan pola pikir keuangan yang buruk seringkali mendapatkan perilaku keuangan yang buruk.

Enam konsep berikut (Furnham, 2014) dapat menggambarkan perilaku keuangan, yaitu:

1. Obsesi, uang seputar uang dalam mentalitas seseorang, dan bagaimana mereka memandang masa depan dalam hal menangani uang dengan baik.

2. Energi, yaitu mengetahui seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk memanipulasi orang lain dan bahwa uang menurutnya dapat menyelesaikan masalah.
3. Usaha, pajak seseorang yang pantas mendapatkan uang dari apa yang dia lakukan.
4. Kekurangan, juga pada seseorang yang selalu merasa tidak punya cukup uang
5. Menggambarkan seseorang yang tidak ingin mengeluarkan uang
6. Safety, pandangan yang agak ketinggalan zaman tentang pandangan seseorang tentang uang seperti anggapan bahwa uang lebih baik dibiarkan begitu saja tanpa menyimpannya di bank atau untuk investasi.

Financial Management Behavior dapat dicapai dengan sikap yang positif dan tepat dan diterapkan secara langsung. Tanpa menerapkan Perilaku keuangan yang baik dan tepat, maka akan sulit bagi seseorang untuk menjamin kehidupannya dalam jangka yang panjang. Seseorang dengan Perilaku keuangan yang negatif akan sulit untuk mengelola keuangannya yang akibatnya seseorang tidak memiliki *Financial Management Behavior* yang baik sehingga berdampak pada tidak tercapainya kesejahteraan secara financial. Menurut Sohn et al. (2012) perilaku keuangan memperlakukan uang sebagai kekuatan / kemandirian, penghargaan atas usaha atau buruk. Dengan kata lain, apakah seseorang memandang uang sebagai sumber kekuatan dan kebebasan, kesuksesan, atau sumber kejahatan, yaitu kekayaan, adalah perwujudan pandangan terhadap makna kekayaan. Oleh karena itu, perilaku keuangan sangat penting dalam menentukan pengelolaan keuangan seseorang. Perilaku keuangan dapat mempengaruhi cara orang berbisnis, menginvestasikan uang, mengumpulkan uang dan membuang uang (Thi et al., 2015).

2.2 Teori *Bounded Rationality*

Bounded-rationality theory secara substansial adalah keterbatasan yang dimiliki oleh manusia untuk mengelola informasi serta memutuskan suatu Tindakan dalam menghadapi suatu permasalahan, karena manusia merupakan decision maker. Simon merupakan pencetus konsep *Bounded rationality* menjelaskan bahwa kemampuan berfikir seorang manusia dalam merumuskan serta menyelesaikan suatu permasalahan sangat minim jika dibandingkan dengan besarnya masalah yang dihadapi (Simon,2000).

Kamarck, et.al. menjelaskan bahwa pada dasarnya investor (individu) menyadari adanya keterbatasan pengetahuan, hal inilah alasan yang mendasari mengapa investor (invdudu) tersebut membatasi jumlah penalaran yang mereka gunakan saat harus membuat keputusan. Investor (invidu) lebih ingin menghemat upaya kognitif dari pada menghabiskan banyak waktu untuk mencari informasi yang diperlukan, tetapi tetap berharap keputusan yang diambil tersebut dapat optimal (Dequech,2001;kamarck et.al.,2005).

Investor atau individu selalu mengejar bernagai tujuan yang bisa saja bertentangan. Selain itu, terdapat keterbatasa kapasitas mental dari pembuat keputusan dalam hal ini adalah investor jika dibandingkan dengan kompleksitas informasi serta keterbatasan kognisi dalam hal mengolah informasi sehingga dalam pengambilan keputusan, terdapat keterbatasa rasionalitas (Fehr & Tyran,2008).

Gigerenzer menggunakan istilah “rasionalitas terbatas (*bounded rational*)” karena seseorang berada di antara kemampuan berpikir rasional dan berpikir tidak rasional. Dengan menggunakan istilah “rasioanalitas terbatas” ini, Gigerenzer

telah mengkalirifikas bahwa manusia merupakan makhluk yang rasional, hanya saja keterbatasan yang dimilikinya tersebut memiliki keterbatasan. Walaupun memiliki keterbatasan, tetapi hal itu bukan berarti manusia sama sekali tidak rasional (Gigerenzer, 1991).

Dengan adanya teori rasionalitas terbatas inilah kemudian memperkuat penelitian terdahulu yang mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa dalam membuat keputusan, factor psikologis yang dimiliki oleh investor juga dapat mempengaruhi. Teori ini menjelaskan bahwa terdapat ketidaksesuaian yang ada saat ini dengan konsep teori keuangan tradisional yang berpendapat bahwa individu mempertimbangkan informasi yang ada dalam setiap pengambilan keputusan secara rasional (Foss, 2003; Rob, Babiarz, Woodyard & Seay, 2015).

Terdapat beberapa contoh munculnya rasionalitas terbatas itu. Ketika saham tertentu harganya sedang menurun, maka investor memutuskan untuk tidak menjual sampai harga saham tersebut naik kembali. Hal ini karena investor memiliki harapan memperoleh *capital gain* atau keuntungan. Sebaliknya investor juga bisa menunda pembelian dengan harapan harga semakin menurun.

Kondisi ini menunjukkan Batasan-batasan kapasitas manusia dalam memproses informasi dan menyadari diri pada beberapa aspek emosi yang mengikatnya (Murmamatsu & Hanoch, 2005). Literatur investasi sudah menjabarkan bahwa saham adalah investasi dengan tujuan jangka Panjang, dimana telah terdapat penelitian yang menyimpulkan bahwa memegang saham dalam jangka Panjang hasilnya sama dengan melakukan perdagangan saham pada periode yang sama dengan menahan saham itu dalam jangka Panjang.

2.3 Teori *Religious Injunction of Ethics*

Isu etika dalam pengelolaan organisasi¹ merupakan salah satu kajian penting dari penelitian ini. Teori etika memiliki usia yang tua, dan berkembang seiring kemajuan pola pikir masyarakat, dengan jejak-jejak pemikiran utama bisa terlacak sejak masa Yunani kuno. Kajian etika juga mengakulturasi agama, sosial, budaya, dalam perkembangan teorinya.

Hosmer (1994) mengompilasi sepuluh perspektif filosofis dari etika yang sering dikutip dan berkesuaian dengan aplikasi bisnis dan ekonomi. Ringkasan Hosmer memberikan konteks untuk memahami mengapa tugas moral dan etika yang melekat dalam bisnis harus diartikulasikan dengan jelas, bukan murni prosedural, mekanis, atau berbasis aturan. Tabel 1 merangkum sepuluh perspektif etika beserta komentar singkat mengenai teori tersebut.

Tabel 2.1 Perspektif Etika dalam Teori

No	PERSPEKTIF ETIS	RINGKASAN IDE	NILAI MORAL	IMPLIKASI MORAL
1	<i>Self-Interest</i> (Protagoras)	Masyarakat akan lebih baik jika mengejar kepentingan diri sendiri tanpa mengganggu hak orang lain.	Perasaan mementingkan diri sendiri	Prasangka yang mementingkan diri dapat mempengaruhi nilai-nilai
2	<i>Utilitarian benefits</i> (Bentham and Mill)	Larangan untuk menimbulkan kerugian di masyarakat.	Kebaikan kelompok terbesar adalah yang utama	Sangat penting menjaga kepentingan publik
3	<i>Personal virtues</i> (Plato and Aristotle)	Terdapat nilai moral utama yang melekat dan menjadi fitrah bawaan tiap manusia seperti kejujuran, kebaikan, dst.	Perlakukan yang lain sebagaimana anda ingin dihargai	Kontrol diri sendiri dari perbuatan buruk sangat penting.
4	<i>Religious Injunctions</i> (St. Augustine)	Seluruh agama umumnya memiliki perangkat petunjuk moral dalam bertindak.	Aturan agama merupakan perwujudan moral utama	Aktivitas bisnis harus berkesuaian dengan ajaran agama

¹ Dalam Ilmu Manajemen, isu ini dibahas pada kajian Etika Bisnis

No	PERSPEKTIF ETIS	RINGKASAN IDE	NILAI MORAL	IMPLIKASI MORAL
5	<i>Government Requirements</i> (Hobbes and Locke)	Aturan dasar dari otoritas pemerintah memiliki kemampuan untuk menegakkan nilai moral dengan perangkat hukuman.	Hukum pemerintah menjadi standar moral masyarakat	Bisnis yang beretika harus memenuhi seluruh aturan pemerintah.
6	<i>Universal Rules</i> (Kant)	Perlunya aturan universal yang mengatur tata masyarakat	Aturan ini berdiri di atas seluruh kepentingan pribadi	Aktivitas bisnis tidak bisa melampaui nilai moral universal.
7	<i>Individual Rights</i> (Rousseau and Jefferson)	Masyarakat memiliki sekelompok hak utama dalam seluruh aktivitasnya	Hak masyarakat harus ditegakkan.	Bisnis tidak bisa melampaui hak tiap masyarakat
8	<i>Economic Efficiency</i> (Adam Smith)	Kondisi ekonomi/pasar yang bekerja maksimal akan menjaga pemenuhan hak masyarakat.	Ekonomi yang efisien merupakan hal yang etis.	Jangan halangi bisnis sepanjang sesuai aturan.
9	<i>Distributive Justice</i> (Rawls)	Pasar tidak mampu mendistribusikan sumber daya secara merata, karenanya perlu diatur khusus.	Pasar harus diatur agar tercipta keadilan distribusi	Bisnis harus ikut menjaga distribusi harta yang adil ke masyarakat
10	<i>Contributing Liberty</i> (Nozick)	Pengembangan diri merupakan hak masyarakat yang akan menyalurkan distribusi ekonomi terbaik.	Menjaga hak individu akan berujung pada pasar yang efisien	Kebebasan berusaha bisa lebih penting daripada keadilan.

Sumber: (Hosmer, 1994)

Tinjauan terhadap sepuluh perspektif ini memberikan wawasan berharga tentang asumsi etis dan nilai pendorong yang memengaruhi keputusan bisnis, termasuk implikasi dari perspektif ini terhadap audit dan pelaporan keuangan. Hosmer (1994) mengemukakan bahwa "prinsip etika bukanlah ukuran subjektif yang berbeda dengan kondisi budaya, sosial, dan ekonomi yang melampaui konteks negara, agama, dan waktu. Etika adalah aturan dasar atau prinsip pertama yang telah diusulkan untuk memastikan masyarakat terukur tingkat kebaikannya. Masyarakat yang 'baik' adalah masyarakat di mana orang-orang dengan sukarela bekerja sama untuk kepentingan semua.

Berdasarkan tinjauan teoretis dari beragam penelitian di atas, maka kajian ini lebih condong berkaitan dengan kaidah *Religious Injunctions* yang dipopulerkan dan diadvokasi oleh St. Augustine dan St. Thomas Aquinas dalam kajian agama Kristen

katolik. Sumbangsih agama dalam kajian etika bisnis mulai mendapatkan perhatian yang lebih mendalam pada tahun 2000-an; di mana kajian etika yang lain lebih mendominasi di sisi praktik (Calkins, 2000). Perspektif ini juga memberikan wawasan tentang mengapa landasan etis audit dan pelaporan keuangan harus melampaui model berbasis aturan yang secara historis mendominasi proses audit (Imhoff, 2003).

Diskusi etika bisnis memiliki dua ruang perdebatan utama, yaitu dari sisi normative-filosofis, dan perspektif empiris berdasarkan data riil di lapangan yang 28ncre pada diskusi di bidang pemasaran, keuangan, ataupun sumberdaya manusia (Donaldson & Dunfee, 1994). Kritik yang lain mengemuka pada kemampuan etika bisnis untuk menghasilkan potensi keuntungan yang nyata (Abratt & Sacks, 1988). Kotler (2004) berpendapat perilaku etika dalam organisasi memiliki dampak jangka panjang; karenanya, potensi pendapatan akan terealisasi setelah melewati periode yang lebih lama. Kritik lain mengemuka pada niat untuk berperilaku etis, apakah untuk strategi semata atau murni kebaikan organisasi; di sisi lain, apakah perubahan strategi di masa depan yang berujung pada perubahan manajemen etika itu 'etis' (Husted & Allen, 2000). Beragam perdebatan ini memberi warna pada kajian etika di dunia bisnis.

Perspektif perintah agama St. Agustine memaksakan pendekatan perintah-perintah agama terhadap perilaku etis. Agama memiliki perangkat dasar mengenai kaidah perilaku di dunia. Karena, pengurus ormas agama Islam, maka penelitian ini memandang teori etika berdasarkan prinsip agama akan lebih tepat untuk menjadi landasan dari isu etika bisnis di ranah pengurus ormas keagamaan. Hasil penelitian dari McKernan & Maclulich (2004) telah menyarankan bahwa tugas etis dan keadilan berdasarkan pada akar agama harus berfungsi sebagai landasan etika untuk profesi audit dan akuntansi. Hilliard (2004) mencatat bahwa, berangkat dari kasus Enron, dasar-dasar agama

untuk etika semakin perlu menjadi pertimbangan utama di antara para pemimpin bisnis, meskipun konsep model etika berbasis agama tampaknya masih membutuhkan investigasi lebih lanjut mengenai hubungan antara berbagai konsep di dalamnya.

Etika adalah sesuatu yang mutlak atau tidak dapat dinegosiasikan karena memang benar etika pantas dihormati dan hukuman harus diberikan pada kesalahan (Hosmer, 1994). Dalam tiga istilah, etika:

1. Etika digunakan dalam konteks prinsip dan standar moral yang digunakan oleh komunitas dalam pengembangan perilaku mereka.
2. Etika adalah kumpulan moral atau standar moral, atau kode etik
3. Etika adalah studi tentang hal-hal yang baik dan yang jahat.

Etika melibatkan metode dinamis untuk memutuskan apa yang harus dilakukan seseorang dalam beberapa keadaan yang ditandai dengan kombinasi pengalaman dan pembelajaran individu (Ward & Wasserman, 2010). Keraf (1998) menjelaskan bahwa secara umum etika dibedakan menjadi etika umum dan etika khusus. Etika profesi dalam karir seseorang berkaitan dengan ilmu dan pengabdian moral seperti tugas, keseriusan, integritas, dan kejujuran pribadi.

Ada enam prinsip etika inti menurut Josephson Institute, dalam (Arens et al., 2012):

1. Dapat dipercaya termasuk kejujuran, integritas, loyalitas dan integritas.
2. Rasa hormat, termasuk kesopanan, kekayaan, martabat, toleransi dan nilai penerimaan.
3. Tanggung jawab berarti tanggung jawab atas tindakannya.
4. Keadilan, yaitu adil dalam pemecahan masalah.
5. Peduli, artinya memperhatikan kesejahteraan orang lain, termasuk berempati

6. Kewarganegaraan, termasuk penegakan hukum dan pelaksanaan norma yang ditetapkan.

Hal pertama yang perlu diketahui ketika mendiskusikan perilaku dan keinginan untuk mengubah perilaku atau menciptakan perilaku yang diinginkan adalah apa yang mempengaruhi perilaku tersebut dan seberapa kuat pengaruhnya (Utami, 2005). Faktor individu terbukti menjadi faktor yang memprediksi perilaku etis seseorang (Reiss & Mitra, 1998). Menurut Reis, faktor individu merupakan faktor yang mempengaruhi tindakan etis seseorang.

Perilaku etis seseorang berhubungan erat dengan etika. Perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat. Apabila saling menghargai dan menghormati satu sama lain, tanpa melanggar hak dan kewajiban orang lain maka kehidupan manusia dan hubungan antar umat manusia akan berjalan baik. Oleh sebab itu, diperlukan etika sebagai pegangan untuk berperilaku etis. Bisa saja hal yang dianggap baik oleh kelompok tertentu tetapi dianggap buruk oleh kelompok yang lain. Etika berkaitan dengan pola hidup masyarakat yang erat hubungannya dengan kebiasaan dan pola pikir masyarakat tersebut.

Arens et al. (2012) mengatakan terdapat beberapa alasan manusia berperilaku tidak etis. Pertama, mereka memiliki prinsip etika yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Kedua, informasi dengan sengaja dianggap penting bagi mereka. Ketika ada seseorang yang beranggapan bahwa suatu tindakan tidak bermoral, dan memiliki perbedaan dengan nilai yang dimilikinya, maka dapat menimbulkan suatu perselisihan akan suatu nilai etika. Hal ini dapat menyebabkan pelanggaran etika. Dilema etika adalah situasi di mana seseorang harus memutuskan untuk bertindak dengan cara yang benar (Arens et al. 2011). Hal ini juga sejalan dengan pendapat Magnuson (1998) yang menyatakan bahwa

ethical concern adalah konflik kepentingan antara dua atau lebih nilai atau manfaat yang digerakkan oleh kebijakan (*virtue driven interest*). Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa etika adalah suatu keadaan di mana seseorang dipaksa di antara kepentingan yang berbeda untuk mengambil keputusan yang tepat.

Motif dibalik tindakan ini adalah karena keinginan dan kesadaran individu harus sesuai dengan aturan hukum (O'Leary & Pangemanan, 2007). Penelitian mereka menunjukkan bahwa motivasi mendasar bagi mahasiswa untuk mengikuti kode etik adalah karena takut ketahuan melakukan tindakan yang tidak etis, bukan karena kesadaran mereka akan signifikansi perilaku etis. Individu memiliki empat pola dalam membuat pilihan etis. Keempat tahap tersebut adalah pengenalan masalah moral, harapan moral, dorongan spiritual dan tindakan yang mengikat secara moral (Rest et al., 1999).

Ada empat variabel yang mempengaruhi perilaku seseorang, yaitu karakter biografis, kemampuan, kepribadian, dan pembelajaran. Kepribadian merupakan organisasi dinamis didalam masing-masing sistem psikosifik yang menentukan penyesuaian unik terhadap lingkungannya, dalam kepribadian ini termasuk diantaranya *locus of control*, *equity sensitivity* dan *ethical sensitivity* (Carlsmith et al., 2002). Terdapat kritik bahwa dunia ini adalah dunia yang tidak etis dan tidak perlu lagi memperhatikan etika (Trevino, 1986), yang tidak mampu menjelaskan dan memrediksi proses pengambilan keputusan etis. Terdapat pula sanggahan atas kemampuan etika dalam mendorong secara positif fungsi bisnis perusahaan untuk mencapai profitabilitas (Dunfee, 2006). Walaupun tidak instan, tapi individu dengan persepsi etis yang tinggi dianggap memiliki kualitas sensitivitas yang baik bagi lingkungan, dan karenanya memiliki potensi yang besar dalam mencapai keunggulan bersaing organisasi.

2.4 Teori *Monetary Intelligence*

Kajian penelitian yang mendalami peran spesifik psikologis manusia dalam mengelola keuangan membutuhkan turunan teori pada ranah aplikatif dibandingkan beberapa teori utama di atas yang mampu merangkai hubungan antara pengelolaan finansial dan aspek psikologi etika. Teori kecerdasan moneter merupakan salah satu teori utama yang potensial menjadi rujukan dalam diskusi ini dengan penerapan di berbagai bidang etika dan pengelolaan keuangan, serta aspek psikologi di dalamnya.

Menurut Locke (1969), pertanyaan pertama yang harus ditanyakan oleh para peneliti bukanlah “bagaimana saya bisa mengukurnya?” melainkan, “kenapa?”. Jadi, Kenapa Kecerdasan Moneter? Uang adalah perantara perdagangan dan ukuran nilai dalam perspektif ekonomi klasik Adam Smith (1776). Orang-orang di seluruh dunia memiliki sejarah, budaya, agama, kepercayaan, dan nilai yang unik, namun mereka semua berbicara dalam satu bahasa yang sama yang dipahami semua orang: uang. Arti uang berada di mata yang melihatnya (Tang, 1992). Lebih jauh lagi, uang memiliki kualitas misterius, magis, banyak kegunaan, dan makna simbolik (Furnham, 2014; Zelizer, 2008).

Mengikuti gagasan *Emotional Intelligence*, *Cultural Intelligence*, dan *Theory of Planned Behavior*, Tang dan rekan-rekannya mengembangkan gagasan tentang Kecerdasan Moneter (MI, money smart) (Chen et al., 2014; Lemrová et al., 2014). Menggunakan kerangka teori formatif, Kecerdasan Moneter (MI) menguji hubungan afektif dari orang (MI-A), perilaku (MI-B), dan sikap uang kognitif (MI-C). Kecerdasan moneter didefinisikan oleh Tang (1992) sebagai salah satu bentuk dari kecerdasan psikologi keuangan dimana motif, perilaku, dan kognisi dalam penggunaan uang, perumusan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi hal-hal yang penting serta beragam pilihannya, pemilihan strategi

terbaik untuk mencapai target keuangan mereka, dan pencapaian kesuksesan individu.

Teori *monetary intelligence* merupakan konstruk dengan pemikiran yang berangkat dari beberapa konsep. Yang pertama, Arsitektur *Emotional Intelligence* (EI) dikembangkan dua dekade sebelumnya oleh para peneliti (Engelberg & Sjöberg, 2006; Goleman, 1995; Mayer et al., 2003; Petrides et al., 2004; Schutte et al., 1998; C. S. Wong & Law, 2002). Kecerdasan Emosional dianggap tidak hanya sebagai kemampuan orang dalam mempersepsikan, mengasimilasi, memahami, dan mengelola emosi, atau kompetensi (Fox & Spector, 2000), tetapi juga sebagai motivasi, disposisi dan sifat non-kemampuan, fungsi pribadi dan sosial global (Mayer et al., 2003). Kecerdasan emosional berhubungan dengan proses emosional terkait diri sendiri. Keyakinan yang dilaporkan sendiri dan pemahaman diri tentang kecerdasan emosional (Salovey et al., 2004) tidak memiliki jawaban benar atau salah dan hanya berkorelasi lemah dengan kemampuan aktual (Davies et al., 1998).

Proses kecerdasan tidak bisa menafikan peran dari beragam konteks yang ada di suatu wilayah. Ini berujung pada konsep ke dua, yaitu *cultural intelligence* sebagai ragam kemampuan dan pengetahuan yang membentuk jejaring inteligensi di beragam wilayah. Karenanya, generalisasi pengetahuan pada seluruh wilayah amat tidak dianjurkan, menurut konteks konsep ini, karena berisiko kurangnya partisipasi aktif dalam pengukurannya (Sternberg, 2004; Sternberg & Grigorenko, 2006). Studi menunjukkan bahwa kecerdasan emosional dimoderasi oleh kecerdasan budaya, ketika para pemimpin ingin bergabung dalam wilayah global (Alon & Higgins, 2005).

Berdasarkan respon dari 6.586 manajer di 32 entitas geopolitik di seluruh dunia, manajer dengan motif cinta uang (MI-A) dan perilaku penatagunaan positif

(MI-B) memiliki kepuasan gaji dan kepuasan hidup yang tinggi (Tang & Sutarso, 2013). Di sisi lain, mereka yang memiliki motif cinta uang (MI-A) yang positif dan perilaku penatagunaan yang negatif (MI-B) memiliki niat berperilaku tidak etis yang tinggi (Chen et al., 2014; T. L. P. Tang & Sutarso, 2013). Selain itu, motif cinta uang afektif (MI-A) memprediksi perilaku kecurangan dalam berbagai penelitian. Uang adalah Kekuatan dalam konteks materialisme. Ketika orang menganggap uang sebagai kekuatan (MI-C) dan memiliki keterampilan Penganggaran negatif (MI-B), mereka fokus pada materialisme, mencoba untuk memamerkan dan mengesankan orang lain dalam konteks sosial (Lemrová et al., 2014). Mirip dengan Emotional Intelligence (EI), validitas prediktif MI dari kinerja akademik menunjukkan bahwa motif cinta uang negatif (MI-A) memprediksi pengambilan keputusan etis di awal semester dan nilai mata kuliah akhir yang tinggi di akhir semester. Semester. Motif cinta uang terkait dengan niat tidak etis, secara umum (T. L. P. Tang & Chiu, 2003).

Penelitian Sardžoska & Tang (2012) mengaitkan teori kecerdasan moneter sebagai bagian dari *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991). Mereka membandingkan antara perilaku dari para pekerja swasta dan public, dan menemukan bahwa kepemilikan kecintaan uang yang berlebih bisa meningkatkan potensi korupsi di perusahaan swasta atau yang berpendapatan kecil. Temuan menarik lainnya menemukan bahwa kemampuan beradaptasi yang tinggi juga menjadi salah satu karakteristiknya. Pembentukan dan konsekuensi dari Kecerdasan Moneter bervariasi menurut usia, jenis kelamin, dan perkembangan ekonomi. Hal ini memberikan perbedaan intra-pribadi, antar-pribadi, dan lintas budaya: Menjadi pelayan yang baik dan fokus pada apa yang dilakukan dengan uang berkontribusi secara signifikan, positif, dan konsisten pada kecerdasan moneter (MI) dan untuk kepuasan kerja dan hidup (T. L. P. Tang et al., 2018a).

2.5 Persepsi Etis

Persepsi etis merupakan perpaduan antara kata persepsi dan kata etika. Persepsi itu sendiri berasal dari kata *perception* dalam bahasa Inggris dan berasal dari bahasa dari kata *perception* dalam bahasa Latin; dan *percipare* yang artinya menerima atau mengambil (Sobur, 2013). Persepsi digambarkan sebagai penerimaan langsung (*accept*) proses melihat sesuatu melalui panca indera terhadap sesuatu atau individu (M. Ridwan Tikollah et al., 2006). Persepsi adalah mekanisme yang mendukung dan menafsirkan persepsi untuk memberi makna pada lingkungannya. Orang yang bertumbuh menunjukkan banyak faktor untuk suatu pandangan suatu pandangan.

Persepsi adalah pengalaman mengenai objek peristiwa, atau hubungan-hubungan yang didapatkan dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan (McClelland, 1978). Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi agar individu dapat menyadari dan dapat membuat persepsi, yaitu: (1) adanya obyek yang dipersepsikan (fisik), (2) alat indera/reseptor yaitu alat untuk menerima stimulus (fisiologis), (3) adanya perhatian yang merupakan langkah pertama dalam mengadakan persepsi (psikologis) (Merleau-Ponty & Landes, 2013).

Persepsi dapat dipengaruhi oleh 3 faktor, yaitu: (1) Faktor pemersepsi, yaitu sikap, motif, minat, pengalaman, dan harapan. (2) Faktor situasi, yaitu waktu, keadaan kerja, dan keadaan sosial. (3) Faktor objek, yaitu: sesuatu yang baru, gerakan, suara, ukuran, latar belakang, kedekatan, dan kemiripan. Faktor – faktor yang mempengaruhi persepsi seseorang berda pada pihak pelaku persepsi, pada obyek yang dipersepsikan, juga dalam konteks situasi di mana persepsi itu dilakukan.

Menurut Sipayung (2015), persepsi adalah proses yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap seseorang, termasuk penerimaan,

pengorganisasian, dan interpretasi pengalaman batin yang telah diatur dalam beberapa cara. Sementara itu, Robbins dan Judge berpendapat bahwa persepsi adalah suatu proses pengorganisasian dan penafsiran impresi indrawi seseorang, dalam memberikan lingkungannya pemahaman (Langton et al., 2016; Robbins & Judge, 2009).

Di sisi lain, etika dijelaskan oleh Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998) sebagai kesadaran tentang apa yang baik dan yang salah, dan tentang hak dan kewajiban akhlak atau moral. Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti 'adat istiadat' atau 'kebiasaan' dalam bentuk jamaknya. Hal tersebut berkaitan dengan kebiasaan hidup yang baik pada individu, masyarakat atau kelompok masyarakat, dalam hal etika. Ini berarti etika yang terkait dengan nilai, praktik hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan semua perilaku yang dipraktikkan dan ditransfer dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi lainnya. Dalam perilaku berpola yang diulang-ulang sebagai kebiasaan, kebiasaan ini sering kali diekspos.

Magnuson mengemukakan bahwa etika adalah pemikiran metafisik atau logis dan merupakan konsep pengajaran dari perspektif moral (Magnuson, 1998). Menurut Khomsiyah dan Indriantoro (2000) etika berarti perilaku atau aturan tingkah laku yang diterima dan diterapkan oleh seseorang atau kelompok tertentu. Arens, et al menyatakan bahwa seseorang akan bertindak dengan cara yang tidak etis baik karena nilai etikanya berbeda dari masyarakat umum, atau karena dia memilih untuk menjadi egois (A. Arens et al., 2012). Etika bersifat sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan mana yang benar dari yang salah. Hal tersebut normatif karena menentukan apa yang harus dilakukan dan yang tidak (Rafik I. Beekun & Badawi, 2005; Rafik Issa Beekun, 2019). Di sisi lain, menurut etika menyelidiki sifat dan dasar moralitas di mana istilah moralitas

diartikan sebagai penilaian moral, standar, dan aturan perilaku. Etika adalah sesuatu yang mutlak atau tidak dapat dinegosiasikan karena memang benar etika pantas dihormati dan hukuman harus diberikan pada kesalahan (Hosmer, 1994).

Dalam tiga istilah, etika:

1. Etika digunakan dalam konteks prinsip dan standar moral yang digunakan oleh individu atau komunitas dalam pengembangan perilaku mereka.
2. Etika adalah kumpulan moral atau standar moral, atau kode etik
3. Etika adalah studi tentang hal-hal yang baik dan yang jahat.

Etika melibatkan metode dinamis untuk memutuskan apa yang harus dilakukan seseorang dalam beberapa keadaan yang ditandai dengan kombinasi pengalaman dan pembelajaran individu (Ward & Wasserman, 2010). Keraf (1998) menjelaskan bahwa secara umum etika dibedakan menjadi etika umum dan etika khusus. Etika profesi dalam karir seseorang berkaitan dengan ilmu dan pengabdian moral seperti tugas, keseriusan, integritas, dan kejujuran pribadi (Hastuti, 2007).

Ada enam prinsip etika inti menurut Josephson Institute, dalam (A. Arens et al., 2012):

1. Dapat dipercaya termasuk kejujuran, integritas, loyalitas dan integritas.
2. Rasa hormat, termasuk kesopanan, kekayaan, martabat, toleransi dan nilai penerimaan.
3. Tanggung jawab berarti tanggung jawab atas tindakan yang menetapkan batasan dan menyediakannya.
4. Keadilan, yaitu adil dalam pemecahan masalah.
5. Peduli, artinya memperhatikan kesejahteraan orang lain, termasuk berempati

6. Kewarganegaraan, termasuk penegakan hukum dan pelaksanaan norma yang ditetapkan.

Hal pertama yang perlu diketahui ketika mendiskusikan perilaku dan keinginan untuk mengubah perilaku atau menciptakan perilaku yang diinginkan adalah apa yang mempengaruhi perilaku tersebut dan seberapa kuat pengaruhnya (Utami, 2005). Faktor individu terbukti menjadi faktor yang memprediksi perilaku etis seseorang (Reiss & Mitra, 1998). Menurut Reis, faktor individu merupakan faktor yang mempengaruhi tindakan etis seseorang.

Perilaku etis seseorang berhubungan erat dengan etika. Perilaku etis adalah perilaku yang sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku dalam suatu masyarakat. Apabila saling menghargai dan menghormati satu sama lain, tanpa melanggar hak dan kewajiban orang lain maka kehidupan manusia dan hubungan antar sesama manusia akan berjalan baik. Oleh sebab itu, diperlukan etika sebagai pegangan untuk berperilaku etis. Bisa saja hal yang dianggap baik oleh kelompok tertentu tetapi dianggap buruk oleh kelompok yang lain. Etika berkaitan dengan pola hidup masyarakat yang erat hubungannya dengan kebiasaan dan pola pikir masyarakat tersebut.

Arens et al. (2012) mengatakan terdapat beberapa alasan manusia berperilaku tidak etis. Pertama, mereka memiliki prinsip etika yang berbeda dengan masyarakat pada umumnya. Kedua, informasi dengan sengaja dianggap penting bagi mereka. Ketika ada seseorang yang beranggapan bahwa suatu tindakan tidak bermoral, dan memiliki perbedaan dengan nilai yang dimilikinya, maka dapat menimbulkan suatu perselisihan akan suatu nilai etika. Hal ini dapat menyebabkan dilema etika. Dilema etika adalah situasi di mana seseorang harus memutuskan untuk bertindak dengan cara yang benar (Arens et al. 2011). Hal ini juga sejalan dengan pendapat Rae yang menyatakan bahwa *ethical* dilema adalah

konflik kepentingan antara dua atau lebih nilai atau manfaat yang digerakkan oleh kebijakan (*virtue driven interest*) (Magnuson, 1998). Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa dilema etika adalah suatu keadaan di mana seseorang dipaksa di antara kepentingan yang berbeda untuk mengambil keputusan yang tepat.

Motif dibalik tindakan ini adalah karena keinginan dan kesadaran individu, sesuai dengan aturan hukum (O'Leary & Pangemanan, 2007). Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh O'leary dan Pangemanan yang menunjukkan bahwa motivasi mendasar bagi mahasiswa atau profesional untuk mengikuti kode etik adalah karena takut ketahuan melakukan tindakan yang tidak etis, bukan karena kesadaran mereka akan signifikansi perilaku etis. Individu memiliki empat pola dalam membuat pilihan etis. Keempat tahap tersebut adalah pengenalan masalah moral, harapan moral, dorongan spiritual dan tindakan yang mengikat secara moral (Rest et al., 1999).

Ada empat variabel yang mempengaruhi perilaku seseorang, yaitu karakter biografis, kemampuan, kepribadian, dan pembelajaran. Kepribadian merupakan organisasi dinamis didalam masing-masing sistem psikosifik yang menentukan penyesuaian unik terhadap lingkungannya, dalam kepribadian ini termasuk diantaranya *locus of control*, *equity sensitivity* dan *ethical sensitivity* (Carlsmith et al., 2002). Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat dikatakan bahwa etika adalah kumpulan aturan atau norma yang mengatur tindakan dan menjadi hal baru bagi manusia, sehingga dapat ditentukan tindakan mana yang etis dan etis. Bagaimanapun perilaku etis atau amoral seseorang ditentukan oleh karakteristik usia, temperamen, dan pembelajaran.

Terdapat kritik bahwa dunia ini adalah dunia yang tidak etis dan tidak perlu lagi memperhatikan etika (Trevino, 1986), yang tidak mampu menjelaskan dan memrediksi proses pengambilan keputusan etis. Terdapat pula sanggahan atas

kemampuan etika dalam mendorong secara positif fungsi bisnis perusahaan untuk mencapai profitabilitas (Dunfee, 2006). Walaupun tidak instan, tapi individu dengan persepsi etis yang tinggi dianggap memiliki kualitas sensitivitas yang baik bagi lingkungan, dan karenanya memiliki potensi yang besar dalam mencapai keunggulan bersaing organisasi (Schmalensee, 1985).

2.6 Love of Money (LOM)

Kehidupan manusia saat ini tidak lepas dari uang. Bahkan uang yang awalnya hanya digunakan sebagai alat perdagangan kini sudah multifungsi. Uang memainkan peran penting dalam semua praktik sosial, dan ekonomi dengan interkoneksi yang luar biasa. Tang (1992,1993) memperkenalkan gagasan "*money love*" atau cinta uang, yang dikaitkan dengan berbagai makna dan nilai uang bagi setiap orang. Teori ini mencoba untuk mengukur sensasi subjektif yang dimiliki seseorang terhadap uang. Sikap seseorang terhadap uang yang dapat mempengaruhi pemahamannya tentang pekerjaan, sistem penghargaan, dan motivasi dari dalam dirinya sendiri dalam bekerja, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi perilaku kerja, kepuasan dan moral kerja, serta motivasi organisasi (Sardžoska & Tang, 2012; Tang et al., 2005; Tang & Liu, 2012; Tang & Sutarso, 2013).

Aspek kekayaan adalah salah satu aspek kehidupan yang menjadi obyek pengejaran berbagai individu di dalam masyarakat (Rubinstein & Kroese, 2016). Meskipun digunakan secara luas, tujuan dan signifikansinya tidak diterima secara universal (McClelland, 1967). Pada beberapa tulisan, cinta uang dipandang sebagai akar dari semua kejahatan (Tang et al., 2011). Tang & Chiu (2003) menyimpulkan bahwa sikap tentang uang, terbentuk dari perasaan seseorang terhadapnya, preferensi seseorang terhadap nilai dan aspirasi uang. Ada

keyakinan bahwa banyak orang menyukai uang dan hanya sedikit orang yang tidak menyukainya. Jika seseorang menyukai uang, orang tersebut perlu memiliki banyak barang. Ini mengarah pada kebutuhan manusia akan kekayaan. Menjadi kaya adalah sesuatu yang menyenangkan dan lebih baik ingin kaya yang membuat kebanyakan orang ingin kaya (Tang & Chiu, 2003).

Uang merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari dan dimobilisasi untuk mencapai kesuksesan (McClelland, 1967). Nilai uang juga digunakan dalam memotivasi, manajer menggunakan uang untuk menginspirasi pekerjanya untuk meningkatkan efisiensi (Milkovich dan Newman, 2002). Tang (1992) memperkenalkan pengertian “cinta uang” sebagai kondisi psikologis terkait ukuran perasaan individu tentang uang. Alasan definisi ini ada adalah karena pentingnya kerja uang, dan adanya persepsi tentang uang oleh individu. Cinta uang menguji seberapa banyak uang yang dicintai seseorang yang memengaruhi keyakinan etisnya setelahnya. Penelitian Tang telah memperkenalkan gagasan cinta uang sebagai literatur psikologis. Definisi ini digunakan untuk memperkirakan perasaan tentang uang yang dimiliki seseorang terhadap orang lain (Tang, 1992). Cinta uang adalah perilaku seseorang terhadap uang, serta keinginan dan aspirasinya akan uang (Wong, 2008).

Dari pemikiran di atas, Tang dan Chiu (2003) mengembangkan *love of of money scale* (LOMS). LMAS memiliki 4 faktor yaitu inspirasi, prestasi, modal dan pendapatan. *Love of money* (LOM) mencerminkan kepercayaan absolut bahwa uang adalah motivator, simbol kesuksesan, bahwa uang sangat penting dan keinginan untuk menjadi kaya. Penghitungan LOMS dilakukan atas dasar perasaan seseorang terhadap uang, sedangkan penghitungan tujuan uang didasarkan pada sikap atau tindakan orang tersebut untuk mendapatkan uang (Tang & Chiu, 2003).

Tang & Chiu (2003) berpendapat kemunculan LOM karena:

1. Promosi. Alasan seseorang sangat mencintai uang mungkin karena seseorang akan melakukan apa saja untuk mendapatkan uang, memiliki harga diri yang tinggi dan jabatan yang tinggi, termotivasi oleh sistem insentif, tidak puas dengan kehidupan dan hutang.
2. Kemajuan. Keyakinan bahwa memiliki lebih banyak uang adalah pencapaian, uang adalah kekayaan serta kelimpahan sebagai cara untuk membedakan dengan orang lain.
3. Mendasar. Uang telah menjadi hal yang sangat mendasar dalam hidup, baik itu untuk memasak, berpakaian, sekolah dan juga gaya hidup.
4. Kaya. Kebanyakan orang yang ingin kaya agar bisa memenuhi kebutuhan, meskipun kata untuk uang saja tidak cukup. Menjadi kaya lebih baik dalam memenuhi suatu kebutuhan, dan uang juga dapat memenuhi kebutuhan ego.

Ada beberapa yang mulai meneliti dampak cinta uang pada konteks bisnis. Tang dkk. Menunjukkan karyawan yang memiliki etika kecintaan uang yang tinggi memiliki kecenderungan untuk mengundurkan diri yang lebih rendah, dan sebaliknya (Tang et al., 2000). Ketika beberapa bentuk kecurangan masih ditemukan di dunia kerja, hal tersebut dilakukan karena perilaku yang dapat melakukan apapun untuk mendapatkan uang (Azhar et al., 2019). Hal ini jelas menunjukkan bahwa kecintaan terhadap uang memengaruhi pengaruh perilaku etis seseorang. Orang yang tunduk pada segala macam godaan berujung pada persepsi tidak etis dalam kesehariannya (Tang & Liu, 2012).

Cinta uang juga dapat diartikan sebagai bagaimana seseorang menilainya dalam kehidupannya. Uang merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Tang dan Chiu berteori bahwa cinta uang berkaitan erat dengan

konsep “keserakahan”. Mereka menemukan bahwa pekerja di Hong Kong dengan tingkat kecintaan yang lebih tinggi terhadap uang kurang senang dengan pekerjaan mereka dibandingkan rekan-rekan mereka. Faktanya, terdapat hubungan langsung antara cinta uang dan perilaku tidak etis di berdasarkan telaah penelitian pada karyawan Hong Kong. Seseorang dengan kepemilikan uang bisa membuat individu mengorbankan nilai-nilai etika, melupakan jati dirinya sendiri, akhirnya menghalalkan segala cara untuk mendapatkan uang sebanyak-banyaknya (Tang & Chiu, 2003).

2.7 Locus of Control (LOC)

Spector (1986) menyatakan terdapat keyakinan bahwa setiap individu memiliki efek substantif dalam pandangan dan reaksinya terhadap lingkungan. Keyakinan inilah yang menurut Rotter disebut *Locus of Control* (lokus pengendalian) sebagai “*a generalized belief that a person can or cannot control his own destiny*” (Rotter, 1966). Kondisi ini merupakan suatu fenomena yang diyakini berhubungan dengan perilaku dan akibat yang akan dialaminya. Konsep *locus of control* ini pertama kali dikemukakan oleh Rotter pada tahun 1966 berdasarkan pendekatan *Social Learning Theory* (Wolman, 1977). Rotter merupakan seorang ahli teori pembelajaran sosial yang meyakini bahwa *locus of control* dibagi menjadi yakni keyakinan, harapan, atau sikap tentang keterkaitan antara perilaku seseorang. Teori pembelajaran sosial (*social learning theory*) merupakan pengembangan dari teori perilaku belajar tradisional. Albert Bandura (1969) mengembangkan teori tersebut, dengan mencakup banyak konsep teori pembelajaran perilaku, tetapi memberikan lebih banyak pada proses mental internal dan perilaku yang didefinisikan. Individu dalam teori pembelajaran sosial akan menggunakan penjelasan untuk memperkuat penjelasan eksternal dan

internal untuk memahami bagaimana belajar dari orang lain. Menurut teori pembelajaran sosial, yang terpenting adalah kemampuan seseorang untuk mengabstraksi informasi dari tingkah lakunya, memutuskan tingkah laku mana yang akan ditiru, kemudian melakukan tingkah laku yang dipilih.

Terdapat dua pendekatan dalam memahami sumber kontrol manusia, yakni internal *locus of control* dan eksternal *locus of control*. Internal *locus of control* merupakan perspektif individu bahwa semua hasil diperoleh, baik atau buruk, adalah hasil dari tindakan, perilaku, dan pekerjaan (Reiss & Mitra, 1998). *Locus of control* eksternal, yaitu cara pandang seorang individu dimana semua hasil yang diperoleh, baik baik maupun buruk, berada di luar kendali mereka dan disebabkan oleh faktor-faktor eksternal seperti keberuntungan, kesempatan dan nasib. *Locus of control* internal adalah individu yang suka bekerja keras, memiliki inisiatif tingkat tinggi, selalu berusaha mencari solusi atas masalah, yang selalu berusaha berpikir seefektif mungkin dan selalu memiliki persepsi bahwa upaya itu harus dilakukan. Dibuat jika ingin berhasil. Sedangkan *locus of control* eksternal adalah orang yang kurang ambisi, mudah menyerah dan tidak suka mencoba karena mereka percaya faktor eksternal mengatur, tidak mencari informasi, memiliki ilusi bahwa ada sedikit hubungan antara usaha dan kinerja, dan lebih mudah dipengaruhi dan bergantung pada sugesti orang lain (Ajzen, 2002).

Konsep *locus of control* memiliki keterkaitan dengan *Social Learning Theory* yang berkaitan dengan kepribadian dan mewakili harapan umum yang menentukan keberhasilan pujian dan hukuman terhadap kehidupan seseorang. Teori pembelajaran sosial menyatakan bahwa pengharapan dipengaruhi oleh lokus pengendalian dalam hubungan sebab akibat (Weiner et al., 1976). Berdasarkan pandangan Rotter lokus pengendalian atau keyakinan seseorang pada suatu sumber mempengaruhi peristiwa-peristiwa dalam hidupnya. Brownell

(1981) menulis tentang pendapat Rotter dalam makalahnya yang mendefinisikan *locus of control* sebagai kondisi di mana seseorang memikul tanggung jawab atas suatu masalah yang menimpanya. *Locus of Control (LOC)* juga berkaitan dengan banyak variabel seperti posisi, etika kerja, kepuasan kerja dan efisiensi. Menurut Kreitner dan Kinicki (2007) *Locus of control(LOC)* merupakan salah satu variabel kepribadian (*personality*), yang diartikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan mengontrol nasib (*destiny*) mereka.

Locus of control (LOC) adalah tingkat keyakinan seseorang untuk dapat meyakini bahwa mereka memegang kendali kendali atas peristiwa dalam hidup mereka dan nasib yang akan mereka alami (Langton et al., 2016). Ini juga berkaitan dengan seberapa percaya seseorang bahwa tindakannya dapat berpengaruh terhadap apa yang akan mereka alami. *Locus of control (LOC)* dianggap sebagai pemahaman seseorang mengenai siapa yang akan menentukan nasibnya (Jones & Kavanagh, 1996). *Locus of control individual* menunjukkan derajat kepercayaan yang dimiliki oleh seseorang mengenai seberapa jauh perilaku atau tindakan yang mereka lakukan dapat berpengaruh terhadap keberhasilan ataupun kegagalan yang akan diperoleh. *Locus of control (LOC)* menjawab sejauh mana seseorang merasakan akibat dari hal yang mereka kendalikan secara internal berdasarkan upaya mereka sendiri ataupun secara eksternal berdasarkan kebetulan atau kekuatan di luar dirinya sendiri (Wang et al., 2010).

Seseorang dengan *Locus of Control (LOC)* mencoba mempengaruhi orang lain dan percaya bahwa tindakan mereka akan berhasil. Setiap orang dengan *locus of control* internal harus selalu mencari seseorang dengan *locus of control* eksternal dengan informasi dan pengalaman tentang situasi tersebut. Menurut Gershaw, seseorang dengan *locus of control (LOC)* yang kuat percaya bahwa

mereka sendirilah yang menentukan nasibnya (Brincks et al., 2010). Metrik yang digunakan menilai *locus of control* internal adalah kemampuan mengambil keputusan, kemampuan mengubah hal-hal penting dalam hidup, derajat kepercayaan diri di masa depan, kemampuan memecahkan masalah keuangan dan peran (Franklin & Andrews, 1984; Spector, 1988). Terdapat tiga elemen utama dalam *locus of control* menurut Rotter (1966) yaitu keyakinan akan takdir, percaya diri dan kerja keras.

2.8 Religiusitas

Pembentukan sikap sangat dipengaruhi oleh sistem nilai yang dianut seseorang (Ness et al., 1980). Agama sebagai sistem nilai ikut memberikan kontribusi dalam pembentukan sikap seseorang (Azwar, 2013). Harun Nasution mencatat bahwa iman menyiratkan ikatan yang harus dijaga dan diikuti oleh manusia (Nasution, 1995). Agama dalam kehidupan seseorang berfungsi sebagai prinsip yang menanamkan nilai-nilai tersebut, dan nilai-nilai agama mempengaruhi sistem nilai individu.

Ada beberapa istilah lain dari agama, antara lain *religi*, *religion* dari bahasa Inggris, *religie* dari bahasa Belanda, *religio* dari serapan latin, dan *dien* dari bahasa Arab. Kata “religi” berasal dari serapan latin *religio* yang akar katanya *religare* yang berarti mengikat (Marzali, 2017). Intinya adalah kewajiban atau aturan yang harus dilaksanakan, semua hal tersebut mempunyai fungsi mengikat dan meneguhkan seseorang atau sekelompok orang dalam hubungannya dengan Tuhan, manusia, serta lingkungan sekitar. Hal ini juga memberikan kejelasan bahwa manusia memiliki harapan transcendental di dalam bawah sadar mereka (Waines, 2014).

Istilah agama berbeda dengan religiusitas. Agama mengacu pada aspek formal yang terkait dengan hukum dan tanggung jawab, sedangkan religiusitas

mengacu pada unsur-unsur agama yang lebih dalam dihayati oleh umat, atau religiusitas adalah penerimaan dan pengamalan ajaran dan kepercayaan agama individu (A. B. Cohen & Hill, 2007). Menurut Jalaluddin (2010), religiusitas dapat digambarkan sebagai suatu kondisi yang ada pada diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak sesuai derajat ketaatan beragama.

Religiusitas diartikan sebagai pemahaman, kepercayaan, apapun amalan ibadah dan aturannya serta apapun agama yang dianutnya diapresiasi. Untuk melihat religiusitas seorang muslim maka pemahaman, keyakinan, amalan, dan penghayatannya terhadap Islam dapat dilihat dari jauh (Hackney & Sanders, 2003). Religiusitas adalah suatu keadaan yang berasal dari individu yang membuatnya terdorong untuk melakukan perilaku sesuai dengan kepatuhannya terhadap agama (Graham & Haidt, 2010).

Religiusitas merupakan ciri yang membentuk kepribadian dan sikap seseorang dalam kehidupan individu, subjektif dan kompleks, dengan ajaran agama. Religiusitas dihitung dengan *Islamic Religiosity Scale of Behavior* (Koenig et al., 2015), dengan membandingkan beragam pengukuran dari sisi keunikan masing-masing agama. Religiusitas intrinsik berkaitan dengan tingkah laku yang berhubungan langsung dengan subjek agama (*fiqh muamalah* dan sholat di masjid). Sedangkan religiusitas ekstrinsik berkaitan dengan perilaku yang memanifestasikan dirinya untuk tujuan sosial yang diharapkan sesuai pedoman agama.

Johnson et al. (2001) memberikan definisi tentang religiusitas, yaitu *"the extent to which an individual is committed to the religion he or she professes and its teachings, such that individual attitudes and behaviour reflect this commitment"*. Religiusitas menurut Johnson dipandang sebagai sejauh mana individu menerapkan ajarannya dengan berkomitmen terhadap agama serta keimanannya,

sehingga sikap dan perilaku individu mencerminkan komitmen ini. Worthington et al. (2003) menyatakan bahwa religiusitas atau komitmen beragama sebagai *“the degree to which a person adheres to his/her religious values, beliefs and practices, and uses them in daily living”*. Religiusitas atau komitmen beragama dibagi menjadi dua jenis, yaitu komitmen keagamaan intrapersonal yang berasal dari keyakinan dan sikap individu, dan komitmen agama interpersonal yang berasal dari keterlibatan individu dengan komunitas atau organisasi keagamaan.

Religiusitas adalah jaringan simbol, struktur kepercayaan, sistem nilai, dan sistem perilaku yang dilembagakan, banyak di antaranya berkonsentrasi pada topik yang dianggap sebagai item terpenting (Makna Utama) (Glock, 1962; Robertson et al., 1969). Religiusitas adalah tingkah laku, kumpulan nilai-nilai atau emosi yang memiliki karakteristik. Sementara itu, konsep religiusitas adalah hubungan fungsional yang dipersepsikan lebih tinggi daripada manusia diasumsikan dalam wujud yang nyata (Saroglou et al., 2005).

Selain itu, religiusitas atau keagamaan dapat diwujudkan dari berbagai sisi kehidupan manusia (Essoo & Dibb, 2004). Kegiatan keagamaan tidak hanya terjadi saat seseorang beribadah, tetapi juga saat melakukan aktivitas lain yang digerakkan oleh kekuatan supranatural, tidak hanya aktivitas yang kasat mata dan dapat dilihat, tetapi juga aktivitas yang tidak terlihat dan berlangsung di dalam hati. Dengan demikian keberagaman seseorang akan menutupi sisi dan dimensi yang berbeda. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dikatakan bahwa agama adalah suatu sistem yang multidimensi. Dari definisi-definisi yang dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa religiusitas merupakan gambaran situasi dalam diri seseorang yang membuatnya terdorong untuk berperilaku sesuai dengan ajaran agama, baik dalam perilaku tampak maupun tidak.

Religiusitas dicirikan sebagai sistem kepercayaan yang terintegrasi, sebuah

jalan yang memberi makna dalam kehidupan manusia dan mengarahkan manusia pada nilai-nilai sakral, atau yang tertinggi (Robertson et al., 1969). Berkat kemajuan pengukuran religiusitas di bidang sains, teologi, dan sosiologi, anggapan tentang kompleksitas pengukuran religiusitas mulai berkurang.

Ada banyak operasionalisasi religiusitas, termasuk religiusitas intrinsik dan religiusitas ekstrinsik. Glock dan Stark (1965) mendefinisikan religiusitas sebagai keterikatan dengan agama-agama yang terkait dengan agama atau keyakinan agama, yang dapat dilihat melalui aktivitas atau perilaku individu tersebut dengan agama atau keyakinan iman yang diyakini ke dalam beberapa aspek, yaitu:

1. Praktik Keagamaan (dimensi ritual), yaitu tingkat di mana seseorang memenuhi kewajiban agamanya dalam ritual seperti shalat, zakat, dan puasa.
2. Kepercayaan beragama (dimensi ideologis), sejauh mana subjek menerima ajaran agamanya secara dogmatis. Keyakinan tentang, misalnya, kehadiran Surga, malaikat, kitab suci dan nabi.
3. Pengetahuan agama (dimensi intelektual) seseorang memandang ajaran agamanya sejauh mungkin. Hal-hal yang menyangkut aktivitas seseorang saat melihat ajaran agama.
4. Dimensi pengalaman, yaitu dimensi yang tersusun atas perasaan dan pengalaman yang dirasakan. Misalnya takut malas karena dosa, merasa Tuhan peduli dengan doanya dan dekat dengan Tuhan,
5. Keyakinan agama (dimensi ideologis), sejauh mana seseorang menerima subyek dogmatis dalam ajaran agamanya. Keyakinan tentang kehadiran Surga, malaikat, Kitab Suci, dan nabi, misalnya.

Menurut (El-Menouar, 2014), dimensi religiusitas dalam Islam dapat dipahami sebagai berikut:

1. Dimensi keyakinan atau hukum Islam mengacu pada tingkat kepercayaan Muslim dalam ajaran agamanya; khususnya terhadap ajaran sederhana dan dogmatis. Dalam Islam dimensi keimanan berkaitan dengan keyakinan kepada Allah, malaikat, nabi / rasul, kitab Allah, surga dan neraka, serta qadha dan qadar.
2. Unsur ibadah (amalan keagamaan) atau syariah berarti tingkat ketaatan umat Islam dalam menjalankan praktik ritual yang diajarkan dan didorong oleh agamanya. Dalam Islam, amalan sholat, puasa, zakat, haji, membaca Al-Quran, sholat, zikir, ibadah qurbani, Iktikaf di masjid saat bulan puasa.
3. Dimensi pengalaman atau penghargaan adalah dimensi yang sejalan dengan keimanan, amalan dan ibadah. Dimensi apresiasi mengacu pada tingkat perasaan dan pengalaman seorang Muslim menyaksikan, dan merasakan pengalaman keagamaan. Dalam Islam, aspek ini tercermin dari rasa kedekatan atau keakraban dengan Allah, perasaan doanya yang sering dijawab, perasaan senang yang menghibur karena bertuhan kepada Allah, perasaan bertaqwa ketika sholat atau doa, perasaan bersemangat ketika mendengar panggilan untuk sholat atau ayat-ayat Alquran, perasaan bersyukur kepada Allah.
4. Aspek ilmu atau sains mengacu pada tingkat pengetahuan dan pemahaman umat Islam tentang ajaran agamanya, terutama tentang ajaran pokok agamanya, yang terkandung dalam kitab-kitab suci mereka. Dalam Islam, aspek ini adalah pengetahuan tentang isi Alquran, prinsip-prinsip agama yang harus diterima dan diikuti (dasar-dasar Islam dan rukun iman), hukum Islam, sejarah Islam.
5. Aspek amalan atau akhlak mengacu pada sejauh mana umat Islam berperilaku yang dimotivasi oleh ajaran agamanya, yaitu bagaimana

individu, khususnya dengan manusia lain, berhubungan dengan lingkungannya. Dimensi dalam Islam ini meliputi perilaku menolong, memberi, mensejahterakan dan mengembangkan perintah agama, menegakkan keadilan dan kebenaran, dan sebagainya.

Kriteria pengalaman akan sejalan dengan dimensi keyakinan (iman), ibadah (*syariah*) dan pengalaman (*akhlak*). Ketika seseorang telah mengamalkan ketiga dimensi ini, dia akan merasakan dan mengalami pengalaman atau perasaan religius, misalnya, perasaan damai, perasaan bahagia karena dia mendewakan Allah dan perasaan dekat dengan Allah. Ancok dan Suroso menjelaskan bahwa dimensi ilmu atau pengetahuan berkaitan dengan dimensi keyakinan (keyakinan) dan pemujaan (*akhlak*). Seseorang tidak mungkin percaya pada agama tertentu kecuali dia memiliki pengetahuan tentang agama itu. Sama halnya dengan dimensi syariah, sebelum melaksanakan ritual ibadah seseorang harus memiliki pengetahuan tentang tata cara peribadatan agama (Abdurahim et al., 2016).

2.9 Hubungan Antara variable/Tinjauan Empiris

2.9.1 Pengaruh *Love of Money* terhadap Persepsi Etis

Love of money diterapkan untuk mengukur pandangan subjektif tentang uang, sikap cinta seseorang terhadap uang, pendapat dan perasaannya tentang uang. Tindakan cinta uang seseorang dapat terakumulasi dari upaya manusia untuk menguasai kepemilikan barang, produk atau jasa tertentu secara berlebihan. Tekanan kerja yang tinggi menciptakan lebih banyak insentif berupa uang atau paparan fasilitas dan barang bagi pekerja untuk mendapatkan keuntungan lebih, sebagaimana pemaparan studi terdahulu (Tang & Chiu, 2003). Apresiasi yang lebih besar bagi karyawan bisa menjadi alasan untuk melakukan perbuatan tidak

etis bagi orang lain. Karena alasan ini, *love of money* dapat menjadi sumber perilaku tidak bermoral, khususnya pada pengelolaan organisasi.

Terdapat bukti yang menunjukkan bahwa cinta uang memiliki pengaruh nyata terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi (Elias & Farag, 2010). Belakangan, penelitian lain mendukung teori tersebut yang menemukan adanya hubungan dari tingkatan *love of money* terhadap pertimbangan etika pada mahasiswa program bisnis di berbagai universitas di Amerika Serikat (Chen et al., 2014). Temuan yang sama menunjukkan hubungan yang positif antara persepsi tidak etis dengan dengan LOM, yang menunjukkan tingkat cinta uang yang tinggi berujung pada standar etika yang buruk (Azhar et al., 2019), berkaitan erat dengan gagasan keserakahan. Penelitian pada karyawan di Hong Kong, menemukan bahwa karyawan yang bekerja kurang memuaskan memiliki kecintaan pada uang dan berujung pada perilaku tidak bermoral (Tang & Chiu, 2003). Kecintaan yang berlebihan pada uang dapat menimbulkan kecurangan untuk maksimalisasi keuntungan pada konteks pemegang saham (Kochan, 2002).

Hasil studi yang berbeda juga dilaporkan, di mana cinta uang tidak menginspirasi para pengusaha di Amerika Serikat dan Spanyol untuk melakukan tindakan asusila (Luna-Arocas & Tang, 2004). Temuan tersebut memberikan warna baru pada konsensus penelitian sebelumnya mengenai kecintaan yang kuat pada uang akan memaksa manusia untuk melakukan apapun meskipun berlawanan dengan etika (Singhapakdi et al., 2013). Temuan lain dari Lau et al. (2013) di Malaysia mendapati hubungan kecintaan berlebih pada uang dengan perilaku penghindaran pembayaran pajak. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi Tang (2002), dimana kepedulian uang yang tinggi akan menjadikan manusia berkurang rasa etikanya.

2.9.2 Pengaruh *Love of Money* terhadap Perilaku keuangan

Tang (2008) mengimplementasikan *love of money* untuk meramalkan reaksi subjektif individu terhadap pendapatan, yaitu tindakan kecintaan seseorang pada uang dan ekspektasi serta keinginannya akan uang. Tindakan cinta uang seseorang juga dapat dilihat pada barang, produk, atau layanan tertentu yang dapat dibeli dengan uang. Dengan tekanan kerja dan tingkat ketegangan, pekerja lebih mungkin untuk mendapatkan lebih banyak penghargaan berbasis uang atau eksposur ke tunjangan dan barang (Tang dan Chiu, 2003). Karyawan kemudian akan lebih menghargai keberadaan uang dan menggunakannya lebih banyak secara tidak bijaksana. Ketegangan ini berpotensi memicu perilaku tidak bermoral pada seseorang. Karenanya, sumber daya keuangan bisa menjadi sumber tindakan dan masalah bagi organisasi (Tang dan Chiu, 2003).

Uang adalah materi yang sangat penting bagi kehidupan manusia (Fehr & Tyran, 2008). Seseorang menyukai uang karena memiliki aspirasi untuk mendapatkan sesuatu. Kondisi ini berkontribusi pada keinginan untuk memperkaya diri sendiri (Tang & Chiu, 2003). Hal tersebut yang mendorong individu untuk melakukan sebuah Tindakan, sebagaimana Fishbein dan Ajzen (1975) juga mencatat bahwa dua faktor penentu dasar, faktor pertama yang berhubungan dengan sikap dan faktor kedua yang berhubungan dengan kontrol sosial, akan bergantung pada minat untuk melakukan atau tidak melakukan sebuah perilaku, yang umum dikenal sebagai norma subjektif (*subjective norms*).

Belum banyak penelitian yang meneliti tentang kedua variabel ini. Oleh karena itu, peneliti menganggap penting untuk dilakukan penelitian mengenai pengaruh LOM terhadap perilaku keuangan. Ini penting karena Tang (2008) melihat *love of money* sebagai tindakan terhadap kekayaan seseorang dan keinginan dan harapan seseorang untuk kekayaan. Keinginan serta aspirasi inilah

yang dianggap akan menentukan atau membentuk seseorang untuk dapat memutuskan perilaku keuangan yang akan dipilih dalam rangka mencapai keinginannya.

2.9.3 Religiusitas dan Persepsi Etis

Gagasan religiusitas yang dijelaskan oleh McDaniel dan Burnett (1990) adalah keyakinan kepada Tuhan yang dilengkapi dengan upaya untuk mematuhi prinsip-prinsip yang ditetapkan Tuhan. Religiusitas berbeda dari spiritualitas, religiusitas memberikan keyakinan dan filosofi yang menumbuhkan moralitas, sedangkan spiritualitas dapat mencakup pencarian tujuan, perdamaian, hubungan dengan alam, kemanusiaan dan transendensi (Emmons, 2005). Menurut Glover (1997) penilaian moral manusia tunduk pada keinginan dan karakter yang ditentukan oleh keyakinan agama. Allport (1951) mencatat bahwa agama memiliki fungsi khusus untuk dilaksanakan dalam kehidupan manusia. Dia mengklaim bahwa karakter ekstrinsik mencerminkan fungsi luar agama untuk penguatan eksternal atau bahkan pemenuhan individu, sedangkan posisi intrinsik sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mencerminkan jaminan internal agama yang jelas.

Secara umum, agama muncul untuk menata hidup pemeluknya sesuai dengan kaidah yang baku. Agama Islam mengambil peran sebagai penjaga moral dari para pemeluknya dengan kaidah-kaidah yang dirumuskan dalam kerangka *reward* dan *punishment* (Hashim, 2012). Kontrol agama ini umumnya berlaku di setiap sendi kehidupan, termasuk bagaimana mengontrol pendapatan. Tidak mengherankan bila proses pencarian dan penggunaan uang mendapatkan porsi pengawasan yang ketat dalam pandangan Islam (Thoarlim et al., 2017). Agama Kristen sendiri memandang uang sebagai akar dari

kejahatan (Rose, 2016). Berdasarkan argument di atas, maka posisi agama pada umumnya adalah menjaga pemeluknya dari kecintaan pada uang yang terlalu besar, karena ekspektasi dampak negatifnya.

Peran kecintaan pada uang dalam memancing perilaku buruk membuat agama merasa penting untuk mengontrol aktivitas tersebut dalam tataran ideologi (Tang et al., 2011). Lau et al. (2013) melakukan penelitian untuk melihat pengaruh etika uang pada penghindaran pajak serta meneliti peran moderasi religiusitas intrinsik dan ekstrinsik dalam hubungan tersebut dengan sampel mahasiswa sarjana di Malaysia. Hasil penelitian membuktikan bahwa etika uang dan penghindaran pajak memiliki hubungan positif. Ketika seseorang sangat mementingkan uang dan memperoleh kekayaan, maka penggelapan pajakpun mereka anggap dapat diterima. Praktik penghindaran pajak lebih dapat diterima oleh seseorang yang termotivasi oleh uang dan menjadikan uang sebagai prioritas utama. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa religiusitas seseorang berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap perilaku etis (Singhapakdi et al., 2013; Tang & Chiu, 2003; Vitell et al., 2007).

Hasil penelitian Lau et al. (2013) tersebut menunjukkan individu yang secara intrinsik lebih religius menganggap penghindaran pajak lebih tidak etis dibandingkan dengan individu dengan religiusitas intrinsik yang rendah. Penelitian ini menemukan bahwa pengaruh moderasi religiusitas ekstrinsik tidak memberikan hasil yang signifikan. Artinya individu yang secara ekstrinsik religius tidak akan memoderasi hubungan antara etika uang dan penggelapan pajak. Allport dan Ross (1967) bahkan sampai menyarankan agar manusia mencari ilham agamawi dalam diri mereka dalam menghadapi suatu kondisi, dan bukannya larut terbawa emosi oleh informasi dari luar.

Religiusitas dapat mempengaruhi tindakan seseorang untuk berperilaku lebih etis. Siapapun yang memiliki religiusitas yang kuat dapat melawan dan mampu melindungi diri dari esensi *love of money* karena memiliki naluri yang jelas dan layak serta berbudi luhur, sehingga dapat mencegah perilaku tidak etis. Keyakinan agama yang kuat diperkirakan dapat menghambat aktivitas kriminal dengan rasa penyesalan (Grasmick et al., 1991). Hasil penelitian Farhan (2019) mendukung peran religiusitas dalam menekan sifat *love of money* yang selalu mengutamakan uang hingga cenderung tamak. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka mereka mampu bersikap lebih etis dalam mengambil keputusan atau suatu tindakan. Grasmick et al. (1991) juga menyatakan hal yang sama bahwa keyakinan agama yang tinggi tentunya dapat mencegah orang melakukan tindakan tidak etis dengan adanya rasa bersalah apabila melanggar ajaran agama. Persepsi etis yang baik membantu untuk terhindar dari tindakan yang menyimpang dari peraturan dan norma yang berlaku.

2.9.4 Pengaruh *Locus of Control* terhadap Persepsi Etis

Kata *locus of control* (LOC) memberikan makna mengenai persepsi seseorang mengenai penguasaan atas hal-hal dalam kehidupan dan masa depannya (Langton et al., 2016), dimana tingkat keyakinan individu menentukan apa yang terjadi pada mereka. Terdapat dua sudut pandang tentang lokus pengendalian, yaitu lokus pengendalian internal dan eksternal (Cobb-Clark et al., 2016). Individu dengan LOC internal yang kuat merasa bahwa apa yang telah mereka capai adalah hasil dari tindakan di kehidupan mereka, dan harus bertanggung jawab atas efek atau konsekuensi dari apapun yang telah mereka lakukan. Sedangkan individu dengan LOC eksternal lebih percaya bahwa yang

berkontribusi terhadap dampak atau hasil suatu aktivitas yang mereka lakukan adalah hal lain yang berada di luar kendali mereka seperti takdir dan keberuntungan. Karenanya, Penganut *locus of control* eksternal merasa hasil pekerjaan yang mereka lakukan dipengaruhi oleh faktor lain, sehingga pada saat mengerjakan sesuatu maka pertanggungjawabannya akan mereka serahkan ke orang lain (Ida & Dwinta, 2010).

Reiss dan Mitra (1998) menerbitkan sebuah penelitian yang hasilnya mengungkapkan bahwa *Locus of Control (LOC)* memiliki dampak positif dan signifikan pada tindakan etis mahasiswa akuntansi. Mahasiswa akuntansi dengan *locus of control* internal yang baik dapat berperilaku lebih etis dan menghindari melakukan tindakan yang kurang etis, dan interaksi tersebut dikaitkan secara positif. Sebagai perbandingan, siswa dengan *locus of control* eksternal yang tinggi dapat lebih menjelaskan tindakan yang kurang etis. Di bidang pekerjaan, administrator harus memperhatikan *locus of control* eksternal ini karena mereka dapat menyalahkan bawahan, atasan, atau bahkan faktor-faktor tertentu di luar pengaruh mereka ketika mereka dianggap telah mencapai hasil yang buruk (Robbins & Judge, 2009).

Boshoff menyatakan dalam studinya bahwa *locus of control* dan informasi mempengaruhi perilaku. Sebuah studi oleh Bass dan Steidlmeier (1999a) menemukan *locus of control* mempengaruhi tindakan etis individu, ataupun kepemimpinan transformasional yang bersangkutan. LOC mungkin salah satu yang mempengaruhi tindakan etis dan tidak bermoral. Itu juga terlihat dalam pandangan seseorang tentang siapa yang menentukan nasibnya dalam mengedepankan perilaku etis yang positif (Forte, 2005). Harapan bahwa berbuat baik akan memberikan imbal hasil yang positif mendorong individu dengan lokus

pengendalian eksternal untuk berperilaku etis, maupun sebaliknya (Valentine et al., 2019).

Pengaruh LOC terhadap persepsi etis individu tidak selamanya dikonfirmasi di penelitian yang lain. Kleiber dan Crandall (1981) menemukan bahwa LOC tidak berpengaruh terhadap perilaku etis pria, melainkan hanya pada perempuan berdasarkan deskripsi demografis tersebut. Penelitian lanjutan menunjukkan bahwa wanita memiliki persepsi etis yang lebih tinggi ketika dikaitkan dengan LOC, sebagaimana temuan pada anggota polisi di Nigeria (Aremu et al., 2009). Hasil ini mengindikasikan masih ada peluang *gap* penelitian yang bisa mendapatkan telaah mendalam, walaupun konfirmasi pengaruh LOC dan etika merupakan hasil yang lebih umum diperoleh.

Keterkaitan antara LOC dengan perilaku etis juga dapat ditunjukkan oleh penelitian Forte (2005) yang menunjukkan pengaruhnya pada perilaku etis. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Reiss dan Mitra (1998), penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang *locus of control* eksternalnya kuat lebih dapat menerima tindakan yang kurang etis, sedangkan individu dengan *locus of control* internal yang kuat cenderung lebih ingin melakukan tindakan etis. Manajer juga lebih memiliki keinginan untuk melakukan praktik *whistle blowing* terhadap potensi-potensi pelanggaran bila memiliki LOC yang kuat (Chiu, 2011; Chiu, 2003). Hasil penelitian ini menemukan bahwa *locus of control* internal dan *locus of control* eksternal auditor berbeda secara signifikan. Auditor dengan *locus of control* internal bertindak lebih etis karena dia dapat berusaha untuk melakukan yang terbaik dan bertanggung jawab atas tindakan yang diambil, sedangkan auditor dengan *locus of control* eksternal lebih memilih untuk mempercayai takdir dan kebetulan dan sering tampak menyalahkan hasil pada orang lain. Hasil studi yang konsisten pada beberapa

penelitian terdahulu mengindikasikan kemapanan hubungan antara variabel di dalam penelitian ini, dan karenanya menjadi salah satu elemen penting dalam kajian ini.

2.9.5 Pengaruh *Locus of Control* terhadap Perilaku keuangan

Sebagaimana yang dinyatakan di dalam latar belakang disertasi ini, penelitian sebelumnya yang membedah hubungan antara *Locus of Control* (LOC) dan perilaku keuangan belum mendapatkan investigasi yang memadai dari penelitian terdahulu. Ini menandai potensi munculnya temuan baru pada kajian perilaku keuangan terkait hubungan ke dua konstruk tersebut. Perilaku keuangan merupakan penilaian keuangan berdasarkan pendapat serta keadaan pikiran seseorang, opini, dan pendapat mengenai bagaimana dunia berjalan. Sikap ini merefleksikan nilai pribadi yang dianut serta memiliki kecenderungan untuk fleksibel, dan berubah-ubah sesuai dengan kondisinya (Pankow, 2003). Perilaku keuangan dapat dicirikan sebagai keadaan pikiran, perasaan, dan gagasan seseorang secara pribadi yang diterjemahkan dalam sikap.

Di sisi lain, bangunan logika dari rumusan kedua konstruk ini berangkat dari diskusi bahwa sikap yang muncul dari manusia berasal dari beragam informasi awal yang dimiliki oleh manusia. Informasi/kepercayaan ini bisa berasal dari dalam (LOC internal) ataupun dari luar (LOC eksternal), karenanya hubungan di antara kedua fungsi psikologis manusia tersebut amat logis terjadi. Ini menjadi landasan penting dalam bangunan formulasi penelitian ini.

Berkaitan dengan kajian tentang LOC, Golding et al. (2017) menguji perwakilan masing-masing populasi laki-laki dan perempuan dan melihat keyakinan agama dalam membentuk sikap dan perilaku bahwa individu dengan internal LOC tidak hanya lebih cenderung percaya pada kekuatan ilahi pada 12000 wanita di Inggris. Demikian pula studi di Brazil tentang religiusitas ekstrinsik dan intrinsik tidak

berpengaruh signifikan terhadap niat konsumen untuk membeli barang mewah (Arli, 2016).

Kesenjangan gender dalam literasi keuangan antara laki-laki dan perempuan dengan analisis regresi menentukan faktor-faktor yang menjadi penjelasan terbaik untuk tingkat pengelolaan keuangan seseorang dan tingkat kesejahteraan finansialnya. Hasilnya, Pria cenderung unggul dalam menjawab pertanyaan tentang pengetahuan keuangan. Kesenjangan gender disebabkan oleh berbagai perbedaan karakteristik sosio-demografis kesejahteraan finansial, pendapatan, usia, dan pasangan hidup Bersama (Greimel-Fuhrmann et al., 2016).

Budaya belanja dan konsumsi dipengaruhi juga oleh agama. Negara Muslim lainnya, di kawasan Arab lebih moderat terhadap konsumsi barang mewah yang mengeluarkan uang secara berlebihan namun tidak mewakili populasi Arab yang lebih luas. Variabel demografis seperti pendidikan, pekerjaan, status perkawinan, dan pendapatan tampaknya lebih berpengaruh pada keputusan konsumsi barang mewah (Alserhan et al., 2014).

2.9.6 Pengaruh Persepsi Etis terhadap Perilaku keuangan

Penelitian ini juga menelaah isu hubungan antara persepsi etis dan perilaku keuangan. Penelitian sebelumnya yang membahas secara jelas hubungan antara persepsi etis dan perilaku keuangan belum mendapatkan telaah memadai. Yang tersedia adalah beberapa kajian terdahulu yang memiliki kedekatan dengan isu yang diangkat. Penelitian tersebut mengangkat isu etika dan sikap terhadap uang, yang nyata berbeda konsep dengan perilaku keuangan. Sikap terhadap uang terkait pada bagaimana memandang uang, sementara perilaku keuangan erat kaitannya pengelolaan keuangan.

Tang et al. (2005) melakukan penelitian pada 564 mahasiswa di Amerika Serikat mengenai bagaimana sikap terhadap uang membentuk profil penggunaan

uang mereka. Hasil penelitian mengelompokkan data pada empat kluster, berdasarkan pada bagaimana kecintaan mereka pada uang. Hasil penelitian mendapati mahasiswa yang memiliki sikap memuja uang akan berada pada kelompok yang menyukai prestasi, kekuasaan, dan respek. Kelompok berikut adalah *careless money admirer* yang cenderung tidak peduli pada penganggaran keuangan. Kelompok berikutnya adalah *apathetic money managers* yang amat mementingkan penganggaran pribadi, dan cenderung kurang pada penghargaan ataupun pencapaian pribadi. Yang terakhir adalah *money repellent individuals* yang amat mementingkan isu etika, apa yang baik dan benar serta amat teliti pada keburukan-keburukan pengelolaan uang.

Terdapat penelitian lain yang mendiskusikan peran *corporate social responsibility* (CSR) terhadap pengambilan keputusan investor. CSR berperan sebagai perwujudan etika perusahaan terkait kepentingan para pemangku kepentingan. Hasil penelitian mendapati bahwa peran CSR akan mampu membentuk sikap positif calon investor bila hal tersebut muncul pada laporan keuangan dalam fungsi yang dapat dikuantifikasi, serta bukannya deskripsi semata (Teoh & Shiu, 1990). Ini menunjukkan etika akan mendorong sikap tertentu bila keunggulan finansial tersebut muncul secara nyata pada hal-hal yang terukur dan mudah dipahami.

Penelitian lain menginvestigasi peran etika dalam membentuk sikap terkait merek tertentu. Ini berarti bagaimana peran sikap pelanggan ketika mendapatkan informasi-informasi etis tertentu yang menjadi bahan telaah. Hasil studi pada 351 responden menunjukkan isu etika bisnis harus muncul pada secara jelas dan menjadi pembeda pada sikap pada merek, dan bukannya mengandalkan CSR semata (Ferrell et al., 2019). Beberapa kajian di atas menunjukkan bahwa etika umumnya dipersepsikan dalam kerangka CSR, walaupun pembedaan secara jelas

harus muncul, karena CSR bukan hanya isu tersebut. Di sisi lain etika menjadi pembentuk sikap bagi pihak-pihak yang memandang hal tersebut penting. Karenanya, persepsi etis diprediksi akan membentuk sikap individu dalam mengelola keuangan mereka. Religiusitas dan perilaku keuangan juga ditemukan pada kajian antara agama dan keuangan dengan larangan agama yang secara historis tercermin dalam regulasi keuangan. Identifikasi religiusitas individu seorang muslim dan Kristen (Lunenburg, 2011) memiliki dampak dalam keputusan keuangan rumah tangga dan keputusan investasi perusahaan.

Agama dapat memengaruhi keakuratan laporan keuangan dan berpotensi bertindak sebagai cara yang efektif untuk menjaga kejujuran. Terdapat hubungan antara spiritualitas, agama, dan pengambilan keputusan keuangan. Pertanyaan tentang sejauh mana agama dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh variabel ekonomi, pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan pendanaan dan investasi. Agama sangat penting dalam variabel pendorong produksi selain budaya, hubungan sosial, dan faktor kelembagaan, agama juga merupakan determinan penting perilaku keuangan individu dan kelembagaan dan pilihan investasi (Majdoub et al., 2016). Agama juga menentukan perilaku, preferensi, dan disposisi masyarakat dalam hubungan yang signifikan antara religiusitas dan keputusan ekonomi individu dan perusahaan (Elnahas et al., 2017).

Religiusitas dan perilaku konsumen dijelaskan oleh fakta bahwa agama memiliki pengaruh tidak hanya pada perilaku sosial individu, tetapi juga terhadap perilaku konsumsinya. Konsep religiusitas dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh peran budaya dalam pengelolaan dan pemasaran produk. Religiusitas umat Islam memengaruhi perilaku menabung (Khraim, 2010). Rumah tangga dengan konservatisme agama yang kuat terbukti memiliki jumlah simpanan yang lebih banyak (Renneboog & Spaenjers, 2012).

Demikian pula, agama merupakan salah satu aspek yang membentuk nilai-nilai manusia yang akan mempengaruhi bagaimana ekonomi mikro, konsumen individu melihat ekspresi keagamaan sebagai barang ekonomi yang harus bersaing dengan barang lain untuk mendapatkan bagian anggaran sumber daya. Agama dapat diekspresikan sebagai barang ekonomi yang harus bersaing dengan barang lain. Agama dan ekonomi dalam perspektif Islam merupakan elemen mutualisme yang dapat meningkatkan tingkah laku manusia menjadi individu dalam meningkatkan perekonomian dengan membentuk individu nilai-nilai dan sikap khususnya dalam hal kejujuran, etos kerja dan kepercayaan (Rininta, 2016).

Spiritualitas membentuk perilaku konsumen dimana kekaguman terhadap spiritualitas pada gilirannya, mengurangi konsumsi yang mencolok dan membawa implikasi teoritis dan praktis untuk peran kritis kekaguman dalam perilaku konsumen yang rasional. Agama juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan dampak terkait terhadap ekonomi (Delener, 1990, 1994). Kinerja ekonomi organisasi bisnis dipengaruhi oleh permintaan masyarakat akan barang dan jasa. Agama orang, pada gilirannya, memengaruhi permintaan mereka akan barang dan jasa. Perilaku konsumen menunjukkan cara orang mengonsumsi komoditas tertentu di pasar.

Agama menunjukkan himpunan nilai, kepercayaan, dan doktrin yang memandu perilaku orang dalam suatu kelompok. Permintaan dan perilaku konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh nilai-nilai dan kepercayaan yang ditetapkan oleh suatu kelompok agama. Muslim ditemukan menggambarkan pergeseran belanja selama Ramadhan, Idul Fitri, dan Haji. Di negara-negara Islam, pasar saham ditemukan menawarkan keuntungan lebih selama Ramadhan dan Idul Fitri. Dari sini terlihat bahwa agama membuat perilaku konsumsi

masyarakat berubah pada waktu-waktu yang berbeda dalam setahun (Callen & Fang, 2015).

2.9.7 *Religiusitas* Sebagai Pembentuk *Locus of Control* (LOC) Berujung Pada Presepsi Etis.

Umumnya, manusia di dunia dibesarkan dalam kerangka agama tertentu. Tidak mengherankan, dogma agama menjadi salah satu elemen penting dalam persepsi/prasangka ataupun tindakan seseorang (Allport & Ross, 1967). Peran agama sebagai solusi beragam aktivitas keseharian telah dilakukan, dan didukung oleh penelitian di bidang psikologi (Salmanian et al., 2020). Agama merupakan fungsi eksternal yang umumnya ditanamkan sejak kecil dalam hidup manusia, dan karenanya menjadi salah satu pondasi pembentuk LOC eksternal (Verme, 2009). Akan tetapi, hasil studi yang jauh lebih awal justru mengindikasikan peran agama sebagai pendorong LOC internal (Jackson & Coursey, 1988). Disparitas dua konsep ini menimbulkan tanda tanya mengenai peran agama terhadap LOC individu.

Penelitian sebelumnya yang meneliti hubungan tidak langsung dari religiusitas sebagai salah satu input informasi bagi LOC dan persepsi etis masih belum tersedia, sejauh penelusuran penulis. Ini menjadi potensi munculnya kontribusi baru pada kajian ini. Penelitian sebelumnya mengindikasikan hasil yang inkonklusif terkait peran agama dalam kesehatan mental; dimana LOC berperan sebagai faktor mediasi antara dua konstruk tersebut (Fiori et al., 2006). Hasil studi di kalangan wirausahawan muslim mengindikasikan peran agama yang kuat akan mengkarakterisasi LOC seseorang (Salwa et al., 2013). Peran agama juga tidak tergantikan dalam membangun kerangka pikir etis seseorang (Conroy & Emerson, 2004).

Berdasarkan bangunan logika teoretis dan empiris di atas, maka penelitian ini akan menginvestigasi hubungan di antara variabel-variabel ini melalui alat statistik secara eksploratif. Perilaku finansial terhadap 487 konsumen muda Muslim India menemukan religiusitas secara signifikan memengaruhi kesadaran mode baru dan gaya pengambilan keputusan kesadaran mereka. Religiusitas ditemukan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan nilai-nilai “kepentingan kolektif” dan “kepentingan individu. Pengaruh agama mungkin berbeda antara produk keterlibatan tinggi dan keterlibatan rendah dan membandingkan pengaruh religiusitas di berbagai kategori produk dan layanan (Islam & Chandrasekaran, 2019).

Gaya hidup konsumen Muslim secara berhubungan dengan niat beli (Alserhan et al., 2014). Konstruksi religiusitas disimpulkan hubungan positif dengan niat membeli konsumen. Religiusitas menjadi salah satu ukuran penentu niat beli konsumen Muslim Pakistan terhadap makanan Barat. Perbedaan pola konsumsi dan menunjukkan bukti empiris bahwa agama memengaruhi cara orang berbelanja (Khan et al., 2017).

Perilaku finansial muslim Pakistan dan konsumsi barang mewah telah mengaitkan religiusitas dan hubungan konsumsi barang mewah bahwa ada hubungan antara religiusitas dan konsumsi barang mewah dalam konteks budaya dan agama yang kaya. Namun pengaruh religiusitas terhadap konsumsi barang mewah di Pakistan tidak sejalan dengan beberapa negara Muslim lainnya. Tingginya motivasi dan perilaku finansial muslim Pakistan telah mengaburkan pengaruh yang signifikan antara masyarakat dan agama terhadap niat beli konsumen Muslim (Alserhan et al., 2014).

Pada hakikatnya perilaku finansial masyarakat usia produktif tidak ditentukan oleh penguatan dan kepercayaan diri (Bouteska & Regaieg, 2018).

Pengetahuan dan pendapatan finansial akan mampu menghasilkan *self-efficacy* atau pengendalian diri seseorang. Namun *locus of control* (LOC) tidak berperan dalam memediasi hubungan antara pengetahuan keuangan dan pendapatan dengan perilaku pengelolaan keuangan pribadi penduduk usia produktif (Thi et al., 2015).

Sedangkan ketika menggambarkan perilaku finansial muslim Pakistan menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara religiusitas Islam dan sikap terhadap cara beriklan Islami dan mengarah pada niat pembelian. Konsumen mengungkapkan nilai-nilai pribadinya dengan mengembangkan sikap positif terhadap kegiatan pemasaran yang mengikuti nilai-nilai agama. Temuan ini menyimpulkan bahwa mayoritas beragama Islam memang memiliki religiusitas yang kuat sehingga pemasar harus menganalisis religiusitas konsumennya (Ateeq-ur-Rehman & Shabbir, 2010).

Konsumen yang religius cenderung menghindari setiap kegiatan yang tidak bermanfaat dalam agama. Dorongan hati untuk membeli, didasari oleh kesenangan, fantasi, dan hiburan membutuhkan peran kontrol agama (Akarsu & Yeniaras, 2014). Penelitian terdahulu mengamini pengaruh tidak langsung antara *financial knowledge* terhadap *financial Management behavior* melalui *locus of control* serta pengaruh tidak langsung antara *perilaku keuangan* terhadap *financial management behavior* melalui *locus of control* (Kesavayuth et al., 2018).

Penelitian *Locus of Control* (LOC) lainnya tentang Pengendalian diri dianggap berpengaruh positif terhadap perilaku menabung para lansia, efek positif pada perilaku keuangan, pengaruh yang lebih besar perilaku finansial dan kesejahteraan finansial ditemukan bahwa kedua konstruk tersebut saling terkait optimisme dan pemikiran musyawarah juga mempengaruhi perilaku finansial dan kesejahteraan finansial (Piotrowska, 2019).

Penelitian yang menguji pengaruh literasi keuangan, locus of control internal, eksternal dan etnis memperlihatkan bahwa tingkat literasi etnis ini cukup tinggi namun dua aspek literasi keuangan yang masih rendah dan perlu mendapat perhatian untuk perbaikan, yaitu literasi asuransi dan literasi investasi (Ariani et al., 2016). Hanya variable *locus of control* internal yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan 67ncre riil atau akun bank. Implikasinya, perlu membuat program yang meningkatkan kesadaran pengendalian diri ketika membuat keputusan investasi. Rendahnya pengendalian diri bisa menyebabkan masyarakat mengambil keputusan investasi yang terlalu berisiko. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengetahuan produk mampu memprediksi manajemen keuangan pribadi, keyakinan pada perbankan mampu memprediksi manajemen keuangan pribadi, keterampilan mampu memprediksi manajemen keuangan pribadi (Madhavan & Grover, 1998), *locus of control* mampu memprediksi manajemen keuangan pribadi, *Financial self-efficacy* mampu memprediksi manajemen keuangan pribadi, dan Love of money (LOM) mampu memprediksi manajemen keuangan pribadi.

Hasil temuan lainnya juga (Kashif et al., 2017) menemukan LOC, religiusitas, dan idealisme parsial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. Sebaliknya makin tinggi nilai gender maka nilai religiusitas makin rendah (Seguino, 2011). Artinya, hubungan positif signifikan antara *religiosity* dengan etika bisnis bahwa *religiosity* berpengaruh pada persepsi etis seseorang. Makin tinggi sifat *love of money* seseorang maka persepsi terhadap etika penggelapan pajak juga makin tinggi. *Love of money* dan religiusitas tidak memediasi hubungan gender dengan etika penggelapan pajak. Padahal kajian sebelumnya (Kum-Lung & Teck-Chai, 2010) menemukan gender berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan seseorang. Demikian pula

locus of control berpengaruh signifikan terhadap perilaku etis Gender dan *ethical sensitivity*.

2.10 Hipotesis

Manusia merupakan makhluk yang memiliki skema pengambilan keputusan yang kompleks. Terdapat beragam pendapat dari ranah psikologi ataupun perilaku bahwa manusia idealnya memiliki basis yang rasional, yaitu memutuskan sesuatu sesuai dengan kondisi ideal yang ada. Akan tetapi, manusia tidak selalu rasional, karena faktor risiko membuat proses pengambilan keputusan tidak otomatis tercipta (Kahneman & Tversky, 1979; Tobin, 1958). Manusia terbatas oleh konteks keberadaannya, dari sisi ruang, waktu, situasi dan beragam faktor yang lain (Kumar & Goyal, 2016). Keterbatasan atas potensi rasionalitas ini umum disebut sebagai *bounded rationality* (Yao & Li, 2013).

Penelitian ini menginvestigasi kondisi rasionalitas manusia dalam merumuskan perilaku keuangan dan etika mereka dalam kerangka ilmu perilaku keuangan. Beberapa penelitian telah mengindikasikan adanya dukungan pada rumusan kerangka konseptual dan hipotesis dalam penelitian ini.

Terdapat beberapa variabel eksogen serta moderasi yang memengaruhi variabel endogen dalam penelitian ini, di antaranya adalah *love of money* (LOM). Uang merupakan faktor pendorong seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu (Weissman, 1987). Tidak mengherankan, tercipta potensi untuk mencintai kekayaan, termasuk dalam bentuk uang (T. L. P. Tang, 1992; T. L. P. Tang et al., 2000). Kecintaan terhadap uang yang berlebihan akan menggerus etika manusia dan berujung pada beragam aktivitas yang tidak positif (T. L. P. Tang & Chen, 2008; Tang & Sutarso, 2013). Hasil tersebut mengindikasikan adanya pengaruh negatif dari *love of money* terhadap etika, ataupun pengaruh positif dari *love of*

money terhadap persepsi tidak etis manusia (Chang et al., 2019; T. L. P. Tang & Chen, 2008).

Love of money (LOM) juga membentuk sikap seseorang. Penelitian sebelumnya telah mengindikasikan adanya hubungan antara *Love of Money (LOM)* terhadap sikap, tapi belum tersedia yang secara khusus membahas *Love of Money (LOM)* terhadap perilaku keuangan. Penelitian dengan kajian terdekat mengindikasikan sikap yang mengejar uang bisa menjadi pendorong untuk bertambahnya individu-individu yang bersedia mendonorkan ginjalnya ataupun menjadi *surrogate mother* (Tremellen & Everingham, 2016; Van Buren et al., 2010). Perubahan sikap untuk mau berpartisipasi karena keberadaan “insentif keuangan” (Keller & Siegrist, 2006; Lai, 2010) menunjukkan adanya dukungan logis atas rumusan hipotesis penelitian ini yaitu:

H1: Diduga *love of money* berpengaruh terhadap terhadap *locus of control*.

H2: Diduga *love of money* berpengaruh terhadap terhadap persepsi etis para pengurus organisasi Islam

H3: Diduga *love of money* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan.

H10: Diduga *love of money* memiliki pengaruh positif terhadap *locus of control* melalui persepsi etis.

H11: Diduga *love of money* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan melalui *locus of control* dan persepsi etis.

Adapun peran religiusitas merupakan salah satu faktor pembentuk *Locus of Control (LOC)* dan berpotensi memengaruhi persepsi etis. Investigasi ini belum mendapatkan telaah yang mendalam dari penelitian sebelumnya. Padahal terdapat hubungan yang potensial menjadi kajian dalam investigasi kajian perilaku keuangan ormas beragama. Aspek kesamaan ideologi agama yang mengikat

partisipasi anggota ormas idealnya akan menciptakan harapan/ekspektasi atas faktor religiusitas dalam setiap sendi kehidupan. LOC sebagai gambaran dari pembentuk keputusan berdasarkan input internal atau eksternal tentunya terdampak oleh kepercayaan atas ideologi agama tersebut. Pendalaman isu religiusitas akan menyasar dan memperkaya kumpulan pengetahuan pada kajian perilaku keuangan dan keterkaitannya dengan aspek etika serta agama.

Secara umum, agama muncul untuk menata hidup pemeluknya sesuai dengan kaidah yang baku. Agama Islam mengambil peran sebagai penjaga moral dari para pemeluknya dengan kaidah-kaidah yang dirumuskan dalam kerangka *reward* dan *punishment* (Hashim, 2012). Kontrol agama ini umumnya berlaku di setiap sendi kehidupan, termasuk bagaimana mengontrol pendapatan. Tidak mengherankan bila proses pencarian dan penggunaan uang mendapatkan porsi pengawasan yang ketat dalam pandangan Islam (Thoarlim et al., 2017). Agama Kristen sendiri memandang uang sebagai akar dari kejahatan (Rose, 2016). Berdasarkan argumen di atas, maka posisi agama pada umumnya adalah menjaga pemeluknya dari kecintaan pada uang yang terlalu besar, karena ekspektasi dampak negatifnya.

Peran kecintaan pada uang dalam memancing perilaku buruk membuat agama penting untuk mengontrol aktivitas tersebut dalam tataran ideologi (T. L. P. Tang et al., 2011). Lau, Choe dan Tang melakukan penelitian untuk melihat pengaruh etika uang pada penghindaran pajak serta meneliti peran moderasi religiusitas intrinsik dan ekstrinsik dalam hubungan tersebut dengan sampel mahasiswa sarjana di Malaysia. Hasil penelitian membuktikan bahwa etika uang dan penghindaran pajak memiliki hubungan positif. Ketika seseorang sangat mementingkan uang dan memperoleh kekayaan, maka penggelapan pajakpun mereka anggap dapat diterima. Praktik penghindaran pajak lebih dapat diterima

oleh seseorang yang termotivasi oleh uang dan menjadikan uang sebagai prioritas utama (Lau et al., 2013). Hal ini sejalan dengan (Singhapakdi et al., 2013; T. L. P. Tang & Chiu, 2003; Scott John Vitell et al., 2007) yang dalam penelitiannya menunjukkan bahwa etika uang seseorang berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap perilaku etis.

Penelitian sebelumnya yang meneliti peran agama dalam memoderasi hubungan LOC dan persepsi etis masih belum tersedia. Ini menjadi potensi munculnya kontribusi baru pada kajian ini. Karenanya, peran agama sebagai variabel moderasi ini merupakan salah satu sumbangsih dalam menjelaskan fenomena pengambilan keputusan etis di mata pengurus ormas beragama di Indonesia. Penelitian sebelumnya mengindikasikan hasil yang inkonklusif terkait peran agama dalam kesehatan mental; dimana LOC berperan sebagai faktor mediasi antara dua konstruk tersebut (Fiori et al., 2006). Hasil studi di kalangan wirausahawan muslim mengindikasikan peran agama yang kuat akan mengkarakterisasi LOC seseorang (Salwa et al., 2013). Peran agama juga tidak tergantikan dalam membangun kerangka pikir etis seseorang (Conroy & Emerson, 2004). Berdasarkan rumusan teoretis dan empiris di atas maka dirumuskan hipotesis berikut:

H4: Diduga religiusitas memengaruhi *locus of control* (LOC)

H5: Diduga religiusitas memengaruhi persepsi etis pengurus organisasi Islam.

H6: Diduga religiusitas memengaruhi perilaku keuangan para pengurus organisasi Islam di Indonesia.

H12: Diduga religiusitas memiliki pengaruh terhadap persepsi etis melalui locus of control.

H13: Diduga religiusitas memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan melalui persepsi etis dan perilaku keuangan.

Konstruk berikutnya yang menjadi topik investigasi penelitian ini adalah *locus of control (LOC)*. Sebagai perspektif seseorang terkait kejadian, apakah mampu atau tidak mampu mengontrol perilaku yang muncul pada dirinya (Rotter, 1966). LOC terbagi atas pendorong internal maupun eksternal, dimana kepercayaan subyektif internal memoles agenda internal individu, dan faktor eksternal membentuk pertimbangan atas keputusan tertentu (Caliendo et al., 2015). Penelitian ini mengangkat LOC karena ketertarikan untuk mendalami peran proses pengambilan keputusan dalam psikologi manusia pada titik pengujian yang lebih lanjut terhadap etika dan perilaku keuangan.

Locus of control mengambil posisi dalam penelitian ini sebagai sarana bagi manusia untuk melakukan aktivitas tertentu. Penelitian sebelumnya membuktikan peran LOC terhadap aktivitas yang terkait proses pengambilan keputusan etis seseorang (Cherry, 2006). Proses moralitas seseorang juga terbentuk oleh proses pengambilan keputusan dalam kerangka LOC (Forte, 2005; Jones & Kavanagh, 1996; Reiss & Mitra, 1998; Valentine et al., 2019). Hasil studi yang lain juga mengindikasikan adanya hubungan antara etika kerja dan LOC pada aktivitas bersantai manusia (Kleiber & Crandall, 1981).

Hubungan berikut yang menjadi kajian adalah hubungan antara LOC dan perilaku keuangan. Kajian ini masih belum mendapatkan investigasi yang mendalam dari penelitian sebelumnya, dan karenanya menjadi potensi munculnya ilmu pengetahuan baru di bidang ini. Hasil studi yang mendekati adanya perubahan sikap terkait risiko karena pengaruh dari LOC (Kesavayuth et al., 2018). Hasil lain yang menjadi landasan tambahan menunjukkan LOC memengaruhi sikap untuk bekerja di lingkungan virtual (Lee-Kelley, 2006). LOC juga memengaruhi pembentukan sikap terkait kedatangan imigran di Kanada, Amerika Serikat, dan Inggris secara signifikan (Harell et al., 2017). Studi yang lain juga

mendapati LOC memengaruhi penyimpangan cara makan dari para siswa (Scoffier et al., 2010). Rumusan bangunan penelitian sebelumnya dan logika menjadi pendukung rumusan hipotesis sebagai berikut:

H7: Diduga *locus of control* memiliki pengaruh positif terhadap persepsi etis.

H8: Diduga *locus of control* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan.

H14: Diduga *locus of control* berpengaruh terhadap persepsi etis dan berujung pada perilaku keuangan pengurus ormas agama Islam di Indonesia.

Persepsi etis merupakan variabel endogen yang menjadi kajian dalam penelitian ini. Etika membentuk sistem nilai apa yang baik dan buruk bagi manusia dan masyarakat. Batasan-batasan nilai dalam interaksi dengan masyarakat dan lingkungannya itulah yang kemudian dapat dikatakan sebagai nilai-nilai etika (Conroy & Emerson, 2004). Tang membuktikan bahwa etika uang (*money ethics*) atau cinta uang seseorang memiliki pengaruh yang signifikan dan langsung pada perilaku yang tidak etis (T. L. P. Tang & Chiu, 2003). Ini berarti bahwa orang-orang dengan perilaku etika uang yang tinggi (cinta uang) yang menempatkan kepentingan yang besar pada uang akan kurang etis dan sensitif daripada orang dengan etika uang yang rendah.

Kajian mengenai bagaimana individu membentuk persepsi etis mereka, serta dampaknya terhadap sikap seseorang belum mendapatkan kajian yang mendalam dari penelitian-penelitian sebelumnya. Bangunan logika yang mendekati menunjukkan keberadaan etika dan pembentukan sikap terhadap moral siswa (Ahmed et al., 2003). Studi yang lain justru menunjukkan peran sikap terhadap etika manajer di Pakistan (Kashif et al., 2017). Studi lain yang juga

mendekati adalah peran etika bisnis terhadap sikap terkait merek tertentu (Ferrell et al., 2019). Hasil tersebut secara logis mendukung rumusan hipotesis berikut:

H9: Diduga persepsi etis memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan.

2.2 Tabel Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1	Michael Bommer, Clarence Gratto, Jerry Gravander, Mark Tuttle (1987)	<i>A Behavioural Model of Ethical and Unethical Decision Making</i>	Keputusan utama untuk memilih etis atau tidak etis atas suatu situasi masalah bergantung pada sejumlah faktor yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Faktor-faktor ini mencakup informasi yang tersedia, atribut individu dan kemampuan kognitif dari manajer, konsekuensi dan risiko keputusan, nilai atau utilitas yang ditetapkan untuk konsekuensi ini, serta tingkat kebergantungan pada model yang terstruktur oleh manajer.
2	Nejdet Delener (1990)	<i>The Effects of Religious Factors on Perceived Risk in Durable Goods Purchase Decisions</i>	Agama dan orientasi keagamaan menjadi variabel yang signifikan dalam memprediksi risiko yang ada dalam keputusan pembelian konsumen. Hal ini memperlihatkan bahwa orang yang religius cenderung melihat risiko yang lebih tinggi dalam keputusan pembelian mereka. Sikap ini pula yang membuat orang agamis cenderung merasa kurang aman dan percaya diri dibandingkan yang tidak agamis.
3	Bernard M. Bass, Paul Steidlmeier (1999)	<i>Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behaviour</i>	Untuk benar-benar transformasional, kepemimpinan harus didasarkan pada fondasi moral, memiliki nilai-nilai etis yang terkandung di dalam visi, serta moralitas yang secara kolektif dilaksanakan oleh pemimpin dan para anggotanya.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
4	Mohamed M. Ahmed, Kun Young chung, John W. Eichenseher (2003)	<i>Business Students' Perception of Ethics and Moral Judgmen: A Cross-Cultural Study</i>	Perbedaan budaya memang berdampak pada persepsi dan kesadaran akan konsekuensi etis terhadap praktik bisnis.
5	Stephen J. Conroy, Tisha L. N. Emerson (2004)	<i>Business Ethics and Religion: Religiosity as a Predictor of Ethical Awarness among Students</i>	Religiusitas secara signifikan berkorelasi dengan persepsi etis. Cara terbaik untuk meningkatkan sikap etis mahasiswa adalah dengan mempromosikan partisipasi aktif dalam pilihan agama.
6	Asyraf Wajdi Dasuki, Nurdianawati Irwani Abdullah (2007)	<i>Why do Malaysian Customers Patronise Islamic Banks?</i>	Kepuasan pelanggan seringkali tergantung kepada kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Syariah. Kualitas layanan mencakup faktor-faktor seperti memperlakukan pelanggan dengan sopan dan hormat, kemampuan staf untuk menyampaikan kepercayaan, dan pengetahuan serta kesiapan dalam memberikan solusi dan jawaban terkait produk dan layanan Bank Syariah. Hal ini menyiratkan bahwa semua pelanggan perbankan syariah menempatkan pada penekanan yang sama pada tanggung jawab sosial perbankan syariah.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
7	James M. Bloodgood, William H. Turnley, Peter Mudrack (2007)	<i>The Influence of ethics Instruction, Religiosity, and Intelligence of Cheating Behaviour</i>	Siswa yang lebih sering menghadiri layanan ibadah lebih kecil kemungkinannya untuk menyontek daripada mereka yang lebih jarang menghadiri layanan ibadah. Tetapi siswa yang telah mengambil kursus etika bisnis tidak lebih cenderung untuk menipu daripada siswa yang tidak mengambil kursus seperti itu. Namun, hasilnya menunjukkan bahwa sejauh mana mengambil kursus etika bisnis dipengaruhi oleh perilaku curang dimoderasi oleh religiusitas dan kecerdasan masing-masing siswa.
8	E. Boshof, E.S. Van Zyl (2011)	<i>The Relationship between Locus Of Control and Ethical Behaviour among Employees in the Fiancial Sector</i>	<i>Locus of control</i> dapat mempengaruhi perilaku etis di antara karyawan yang bekerja di sektor keuangan. Terlihat bahwa karyawan dengan <i>locus of control</i> internal yang menonjol, memiliki tingkat perilaku etis yang lebih besar. Sebaliknya, karyawan dengan <i>locus of control</i> eksternal yang menonjol memiliki tingkat perilaku etis yang lebih rendah.
9	Abdul Razak, Azila (2011)	<i>Economic and Religious Signifinance of the Islamic and Conventioal Pawnbroking in Malaysia: Behavioural and Perception Analysis</i>	Para pelanggan toko gadai syariah membuktikan peran positif toko gadai dalam aspek ekonomi dan sosial kehidupan mereka terutama dalam kasus kelompok berpendapatan rendah dibandingkan dengan toko-toko gadai konvensional. Di sisi lain, pialang gadai syariah menunjukkan prospek bisnis pegadaian yang menjanjikan jika dibandingkan dengan pialang gadai konvensional yang lebih memaksimalkan keuntungan dan mengabaikan kesejahteraan sosial para pembeli.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
10	Mariam Abou-Youssef (2011)	<i>Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implications: A Proposed Market-Minded Religiosity Scale</i>	Tidak ada perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin dan religiusitas intrinsik, tetapi terdapat perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin dan religiusitas ekstrinsik.
11	Alan G. Walker, James W. Smither, Jason DeBode (2011)	<i>The Effects of Religiosity on Ethical Judgments</i>	Religiusitas dapat mempengaruhi penilaian etis. Mereka yang cenderung termotivasi dalam beragama secara intrinsik lebih sedikit sepakat pada skenario kasus tidak etis.
12	Syed Shah Alam, Hawati Jonor, Zanariah, Che Aniza Che Wel, Mst. Nilufar Ahsan (2012)	<i>Is Religiosity an Important Factor in Influencing the Intention to Undertake Islamic Home Financing in Klang Valley?</i>	Kontrol perilaku memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk melakukan pembiayaan rumah Islam. Dengan meningkatkan upaya untuk mencapai tujuan, kontrol dapat secara langsung mempengaruhi perilaku. Dengan demikian pula, religiusitas memiliki peran penting dalam mempengaruhi niat untuk melakukan pembiayaan rumah Islam.
13	Dr. Nurasyikin Jamaluddin (2013)	<i>Religion and Individual Investment Choice Decision: The Case of Malaysia</i>	Terdapat perbedaan yang signifikan dalam keputusan pilihan investasi antara responden Muslim dan Non-Muslim. Religiusitas dilihat dari pendekatan multidimensi sehingga digunakan dua perangkat, yaitu Komitmen Agama, dan Religiusitas Muslim. Hasilnya menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan, dalam penentuan pilihan investasi individu

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
14	Baker Ayoun, Louis Rowe, Fatima Yassine (2015)	<i>Is Workplace Spirituality Associated with Business Ethics?</i>	Spiritualitas yang diukur dengan Skala Transendensi Spiritual tidak berkorelasi secara signifikan dengan ukuran persepsi etis, penilaian etis, niat etis atau intensitas moral yang dirasakan. Spiritualitas dan etika dapat menghasilkan hasil yang berbeda dalam pengaturan yang berbeda.
15	Jeffrey L. Callen, Xiaohua Fang (2015)	<i>Religion and Stock Price Crash Risk</i>	Perusahaan yang berkantor pusat di Kabupaten dengan tingkat religiusitas yang lebih tinggi memiliki resiko jatuhnya harga saham yang lebih rendah di masa depan. Hal ini sesuai dengan pandangan yang menyatakan bahwa agama, sebagai seperangkat norma sosial, membantu mengekang kegiatan penimbunan berita buruk oleh para manajer. Selain itu, ditemukan pula hubungan positif antara religiusitas dan resiko kecelakaan di masa depan oleh pemegang saham yang mengambil alih hak dan kepemilikan kelembagaan yang berdedikasi.
16	Ali Uyar, Cemil Kuzey, Ali Haydar, Ruth Alas (2015)	<i>Influence of Theory, Seniority, and Religiosity on the Ethical Awareness of Accountants</i>	Senioritas dalam profesi dan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran etis. Dalam pendekatan teoritis, dentologi memiliki pengaruh positif terhadap kesadaran etis.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
17	Gooma Agag Ahmed El-Masry (2016)	<i>Cultural and Religiosity Drivers and Satisfaction Outcomes Perceived Deception in Online Shopping</i>	Dua dimensi dari suatu orientasi budaya (jarak kekuasaan, penghindaran kekuasaan, dan religiusitas) berpengaruh terhadap idealisme, sedangkan dua dimensi budaya lainnya (individualisme dan maskulinitas) berpengaruh terhadap idealisme positif. Idealisme berpengaruh terhadap persepsi konsumen tentang praktik penipuan belanja online, dan berujung pada kepuasan konsumen.
18	Farah Zakiah, al-Hasan Al-Aidaros (2017)	<i>The Customers' Islamic Ethical Behaviour: The Case of Malaysian Islamic Banks</i>	Kerangka kerja untuk perilaku etis Islam terdiri dari empat konstruksi, yaitu perilaku etis Islam, kewajiban agama, reputasi, serta laba dan investasi, di mana semua konstruk sejalan dengan prinsip <i>Maqasid Syariah</i> , dengan setiap konstruk yang terdiri dari satu atau lebih komponen.
19	Hanudin Amin (2017)	<i>Consumer Behaviour of Islamic Home Financing: Investigating its Determinants from the Theory of Islamic Consumer Behaviour</i>	Persepsi religiusitas, prinsip utang Islam, dan <i>maqasid</i> tentang kepemilikan rumah sangat berperan dalam menentukan perilaku konsumen. Faktor ini merupakan faktor islami yang mencerminkan <i>Theory of Islamic Behaviour</i> (TiCB). Pengaruh perilaku konsumen pada kepuasan agama juga signifikan, menyiratkan bahwa perilaku yang baik membuat individu lebih senang melakukan yang baik dalam agama.
20	Mohsin Muhammad Butt, Ernest Cyrill de-Run, Ammen U-Din, Dilip Mutum (2018)	<i>Religious Symbolism in Islamic Financial Service Advertisements</i>	Penggunaan simbol Islam dalam penjualan memiliki dampak yang bervariasi/inkonklusif bagi calon konsumen, di mana kelompok yang ditargetkan secara khusus justru menolak, dibandingkan mereka yang tidak terkelompok

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
21	Rashid Zaman, Jamal Roudaki, Muhammad Nadeem (2018)	<i>Religiosity and Corporate Social Responsibility Practices: Evidence from an Emerging Economy</i>	Terdapat hubungan antara religiusitas dan tanggung jawab sosial perusahaan. Di mana, jika riba dihindarkan dan mempertimbangkan mufsadah maka tanggung jawab sosial perusahaan juga dapat berjalan baik. Tetapi, zakat tidak dapat mempengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan.
22	Denni I Arli, Fandy Tjiptono (2018)	<i>Consumer Ethics, Religiosity, and Consumer Social Responsibility: Are They Related?</i>	Etika konsumen, religiusitas, dan tanggung jawab sosial konsumen memiliki hubungan yang sangat erat. Konsumen yang memerhatikan etika akan selalu mendukung tanggung jawab sosial. Religiuitas akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap pentingnya tanggung jawab sosial.
23	Hsiu-Hua Chang, Scott J. Vitell, Long-Chuan Lu (2019)	<i>Consumers' Perceptions Regarding Questionable Consumption Practices in China</i>	Konsumen akan kurang bersedia untuk berperilaku tidak etis ketika religiusitas intrinsik mereka lebih kuat. Hal ini menunjukkan bahwa mereka yang memiliki sensitivitas etis yang lebih kuat, condong pada hasil positif dibanding yang lemah.
24	Adem Uysal, Abdullah Okumus (2019)	<i>Impact of Religiosity on Ethical Judgement: A Study on Preference of Retail Stores among Consumers</i>	Tingkat religiusitas internal dan eksternal konsumen secara positif mempengaruhi penilaian etis mereka terhadap toko retail yang menjual produk terlarang. Selain itu, penilaian etis konsumen memiliki dampak positif kepada keputusan boikot terhadap toko retail yang menjual produk terlarang.

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
25	Sarwar Mehmood Azhar, Rubeena Tashfeen, Jaweria Khalid, Tashfeen Mahmood Azhar (2019)	<i>Dichotomy in Ethical Perceptions of Business Students: An Emerging Country Perspective</i>	Pengukuran dilakukan dengan melihat mahasiswa bisnis, tingkatan pendidikan, jenis kelamin, serta pernah tidaknya mempelajari etika bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa mahasiswa bisnis, tingkat pendidikan, serta pernah tidaknya mempelajari etika bisnis dapat berpengaruh terhadap perspektif etis, tetapi ada perbedaan perspektif etis antara lelaki dan perempuan.
26	Shinaj Valangattil Shamsudheen, Saiful Azhar Rosly (2019)	<i>Towards Conceptualizing Ethical Decision- Making Model in Marketig</i>	Seseorang dapat mengamati variasi luas dalam pengambilan keputusan etis, di mana variasitersebut tidak acak. Ini berarti pengambilan keputusan individu tergantung pada kontijensi eksternal ke proses pengambilan keputusan. Selain itu, nilai, sikap dan niat sebagai faktor individu dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan etis.

2.11 Kerangka Pemikiran

Peran agama sebagai alat kontrol perilaku umatnya menjadi pondasi dasar dalam pengajarannya. Pihak yang menjadi penyambung lidah antara ajaran agama dan umatnya umumnya dipandang sebagai figur yang tinggi/mulia di mata masyarakat. Mereka dipandang sebagai representasi ideal dari aplikasi ajaran agama itu sendiri, sehingga kadang memicu perilaku *devotion* atau penghormatan yang tinggi pada kepribadian mereka (referensi). Dalam konteks agama Islam, mereka disebut sebagai ulama, yaitu pewaris pengetahuan dan simbol otoritatif. Di era modern, mereka menciptakan organisasi tertentu yang menjadi representasi dari ajaran mereka, contohnya Nahdlatul Ulama, Muhammadiyah, Persis, Wahdah Islamiyah, Hidayatullah, dan sebagainya. Para pengelola organisasi agama ini, umumnya dipandang menguasai ilmu agama yang lebih baik dibandingkan

masyarakat biasa sehingga kerap menjadi sandaran umatnya dalam aktivitas sosial/agamawi mereka. Di sisi lain, para pengelola organisasi ini adalah manusia biasa yang memiliki struktur perilaku yang kompleks.

Para ahli telah mendiskusikan peran perilaku keuangan yang berangkat dari teori rasionalisasi tindakan dalam mengejar kepentingan pribadi tiap manusia. Menurut Adam Smith dalam buku *the Theory of Moral Sentiments* (1759), pengejaran kepentingan ini akan berujung pada penegakan etika masyarakat, sebagaimana pemaparannya di teori sentimen moral. Berangkat dari teori ini, maka para pengurus organisasi agama—sereligius apapun mereka—akan senantiasa terdampak oleh aktivitas manajerial yang terkait dengan uang. Tingkatan eksposur para pengurus dengan uang memiliki potensi untuk menggerus religiusitas, spiritualitas, maupun kredibilitas mereka. Kondisi ini sejalan dengan teori *monetary intelligence* oleh Tang (Tang et al., 2018b), yang memadukan antara diskusi mengenai penggunaan uang dan aspek etika, dalam kajian perilaku keuangan organisasi. Bangunan teori ini menjadi dasar bagi pengembangan kerangka pikir penelitian ini yang menginvestigasi hubungan kuantitatif secara langsung dan tidak langsung dari konstruk *love of money*, religiusitas, *locus of control*, persepsi etis, dan perilaku keuangan.

Penelitian ini menggambarkan *Love of money* sebagai tingkat persepsi para pengurus organisasi agama pada aspek finansial, yang dengannya tercermin kesukaan, kecintaan, atau bahkan pemujaan pada uang (Tang & Chen, 2008). Kecintaan terhadap uang merupakan dampak dari aktivitas duniawi para pengurus, sehingga menjadi sumber eksternal yang memengaruhi kepribadian para pengurus. Faktor uang sebagai sumber eksternal ini menjadi dasar dalam konstruksi *locus of control* eksternal. Penelitian terdahulu mengamini bahwa uang merupakan salah satu instrument penting dalam proses perilaku umat manusia

(Tang & Sutarso, 2013). Uang juga berpotensi menggerus unsur etika dari para pengurus, sebagaimana simpulan umum dari beragam investigasi peneliti yang lain (Tang & Liu, 2012). Karenanya uang sebagai salah satu motivasi utama dalam kehidupan (referensi), akan membentuk penciri dari setiap pengurus dalam pengelolaan keuangan organisasi, berdasarkan pada persepsi mereka. Penelitian terdahulu mengenai hubungan antara kecintaan pada uang dan perilaku keuangan masih sangat minim (Tang & Chen, 2008), dan menegaskan potensi kebaruan dari penelitian ini.

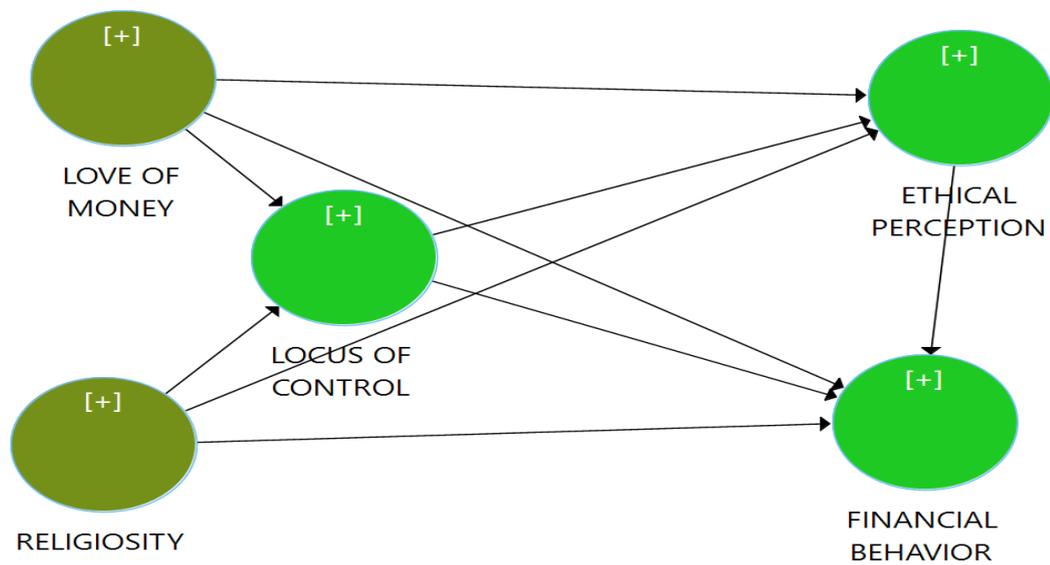
Religiusitas menjadi salah satu konstruk menarik dalam penelitian ini, karena menggambarkan kepastian dan penciri utama dari para pengurus organisasi agama. Kepemilikan posisi khusus di dalam organisasi agama apapun bisa menjadi persepsi pembenaran atas pemahaman agama yang lebih baik bagi para pengurus (Kashif et al., 2017). Penelitian terdahulu mengelompokkan spiritualitas, dan kepercayaan pada Tuhan sebagai hal yang secara inheren melekat pada tiap umat beragama. Tidak mengherankan, faktor religiusitas ini menjadi sumber internal yang membentuk bangunan pemikiran manusia, dalam konstruksi *locus of control* (Clark et al., 2018). Penelitian terdahulu berdebat mengenai hubungan di antara dua konstruk ini (Stanke, 2004), tapi penelitian ini meyakini eksistensi kausal dalam perumusan model investigasi. Fungsi utama agama juga sebagai bangunan utama dari moralitas para pemeluknya. Tidak mengherankan, keterkaitan antara religiusitas dan kebagusan etika menjadi salah satu ajaran inti dalam pendidikan beragama. Hubungan agama dan etika juga dikonfirmasi oleh banyak penelitian lain (Gilani, 2015; Walker et al., 2012; H. M. Wong, 2008), dan menjadi dasar perumusan hubungan antara variabel pada penelitian ini. Akhirnya, keberadaan agama diharapkan bisa menjadi konstruksi positif dari perilaku para pengurus, walaupun investigasi mengenai religiusitas dan

perilaku keuangan masih tergolong minim. Religiusitas dalam agama diharapkan bisa menjadi konstruksi positif dalam penegakan tata kelola diri maupun organisasi yang lebih baik (Wong, 2008).

ini merumuskan *locus of control* sebagai konsep psikologis yang mengacu pada seberapa kuat orang percaya bahwa mereka memiliki kendali atas situasi dan pengalaman yang mempengaruhi kehidupan mereka dan menjadi penyebab utama peristiwa dalam hidupnya (Forte, 2005; Rotter, 1966). Karenanya, para pengurus organisasi agama tersebut memiliki persepsi atas apakah yang terjadi pada diri mereka merupakan berasal dari konsekuensi internal mereka, atau karena pengaruh faktor eksternal, seperti rekan kerja, agama, pendidikan, dan sebagainya. Bagaimana para pengurus organisasi agama memahami pengalaman diri mereka berasal dari pengendalian diri sendiri ataukah pengaruh dari luar diperkirakan akan menjadi bangunan penegakan nilai-nilai etika mereka. Hal ini tercermin dari beberapa penelitian terdahulu yang mengamini kausalitas antara *locus of control* dan persepsi etis (McCuddy & Peery, 1996; Valentine et al., 2019). Karena persepsi pengendalian nasib diri membentuk konstruksi perilaku manusia, penelitian ini berupaya membangun hubungan antara *locus of control* dan perilaku keuangan para pengurus organisasi agama Islam, walaupun investigasi dua variabel ini masih sangat terbatas.

Persepsi etis menegaskan posisi para pengurus organisasi agama pada tataran ideal bahwa setiap mereka yang mendalami agama haruslah memiliki dasar etika yang positif pula. Rumusan ini diperkuat dengan tujuan agama, khususnya agama Islam, sebagai sumber pencerahan etika/akhlak (Moad, 2007). Penelitian terdahulu telah menelaah hubungan antara etika dan perilaku (R. K. Chiu, 2003; Hess, 2012; Longenecker et al., 2006; Uhlener et al., 2012); karenanya, penelitian ini merumuskan keterkaitan kausalitas antara persepsi etis

dan perilaku keuangan para pengurus organisasi keagamaan Islam di Indonesia. Seluruh keterkaitan ini meniscayakan potensi hubungan langsung/tidak langsung dalam kaidah statistik, di mana terdapat dua variabel bebas, yaitu *love of money*, dan religiusitas yang akan memengaruhi—secara berturut-turut—*locus of control*, persepsi etis, dan akhirnya perilaku keuangan. Secara khusus, *locus of control*, dan persepsi etis menjadi variabel mediasi, atau antara dalam konstruksi model struktural penelitian, sebagaimana yang tercantum di gambar 3. 1.



Gambar 2.1 Kerangka konseptual penelitian