



PERAN *LOVE OF MONEY* DAN RELIGIUSITAS PADA HUBUNGAN *MACHIAVELLIAN* TERHADAP PERSEPSI ETIS UMKM BIDANG KULINER DI KOTA MAKASSAR

Harry Muhammad Anis¹ Rusdi Raprayoga², Fauzia Bakhtiar³
^{1,2,3}UIN Alauddin Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 150 responden pada pelaku UMKM di Kota Makassar dengan penarikan sampel menggunakan rumus Hair. Dengan pengolahan data menggunakan SmartPLS. Aplikasi ini juga digunakan untuk menguji atau mengetahui bagaimana hubungan variabel *Machiavellian*, *Love of Money*, dan Religiusitas terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner Kota Makassar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. *Machiavellian* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi etis UMKM bidang Kuliner di Kota Makassar; 2. *Machiavellian* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *love of money* UMKM Bidang kuliner di Kota Makassar.; 3. *Love of money* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap persepsi etis UMKM bidang Kuliner di Kota Makassar; 4. *Love of Money* memediasi pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner Di Kota Makassar; 5. Religiusitas memoderasi pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar.

Kata Kunci : *Machiavellian*, *Love of Money*, Religiusitas, Persepsi Etis UMKM.

ABSTRACT

This research is a type of research with a quantitative approach with a sample of 150 respondents at MSME players in Makassar City with a sample withdrawal using the Hair formula. With data processing using SmartPLS. This application is also used to test or find out how the Machiavellian, Love of Money, and Religiosity variables relate to the Ethical Perceptions of MSMEs in the Makassar City Culinary Sector. The results of this study indicate that: 1. Machiavellian has a negative and significant effect on the ethical perceptions of MSMEs in the culinary sector in Makassar City; 2. Machiavellian has a positive and significant effect on the love of money of MSMEs in the culinary sector in Makassar City; 3. Love of money has a negative and significant effect on the ethical perceptions of MSMEs in the culinary sector in Makassar City; 4.



Love of Money mediates the influence of Machiavellian on the Ethical Perceptions of MSMEs in the Culinary Sector in Makassar City; 5. Religiosity moderates the influence of Machiavellian on the Ethical Perceptions of MSMEs in the Culinary Sector in Makassar City.

Keywords: Machiavellian, Love of Money, Religiousness, Ethical Perceptions of MSMEs.

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya jumlah UMKM di Kota Makassar tentunya memberikan dampak yang cukup baik bagi negara maupun masyarakat sekitar. Namun tidak sejalan dengan etika atau perilaku etis yang seharusnya dari para oknum dalam menjalankan usahanya. Salah satu bukti nyata rendahnya Etika atau Perilaku etis para oknum pelaku UMKM ditemukan di Pasar Terong, Kota Makassar. Dinas Kesehatan Kota Makassar menemukan menu takjil buka puasa mengandung formalin, Dinas Kesehatan Kota Makassar melakukan uji sampel pada beberapa menu takjil yang diperjualbelikan di Pasar Terong Kota Makassar, setelah dilakukan uji sampel ditemukan kolang-kaling yang telah terjual sekitar 100 liter ini ternyata mengandung formalin (www.news.detik.com).

Hal serupa ditemukan Oleh Balai Besar Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Makassar. BPOM Makassar mengimbau masyarakat tidak mengonsumsi terasi berwarna coklat kemerahan. Sebab berdasarkan hasil pengujian laboratorium, BPOM menemukan kandungan zat pewarna sintesis pada 50 sampel terasi curah. Zat pewarna ini dapat menyebabkan kanker dan kerusakan hati. Sampel ini diperoleh dari 10 pasar tradisional di Makassar yakni Pasar Pa“baeng-baeng, Pasar Rajawali, Pasar Maricaya, Pasar Baru, Pasar Sentral, Pasar Sawah, Pasar Toddopuli, Pasar Tamalate, Pasar Hartaco dan Pasar Terong. Zat pewarna yang juga disebut rhodamin B ini biasanya digunakan sebagai zat pewarna kertas, tekstil atau tinta. Selain ditemukan pada terasi, zat ini biasanya ditemukan pada kerupuk, minuman, dan jajanan yang berwarna merah (www.nasional.tempo.co).

Menurut Lubis (2010), persepsi adalah bagaimana orang-orang melihat atau menginterpretasikan peristiwa, objek, dan manusia. Orang-orang bertindak atas dasar persepsinya dengan mengabaikan apakah persepsi itu mencerminkan kenyataan yang sebenarnya. Pada kenyataannya, masing-masing orang memiliki persepsinya sendiri atas suatu kejadian (Yusra & Utami, 2018).



Love of Money didefinisikan sebagai derajat seorang individu yang menginginkan uang. Begitu keinginan terhadap uang terbangun, seseorang dapat menjadi terobsesi dengan uang. Love of money merupakan perilaku seseorang yang terlalu cinta terhadap uang dan memandang uang sebagai hal yang terpenting dalam hidupnya (Suryandari & Pratama, 2021). Menurut Ulfasari (2018), Love of money adalah keinginan seseorang untuk mendapatkan uang yang lebih banyak, terlalu mencintai uang yang berlebihan, cenderung mengejar uang dan berambisi untuk uang. Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa Love of Money adalah kecintaan berlebih terhadap uang. Kecintaan terhadap uang ini dapat menimbulkan sisi positif yaitu seseorang akan lebih bekerja keras untuk mendapatkan uang. Sedangkan sisi negatifnya seseorang dapat bertindak tidak etis untuk mendapatkan uang yang di inginkan, salah satu contohnya adalah dengan mencuri (Pertwi & Aulia, 2021).

Machiavellianisme juga salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi individu dan menyebabkan seseorang berperilaku tidak etis. Pada dasarnya sifat machiavellian merupakan sikap yang negatif yang ada pada seseorang. Sikap negatif yang muncul pada seseorang dapat berupa keinginan melakukan manipulasi, tipu daya, dengan mengabaikan rasa kepercayaan, kehormatan, dan kesopanan. Individu yang mempunyai sifat machiavellian cenderung akan mementingkan diri pribadi serta memiliki sikap yang agresif demi melaksanakan kepentingan pribadinya (Zainuddin et al., 2021). Studi tentang machiavellian pertama kali dilakukan oleh Christie dan Geis (1980) mengemukakan bahwa machiavellian adalah sikap yang mengesampingkan kehormatan, kesopanan dan kepercayaan serta dapat melakukan eksploitasi sehingga sikap ini akan meningkatkan ketidakjujuran seseorang. Machiavellian sendiri berasal dari nama seorang filsuf politik dari Italia yaitu Niccolo Machiavelli, machiavelian umumnya terkait dengan individu yang manipulatif, menggunakan perilaku persuasif untuk mencapai kebutuhan pribadi seseorang (Rindayanti & Budiarto, 2017).

Pada dasarnya pandangan atau pendapat maupun tindakan seseorang baik ataupun tidak baik, juga dilandasi dengan adanya tingkat religiusitas. Menurut Dister (1998), religiusitas merupakan sikap keberagaman yang mempunyai arti bahwa terdapat proses internalisasi ke dalam diri individu. Agama merupakan salah satu sumber etika. Agama diarahkan untuk memantapkan fungsi dan perannya sebagai landasan moral etika dalam bermasyarakat (Amir Hidayatulloh & Sartini, 2019). Agama mempunyai peran penting dalam kehidupan seseorang dikarenakan agama akan membentuk keyakinan, pengetahuan, serta sikap individu tersebut.



Woodbine et al (2019) mengemukakan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa hampir semua agama dan sistem kepercayaan memiliki aturan untuk semua penganutnya agar berperilaku etis dalam semua aspek kehidupan termasuk bisnis. Dukungan lain juga diperoleh dari hasil penelitian Weibe dan Fleck (2010) yang menemukan bahwa seseorang yang menerima agama sebagai fokus utama dari hidup mereka (intrinsik) cenderung untuk memiliki perhatian pada standar moral yang lebih tinggi, disiplin, dan bertanggung jawab dari mereka yang tidak religius. Dari pernyataan-pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa semakin seseorang taat dengan ajaran agamanya, maka diduga ia akan semakin etis pula perilaku dan sikapnya (Nisa, 2019).

Penelitian terdahulu telah menguji beberapa hubungan antara variable dalam penelitian ini. Hasil penelitian dari (Pertiwi dan Aulia, 2021; Yusra dan Utami, 2018) menemukan bahwa Machiavellian berpengaruh terhadap persepsi etis. Namun hal sebaliknya ditemukan oleh Agustina dan Julia, (2021); Yustisianingsih et al., (2020) bahwa Machiavellian tidak berpengaruh terhadap Persepsi etis. Hasil penelitian dari Fachrizal et al., (2020); Fakhruzzaman, (2021); Wibowo,(2020) menemukan bahwa Love of Money berpengaruh terhadap Persepsi Etis. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh (Aziz dan Taman, 2016; Prabowo dan Widanaputra, 2018; Yamin et al., 2020) menemukan bahwa Love of Money tidak berpengaruh terhadap Persepsi Etis. Hasil penelitian dari (Farhan et al., (2019); Yamin et al., (2020) menemukan bahwa Religiusitas memoderasi Machiavellian terhadap Persepsi Etis. Sebaliknya, Tri Lestari,(2021) menemukan bahwa Religiusitas tidak memoderasi Machiavellian terhadap Persepsi Etis.

Berdasarkan uraian fenomena dan latar belakang diatas maka peneliti akan melakukan penelitian yang sekaligus menjadi judul penelitian ini, yaitu “ Peran Love of Money dan Religiusitas pada hubungan Machiavellian terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner Di Kota Makassar”.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan positivistic (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan asosiatif.



Lokasi penelitian berfokus pada UMKM Bidang Kuliner yang ada di Kota Makassar yang yang datanya akan diperoleh langsung dari sumber asli dari responden, Hal ini dikarenakan jumlah UMKM di Kota Makassar juga meningkat terkhusus di bidang kuliner yang tentunya tidak menutup kemungkinan juga akan terjadi perilaku tidak etis. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan pada tanggal 1 Maret 2023 sampai dengan 1 Mei 2023.

Populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) bidang kuliner yang ada di Kota Makassar. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik Non Probability Sampling dengan metode purposive sampling. Menurut Notoatmodjo (2010) Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang didasarkan atas suatu pertimbangan, seperti ciri-ciri atau sifat-sifat suatu populasi. Adapun karakteristik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memiliki UMKM Bidang kuliner di Kota Makassar
- b. Memiliki omset maksimal 300 juta (Usaha Mikro)
- c. Beragama Islam
- d. Berusia 17-45 tahun, karena dianggap sudah memiliki pengetahuan tentang etika.

Penentuan jumlah sampel yang representative untuk menggunakan Teknik analisis SEM. Menurut Hair et, al (1998) adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Penelitian ini menggunakan 25 indikator berupa poin-poin pertanyaan dalam kuisisioner, maka dari itu, jumlah sampel yang diambil minimal sebanyak $25 \times 6 = 150$. Hair et, al (1998) menyebutkan bahwa jumlah sampel dalam analisis SEM adalah 100-200 responden.

Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Variabel Indikator Skala pengukuran

Variabel	Indikator	Skala
Machiavellian (X)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penilaian seseorang atas tindakan yang dilakukan. 2. persepsi terhadap orang lain. 3. kejujuran dalam berperilaku 4. Motivasi. 5. penilaian baik terhadap seseorang. 6. penilaian buruk terhadap seseorang. Sumber : Richmond (2001)	Skala Likert

Love of Money (Z1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Budget 2. Evil 3. Equity 4. Success 5. Self expression 6. Social influence 7. Power of Control 8. Happiness 9. Richness 10. Motivator <p>Sumber : Money Ethic Scale (MES) oleh Tang (1992)</p>	Skala Likert
Religiusitas (Z2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dimensi keyakinan atau akidah islam. 2. Dimensi praktik agama atau syariah. 3. Dimensi penghayatan atau pengalaman. 4. Dimensi pengetahuan atau ilmu. 5. Dimensi pengalaman atau akhlak. <p>Sumber : Ancok (2011)</p>	Skala Likert
Persepsi etis (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan 2. Kejujuran 3. Keberanian 4. Tanggung Jawab <p>Sumber : Wardani, Nugroho, dan Prabowo (2021)</p>	Skala Likert

HASIL

Berikut adalah beberapa karakteristik responden dalam penelitian ini, yaitu :

Responden Menurut Jenis Kelamin

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen %
Laki - Laki	55	36 %
Perempuan	95	64 %
Total	150	100 %

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki pada penelitian ini yaitu sebanyak 55 orang atau 36% dari total keseluruhan dan jumlah responden perempuan sebanyak 95 orang atau 64% dari total keseluruhan sampel sebanyak 150.

Responden menurut Usia

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan Agama dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Agama

Agama	Frekuensi	Persen %
Islam	150	100%
Total	150	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, menunjukkan bahwa dari keseluruhan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden, seluruhnya memiliki Agama / Keyakinan yang sama yaitu Agama Islam.

Responden menurut Omset Usaha per tahun

Hasil distribusi frekuensi responden bersasarkan Usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (Tahun)	Frekuensi	Persen %
19	3	2 %
20	7	5 %
21	14	9 %
22	18	12 %
23	14	9 %
25	26	17 %
27	13	9 %
29	15	10 %
30	12	8 %
32	9	6 %
35	11	7 %
37	6	4 %
40	2	1 %
Total	150	100 %

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas diperoleh data dari 150 Responden. Dimana responden yang berusia 19 Tahun terdapat sebanyak 3 orang atau 2%, yang berusia 20 Tahun terdapat sebanyak 7 orang atau 5%, yang berusia 21 dan 23 Tahun terdapat sebanyak masing - masing 14 orang atau masing- masing 9%, yang berusia 22 Tahun terdapat sebanyak 18 orang atau 12%, yang berusia 25 Tahun terdapat sebanyak 26 orang atau 17%, yang berusia 27 Tahun terdapat sebanyak 13 orang atau 9%, yang berusia 29 Tahun terdapat sebanyak 15 orang atau 10%, yang berusia 30 Tahun terdapat sebanyak 12 orang atau 8%, yang berusia 32 Tahun terdapat sebanyak 9 orang atau 6%, yang berusia 35 Tahun terdapat sebanyak 11 orang atau 7%, yang berusia 37 Tahun terdapat sebanyak 6 orang atau 4%, dan yang berusia 40 Tahun terdapat sebanyak 2 orang atau 1%.

Responden menurut Agama

Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan Agama dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Omset Usaha per tahun

Omset Usaha	Frekuensi	Persen %
Maksimal Rp.300 Juta (Usaha Mikro)	150	100%
>Rp.300 Juta - 2,5 Miliar (Usaha Kecil)	-	-
>Rp.2,5 Miliar - Rp.50 Miliar (Usaha Menengah)	-	-
Total	150	100%

Sumber: Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari keseluruhan sampel sebanyak 150 responden memiliki omset usaha yang sama yaitu sebesar Maksimal Rp. 300 Juta per tahun (Usaha Mikro). Adapun Ringkasan hasil measurement model menggunakan PLS sebagai berikut,;

Tabel 6. Ringkasan hasil measurement model

variabel	indikator	loading factor	Composite reliability	ave	Discriminant validity
Machiavellian	X.1	0.726	0.938	0.556	valid
	X.2	0.744			
	X.3	0.764			
	X.4	0.770			
	X.5	0.788			
	X.6	0.773			
	X.7	0.759			
	X.8	0.731			
	X.9	0.704			
	X.10	0.728			
	X.11	0.755			
	X.12	0.701			
Love of Money	Z1.1	0.746	0.936	0.596	Valid
	Z1.2	0.756			
	Z1.3	0.799			
	Z1.4	0.755			
	Z1.5	0.759			
	Z1.6	0.802			
	Z1.7	0.744			
	Z1.8	0.730			
	Z1.9	0.819			
	Z1.10	0.805			
	Z2.1	0.667			
	Z2.2	0.854			
Z2.3	0.699				
Z2.4	0.691				
Z2.5	0.734				
Z2.6	0.748				
Z2.7	0.688				
Z2.8	0.686				
Z2.9	0.757				
Z2.10	0.748				
Persepsi Etis	Y.1	0.734	0.911	0.563	Valid
	Y.2	0.705			
	Y.3	0.714			
	Y.4	0.762			
	Y.5	0.702			
	Y.6	0.787			
	Y.7	0.773			
	Y.8	0.818			

Sumber : Data diolah SmartPLS, 2023

Dimana setiap indikaator variabel yang digunakan dalam penelitian telah lulus uji. Dimana pada tabel tersebut dapat dilihat nilai dari loading factor yang diperoleh setiap indikator vaariabel lebih besar dari 0,70 hal ini dianggap memenuhi syarat validasi, selantutnya nilai composite reability setiap variabel penelitian ini memperoleh nilai diatas 0.70 hal ini dianggap semua variabel dalam penelitian ini mempunyai *internal composite reliability*. Dan nilai AVE semua variabel nilainya >0,50 sehingga dapat dikatakan bahwa tiap indikator yang telah diukur dapat merefleksikan variabelnya masing masing secara valid.

Analisa *Inner Model* (Pengujian Model struktur) adalah model struktural, berdasarkan nilai koefisien jalur, melihat seberapa besar pengaruh antar variabel dengan perhitungan bootstrapping (Solihin, 2019).

Tabel 7. Tabel R Square

	<i>R square</i>	<i>R square Adjusted</i>
<i>Love Of Money</i>	0.219	0.214
Persepsi Etis	0.453	0.438

Sumber : Data diolah SmartPLS, 2023

Menurut Chin (1998), nilai R square dikelompokkan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah) (Adiwinata et al., 2021). Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R square dari *Love of Money* sebesar 0.219 atau 22%, hal ini menunjukkan bahwa 22% *Love of Money* dipengaruhi oleh *Machiavellian* dan Religiusitas sedangkan 78% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Adapun Persepsi Etis menunjukkan nilai 0.453 atau sebesar 45%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 45% dipengaruhi oleh *Machiavellian* dan Religiusitas sedangkan 55% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Uji Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis dilihat dari nilai statistik dan nilai probabilitas. Menurut Ghozali (2018), pengujian hipotesis dengan nilai statistik untuk alpha 5% nilai statistik digunakan yaitu 1,96. Jika t-statistik >1,96 dan nilai P< 0,05 maka Ha diterima.

Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>	<i>Significance Levels</i>
<i>Machiavellian -> Persepsi Etis</i>	-0.148	2.005	0.023	Sig
<i>Machiavellian -> Love of Money</i>	0.468	6.093	0.000	Sig
<i>Love of Money -> Persepsi Etis</i>	-0.169	2.046	0.021	Sig
<i>Machiavellian -> Love of Money -> Persepsi Etis</i>	-0.079	2.271	0.012	Sig
<i>Religiusitas -> Machiavellian dan Persepsi etis</i>	0.094	2.011	0.022	Sig

Sumber : Data diolah SmartPLS, 2023

Dari tabel hasil olahan diatas, dapat dilihat bahwa kelima hipotesis yang ada dalam penelitian ini memiliki nilai T-statistik lebih dari 1,96 dan nilai P values lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan memiliki pengaruh dan semua hipotesis diterima.

DISKUSI

Pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Machiavellian* berpengaruh negatif signifikan terhadap persepsi etis UMKM bidang Kuliner di Kota Makassar. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *Machiavellian* seseorang maka semakin rendah persepsi etisnya.

Machiavellian merupakan sikap negatif yang muncul pada seseorang berupa keinginan untuk melakukan kecurangan seperti manipulasi ataupun yang lain dengan mengabaikan rasa kepercayaan, kehormatan, dan kesopanan serta cenderung akan mementingkan kepentingan atau keuntungan pribadinya (Zainuddin et al., 2021). Persepsi etis sendiri adalah bagaimana seseorang bersikap dan menilai baik atau buruknya suatu keadaan, peristiwa atau perilaku, berdasarkan pandangannya masing-masing (Kurniawan, 2017).



Para pelaku usaha atau UMKM yang memiliki tingkat Machiavellian yang tinggi akan cenderung melakukan kecurangan dan menilai suatu kecurangan itu adalah hal yang biasa, hal ini disebabkan oleh rendahnya persepsi etisnya atau kemampuannya dalam menilai baik atau buruknya suatu perilaku. Maka dari itu masih saja ditemukan beberapa kecurangan-kecurangan yang terjadi khususnya dalam lingkup UMKM.

Salah satu peristiwa yang tulis oleh Ibnu Munsir pada laman detikNews, pelaku UMKM dikota Makassar tepatnya di pasar terong Kota Makassar yang melakukan kecurangan dengan memperjualbelikan kolang-kaling yang mengandung formalin, tindakan ini dilakukan agar bahan makanan yang diperjualbelikan lebih tahan lama dan tidak mudah rusak, hal ini semata-mata dilakukan hanya untuk mendapatkan keuntungan pribadi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi dan Aulia (2021) dan Yusra dan Utami (2018) yang menyatakan bahwa *Machiavellian* berpengaruh negatif signifikan terhadap persepsi etis. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Farhan et al., (2019) yang menemukan bahwa *Machiavellian* tidak berpengaruh terhadap persepsi etis. Fikrumningrum (2012) dalam (Farhan et al., 2019) menjelaskan bahwa perilaku seseorang bisa berasal dari internal dan eksternal yang berarti seseorang berperilaku bukan karena keinginan sendiri tapi adanya desakan yang tidak bisa dikontrol oleh seseorang. Tindakan tidak etis seperti melakukan kecurangan yang dilakukan berdasarkan faktor eksternal seseorang karena adanya tekanan dan desakan yang mendasari tindakan tidak etis tersebut seperti harga bahan baku yang terlalu tinggi, ketidakmampuan untuk bersaing dan lain sebagainya. Dapat disimpulkan bahwa terdapat tidak adanya pengaruh sifat *machiavellian* yang dimiliki terhadap persepsi etika seseorang dalam melakukan tindakan tidak etis, sebab tindakan yang dilakukan didasari oleh faktor eksternal.

Pengaruh Machiavellian terhadap *love of money* pelaku UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Machiavellian* berpengaruh positif signifikan terhadap *love of money*. Nilai koefisien jalur yang didapatkan antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik. Hasil penelitian ini berarti semakin tinggi tingkat *Machiavellian* seseorang maka semakin tinggi pula tingkat *love of Money*.



Hasil ini berarti seseorang yang memiliki tingkat *Machiavellian* yang tinggi akan cenderung mementingkan kepentingan pribadinya, sehingga akan melakukan apapun agar kepentingannya dapat terpenuhi sekalipun dia melakukan tindakan tidak etis seperti kecurangan. Seseorang yang memiliki tingkat *Machiavellian* yang tinggi cenderung memiliki ketidakpedulian terhadap norma-norma etika atau moral dalam tindakan mereka. Mereka cenderung mengabaikan konsekuensi moral dari perbuatan mereka dan lebih fokus pada hasil yang diinginkan, seperti mendapatkan uang atau kekayaan. Hal ini menyebabkan seseorang akan melakukan cara apapun untuk memperoleh uang bahkan dengan melakukan tindakan tidak etis. Hal ini menandakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat *Machiavellian* yang tinggi akan memiliki tingkat *love of money* yang tinggi juga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Normadewi (2012) yang menyatakan bahwa *Machiavellian* berpengaruh positif signifikan terhadap *Love of Money*. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rindayanti dan Budiarto (2017), yang menemukan bahwa *Machiavellian* tidak berpengaruh terhadap *Love of Money*. Hal ini disebabkan oleh keberagaman karakteristik psikologis. *Machiavellianisme* dan *Love of money* adalah konsep-konsep yang berbeda dan tidak selalu terkait erat satu sama lain dalam setiap individu. Seseorang dapat memiliki ciri-ciri *Machiavellianisme* yang tinggi tetapi tidak terlalu peduli dengan uang atau kekayaan, begitupun sebaliknya. Seseorang yang mencintai uang mungkin memiliki alasan atau tujuan yang berbeda untuk mengumpulkan kekayaan, seperti memastikan keamanan finansial, atau membantu keluarga. Sementara itu, tingkat *Machiavellianisme* seseorang bisa dipengaruhi oleh lingkungan sosial, pengalaman hidup, atau tuntutan pekerjaan. Oleh karena itu, ada faktor-faktor eksternal yang berbeda-beda sehingga dapat mempengaruhi hubungan antara kedua karakteristik ini.

Pengaruh *Love of Money* terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *love of money* berpengaruh negative signifikan terhadap persepsi etis UMKM bidang Kuliner di Kota Makassar. Nilai koefisien jalur yang didapatkan antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat *love of money* maka semakin rendah persepsi etis seseorang.

Uang dapat digunakan untuk mengamati perilaku manusia melalui sikap mereka terhadap uang. Hal ini disebabkan orang yang mencintai uang berlebih akan



mempunyai perhatian paling tinggi untuk memenuhi kepuasan dan kebutuhannya sehingga akan melakukan apapun bahkan bertindak tidak etis untuk mendapatkan uang. Dari data yang diperoleh, tingkat kecintaan pelaku UMKM di Kota Makassar terhadap uang itu tinggi sehingga persepsi etisnya semakin rendah. Hal tersebut didukung oleh fakta empiris penelitian dengan nilai *mean* tertinggi yang didapatkan pada pernyataan kuisisioner penelitian “saya akan melakukan apapun demi mendapatkan pendapatan yang lebih”. Pernyataan tersebut berarti bahwa seseorang akan melakukan apapun baik bertindak baik maupun buruk demi mendapatkan uang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fakhruzzaman (2021) dan Wibowo (2020) yang menyatakan bahwa *Love of Money* berpengaruh negatif signifikan terhadap persepsi etis. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatulloh dan Sartini (2019), yang menemukan bahwa *Love of Money* tidak berpengaruh terhadap persepsi etis. Hal ini disebabkan oleh norma subjektif. Sehingga, seseorang akan terlebih dahulu akan mempertimbangkan tekanan sosial (norma subjektif) ketika akan berperilaku tidak etis. Pengambilan keputusan etis seringkali melibatkan banyak pertimbangan yang lebih luas daripada hanya mencari keuntungan finansial. Individu dapat mempertimbangkan dampak sosial, lingkungan, dan keadilan dalam tindakan mereka. Seorang individu mungkin bisa mencintai uang, tetapi juga memiliki komitmen untuk bertindak etis berdasarkan nilai-nilai pribadi mereka.

***Love of Money* memediasi pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar**

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Machiavellian* berpengaruh negatif signifikan terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner Di Kota Makassar dengan dimediasi dengan *Love of Money*. Nilai koefisien jalur yang didapatkan antar variabel tersebut signifikan secara statistik. Hasil tersebut menunjukkan apabila tingkat *Machiavellian* seseorang itu tinggi dan dengan melalui *Love of money* maka akan semakin rendah persepsi etisnya.

Sebelumnya, tingkat *Machiavellian* yang tinggi berpengaruh negative dan signifikan terhadap persepsi etis UMKM bidang Kuliner di Kota Makassar, dengan menambahkan variabel mediasi yaitu *Love Of Money* ternyata Persepsi seseorang akan semakin rendah atau buruk. Hal ini disebabkan pelaku UMKM yang memiliki tingkat *Machiavellian* yang tinggi akan cenderung melakukan tindakan tidak etis



seperti melakukan kecurangan demi kepentingan pribadinya. Dengan melalui Variabel *love of money* ternyata dapat memotivasi pelaku umkm untuk memaksimalkan keuntungan sehingga akan melakukan berbagai cara untuk memperoleh uang, baik itu melalui tindakan etis maupun tidak etis. Hal ini menunjukkan semakin rendahnya persepsi etisnya. Karena pelaku UMKM semakin tidak mampu menilai perilaku yang dilakukan atau yang dirasakan itu merupakan perilaku yang baik atau tidak, pelaku UMKM hanya memikirkan bagaimana cara agar tujuannya dapat tercapai yaitu memperoleh keuntungan. Hal ini juga didukung oleh fakta empiris penelitian dengan nilai *mean* tertinggi yang didapatkan pada pernyataan kuisisioner penelitian “saya akan melakukan apapun demi mendapatkan pendapatan yang lebih”. Pernyataan tersebut berarti bahwa seseorang akan melakukan apapun baik bertindak baik maupun buruk demi mendapatkan uang.

Salah satu peristiwa yang terjadi di UMKM Kota Makassar yang ditulis oleh Fadhilah Nazif pada laman tempo.co, dimana BPOM Kota Makassar menemukan zat pewarna tekstil pada sampel terasi yang diambil di 10 pasar tradisional Kota Makassar. Hal ini dilakukan agar produk yang dijual lebih berwarna cerah sehingga lebih menarik pelanggan dan tentunya untuk dapat mendapatkan keuntungan yang lebih dibandingkan para pesaing.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Normadewi (2012) yang menyatakan bahwa *Love of Money* memediasi pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Rindayanti dan Budiarto (2017), yang menemukan bahwa *Love of Money* tidak memediasi pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis. Hal ini disebabkan adanya beberapa motivasi yang berbeda, meskipun ada kemungkinan bahwa individu dengan tingkat *Machiavellian* tinggi mungkin memiliki kecenderungan untuk mencari keuntungan finansial, itu bukan satu-satunya motivasi mereka. Tindakan *Machiavellianisme* lebih cenderung terkait dengan keinginan untuk mengendalikan orang lain, mencari keunggulan atas orang lain, dan mendapatkan kekuasaan. Meskipun uang dapat menjadi alat untuk mencapai tujuan mereka, tetapi "Love of money" bukan satu-satunya dorongan utama mereka.



Religiusitas memoderasi pengaruh *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar

Berdasarkan hasil penelitian dan berbagai pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa *Machiavellian* berpengaruh positif signifikan terhadap Persepsi Etis UMKM Bidang Kuliner di Kota Makassar dengan dimoderasi oleh Religiusitas. Nilai koefisien jalur yang didapatkan antara kedua variabel tersebut signifikan secara statistik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa apabila seseorang yang memiliki sifat *Machiavellian* tetapi disertai dengan tingkat Religiusitas yang tinggi akan meningkatkan Persepsi etis seseorang.

Hasil ini berarti bahwa dengan landasan agama yang kuat dengan beriman kepada Allah SWT, akan mempengaruhi cara pandang seseorang. Sehingga persepsi terhadap etika juga akan semakin baik, dengan ini seseorang dapat membedakan mana tindakan yang benar atau tidak. Hal ini akan dapat mengurangi orientasi seseorang untuk bertindak curang dan menghalalkan segala cara demi mencapai keuntungan pribadi khususnya dalam menjalankan UMKM.

Dari data yang diperoleh pelaku UMKM bidang kuliner dikota Makassar memiliki tingkat Religiusitas yang tinggi sehingga akan memiliki persepsi etis yang baik dan menjalankan usahanya dengan cara yang bersih. hal ini didukung oleh data yang peroleh dengan nilai *mean* tertinggi pada pernyataan kuisisioner penelitian "Segala kegiatan atau aktivitas, saya selalu mengikutsertakan Allah didalamnya". Artinya semua kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menjalankan usahanya selalu mengikutsertakan Allah SWT didalamnya sehingga terhindar dari perbuatan yang buruk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farhan (2019) dan Yamin et al., (2020) yang menyatakan bahwa Religiusitas memoderasi *Machiavellian* terhadap Persepsi Etis. Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tri Lestari (2021) yang menemukan bahwa Religiusitas tidak memoderasi *Machiavellian* terhadap Persepsi etis. Tri Lestari (2021) mengatakan bahwa religiusitas dapat naik dan turun pada titik-titik tertentu. Oleh sebab itu, ketika seseorang dihadapkan pada situasi terdesak dapat melemahkan tingkat religiusitas seseorang. Religiusitas tidak memoderasi hubungan variabel *machiavellian* terhadap variabel persepsi etis karena sifat *Machiavellian* tidak ada yang mutlak dalam kehidupan profesional dan sifat religiusitas yang dapat naik turun pada titik tertentu yang membuat religiusitas belum mampu untuk memoderasi hubungan variabel *machiavellian* terhadap variabel persepsi etis.



REFERENSI

- Agustina, D., & Julia. (2021). Pengaruh love of money, machiavellian, moral reasoning, ethical sensitivity, dan religiusitas terhadap persepsi etis mahasiswa. *AKUNTABEL*, 18(1).
- Amir Hidayatulloh, & Sartini. (2019). *pengaruh religiusitas dan love of money terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi*. 17(1), 28–36.
- Ancok, D. dan Suroso, F. N. 2011. Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problemproblem Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Aziz, T. I., & Taman, A. (2016). Pengaruh love of money dan machiavellian terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi (Studi Empiris Pada Mahasiswa Akuntansi UNY Angkatan 2013 dan Angkatan 2014). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v4i2.7998>
- Christie,R.,& Geis,F.L.(1970). Machiavellianism. Academic Press, Incorporated
- Dister, N. S. (1988). Pengalaman dan Motivasi Beragama : Pengantar Psikologi Agama. Yogyakarta : Kanisius.
- Fachrizar, M., Haris, N., & Indriasari, R. (2020). pengaruh love of money, religiusitas dan idealisme terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi. *Jurnal Akun Nabelo: Jurnal Akuntansi Netral, Akuntabel, Objektif*, 3(1).
- Fakhruzzaman, R. A. (2021). *Pengaruh pengetahuan etika akuntansi, religiusitas dan love of money terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi*.
- Farhan, M., Helmy, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh Machiavellian Dan Love Of Money Terhadap Persepsi Etika Penggelapan Pajak Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi: *jurnal eksplorasi akuntansi*, 1(1). <https://doi.org/10.24036/jea.v1i1.88>
- Hair et al., (1998), *Multivariate Data Analysis, Fifth Edition*, Prentice Hall, Upper Saddle River : New Jersey.
- Kurniawan, P. I. (2017). Pengaruh Love Of Money dan Machiavellian Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud). *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 21(3), 2253–2281.
- Lestari, Tri (2021) *Pengaruh Machiavellian, Love of Money Dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Persepsi Etika Penggelapan Pajak Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderating : Studi Kasus Pada Wajib Pajak Badan Di Kota Semarang. Undergraduate (S1) Thesis*,. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/13466/>
- Lubis, Arfan I (2010). *Akuntansi Keperilakuan*. Jakarta: Salemba Empat



- Munsir, Ibnu, 2018. " Razia Menu Takjil, Dinkes Makassar Temukan Makanan Berformalin", <https://news.detik.com/berita/d-4025949/razia-menu-takjil-dinkes-makassar-temukan-makanan-berformalin>, diakses pada 5 Maret 2023 pukul 16.08.
- Nisa, Y. A. (2019). Pengaruh Love of Money, Machiavellian, Idealisme dan Religiusitas pada Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*, 01, 536. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i01.p20>
- Normadewi. (2012). " Analisis Pengaruh Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi dengan Love of Money Sebagai Variabel Intervening". Thesis. Universitas Diponegoro
- Notoatmodjo. 2010. Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Pertiwi, A., & Aulia, Y. (2021). *pengaruh love of money, machiavellian dan religiusitas terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi universitas dr. soetomo surabaya*. 03(1), 108-132.
- Prabowo, P. P., & Widanaputra, A. A. G. P. (2018). Pengaruh Love of Money, Machiavellian, dan Idealisme pada Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi. *E-Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i01.p20>
- Richmond, Kelly Ann. (2001). "Ethical Reasoning, Machiavellian Behavior, and Gender: the Impact on Accounting Students' Ethical Decision Making". Dissertition. Journal. Virginia Polytechnic Institute
- Rindayanti, R., & Budiarto, D. S. (2017). Hubungan antara Love of Money, Machiavellian dengan Persepsi Etis: Analisis Berdasarkan Perspektif Gender. *Akuntabilitas*, 10(2). <https://doi.org/10.15408/akt.v10i2.6137>
- Suryandari, E., & Pratama, L. V. (2021). Determinan Fraud Dana Desa: Pengujian Elemen Fraud Hexagon, Machiavellian, dan Love of Money. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.18196/rabin.v5i1.11688>
- Tang, T.L.P (1992). "The Meaning of Money Revised. Journal. Journal of Organizational Behaviour". Vol. 13, pp. 197-202. 132
- Tri Lestari. (2021). Pengaruh Machiavellian, love of money dan status sosial ekonomi terhadap persepsi etika penggelapan pajak dengan religiusitas sebagai variabel moderating : studi kasus pada wajib pajak badan di Kota Semarang.
- Ulfasari, H. (2018). Pengaruh Love Of Money, Perilaku Machiavellian dan Jenis Kelamin Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi.
- Wardani, D. K., Nugroho, S. P., & Prabowo, A. A. (2021). Pengaruh Persepsi Etis Dan Religiusitas Terhadap Niat Umkm Melakukan Pinjaman Online Pada Masa



- Covid-19. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 29(2), 81-92.
<https://doi.org/10.32477/jkb.v29i2.296>
- Wibowo, D. A. (2020). Pengaruh Gender, Usia, Love of Money, dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Persepsi Etis Mahasiswa Akuntansi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Akuntansi UMS Angkatan 2015 dan 2016). *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Yamin, N. Y., Jamaluddin, Bekka, M. J., Totanan, C., Yuniar, L. S., & Aliamanputri, A. K. (2020). *Religiosity: The Love of Money, Machiavellian, and the Ethical Perception of Accounting Students (Study of Accounting Students at Universitas Tadulako)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.201017.112>
- Yusra, M., & Utami, C. (2018). pengaruh love of money dan machiavellian terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi: (studi empiris pada mahasiswa prodi akuntansi universitas malikussaleh). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 6(1).
<https://doi.org/10.29103/jak.v6i1.1821>
- Yustisianingsih, S., Maslichah, & Hariri. (2020). pengaruh religiusitas, love of money, machiavellian, dan pendidikan etika bisnis terhadap persepsi etis mahasiswa akuntansi (Studi Empiris pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang). *E-Jra*, 09(03).
- Zainuddin, Z., Mahdi, S. A., & Ismail, A. A. (2021). faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi etis penggelapan pajak. *jurnal informasi, perpajakan, akuntansi, dan keuangan publik*, 16(1). <https://doi.org/10.25105/jipak.v16i1.6441>