

**PERSEPSI MAHASISWA JURUSAN MANAJEMEN
TERHADAP
MATA KULIAH ETIKA BISNIS**

Sri Wartini¹

Abstract : The purposes of the research were to identify the differences between Private students of Management from State University and Private University perceptions toward the importance of business ethics and to identify the adequate of ethic coverage in management curriculum. Dimension of business ethical studied here were autonomy, honesty, justice, mutuality and high moral integrity. The samples were consisted of 150 students of management from State University and 150 students of management from Private University in Semarang. Research method used was survey one using questionnaires. Hypothesis test used independent sample T-test. Research result found that there was significant development between students from State University and Private University toward business ethics. Students of management from State University had better ethic perceptions than students from Private University had. Based on result of forum discussion about coverage of ethic content in curriculum of management education, most respondents stated that the curriculum was not adequate that it should be integrated with certain subjects.

Key words: perception, business ethics, coverage of ethical contents

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Profesionalisme suatu profesi pengusaha mensyaratkan tiga hal utama yang harus dipunyai, yaitu berkeahlian, berpengetahuan dan berkarakter (

¹ Staff Pengajar Jurusan Manajemen FE UNNES

Machfoedz, 1997). Karakter menunjukkan *personality* seorang profesional yang diantaranya diwujudkan dalam sikap dan tindakan etisnya. Sikap dan tindakan etis akan sangat menentukan posisinya di masyarakat pemakai jasa profesionalnya.

Etika merupakan rambu-rambu atau patokan yang ditentukan sendiri oleh pelaku atau kelompoknya (Ginandjar Kartasasmita ,1997) . dengan demikian yang dimaksud etika bisnis disini adalah etika pelaku bisnis. Etika bisnis tidak dapat dibentuk pada wilayah bisnis, namun dibentuk sebelum seseorang memasuki wilayah bisnis.

Salah satu tempat pembentukan beretika bisnis tersebut adalah pada wadah akademis atau pendidikan. Dunia pendidikan dalam hal ini sebagai sarana untuk mengembangkan dan membekali calon pelaku bisnis dengan keahlian ilmu pengetahuan dan pendidikan moral. Dorongan agar akademisi lebih memperhatikan masalah etika memang sudah banyak dilakukan terutama di luar negeri, *American Assembly of Collegiate Schools of Business (AACSB)* menyarankan adanya unsur-unsur bermuatan etika ke dalam mata kuliah secara umum. Hildebeitel dan Jones (1992) dalam studinya menyimpulkan bahwa prinsip-prinsip etika yang dimasukkan dalam kurikulum mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam mengambil keputusan etis dan lebih banyak pengaruh positif bagi mahasiswa.

Solberg (1995) dalam studinya menekankan bahwa pendidikan etika sangat penting karena mahasiswa berada pada periode transisi moral dan mencari standar etika tertentu yang sesuai bagi mereka. Huss dan Patterson (1993) dalam artikelnya menekankan bahwa etika merupakan komponen penting dalam pendidikan dan pengintegrasian ke dalam kurikulum harus dipastikan dapat meningkatkan perkembangan moral mahasiswanya.

Perumusan Masalah

Berbagai fenomena pada latar belakang di atas dimana selama ini pendidikan etika bisnis di jurusan manajemen belum banyak tercurahkan dalam kurikulum pendidikan tinggi baik pada PTN ataupun PTS. Muatan mata kuliah etika bisnis dalam kurikulum di setiap pendidikan tinggi juga berbeda sehingga mengakibatkan adanya perbedaan persepsi dan pemahaman mahasiswa terhadap pentingnya mata kuliah etika dalam praktek bisnis. Adapun rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah ada perbedaan yang signifikan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dan PTS terhadap mata kuliah etika bisnis ? (2) Bagaimana persepsi mereka tentang pentingnya pendidikan etika bisnis dalam kurikulum, haruskah menjadi mata kuliah tersendiri atau diintegrasikan pada kurikulum yang ada.

Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Mengungkapkan perbedaan persepsi mahasiswa manajemen PTN dan PTS terhadap pentingnya mata kuliah etika bisnis (2) Mengetahui tentang kecukupan cakupan muatan etika dalam kurikulum jurusan manajemen.

Manfaat Penelitian

(1) Bagi Para Akademisi: Hasil penelitian dapat membantu para akademisi untuk lebih memahami tingkat sensitivitas mahasiswa Ekonomi khususnya manajemen terhadap etika bisnis. Pemahaman yang lebih baik terhadap perkembangan etika mahasiswa manajemen akan dapat memberi masukan yang penting dalam penyusunan kurikulum. Hasil penelitian ini, setidaknya akan dapat menjadi indikator mengenai bagaimana calon-calon pebisnis tersebut akan berperilaku terhadap bisnis di masa yang akan datang. (2) Bagi Para Pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan dan

menambah pengetahuan serta bahan pertimbangan untuk lebih menghargai profesi diri sebagai pebisnis (pengusaha) yang berjiwa profesional.

TINJAUAN PUSTAKA

Persepsi dan Etika Bisnis

Persepsi menurut Hollander (1980) adalah proses pemilihan, pengelompokan dan penginterpretasian. Forgas dan Melamed menyatakan bahwa persepsi proses ekstraksi informasi. Sedangkan menurut kamus besar Indonesia (1995) didefinisikan sebagai tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu, atau merupakan proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Sedangkan Rakhmat (1993) menyebutkan bahwa persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan, atau dengan perkataan lain persepsi adalah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli).

Adapun etika yang terkait dengan bisnis merupakan suatu kebiasaan atau budaya moral menyangkut kegiatan bisnis yang dianut dalam suatu perusahaan dari satu generasi ke generasi yang lain (Keraf, 1998). Sedangkan Velasquez (2005), mendefinisikan mata kuliah etika bisnis: "merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. Bertens (2000), mendefinisikan etika bisnis sebagai "studi tentang masalah etis dibidang ekonomi dan bisnis." Pendekatan konvensional terhadap etika bisnis meliputi sebuah perbandingan keputusan atau praktek terhadap norma sosial yang berlaku.

Prinsip-prinsip Dalam Etika Bisnis

Ada beberapa prinsip umum etika bisnis yang berlaku dalam kegiatan bisnis yang baik dan sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kita

sebagai manusia, antara lain : (Richard T. 1986). Prinsip *Otonomi*, berkaitan dengan sikap dan kemampuan manusia untuk mengambil keputusan dan bertindak berdasarkan kesadarannya sendiri tentang apa yang dianggap baik untuk dilakukan, Prinsip Kejujuran, prinsip ini merupakan kunci keberhasilan untuk dapat bertahan dalam jangka panjang, karena dalam suasana bisnis penuh persaingan yang ketat, Prinsip Keadilan, prinsip ini menuntut agar setiap orang diperlakukan secara sama sesuai dengan aturan yang adil dan sesuai dengan kriteria yang rasional obyektif dan dapat dipertanggungjawabkan, Prinsip Saling Menguntungkan, pada prinsip ini menuntut agar bisnis yang dijalankan dapat menguntungkan semua pihak terutama dalam mengakomodasi hakikat dan tujuan bisnis, Prinsip Integritas Moral, agar para pelaku bisnis atau perusahaan menjalankan bisnisnya dengan tetap menjaga nama baiknya atau nama baik perusahaannya.

Cakupan Etika dalam Kurikulum Manajemen

Chua dkk(1994) melakukan survei untuk meneliti tentang cakupan materi dalam kurikulum manajemen di New Zealand dan Australia, hasil surveinya menyimpulkan bahwa 82,3 % responden menawarkan mata kuliah yang berisi komponen etika. Sedangkan hasil survei Kerr dan Smith (1995) terhadap 224 mahasiswa manajemen di sebuah universitas besar di Amerika menunjukkan bahwa masalah etika merupakan isu utama dalam bidang bisnis dan manajemen serta kurangnya perhatian di bidang etika akan merusak pelaku bisnis dan profesi manajemen.

Dari paparan di atas disimpulkan bahwa mahasiswa ekonomi seharusnya mempunyai kesadaran etis yang berbeda dari mahasiswa disiplin lain, karena mahasiswa ekonomi khususnya manajemen kelak sebagai calon-calon pelaku bisnis tentunya akan banyak terkait dengan masalah-masalah etika dalam dunia bisnis.

Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan perumusan masalah serta kerangka pikir tersebut di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

Ho : tidak ada perbedaan signifikan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dan mahasiswa manajemen PTS terhadap mata kuliah etika bisnis.

Ha : ada perbedaan signifikan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dan mahasiswa manajemen PTS terhadap mata kuliah etika bisnis.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa manajemen yang kuliah di PTN dan mahasiswa manajemen yang kuliah di PTS.

Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *quota sampling*, jumlah sampel yang ditentukan adalah 300 responden, terdiri dari 150 mahasiswa PTS dan 150 mahasiswa PTN.

Metode Pengumpulan Data.

Untuk mengumpulkan data sebagai bahan penelitian ini, maka metode yang digunakan adalah melalui kuesioner kepada responden. Kuesioner ini dikirimkan kepada responden dengan menghubungi sendiri secara langsung setiap PTN dan PTS yang ada di Semarang.

Jenis Data dan Pengukurannya

Data yang diteliti dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai variabel bebas (independen) yaitu Etika Bisnis. Sedangkan pengukuran untuk kuesioner menggunakan poin skala likert gradasi 1 – 5, dimana :

Sangat Tidak setuju Skor 1

Tidak Setuju	Skor 2
Ragu-ragu	Skor 3
Setuju	Skor 4
Sangat Setuju	Skor 5

Indikator dari variabel etika bisnis yang digunakan sebagai tolok ukur dalam penelitian ini dikembangkan oleh Richard T. (1986) dalam Keraf, (1998). adalah meliputi 5 prinsip antara lain: Prinsip Otonomi, Prinsip Kejujuran, Prinsip Keadilan, Prinsip Saling Menguntungkan, Prinsip Integritas Moral.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Jika hasil signifikan atau $\text{sig} < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pertanyaan adalah valid (Ghozali, 2001).

Uji Reliabilitas

Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal apabila memiliki Cronbach Alpha < 0.60 (Nunnaly, 1996).

Metode Analisis Data.

Teknik analisis untuk menguji hipotesis pertama dan kedua, digunakan alat analisis *independent sampel t-test* yang dimaksudkan untuk mengetahui beda rata-rata persepsi mahasiswa manajemen PTN dan PTS terhadap etika bisnis.

Untuk menganalisis pendapat responden terhadap beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan cakupan etika dalam kurikulum, akan dilakukan analisis dengan merangking pendapat terbanyak dari responden mengenai mata kuliah yang mencakup muatan etika, dan mentabulasi pendapat tentang cakupan muatan etika yang

telah ada dalam kurikulum, serta bagaimana solusinya jika ternyata dianggap belum.

ANALISIS HASIL PENELITIAN
Deskripsi dan Analisis Data.

Tabel 1. Jumlah Responden yang Mengembalikan Kuesioner

Mahasiswa :	
Jumlah keseluruhan kuesioner yang dikirim	300
Jumlah kembali	300
Mahasiswa PTN	150
Mahasiswa PTS	150

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel tersebut terlihat bahwa tingkat pengembaliannya 100% sehingga memenuhi kualifikasi analisis. Jumlah tersebut dapat dicapai karena peneliti mendatangi langsung responden dan masuk ke ruang kelas sebelum atau sesudah kuliah berlangsung, dengan ijin dari dosen pengampu.

Tabel 2 Jumlah Sampel Masing-Masing Kelompok Untuk Analisis Cakupan Muatan Etika dalam Kurikulum Manajemen

Mahasiswa manajemen PTN	150
Mahasiswa manajemen PTS	150
Jumlah	300

Sumber : Data primer yang telah diolah

Jumlah sampel untuk analisis cakupan muatan etika dalam kurikulum sama dengan jumlah sampel untuk analisis persepsi etika. Hal tersebut disebabkan seluruh mahasiswa manajemen adalah mahasiswa manajemen S1

yang sudah menempuh mata kuliah yang bermuatan etika :

Tabel 3. Profil responden berdasarkan jenis kelamin .

Laki-laki	153 orang
Perempuan	147 orang
Jumlah	300 orang

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 3. di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki – laki sebesar 153 orang dari 300 orang responden.

Tabel 4. Profil responden berdasarkan asal PT.

Universitas Negeri Semarang	75
Universitas Diponegoro Semarang	75
STIE Pariwisata	30
STIE Cendekia Karya Utama	30
Universitas Semarang	30
STIE Widya Manggala	30
Universitas STIKUBANK	30
Jumlah	300

Sumber : Data primer yang telah diolah

Pengujian Data

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan untuk masing-masing kelompok pernyataan adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Variabel	Pernyataan	Reliabilitas		Validitas	
		Alpha	Arti	Sig.	Arti
Otonomi	K1			0,000	Ok
	K2			0,000	Ok

	Total	0,800	Ok		
Kejujuran	K3			0,000	Ok
	K4			0,000	Ok
	Total	0,667	Ok		
Keadilan	K5			0,000	Ok
	K6			0,000	Ok
	K7			0,000	Ok
	K8			0,000	Ok
	Total	0,655	Ok		
Saling menguntungkan	K9			0,000	Ok
	K10			0,000	Ok
	Total	0,804	Ok		
Integritas moral	K11			0,000	Ok
	K12			0,000	Ok
	K13			0,000	Ok
	K14			0,000	Ok
	K15			0,000	Ok
	Total	0,667	Ok		

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dalam kondisi valid serta reliable. Oleh sebab itu dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian layak digunakan.

Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian berdasarkan output SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Beda

Variabel	t-hitung	2-Tailed P	Mean	
			PTN	PTS
Etika Bisnis	7,041	0,000	48,45	44,45
Otonomi	3,946	0,000	6,23	5,46
Kejujuran	4,330	0,000	6,96	6,43

Keadilan	7,349	0,000	14,10	12,75
Saling Menguntungkan	- 0,421	0,674	5,89	5,95
Integritas Moral	5,201	0,000	15,27	13,87

Sumber : data sekunder yang diolah

Bertolak dari tabel 6 di atas, maka dapat ditemukan bahwa :

Etika Bisnis

Nilai t-hitung untuk variabel etika bisnis sebesar 7,041, sementara nilai t-tabel sebesar $\pm 1,960$ dengan derajat signifikansi 5%. Ini berarti bahwa t-hitung > t-tabel. Dengan demikian H_0 ditolak, artinya ada perbedaan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dengan mahasiswa manajemen PTS dalam hal etika bisnis.

Secara spesifik tabel 6 juga menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN mempunyai persepsi terhadap etika bisnis lebih tinggi dibandingkan mahasiswa PTS. Hal tersebut ditunjukkan dengan mean PTN (48,45) yang lebih tinggi dibandingkan dengan mean PTS (44,45). Lebih tingginya persepsi mahasiswa manajemen PTN dibanding mahasiswa manajemen PTS diduga karena perbedaan proses pembelajaran PTN dan PTS sehingga berpengaruh terhadap pemahaman mahasiswa terhadap etika bisnis, khususnya pada dimensi-dimensi etika bisnis.

Otonomi

Sedangkan output yang dihasilkan oleh SPSS untuk uji beda dimensi otonomi adalah nilai t-hitung sebesar 3,946, sementara nilai t-tabel sebesar $\pm 1,960$ dengan derajat signifikansi 5%. Ini berarti bahwa t-hitung > t-tabel. Dengan demikian H_0 ditolak, artinya ada perbedaan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dengan mahasiswa manajemen PTS dalam hal dimensi otonomi.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN lebih tinggi mempunyai persepsi

terhadap dimensi otonomi dibandingkan mahasiswa manajemen PTS. Terlihat dari mean PTN (6,23) lebih tinggi dibanding mean PTS (5,46).

Kejujuran

Pada uji beda dimensi kejujuran menghasilkan nilai t-hitung sebesar 4,330, sementara nilai t-tabel sebesar $\pm 1,960$ dengan derajat signifikansi 5 %. Ini berarti bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$. Dengan demikian H_0 ditolak, artinya ada perbedaan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dengan mahasiswa manajemen PTS dalam hal dimensi kejujuran.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN lebih tinggi mempunyai persepsi terhadap dimensi kejujuran dibandingkan mahasiswa manajemen PTS. Terlihat dari mean PTN (6,96) lebih tinggi dibanding mean PTS (6,43).

Keadilan

Nilai t-hitung sebesar 7,349 $>$ nilai t-tabel sebesar $\pm 1,960$ dengan derajat signifikansi 5 %. Ini berarti bahwa H_0 ditolak, artinya ada perbedaan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dengan mahasiswa manajemen PTS dalam hal dimensi keadilan.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN lebih tinggi mempunyai persepsi terhadap dimensi keadilan dibandingkan mahasiswa manajemen PTS. Terlihat dari mean PTN (14,10) lebih tinggi dibanding mean PTS (12,75).

Saling menguntungkan

Tidak adanya perbedaan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dengan mahasiswa manajemen PTS dalam hal dimensi saling menguntungkan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar -0,461 yang lebih kecil daripada nilai t-tabel sebesar $\pm 1,960$ (pengujian dua sisi, taraf signifikansi 5 persen), yang berarti H_0 diterima.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN lebih rendah mempunyai persepsi terhadap dimensi saling menguntungkan dibandingkan mahasiswa manajemen PTS. Terlihat dari mean PTN (5,89) lebih rendah dibanding mean PTS (5,95).

Integritas moral tinggi

Adanya perbedaan antara persepsi mahasiswa manajemen PTN dengan mahasiswa manajemen PTS dalam hal dimensi integritas moral. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t-hitung sebesar 5,201 yang lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar ±1,960 (pengujian dua sisi, taraf signifikansi 5 persen), yang berarti Ho ditolak.

Tabel 6 juga menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN lebih tinggi mempunyai persepsi terhadap dimensi integritas moral tinggi dibandingkan mahasiswa manajemen PTS. Terlihat dari mean PTN (15,27) lebih tinggi dibanding mean PTS (13,87).

Dari semua temuan di atas mengisyaratkan bahwa dibandingkan mahasiswa manajemen PTS, mahasiswa manajemen PTN bila telah bekerja lebih kuat memegang prinsip-prinsip etika bisnis

Deskripsi Hasil Jajak Pendapat

Dalam hal jajak pendapat terdapat 4 pertanyaan yang diajukan kepada responden mengenai cakupan muatan etika dalam kurikulum pendidikan tinggi manajemen.

Tabel 7. Jumlah Pendapat Responden Tentang Mata Kuliah Yang Telah Mencakup Muatan Etika.

Agama	187
Pancasila	155
Ilmu Budaya Dasar	131
MSDM	120
Perilaku Organisasi	86
Pengantar Manajemen	60

Perpajakan	54
Sistem Informasi Manajemen	55
Ilmu Alamiyah Dasar	51
Pengantar Ilmu Ekonomi	38
Budgeting	4
Akuntansi Manajemen	27
Akuntansi Biaya	27
Pengantar Bisnis	10

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari tabel di atas nampak bahwa lima urutan teratas dalam hal mata kuliah yang cakupan etikanya luas adalah sebagai berikut : Pendidikan Agama, Pancasila, Ilmu Budaya Dasar (IBD), Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), Perilaku Organisasi.

Hasil ini merupakan sesuatu yang semestinya karena Agama, Pancasila, dan IBD merupakan Mata Kuliah Dasar Umum yang dimaksudkan untuk membekali mahasiswa dengan ajaran moral dan etika. Untuk mata kuliah keahlian manajemen yang menempati urutan teratas adalah Manajemen Sumber Daya Manusia dan Perilaku Organisasi yang memang didalamnya ada bagian khusus yang membahas masalah etika bisnis,

Pertanyaan kedua adalah tentang apakah kurikulum pendidikan manajemen yang ada sekarang sudah cukup mampu memberikan bekal etika bagi mahasiswa untuk terjun ke dunia kerja. Untuk pertanyaan ini ada dua alternatif jawaban yang disediakan, yaitu sudah dan belum. Dari 300 responden, yang menjawab belum adalah 214 responden (71,33%) dan yang menjawab sudah sebanyak 86 responden (28,67%).

Untuk pertanyaan yang ketiga, apabila responden menjawab belum untuk pertanyaan kedua diatas, mereka diminta untuk memberikan alternatif pemecahannya, yaitu dengan memilih empat alternatif yang ditawarkan oleh peneliti.

Dari hasil penelitian, nampak bahwa menurut pendapat responden memperluas cakupan muatan etika

dengan mengintegrasikannya ke mata kuliah - mata kuliah tertentu merupakan alternatif terbaik.

Untuk pertanyaan keempat, peneliti meminta responden memaparkan secara singkat pendapatnya tentang pendidikan etika di perguruan tinggi manajemen. Dari pendapat responden menyatakan bahwa pendidikan etika sangat penting untuk diterapkan, karena hal tersebut merupakan bekal yang sangat mendasar untuk melaksanakan kerja sebagai pelaku bisnis yang profesional.

PENUTUP

Simpulan

Ada perbedaan signifikan antara persepsi mahasiswa manajemen Perguruan Tinggi Negeri dan mahasiswa manajemen Perguruan Tinggi Swasta terhadap mata kuliah etika bisnis. Hasil *mean* dari keseluruhan pertanyaan etika menunjukkan bahwa mahasiswa manajemen PTN mempunyai persepsi etika yang lebih baik ketimbang mahasiswa manajemen PTS.

Mata kuliah pendidikan Agama menempati urutan teratas dengan 187 responden, kemudian Pancasila 155 responden, Ilmu Budaya Dasar 131 responden, MSDM 120 responden dan Perilaku Organisasi 86 responden

Kecukupan kurikulum dalam memberikan bekal etika bagi mahasiswa untuk memasuki dunia kerja, menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan belum sehingga perlu diperluas dengan mengintegrasikannya ke mata kuliah- mata kuliah tertentu.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa pendidikan etika sangat penting untuk diterapkan, karena hal tersebut merupakan bekal yang sangat mendasar untuk melaksanakan kerja sebagai profesional.

Saran.

Dari hasil penelitian ini dapat dideteksi bahwa pendidikan teoritis tentang etika tidak berpengaruh

terhadap baiknya persepsi etika, oleh karena itu, hasil penelitian ini di masa datang dapat digunakan sebagai salah satu dasar untuk meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku etis pelaku bisnis.

Hasil ini membuktikan bahwa kebutuhan terhadap pendidikan etika yang lebih mendalam dirasakan merupakan sesuatu yang sangat penting bagi manajemen. Atas ketidakcukupan muatan etika ini, sebagian besar responden mengusulkan untuk mengintegrasikan etika tersebut ke mata kuliah- mata kuliah lainnya. Oleh karena itu, dikaitkan dengan efektifitas pendidikan etika (terutama dalam hal pengajarannya) yang dilaksanakan selama ini agar lebih mengantisipasi kecenderungan yang ada. Untuk itu maka di masa datang perlu dilakukan penelitian yang lebih memfokuskan pada persoalan ini.

Untuk lebih menyempurnakan hasil penelitian ini di masa datang mungkin perlu memperluas lingkup sampelnya, baik mahasiswa manajemen Perguruan Tinggi Negeri (PTN) maupun mahasiswa manajemen Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang ada di seluruh Indonesia. Dengan hal ini diharapkan di masa datang akan dapat diketahui potret etika bisnis manajer dan pendidikan etika dalam kurikulum manajemen secara lebih luas dan mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Bertens. K, (2000); *Etika*, Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Chua, F.C., M.H.B. Perrra dan MR. Mathius, (1994), *Integration of Ethics Tertiary management Programmes in New Zealand and Australia* " In Accounting Education for the 21 Century
- De George Richard T., (1986); *Bussines Ethis*, ed.2.,New York

- Donely, Gibson Velasquez (2005); *Bussines Ethis structure process*, Fifth Ed Texas: Bussines Pub Inc Piano.
- Mahfoedz, Mas'ud, (1997). *Strategi Pendidikan Manajemen Dalam Era Globalisasi*, Jurnal Perspektif FE-UNS.
- Meyer, John P., Allen, Natalie J. & Smith, Catherine A. (1997). "*Commitment to Organizations and Occupations: Extension and Test of a Three-Component*
- Norris and Nierbahr, (1983); *Proffesional, Commitment and Job Satisfaction in an Acounting Organization*,
- Rakhmat, Jallaludin, (1993). *Psikologi Komunikasi*. Penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sonny T.Keraf, (1998); *Etika Bisnis*, Penerbit Kanisius, Yogyakarta
- Sugiyono, (1999); *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit. CV ALFABETA, Bandung