

Sensitivitas Etis Mahasiswa

Tony Wijaya

Email: tony@uny.ac.id

Universitas Negeri Yogyakarta

Abstract

This study generally aims to examine differences in the ethical sensitivity of students by gender and level of the semester. The data collection is conducted by selecting economic and business students in Yogyakarta. Data analysis method used is Independent Samples T-Test. The study found that there are differences in ethical sensitivity significantly between male and female students. Ethical sensitivity level on female students better than the ethical sensitivity of the male students. There are differences in ethical sensitivity significantly between the senior students and the junior students. Ethical sensitivity levels at the senior students better than ethical sensitivity at the junior students.

Keywords: Ethical sensitivity, Gender, Level of the semester

PENDAHULUAN

Pelaku bisnis di Indonesia akan menghadapi tantangan yang semakin berat pada masa yang akan datang, sehingga diperlukan kesiapan yang menyangkut profesionalisme kerja. Profesionalisme suatu profesi diwujudkan dalam sikap dan tindakan etis. Sikap dan tindakan etis sangat menentukan posisi pebisnis di masyarakat. Masalah etika usaha semakin meningkat bukan hanya di Indonesia, tetapi juga di negara-negara lain termasuk di negara-negara maju. Hal ini ditunjukkan dengan survey yang dilakukan oleh *Sales & Marketing Management* pada sejumlah manajer pemasaran yang melakukan pelanggaran etika (Roman & Munuera, 2005). Perhatian mengenai masalah etika tidak terlepas dari semakin berkembangnya dunia usaha

sebagai hasil pembangunan. Kegiatan bisnis yang makin merebak baik di dalam maupun di luar negeri, telah menimbulkan tantangan baru, yaitu adanya tuntutan praktek yang etis, yang juga menjadi tuntutan kehidupan bisnis di banyak negara di dunia (Bartens, 2000). Transparansi ekonomi global menuntut praktik bisnis yang etis. Untuk itu pula, diperlukan etika dalam berusaha, karena praktik berusaha yang tidak etis, dapat mengurangi produktivitas dan mengekang efisiensi (Kartasasmita, 1997). Dampak lain dari perilaku pemasaran yang tidak etis adalah risiko perusahaan kehilangan pelanggan (Roman dan Munuera, 2005).

.Kemajuan ekonomi mendorong munculnya pelaku bisnis baru sehingga menimbulkan persaingan bisnis. Semua usaha bisnis tersebut berusaha untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun terkadang untuk mencapai tujuan itu, segala upaya dan tindakan dilakukan walaupun pelaku bisnis harus melakukan tindakan-tindakan yang mengabaikan berbagai dimensi moral dan etika bisnis itu sendiri, termasuk etika dalam pemasaran produk. Untuk mengantisipasi hal itu, maka perlu diidentifikasi faktor-faktor pembentuk etika (Purnamasari & Christmastuti, 2006). Etika merupakan konsep fundamental bagi bidang bisnis. Kesadaran akan pentingnya hal ini justru muncul ketika berbagai kasus kontra etis terjadi, baik pada profesi akuntan maupun bisnis secara umum. Permasalahan etika merupakan bagian dari topik penelitian bisnis seperti yang dilakukan oleh Roman & Munuera (2005), Schwepker (2003), Abratt *et al* (1999), Radtke, (2000), Rao & Singhapakdi (1997) dan Ameen *et al.*, (1996).

Permasalahan etika seharusnya tidak terjadi apabila setiap pebisnis mempunyai pengetahuan, pemahaman, dan menerapkan etika secara memadai dalam pelaksanaan pekerjaannya. Sebagai implementasi dari harapan yang semakin meluas isu etika di kalangan praktisi dan akademisi terhadap pendidikan yang bermuatan etika, terdapatnya mata kuliah-mata kuliah yang bermuatan ajaran moral dan etika sangat relevan untuk disampaikan kepada peserta didik. Terlepas dari bagaimana wujudnya, pendidikan etika telah diakui mempunyai peranan penting dalam perkembangan di bidang bisnis. Sebagai contoh, pada tahun 1986 *the American*

Accounting Association's (AAA) melalui *Bedford Committee* telah menekankan perlunya memasukkan studi mengenai persoalan-persoalan etis (*ethical issues*) dalam pendidikan. Demikian halnya dengan Arthur Anderson et al. (Huss dan Patterson, 1993) yang juga mengakui pentingnya pendidikan etika dalam. Selain itu juga mengungkapkan bahwa *The National Commission on Fraudulent Financial Reporting* melalui *Treadway Commission* (1987) merekomendasikan untuk lebih diperluasnya cakupan etika dalam pendidikan. Oleh karena itu, beralasan sekali apabila pendidikan tinggi merespon dengan memasukkan atau mengintegrasikan etika dalam kurikulum, ataupun kalau itu sudah dilakukan dan dianggap belum cukup perlu memperluas cakupannya dalam kurikulum yang telah ada.

Radtke (2000) menyatakan bahwa pendidikan etika didasarkan pada suatu premis bahwa pengembangan moral dapat ditingkatkan melalui proses pendidikan. Ini dikuatkan oleh berbagai riset etika seperti: identifikasi tujuan pendidikan etika; masalah-masalah etika dan kebutuhan untuk mengakses *outcome* pengajaran etika. Studi tentang etika telah banyak dilakukan baik di luar negeri maupun di dalam negeri (Ameen et al., 1996; Radtke, 2000; Komsiyah & Indriantoro, Rustiana, 2003). Subyek yang menjadi responden bervariasi dari kelompok yang profesional sampai pada kelompok mahasiswa. Hasil dari para peneliti tersebut bervariasi, dengan temuan bahwa ada perbedaan tentang etika diantara berbagai kelompok dan temuan sebaliknya bahwa tidak ada perbedaan tentang etika. Rustiana (2003) menemukan perbedaan etika pada mahasiswa pria dan wanita. Mahfoedz (1999) menemukan tidak terdapat perbedaan etika antara mahasiswa junior dan senior berbeda dengan hasil penelitian Stevens et al (1993) yang menemukan perbedaan orientasi etis antara mahasiswa junior dan senior.

Di Indonesia keberadaan mata kuliah yang mengandung muatan etika tidak terlepas dari misi pendidikan tinggi sebagai subsistem pendidikan tinggi, yang tidak hanya bertanggung jawab pada pengajaran ilmu pengetahuan bisnis (transformasi ilmu pengetahuan) kepada mahasiswanya tetapi juga bertanggung jawab mendidik mahasiswanya agar mempunyai kepribadian (*personality*) yang utuh sebagai manusia.

Dunia pendidikan tinggi mempunyai pengaruh yang besar terhadap perilaku etika pebisnis. Dunia pendidikan yang baik akan mendorong mahasiswa menjadi calon pebisnis yang mempunyai sikap profesional dan berlandaskan pada standar moral dan etika. Sebagai pemasok tenaga ataupun pelaku usaha ke dunia usaha dan bisnis, perguruan tinggi mempunyai peran yang sangat strategis untuk mengantarkan dan mempersiapkan para mahasiswa menjadi calon-calon profesional yang mempunyai nilai-nilai dan sensitivitas etis yang baik.

Terdapat beberapa faktor yang menimbulkan perbedaan persepsi etika pada mahasiswa (Rustiana, 2003). Pertama, berdasarkan perbedaan dalam keputusan etis berdasarkan gender. Dalam pendekatan sosialisasi gender, pria dan wanita memiliki perbedaan nilai dan perlakuan pada pekerjaan mereka. Pria berusaha mencari kesuksesan yang kompetitif dan agresif serta bila perlu akan melanggar aturan untuk mencapai kesuksesan tersebut. Wanita cenderung menekankan pada pelaksanaan tugas dengan baik dan lebih mementingkan harmonisasi dalam relasi (hubungan) kerja. Wanita lebih condong taat peraturan dalam menjaga hubungan tersebut sehingga wanita cenderung lebih etis daripada pria (Bandura, 1997). Kedua, tingkat atau jenjang semester. Stevens *et al* (1993) dalam Ludigdo dan Machfoedz (1999) mengemukakan bahwa mahasiswa semester akhir cenderung berorientasi etis dibanding mahasiswa awal. Yulianty dan Fitriany (2005) menemukan mahasiswa akhir telah memperoleh muatan matakuliah yang berorientasi etis dibandingkan mahasiswa yang masih awal. Penelitian ini berupaya mengetahui sensitivitas etis pada mahasiswa ekonomi/bisnis serta menguji perbedaan karakteristik yang ada sebagai bahan pertimbangan pentingnya muatan etika dalam kurikulum di bidang ekonomi/bisnis. Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa pria dan wanita?
2. Apakah terdapat perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa semester awal dan mahasiswa semester akhir?

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini menggunakan setting mahasiswa ekonomi/bisnis di beberapa perguruan tinggi swasta di Yogyakarta. Sampel untuk penelitian ini adalah sebagian mahasiswa ekonomi atau bisnis. Besarnya sampel dalam penelitian ini sudah memadai sesuai pengujian uji beda yang membutuhkan minimal 30 sampel pada setiap kelompok (Wijaya, 2013). Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *metode non probability* dengan *purposive sampling* dengan kriteria yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat semester yaitu mahasiswa bidang ekonomi atau bisnis pada tingkat akhir dengan alasan mahasiswa tingkat akhir telah mendapatkan matakuliah yang bermuatan etika (seperti etika bisnis) dan mahasiswa semester awal yang hanya memperoleh matakuliah dasar.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan menggunakan kuesioner mengenai sensitivitas etis. Pengukuran sensitivitas etis menggunakan kuesioner yang dikembangkan oleh Ratdke (2000). Jenis kelamin dan tingkat semester diukur dengan item tunggal.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini yang dimaksud sensitivitas etis adalah kemampuan mahasiswa untuk menyadari nilai-nilai etika atau moral dalam suatu keputusan etis (Rustiana, 2003). Sensitivitas etis diukur dengan indikator tindakan etis melihat jawaban ujian mahasiswa lain, mempersiapkan catatan untuk dicontek, meminjam laporan atau paper orang lain untuk diplagiat, menyuruh orang lain menulis atau membuatkan paper, menulis ide dari orang lain namun tanpa menyebutkan sumber referensinya dalam penyajian laporan, sebelum ujian menanyakan soal pada kelas atau rekan paralel, meminta jawaban pada teman, saling bertukar jawaban uji, menulis laporan analisis kasus atau paper untuk mahasiswa lain, berbohong pada dosen untuk menunda ujian, tidak melaporkan kesalahan penilaian dosen yang

menguntungkan mahasiswa, menyalin tugas (*paper*) orang lain di rumah, tidak ikut bekerja kelompok dalam tugas namun dapat nilai yang sama, mengunjungi belajar dari catatan orang lain tanpa seijin pemiliknya, mengunjungi dosen sesudah ujian dengan harapan memperoleh nilai yang lebih baik, mengerjakan ujian untuk mahasiswa lain, memperoleh salinan soal ujian sebelum menempuh ujian, mengerjakan soal ujian sebelum waktunya padahal instruksi dosen melarangnya, memberikan jawaban ujian pada mahasiswa lain saat berlangsungnya ujian, membayar orang lain mengerjakan tugas atau paper, mengatur tempat duduk agar dapat menyontek, dan menyuap atau mengancam mahasiswa lain atau dosen untuk meningkatkan nilai matakuliah.

Uji validitas dan reliabilitas data

Pada penelitian ini validitas yang di uji adalah validitas konstruk (*construct validity*) dengan mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total. Skor total sendiri adalah skor yang didapat dari penjumlahan skor butir untuk instrumen tersebut. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis faktor (*Factor analysis*). Sebuah faktor dikatakan valid apabila memiliki factor loading berada pada kisaran 0.40 ke atas (Chia, 1995). Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan analisis faktor diketahui bahwa *factor loading* untuk variabel sensitivitas etis berkisar 0,660 – 0,932. Menurut Chia (1995) sebuah variabel dikatakan valid apabila memiliki *factor loading* berada pada kisaran 0,40 ke atas. Dengan demikian semua faktor dalam penelitian ini valid/sahih.

Untuk pengujian reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat dapat dipercaya untuk mengukur suatu obyek, koefisien alpha yang semakin mendekati 1 berarti butir-butir pertanyaan dalam koefisien semakin reliabel. Sebuah faktor dinyatakan reliabel jika koefisien *Alpha* lebih besar dari 0,7 (Sekaran, 1992). Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan *cronbach alpha* diketahui bahwa dimensi Sensitivitas Etis memiliki alpha sebesar 0,9462. Menurut

Sekaran (1992) sebuah variabel dikatakan reliabel apabila $\alpha > 0,6$. Dengan demikian semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistika dengan analisis *Independent Samples T-Test*.

HASIL DAN PEMBAHASAN Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel 1. di bawah ini.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Rata-rata sensitivitas etis
Pria	235	3,3878
Wanita	233	4,1339
Total	468	

Sumber: Data Primer diolah.

Dari tabel 1 dapat diidentifikasi bahwa responden dalam penelitian ini berjumlah 468 mahasiswa yang terdiri dari pria dan wanita. Berdasarkan nilai rata-rata dapat diketahui bahwa mahasiswa pria memiliki sensitivitas etis sebesar 3,3878 yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa wanita yang memiliki sensitivitas etis sebesar 4,1339.

Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Data responden berdasarkan semester dapat dilihat dalam tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester

Se mester	Jumlah	Rata-rata sensitivitas etis
Awal	237	3,6139
Akhir	231	3,9078
Total	468	

Sumber: Data Primer diolah.

Dari tabel 2 dapat diidentifikasi berdasarkan nilai rata-rata dapat diketahui bahwa mahasiswa semester awal memiliki sensitivitas etis sebesar 3,6139 yang lebih rendah dibandingkan mahasiswa semester akhir yang memiliki sensitivitas etis sebesar 3,9078.

Uji Hipotesis 1

Pengujian hipotesis 1 bertujuan mengetahui perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa berdasarkan gender. Berikut ini hasil analisis perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa berdasarkan gender menggunakan *analisis independent sample t-test* disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.
Hasil Uji-TPada Mahasiswa Pria Dan Wanita

Kelompok	Rata-rata sensitivitas etis	T-hitung	Signifikansi	Keterangan
Mahasiswa Pria	3,3878	10,235	0,000	H1 diterima
Mahasiswa Wanita	4,1339			

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi sebesar t-hitung sebesar 10,235 dengan probabilitas sebesar 0,000 diketahui bahwa nilai probabilitas kurang dari 0,05 (5%) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian

hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa pria dan wanita diterima atau benar.

Uji Hipotesis 2

Penelitian ini juga bertujuan mengetahui perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa berdasarkan tingkat semester. Berikut ini hasil analisis perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa berdasarkan tingkat semester menggunakan *analysis independent sample t-test* disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4

Hasil Uji-T Pada Mahasiswa Semester Awal dan Semester Akhir

Kelompok	Rata-rata sensitivitas etis	T-hitung	Signifikansi	Keterangan
Mahasiswa Semester Awal	3,6139	2,923	0,004	H2 diterima
Mahasiswa Semester Akhir	3,9078			

Sumber: Data primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi sebesar t-hitung sebesar 2,923 dengan probabilitas sebesar 0,004 diketahui bahwa nilai probabilitas kurang dari 0,05 (5%) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan terdapat perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa semester awal dan akhir diterima.

Berdasarkan analisis *independent sample t-test* diketahui bahwa terdapat perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa pria dan wanita. Hasil ini konsisten dengan penelitian dengan penelitian Rustiana (2003), Glover *et al* (2002), Ameen *et al* (1996) dan Radtke (2000). Hal yang mendasari pemikiran ini adalah pendekatan sosialisasi gender (*gender socialization approach*) dan pendekatan struktural (*structural approach*). Pendekatan sosialisasi gender menjelaskan bahwa pria dan

wanita membawa perbedaan nilai dan perlakuan dalam pekerjaannya. Pria dan wanita merespon secara berbeda tentang *reward* dan *cost*. Pria berusaha mencari kesuksesan kompetisi dan bila perlu melanggar aturan untuk mencapai kesuksesan, hal ini menunjukkan kecenderungan tidak etis. Wanita lebih menekankan pada pelaksanaan tugas serta cenderung taat pada peraturan dan kurang toleran dengan individu yang melanggar aturan.. Berdasarkan rata-rata (means) diketahui bahwa sensitivitas etis pria sebesar 3,3878 lebih rendah dibandingkan wanita sebesar 4,1339. Beberapa temuan yang menemukan terdapat perbedaan sensitivitas etis berdasarkan gender yaitu Ameen *et al* (1996) meneliti sensitivitas etis pada mahasiswa di *Southeast* dan *Southwest* Amerika berdasarkan gender. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa wanita lebih sensitif tentang isu-isu etis dan tidak toleran dibanding dengan mahasiswa pria tentang perilaku tidak etis dalam aktivitas akademis. Jadi mahasiswa wanita menunjukkan tingkat sensitivitas etis yang lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa pria. Penelitian Radtke (2000) ditujukan untuk menyelidiki apakah gender berpengaruh terhadap keputusan sensitivitas etis pribadi atau bisnis pada akuntan publik dan akuntan internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan respon sensitivitas etis antara akuntan pria dan wanita.

Berdasarkan analisis selanjutnya diketahui bahwa terdapat perbedaan sensitivitas etis pada mahasiswa semester awal dan akhir. Hasil ini konsisten dengan penelitian dengan penelitian Yulianty dan Fitriany (2005). Hal yang mendasari pemikiran ini adalah mahasiswa yang memperoleh pengetahuan etika dalam matakuliah cenderung mengetahui penilaian etis suatu keputusan, berbeda dengan mahasiswa semester awal yang belum memperoleh cakupan etika di matakuliah di semester awal sehingga cenderung mengabaikan etika dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan rata-rata (means) diketahui bahwa sensitivitas etis mahasiswa semester awal sebesar 3,6139 lebih rendah dibandingkan mahasiswa akhir sebesar 3,9078. Beberapa temuan yang menemukan terdapat perbedaan sensitivitas etis berdasarkan semester yaitu

Yulianty dan Fitriany (2005) menemukan bahwa mahasiswa semester akhir cenderung berlaku etis dalam penyusunan laporan keuangan dibandingkan mahasiswa semester akhir. Namun hasil tidak konsisten dengan penelitian Ludigdo dan Machfoedz (1999) yang menemukan tidak ada perbedaan yang signifikan antara mahasiswa semester awal dan akhir, meskipun hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa akhir memiliki sensitivitas etis yang lebih baik dibandingkan mahasiswa awal.

Penelitian etika berdasarkan gender pernah dilakukan oleh Sweeney yang menemukan bahwa wanita cenderung lebih etis dalam bisnis dibandingkan pria (Rustiana, 2003). Ada dua alternatif penjelasan mengenai perbedaan gender tentang perilaku tidak etis dalam bisnis. Pendekatan tersebut adalah pendekatan sosialisasi gender (*gender socialization approach*) dan pendekatan struktural (*structural approach*). Pendekatan sosialisasi gender menjelaskan bahwa pria dan wanita membawa perbedaan nilai dan perlakuan dalam pekerjaannya. Pria dan wanita merespon secara berbeda tentang *reward* dan *cost*. Pria berusaha mencari kesuksesan kompetisi dan bila perlu melanggar aturan untuk mencapai kesuksesan, hal ini menunjukkan kecenderungan tidak etis. Wanita lebih menekankan pada pelaksanaan tugas serta cenderung taat pada peraturan dan kurang toleran dengan individu yang melanggar aturan. Pada pendekatan struktural menjelaskan perbedaan perilaku etis disebabkan sosialisasi awal dan peran (Rustiana, 2003). Rueger dan King dalam Ludigdo & Machfoedz (1999) meneliti pada mahasiswa yang mengambil matakuliah bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa wanita mempunyai persepsi etis yang lebih baik dibandingkan mahasiswa pria. Hal konsisten dengan pendekatan sosialisasi gender. Ameen *et al* (1996) meneliti sensitivitas etis pada mahasiswa di *Southeast* dan *Southwest* Amerika berdasarkan gender. Hasil penelitian menunjukkan mahasiswa wanita lebih sensitif tentang isu-isu etis dan tidak toleran dibanding dengan mahasiswa pria tentang perilaku tidak etis dalam aktivitas akademis. Jadi mahasiswa wanita menunjukkan tingkat sensitivitas etis yang lebih tinggi

dibandingkan dengan mahasiswa pria. Penelitian Radtke (2000) menunjukkan bahwa ada perbedaan respon sensitivitas etis antara akuntan pria dan wanita.

Penelitian lain mengenai perbedaan respon etis pada pernah dilakukan oleh Yulianty dan Fitriany (2005) menemukan bahwa mahasiswa semester akhir cenderung berlaku etis dalam penyusunan laporan keuangan dibandingkan mahasiswa semester awal. Perbedaan respon etis berdasarkan jenjang semester didasarkan pada responden yang telah memperoleh pendidikan etis cenderung lebih mempertimbangkan aspek-aspek etika dalam pengambilan keputusan dibandingkan mahasiswa yang belum memperoleh pendidikan etika. Rao *et al* (2009) juga menemukan perbedaan yang signifikan terkait respon moral dan etika pada mahasiswa junior dan senior. Secara umum mahasiswa bisnis lebih mengutamakan pencapaian laba dibandingkan proses atau cara dalam memperoleh laba semaksimal mungkin.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan sensitivitas etis secara signifikan antara mahasiswa pria dan mahasiswa wanita. Hasil ini konsisten dengan penelitian Rustiana (2003), Ameen *et al* (1996), Radtke (2000) yang menemukan terdapat perbedaan sensitivitas etis secara signifikan pada mahasiswa berdasarkan gender. Tingkat sensitivitas etis pada mahasiswa wanita lebih baik dibandingkan sensitivitas etis pada mahasiswa pria.
2. Terdapat perbedaan sensitivitas etis secara signifikan antara mahasiswa semester awal dan mahasiswa semester akhir. Hasil ini konsisten dengan penelitian Yulianty dan Fitriany (2005) yang menemukan terdapat perbedaan sensitivitas etis secara signifikan pada mahasiswa berdasarkan tingkat semester. Tingkat sensitivitas etis

pada mahasiswa semester akhir lebih baik dibandingkan sensitivitas etis pada mahasiswa semester awal.

Berdasarkan hasil penelitian, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kurikulum bidang dengan mempertimbangkan faktor perilaku etis sehingga mampu bersaing di dunia praktis. Pentingnya cakupan etika dalam matakuliah dibuktikan dengan adanya perbedaan sensitivitas etis antara mahasiswa semester awal yang belum memperoleh cakupan etika dalam matakuliahnya dibandingkan mahasiswa semester akhir yang telah mengambil matakuliah bermuatan etika sehingga lebih etis dibandingkan juniornya. Mahasiswa perlu mendapat perhatian lebih dalam pendidikan etika dimana tingkat toleransi pada etika lebih tinggi dibandingkan mahasiswa.

Penelitian ini tidak lepas dari beberapa keterbatasan dan kelemahan. Keterbatasan dalam penelitian ini berupa persepsi responden tergantung pada pemahaman butir pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner sehingga kemungkinan terjadi perbedaan persepsi responden dengan pengukuran yang bersifat *self reported* sehingga kemungkinan terjadi *leniency bias*.

Peneliti memberikan saran agar metode pengumpulan data selanjutnya dapat dilengkapi dengan metode lainnya seperti wawancara agar data yang dikumpulkan lebih akurat dan menghindari perbedaan persepsi responden dengan pengukuran. Penelitian selanjutnya dapat juga mengembangkan perspektif yang diteliti lebih luas lagi misalnya perbandingan mahasiswa dengan praktisi/pendidik yang merupakan fasilitator dalam mentransfer ilmu atau etika dalam proses belajar mengajar.

REFERENSI

Abratt, R. & Penman, N. (2002), Understanding factors affecting salespeople's perceptions of ethical behavior in South Africa, *Journal of Business Ethics*, Vol. 35, pp. 269-80.

- Ameen, J.C. Gulfrey dan Mc Millan J.J. (1996). "Gender Differences in Determining the Ethical Sensitivity of Future Accounting Professionals", *Journal of Business Ethics*. Vol 15
- Chua, F.C., M.H.B. Perera, & M.R. Mathews, (1994). Integration of Ethics into Tertiary Accounting Programmes in New Zealand and Australia. Dalam *Accounting Education for the 21st Century: the Global Challenge*, Edited by Jane O. Burns dan Belvesd E. Needles Jr., Edition 1. Sn: International Association for Accounting Education and Research.
- Glover, S.H., Bumpus, M, A., Sharp, G, F., & Munchus, G, A. (2002). Gender Differences in Ethical Decision Making. *Women in Management Review*. Vol 17:217-227.
- Huss, H. Fenwick, & D.M. Patterson, (1993), *Ethics in Accounting: Values Education Without Introduction*. *Journal of Business Ethics* 12:235-243.
- Kartasmita, Ginandjar. (1997). "Etika Dunia Usaha atau Etika Bisnis dalam Pembangunan" *Lembaga Studi dan Pengembangan Etika Usaha Indonesia*. Jakarta, 25 Agustus.
- Ludigdo & Machfoedz, Mas'ud. (1999). "Persepsi Akuntan dan Mahasiswa tentang Etika Bisnis" *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* vol 2 no 1 juni
- Machfoedz, Mas'ud. (1999). "Studi Persepsi Mahasiswa terhadap Profesionalisme Dosen Akuntansi Perguruan Tinggi" *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia* vol 3 no 1 juni 1999
- Radtke, R.R (2000). "The Effect of Gender and Setting on Accountants' Ethically Sensitive Decisions". *Journal of Business Ethics*.
- Rao, H., Friedman, B, A., & Cox, P, L. (2009), *The Impact Of Ethics Courses On Accounting Majors' Attitudes Towards Business Ethics*. SBAJ: Vol. 9 Num. 2, 2009. 70-88
- Roman, Sergio & Munuera, J Luis (2005). Determinants and Consequences of Ethical Behaviour: An Empirical Study Of Slespeople. *European Journal of Marketing* Vol 39 No56.
- Rustiana. (2003). "Studi Empiris novice accountant: Tinjauan Gender," *Jurnal Studi Bisnis*. vol 1 no 2
- Schwepker, C.H. (2001), "Ethical climates relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce", *Journal of Business Research*, Vol. 54, pp. 39-54.
- Sekaran, Uma, (2003), "*Research Methods for Business: A Skill Building Approach*", second edition, John Willey dan Sons, Inc., New York
- Stevens, Robert E., O.J. Harris & Williamson, (1993), "A Comparison of Ethical Evaluations of Business School Faculty and Students: A Pilot Study", *Journal of Business Ethics*. Vol 12

Wijaya, Tony, (2013), "Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik," Yogyakarta: Graha Ilmu

Yulianty dan Fitriany, (2005). "Persepsi Mahasiswa Akuntansi Terhadap Etika Penyusunan Laporan Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. 15-16 September 2005.