

# Persepsi Mahasiswa Akuntansi dan Alumni Program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam yang Telah Bekerja Terhadap Etika Bisnis

Ime Iranovita Simanjuntak<sup>1)</sup>, Sinarti<sup>2)</sup>

1) Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam 29461, email: ime@tdl.co.id

2) Jurusan Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Batam, Batam 29461, email: sinar@polibatam.ac.id

**Abstrak** - Etika merupakan suatu prinsip moral dan perbuatan yang menjadi landasan bertindaknya seseorang sehingga apa yang dilakukannya dipandang oleh masyarakat sebagai perbuatan yang terpuji dan meningkatkan martabat dan kehormatan seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memberikan bukti empiris mengenai perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi yang masih duduk di bangku perkuliahan dengan alumni mahasiswa akuntansi yang telah bekerja terhadap etika bisnis. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Akuntansi tahun ajaran 2012/2013 dan semua alumni program studi akuntansi pada Perguruan Tinggi Politeknik Negeri Batam. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa dengan alumni program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam terhadap etika bisnis.

**Kata Kunci:** persepsi, etika bisnis, mahasiswa akuntansi, alumni mahasiswa akuntansi.

**Abstract** - Ethics is a moral principle and the Act became a grounding measurement someone so what he does is viewed by the public as a commendable Act and enhance the dignity and honor of a person. This research aims to examine and provide empirical evidence about the difference of perception between the accounting student who was still sitting on the bench and associated with the accounting student alumni have been working against business ethics. The population of this research are students majoring in accounting year 2012/2013 and all accounting study program alumni at Batam State Polytechnic College. The Data collected by means of questionnaires. Test results suggests that there was no difference in the perception of the business ethics between students alumni who have worked.

**Keywords:** perception, business ethics, accounting student, accounting student alumni.

## 1. PENDAHULUAN

Etika merupakan suatu prinsip moral dan perbuatan yang menjadi landasan bertindaknya seseorang sehingga apa yang dilakukannya dipandang oleh masyarakat sebagai perbuatan yang terpuji dan meningkatkan martabat dan kehormatan seseorang. Pernyataan etika ini dituangkan dalam bentuk prinsip-prinsip etika yang secara normatif dipergunakan untuk membimbing tindakan seseorang menjadi perilaku yang bermoral (Sigit, 2012). Etika bisnis sangat penting, apalagi jika dilihat pada sektor dunia industri dan usaha sering terjadi konflik bisnis. Konflik kepentingan di dalam dunia bisnis dapat mengakibatkan persaingan yang tidak sehat serta manfaat kegiatan bisnis bagi orang banyak menjadi kurang optimal. Ada 2 (dua) hal yang terkandung dalam etika bisnis, yaitu (1) kepercayaan dan (2) tanggung

jawab. Kepercayaan diterjemahkan kepada bagaimana dapat mengembalikan kejujuran di dalam dunia kerja dan menolak stigma lama bahwa kepintaran berbisnis diukur dari kelihaihan pada daya saing, sedangkan tanggung jawab diarahkan pada mutu *output* sehingga insan bisnis jangan puas hanya terhadap kualitas kerja yang asal-asalan (Sigit, 2012). Pentingnya etika dalam berbisnis menyebabkan dimasukkannya mata kuliah etika bisnis dalam kurikulum perguruan tinggi agar tetap menjunjung tinggi etika pada saat bekerja. Dalam perkembangannya, perilaku etis seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh pendidikan yang pernah diperoleh tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti tuntutan ekonomi, pergaulan, tekanan dari atasan, sehingga diperkirakan bahwa persepsi seseorang ketika masih menempuh pendidikan dan yang sudah bekerja akan berbeda dengan

asumsi setelah bekerja akan banyak faktor-faktor yang lain yang mempengaruhi persepsi seseorang terhadap etika bisnis.

## 2. KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

Persepsi merupakan proses untuk memahami lingkungannya meliputi objek, orang, dan simbol atau tanda yang melibatkan proses kognitif (pengenalan). Proses kognitif adalah proses ketika individu memberikan arti melalui penafsirannya terhadap rangsangan (stimulus) yang muncul dari objek, orang dan simbol tertentu. Dengan kata lain, persepsi mencakup penerimaan, pengorganisasian, dan penafsiran stimulus yang telah diorganisasi dengan cara yang dapat mempengaruhi perilaku dan membentuk sikap. Hal ini terjadi karena persepsi melibatkan penafsiran individu pada objek tertentu, maka masing-masing objek akan memiliki persepsi yang berbeda walaupun melihat objek yang sama (Gibson, 1996). Etika secara harfiah berasal dari kata Yunani yaitu *ethos*, yang artinya sama persis dengan moralitas yaitu adat kebiasaan yang baik (Keraf, 1998). Istilah etika jika dilihat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1998), memiliki 3 (tiga) arti, yang salah satunya adalah nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat. Menurut Suseno (1991), ada beberapa pokok-pokok etika bisnis, yaitu: [1] Beberapa sikap langsung terhadap pekerjaannya, [2] Tanggung jawab lebih luas, [3] Beberapa bisnis agar dapat menjadi efektif harus dirumuskan secara kongkrit dan [4] Sikap-sikap pribadi. Penelitian Rizvi et al., (2010) di Pakistan menyimpulkan bahwa wanita lebih memiliki perilaku yang lebih positif daripada pria. Penelitian Emerson et al., (2010) yang meneliti *ethical framework* mahasiswa bisnis dari generasi yang berbeda dan dari sisi gender, salah satu simpulan dari penelitiannya adalah pria cenderung lebih *ethnocentric* dalam pembuatan keputusan etis. Lung (2010) meneliti tentang etika bisnis dilihat dari *religiosity*, *gender*, dan *education level*, memperoleh simpulan bahwa *intrapersonal religiosity* menentukan perilaku etis secara signifikan sementara *interpersonal* tidak, tidak terdapat perbedaan persepsi antara pria dan

wanita terhadap etika bisnis, sementara untuk *educational level* memiliki perbedaan yang signifikan atas persepsi mereka terhadap etika bisnis. Politeknik Negeri Batam sebagai sebuah lembaga pendidikan tinggi negeri di Batam juga sangat menjunjung tinggi pentingnya etika dalam berbisnis dengan memasukkan mata kuliah etika bisnis dalam kurikulum pembelajaran pada Program Studi Akuntansi dengan harapan ketika bekerja alumninya akan menerapkan etika yang baik dalam berbisnis. Dalam perkembangannya, perilaku etis seseorang dalam berbisnis tidak hanya dipengaruhi oleh pendidikan yang pernah ditempuh tetapi juga oleh faktor-faktor lain seperti tuntutan ekonomi, pergaulan, tekanan dari atasan, sehingga diperkirakan persepsi mereka terhadap etika dalam berbisnis mungkin saja mengalami perubahan sehingga hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa dengan alumni Program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam terhadap etika bisnis.

H<sub>a</sub>: Terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa dengan alumni Program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam terhadap etika bisnis.

## 3. METODE PENELITIAN

Instrumen penelitiannya adalah kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu mahasiswa dan alumni mahasiswa Program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam. Kuesioner berisi 23 (dua puluh tiga) pertanyaan yang berhubungan dengan etika bisnis. Dalam penelitian ini, responden akan diberikan 23 (dua puluh tiga) pertanyaan dan pilihan jawaban dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

Tabel 1 Data Deskriptif Responden

Kelompok	Sampel
Mahasiswa Program Studi Akuntansi	76
Alumni Program Studi Akuntansi	80
<b>Total</b>	156

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi akuntansi Politeknik Negeri Batam untuk kelas reguler siang tahun ajaran 2012/2013 dan seluruh mahasiswa yang terdaftar sebagai alumni mahasiswa program studi akuntansi untuk tahun ajaran 2000 sampai dengan tahun 2012. Populasi berjumlah 702 mahasiswa baik mahasiswa siang dan alumni mahasiswa. Sebelum data diolah untuk menguji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen dengan uji validitas dan reliabilitas untuk melihat apakah data yang diperoleh dari responden dapat menggambarkan secara tepat konsep yang diuji, yaitu: [1] Uji Validitas, [2] Uji Reliabilitas. Pengujian terhadap validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearsons* dengan bantuan program SPSS 20.0 *for windows*. Data yang digunakan untuk pengujian selanjutnya hanya data yang valid saja. Uji reliabilitas hanya dilakukan untuk butir pernyataan yang valid. Dalam penelitian ini pernyataan responden terhadap etika bisnis yang diuji. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini menyatakan semua item pernyataan valid atau reliabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator variabel. Kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan tersebut adalah konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012). Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung cronbach alpha dari masing masing instrumen dalam satu variabel. Apabila nilai cronbach alpha masing-masing instrumen  $> 0.6$ , maka dapat disimpulkan bahwa instrumen adalah reliabel (Ghozali, 2012).

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Uji Validitas

Uji validitas menggunakan *corrected item-total correlation* yaitu dengan menghitung korelasi antara butir instrumen dengan skor total. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Uji validitas ini bisa dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r

tabel. Nilai r hitung diambil dari output SPSS *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlated Item-Total Correlation*. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* dengan rumus  $df=n - 2$  (Ghozali, 2011). Nilai n adalah banyaknya populasi responden yang diteliti yaitu 127 orang responden, sehingga hasil perhitungannya adalah  $df = 127 - 2 = 125$  maka r tabelnya adalah 0,1743.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan 1	.851
Pertanyaan 2	.852
Pertanyaan 3	.855
Pertanyaan 4	.854
Pertanyaan 5	.848
Pertanyaan 6	.852
Pertanyaan 7	.854
Pertanyaan 8	.854
Pertanyaan 9	.851
Pertanyaan 10	.856
Pertanyaan 11	.851
Pertanyaan 12	.852
Pertanyaan 13	.849
Pertanyaan 14	.845
Pertanyaan 15	.848
Pertanyaan 16	.849
Pertanyaan 17	.848
Pertanyaan 18	.856
Pertanyaan 19	.852
Pertanyaan 20	.849
Pertanyaan 21	.845
Pertanyaan 22	.848
Pertanyaan 23	.849

##### 4.2 Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan koefisien cronbach alpha, dimana instrumen dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *cronbach alpha* sama dengan 0,60 atau lebih. Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item/pertanyaan yang dipergunakan dalam penelitian ini akan menggunakan formula *cronbach alpha* (koefisien alpha cronbach), dimana secara umum yang dianggap reliabel

apabila nilai alpha *cronbachnya* > 0,6 (Nunnaly dalam Ghozali, 2006).

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	23

Sumber : Olah Data SPSS 20.00

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha dari seluruh variabel yang diteliti nilainya di atas 0,06 yaitu 0,856, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang di uji adalah reliabel.

#### 4.3 Uji Normalitas

Sebelum melakukan pengujian hipotesis maka dilakukan uji asumsi normal untuk mengetahui apakah variabel yang dibandingkan rata-ratanya telah terdistribusi normal. Teknik pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* yang terdapat pada program komputer SPSS 20.0 for Windows. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Model data yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal.

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

		Unstandardized Residual
N		127
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	11.279505
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.068
	Negative	-.039
Kolmogorov-Smirnov Z		.763
Asymp. Sig. (2-tailed)		.605

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Pengujian normalitas ini menunjukkan bahwa model regresi sudah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas Uji *Kolmogorov-Smirnov* berada di atas 0,05 yaitu 0,763 dan signifikansi pada 0,605. Hal ini berarti H0 ditolak yang berarti data residual terdistribusi normal.

#### 4.4 Uji Hipotesis

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis di atas adalah jika probabilitas signifikansi > 0,05, maka H0 tidak dapat ditolak, jika probabilitas signifikansi < 0,05, maka H0 dapat ditolak. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan rata-rata sampel mahasiswa dan alumni adalah 79,47 dan 72,62 serta standar deviasi 11,109.

Tabel 5 Hasil *Uji Independent Sample T-Test*

	Responden	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Etika Bisnis	Mahasiswa Kelas Reguler	69	79.47	11.109	1.337
	Alumni Mahasiswa Kelas Reguler	58	72.62	11.576	1.520

#### Independent Samples Test

		Etika Bisnis	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	.016	
	Sig.	.901	
	T	-.913	-.910
	Df	125	119.421
t-test for Equality of Means	Sig. (2-tailed)	.363	.365
	Mean Difference	-1.842	-1.842
	Std. Error Difference	2.017	2.025
	95% Confidence Interval of the Difference	-5.835	-5.851
	Lower Upper	2.150	2.166

Hipotesis penelitian rata-rata persepsi mahasiswa kelas reguler siang program studi akuntansi lebih besar dari pada alumni mahasiswa kelas reguler siang yang telah bekerja terhadap etika bisnis. SPSS rata-rata sampel persepsi mahasiswa kelas reguler 79,47 dan alumni mahasiswa kelas reguler 72,62. Standar deviasi mahasiswa kelas reguler

11,109 dan alumni mahasiswa kelas reguler 11,576. Nilai p atau p value adalah sebesar  $0,363/2 = 0,1815 > 0,05 (\alpha)$ . Jadi interpretasinya adalah  $H_0$  tidak dapat ditolak (rata-rata persepsi mahasiswa kelas reguler tidak lebih besar dari pada persepsi alumni mahasiswa akuntansi yang telah bekerja).

## 5. KESIMPULAN

Hasil pengolahan data dan pengujian secara statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa dengan alumni program Studi Akuntansi Politeknik Negeri Batam terhadap etika bisnis karena mahasiswa yang disurvei adalah mahasiswa semester 4 dan semester 6 yang telah memperoleh mata kuliah Etika Komunikasi Bisnis sehingga telah memiliki persepsi baik tentang perlunya etika dalam berbisnis, sedangkan alumni yang disurvei adalah alumni Politeknik Negeri Batam yang pada saat kuliah juga telah memperoleh mata kuliah Etika Komunikasi Bisnis sehingga mereka masih memiliki persepsi yang baik tentang etika bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa dunia kerja tidak merubah persepsi alumni terhadap pentingnya menerapkan etika dalam berbisnis agar tercipta dunia bisnis yang sehat. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Muhammad (2009) yang menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan antara persepsi akuntan dengan mahasiswa terhadap etika bisnis, Suranta et al. (2005) yang menemukan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi karyawan bagian akuntansi dan mahasiswa akuntansi terhadap etika bisnis. Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian Budiarto (2011) yang menguji perbedaan persepsi terhadap etika bisnis dengan menggunakan sampel pendidik dan mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam pengembangan kurikulum Politeknik negeri Batam agar tetap mempertahankan mata kuliah Etika Komunikasi Bisnis dalam kurikulumnya agar lulusan yang dihasilkan memiliki etika yang baik dalam berbisnis sehingga dapat memajukan dunia bisnis di Batam dan Indonesia secara umum. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi contoh bagi

perguruan tinggi lainnya agar dapat memasukkan mata kuliah etika komunikasi bisnis kedalam kurikulum perkuliahan. Sehingga lulusan perguruan tinggi dapat lebih mempunyai etika dalam berbisnis, sehingga di dalam dunia kerja lulusan dapat lebih beretika dan tidak menghapus norma-norma etika di dalam dunia bisnis.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Budiarto, Dekeng Setyo. (2011). Analisis Perbedaan Persepsi Antara Mahasiswa Dengan Pendidik Terhadap Etika Bisnis. *Jurnal Prodi Akuntansi UP, Akmenika UPY*.
- [2] Emerson, Mark, Karen Jones Whilden, Lawanna Lancaster and Teri . (2010). Undergraduate Ethics: A Comparative Analysis of The Ethical Framework of Business Students from Different Generations. *Journal of Northwest Nazarene University Sciences*.
- [3] Ghozali, Imam (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20* (6<sup>th</sup> ed.). Semarang: Universitas Diponegoro.
- [4] Gibson, Ivancevich, Donnelly. (1996). *Organisasi: Perilaku, Struktur, Proses*. Jakarta Barat: Binarupa Aksara.
- [5] Keraf dan Imam. (1995). Urgensi Etika Bisnis dalam Dunia Bisnis di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*, 41-43.
- [6] Keraf, A. Sonny. (1998). *Etika Bisnis: Tuntutan dan Relevansinya*. Yogyakarta: Kanisius.
- [7] Lung, Kum Choe. (2010). Attitude Towards Business Ethics: Examining the Influences of Religiosity, Gender and Education Levels. *Journal of Department of International Business Sciences, University Tunku Abdul Rahman*.
- [8] Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia, Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.
- [9] Muhammad, Rifqi. (2008). Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Yogyakarta Terhadap Etika Bisnis. *Jurnal*

- Fenomena, Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.*
- [10] Rizvi, Shaheer, Muhammad Asif Tanveer, Umer Saleem dan Moaaz Latif. (2010). Business Students Attitude Towards Business Ethics In Pakistan. *Journal Department of Management Sciences, The Islamia University of Bahawalpur.*
- [11] Sigit, Tri Hendro P., M.B.A., CFP. (2012). *Etika Bisnis Modern: Pendekatan Pemangku Kepentingan.* Yogyakarta: Unit Penerbitan dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- [12] Suranta, Sri, Muhammad Syafiqurrahman dan Sari Septiana Purnomo. (2005). Persepsi Karyawan Bagian Akuntansi dan Mahasiswa Akuntansi Tentang Etika Bisnis. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.*