

**LAPORAN AKHIR TAHUN
PENELITIAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



**PENYUSUNAN INDEKS ETIKA PELAYANAN PENDIDIKAN
DI PERGURUAN TINGGI DI KOTA BANDUNG**

Tahun ke-1 dari Rencana 3 Tahun

Ketua/Tim Peneliti:

Dr. Hj. Erni R. Ernawan, S.E., M.M (NIDN 0003026202)

Dr. Taufani C. Ku, M.Si. (NIDN 0007116804)

Dr. H. Yusuf Arifin, S.Si., M.M (NIDN 0019096101)

UNIVERSITAS PASUNDAN

OKTOBER 2017

Dibiayai oleh:

**Direktorat riset dan pengabdian masyarakat
Direktorat jendral penguatan riset dan pengembangan
Kementrian riset, teknologi, dan pendidikan tinggi sesuai dengan
kontrak penelitian tahun anggaran 2017
DIPA: SP DIPA-042.06.1401516/2017
Kontrak No. 1598 /K4/KM/2017, Tanggal 21 April 2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Penyusunan Indeks Etika Pelayanan Pendidikan
Di Perguruan Tinggi Kota Bandung

Peneliti/Pelaksana
Nama Lengkap : Dr. HJ. Erni Rusyani, S.E., M.M
NIDN : 0003026202
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Ekonomi Manajemen
Nomor HP : 081802151888
Surel (e-mail) : erniernawan@yahoo.com
Anggota (1)
Nama Lengkap : Dr. Taufani C. Kurniatun, M.Si.
NIDN : 0007116804
Perguruan Tinggi : Universitas Pendidikan Indonesia
Anggota (2)
Nama Lengkap : Dr. H. Yusuf Arifin, S.Si., M.M
NIDN : 0019096101
Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 Tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp. 125.000.000,-
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp. 625.000.000,-

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pasundan



Dr. Arang Hermawan, SE, MSIE, Ak
NIP 15110058

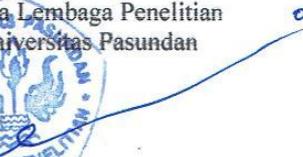


Bandung, 30 Oktober 2017
Ketua



Dr. Hj. Erni Rusyani, S.E., M.M
NIP. 196202031991032001

Menyetujui.
Ketua Lembaga Penelitian
Universitas Pasundan



Dr. Hj. Erni Rusyani, S.E., M.M
NIP. 196202031991032001



RINGKASAN

Dalam pelayanan jasa perguruan tinggi aspek etika merupakan hal yang sangat penting, mengingat kesadaran masyarakat yang semakin meningkat akan pentingnya penyelenggaraan pendidikan yang beretika (Newman, 2008). Etika merupakan sarana memenuhi pelayanan jasa, hal tersebut sejalan dengan prinsip *good business is good ethics* yang menunjukkan bahwa penyedia jasa harus memiliki integritas untuk mencapai keuntungan jangka panjang, sehingga etika merupakan hal yang harus dijaga dan dilaksanakan secara terus menerus. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung dengan pendekatan pemasaran jasa pendidikan. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif, dengan populasinya adalah sample Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta, Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung. Keluaran yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah indeks etika pelayanan pendidikan perguruan tinggi, publikasi ilmiah dalam jurnal nasional dan internasional dan memperoleh paten (Hak Kekayaan Intelektual). Kebaharuan dari penelitian ini adalah alat ukur berupa indeks etika pelayanan pendidikan di perguruan tinggi.

Kata Kunci: Etika Pelayanan Pendidikan Perguruan Tinggi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nyalah sehingga Peneliti dapat menyelesaikan Laporan Kemajuan Penelitian yang berjudul Indeks Etika Pelayanan Pendidikan.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menyusun Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi untuk menilai Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi.

Pada kesempatan ini, peneliti hendak menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penelitian ini dapat terlaksana. Semoga laporan kemajuan penelitian ini dapat dipahami dan menjadi gambaran kemajuan penelitian yang sedang dilakukan. Sebelumnya, Peneliti mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kami memohon kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa depan.

Bandung, 30 Oktober 2017,

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

RINGKASAN i

PRAKATA ii

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL..... v

DAFTAR LAMPIRAN..... vi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.2 Kajian Pustaka..... 3

2.1.1 Teori Etika..... 3

2.1.2 Impelementasi Etika Pemasaran..... 4

2.1.3 Konsep Bauran Pemasaran..... 6

2.1.4 Teori Indeks..... 7

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu 7

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT

3.1 Tujuan Penelitian..... 10

3.2 Manfaat Penelitian..... 10

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penelitian..... 11

4.2 Perangkat Pengolahan 14

4.3 Pengujian Kualitas Data 14

4.4 Laporan Hasil Penyusunan Indeks 15

BAB V HASIL YANG DICAPAI

5.1 Hasil Temuan Kuesioner 16

5.2 Hasil Temuan Wawancara..... 33

5.3 Pembahasan Penelitian 36

5.4	Indikator Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung.....	38
-----	--	----

BAB VI RENCANA TAHAP BERIKUTNYA

6.1	Rencana Tahap Berikutnya	41
-----	--------------------------------	----

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1	Kesimpulan.....	42
7.2	Saran.....	42

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Indikator Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi	12
Tabel 4.2	Nilai Persepsi, Interval IEPPT , Nilai Etika Pelayanan, Kinerja Etika Unit Perguruan Tinggi	13
Tabel 5.1.1	Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung.....	17
Tabel 5.1.2	Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta Kota Bandung	22
Tabel 5.1.3	Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Islam Kota Bandung.....	27
Tabel 5.1.4	Indeks Etika Pelayanan di Perguruan Tinggi Kota Bandung.....	33
Tabel 5.4.1	Aspek Utama Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi Di Kota Bandung	38

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1. Instrumen Penelitian
- LAMPIRAN 2. Jurnal Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

1.2 Latar Belakang Masalah

Dalam pelayanan jasa perguruan tinggi aspek etika merupakan hal yang sangat penting. Hal tersebut mengingat penyelenggaraan pendidikan erat kaitannya dengan praktik etika dan kesadaran masyarakat yang semakin meningkat tentang pentingnya penyelenggaraan pendidikan yang beretika (Newman, 2008). Kezar dan Rhoads (2001) pun berpendapat bahwa pelayanan jasa di bidang pendidikan saat ini menghadapi tiga kritik utama yaitu: (1) rendahnya relevansi kurikulum, rendahnya komitmen dosen untuk mengajar dan (3) rendahnya tanggung jawab lembaga terhadap masyarakat secara lebih luas.

Dengan demikian perlu disusun indeks etika pelayanan pendidikan untuk mengukur dan mengetahui indeks etika pelayanan perguruan tinggi. Indeks etika yang digunakan dalam penelitian ini merupakan lanjutan dari identifikasi indikator dalam penelitian terdahulu yang sudah tersignifikan terhadap variable yang diteliti.

Dalam penelitian Faktor Etika Dalam Bauran Pemasaran Dan Dampaknya Terhadap Nilai Dan Intensi Pelanggan Jasa Pendidikan (2015) menunjukkan hasil bahwa konstruk etika produk (kecuali untuk dua indikator), harga, tempat masih belum menampakkan adanya kesesuaian antara indikator dengan data yang tersedia. Adapun untuk konstruk etika promosi sudah menunjukkan adanya kesesuaian antara indikator dengan data yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan bahwa dalam fenomena implementasi etika bauran pemasaran jasa pendidikan data belum mendukung adanya aspek etika pada bauran produk, harga dan tempat. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh bahwa identifikasi indeks etika pelayanan yang terdiri dari dari indikator konstruk etika produk, harga, tempat, dan promosi.

Adapun penelitian lainnya yang dijadikan sebagai bahan identifikasi penelitian ini adalah Aspek Etika Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Berdasarkan Pendekatan Marketing Triangle (2011) yang memberikan gambaran peranan etika dalam service marketing triangle. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika pada *making promises* yaitu kejelasan dan kejujuran merupakan aspek etika yang dapat menggambarkan komitmen program. Indikator dalam membuat janji yang meliputi kejujuran, kejelasan, komitmen program memenuhi janji, sistem pemulihan jasa, service encounter jasa pendidikan, etika dosen, etika program, etika customer service.

Etika merupakan sarana memenuhi pelayanan jasa dalam hal ini pendidikan. Hal tersebut sejalan dengan prinsip *good business is good ethics* yang menunjukkan bahwa produsen atau

penyedia jasa harus memiliki integritas untuk mencapai keuntungan jangka panjang (Brenman, 2000). Karena seperti dijelaskan bahwa dampak masalah etika baru akan terasa dalam jangka panjang (Rusyani, 2016), sehingga etika merupakan hal yang harus dijaga dan dilaksanakan secara terus menerus. Bahwa standar etika yang dipenuhi merupakan investasi jangka panjang untuk membangun kepercayaan dengan memberikan pelayanan yang mampu menciptakan penyelenggaraan pendidikan yang beretika. Berdasarkan kajian terhadap permasalahan dan bukti-bukti empiris pada penelitian sebelumnya, permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi dapat di susun untuk menilai Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Etika

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti tempat tinggal biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, akhlak, perasaan, sikap atau cara berpikir (Angeles, 1981 dalam Zubaedi 2007). Namun dalam perkembangannya etika lebih cenderung diartikan sebagai adat kebiasaan. Etika dalam arti etimologi sering identik dengan pengertian moral yang berasal dari bahasa Latin *mos* yang bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat atau cara hidup (Bertens, 1994; Hammersma, 1995).

Immanuel Kant 1734-1804 (Keraff, 2000; Zubaedi, 2007) mengemukakan pendapatnya tentang imperative kategoris (*categories imperative*). Pemikiran tersebut muncul karena dalam keseluruhan struktur bangunan etika, Kant senantiasa mendasarkan pada konsepnya tentang *categories imperative*, bahkan dapat dikatakan bahwa produk pemikiran ini merupakan ide dasar pemikiran etika dari Kant (Zubaedi, 2007). Secara sederhana, imperatif kategoris disimbolkan dengan perkataan "bertindaklah secara moral". Perintah ini merupakan perwujudan suatu keharusan objektif untuk bertindak secara moral yang datang dari dalam diri sendiri yang tidak bersifat mutlak dan merupakan realisasi dari budi. Dalam kaitan ini kinerja etika adalah mencari dan memberi landasan aturan-aturan mengenai tingkah laku yang baik dan benar, sebagaimana logika mencari penggunaan akal pikiran secara benar. Etika semacam ini menghasilkan produk etika universal dan dianggap sebagai etika murni.

Etika murni bersifat apriori, karena terbebas dari pengaruh yang bersifat empiris. Atas dasar ini Kant berpendapat bahwa etika universal harus didasarkan pada unsur-unsur apriori yang didasarkan pada kehendak baik (*a good will*). Kehendak baik tidaklah tergantung pada hasil yang akan dicapai, tetapi lebih terkait pada bertindak baik karena untuk memenuhi kewajiban (Copleston, 1946 dalam Zubaedi, 2007; Keraff, 2002). Imperatif kategoris merupakan perintah moral yang mutlak sehingga semua tingkah laku yang diwajibkan adalah baik dalam arti moral, baik dalam dirinya sendiri, dan

bukan baik dalam arti hanya sebagai sarana untuk mencapai suatu tujuan atau pemuasan perasaan (Copleston, 1946 dalam Zubaedi 2007).

Aliran teori etika lain yang berbeda dengan Kant antara lain adalah yang dikemukakan oleh Jeremy Bentham (1748-1832) yang menggagas tentang etika *utilitarianisme* yaitu etika yang memiliki cara untuk menunjukkan sesuatu yang paling utama bagi manusia. Menurut teori ini, bahwa kita harus bertindak sedemikian rupa sehingga menghasilkan akibat-akibat yang baik sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari akibat-akibat buruk. Kebahagiaan tercapai jika ia memiliki kesenangan dan bebas dari kesusahan. Menurut prinsip *utilitarian* dari Bentham prinsip kegunaan harus diterapkan secara kuantitatif, karena kualitas kesenangan selalu sama sedangkan aspek kuantitasnya dapat berbeda-beda. Dalam pandangan *utilitarianisme* klasik, prinsip utilitas adalah kebahagiaan terbesar dari jumlah jumlah terbesar (*the greatest happiness of the greatest number*). Menurut Bentham prinsip kegunaan tadi harus diterapkan secara kuantitatif belaka (Obon, 2009).

Dengan demikian, utilitarianisme menilai baik buruknya suatu tindakan berdasarkan akibatnya bagi banyak orang. Bagi penganut utilitarianisme, dasar objektif adalah manfaat yang ditimbulkan oleh kebijakan atau tindakan tersebut bagi banyak orang. Secara lebih terinci, kita dapat merumuskan dasar objektif tersebut dapat tiga kriteria sebagai berikut (Keraff, 2002):

- (a) manfaat, yaitu kebijakan atau tindakan itu mendatangkan manfaat tertentu.
- (b) Manfaat terbesar, yaitu kebijakan atau tindakan tersebut mendatangkan manfaat lebih besar atau terbesar dibandingkan dengan kebijakan atau tindakan alternatif lain.
- (c) Manfaat terbesar bagi sebanyak mungkin orang.

Secara singkat, prinsip yang dianut etika utilitarianisme adalah bertindaklah sedemikian rupa agar tindakanmu itu mendatangkan manfaat sebesar mungkin bagi sebanyak mungkin orang.

2.1.2 Implementasi Etika Pemasaran

Etika pemasaran merupakan studi mengenai aspek-aspek moral dari kegiatan pemasaran, dalam kegiatan ini dinilai dengan pedoman apakah perbuatan yang dilakukan tersebut telah sesuai dengan asas-asas menghormati manusia, adil atau tidak adil. Perusahaan dalam memasarkan produknya hendaknya taat pada perjanjian kontrak dan perundangan yang berlaku dan beritikad baik untuk dapat memenuhi harapan

konsumen atas produk barang atau jasa yang dikonsumsinya (Rusyani, 2007). Sedangkan pengertian etika pemasaran adalah prinsip moral yang mendefinisikan perilaku benar atau salah di dalam pemasaran. Isu-isu etika biasanya diformalisasi berdasarkan hukum atau peraturan yang sesuai dengan standar masyarakat (Ferrel, 2001).

Salah satu bentuk aktivitas pemasaran yaitu melalui promosi yang dianggap sebagai penggerak industri. Perusahaan melakukan promosi dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan dan eksistensi di pasar serta untuk merebut pengaruh dan perhatian konsumen. Dalam kaitan ini perusahaan juga berupaya menanamkan citra produknya dengan kuat kepada konsumen melalui promosi.

Dalam perkembangan praktik etika pemasaran, AMA (American Marketing Association) pada tahun 2004 telah mendeklarasikan tentang regulasi etis dan nilai yang harus menjadi panduan bagi anggotanya (Muchina dan Popovici, 2008). Sesuai dengan dengan deklarasi tersebut para pemasar harus menjunjung perilaku dan nilai etis sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, investor, anggota media dan komunitas.

Terkait dengan etika dalam komunikasi pemasaran, khususnya pada iklan maka tindakan tidak etis antara lain adalah: manipulasi (Solomon, 2002), menipu, menunjukkan kondisi sangat ekspresif sebagai hasil dari kombinasi media, suara, warna dan gerakan, memanipulasi anak, membuat perbandingan secara langsung, menunjukkan kekerasan dan konotasi seksual (Kotler dan Amstrong et al, 1999; Kotler, 1997; Popescu, 2003). Dalam kaitan tersebut dijelaskan bahwa iklan harus memuat informasi yang jelas dan sebaiknya tidak mengeksploitasi pengalaman konsumen lain tanpa ada test validitas yang dapat dipertanggungjawabkan (Muchina dan Popovici, 2008). Dengan demikian kecenderungan pemberian janji yang berlebihan (*overpromising*) dalam iklan merupakan pelanggaran etika.

American Marketing Society mendeklarasikan tentang regulasi etika pada tahun 2004. Regulasi tersebut dipergunakan sebagai panduan bagi anggota American Marketing Society dan para pemasar dalam menjalankan aktivitasnya. Sesuai dengan deklarasi ini, pemasar harus menjalankan praktik pemasaran profesional dengan orientasi etika dan nilai yang tinggi yaitu dengan bertanggung jawab kepada pihak-pihak yang berkepentingan seperti pelanggan, pegawai, investor, anggota media dan masyarakat luas. Regulasi umum dalam deklarasi tersebut diuraikan sebagai berikut (AMA, 2004):

- a. Pemasar tidak boleh melakukan sesuatu yang merugikan,

- b. Pemasar harus memperkuat kepercayaan terhadap sistem pemasaran,
- c. Pemasar harus menyampaikan, mengkomunikasikan dan melaksanakan nilai etika yang mendasar yang akan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada integritas sistem pemasaran. Nilai-nilai dasar yang dimaksud adalah kejujuran, tanggung jawab, *Fairness, Respect*, Keterbukaan, dan menghargai hak-hak warga negara,

Dalam kaitan dengan etika pemasaran, panduan pada etika bisnis juga merupakan prinsip penting yang mengarahkan pada pencapaian manfaat dari suatu implementasi etika. Pada *Caux Round Table: Principles for Business* (1992 dalam Rusyani, 2007) antara lain dijelaskan bahwa dalam perilaku bisnis perlu dikembangkan semangat saling percaya, mengakui adanya kesungguhan, keterusterangan, kejujuran, kesetiaan pada janji dan keterbukaan. Hal tersebut penting bagi kredibilitas dan integritas bisnis juga bagi kelancaran dan efisiensi dalam transaksi bisnis. Di samping itu Velasquez (2005) menjelaskan empat prinsip dalam berbisnis yaitu: (1) *utilitarianisme*, (2) hak, (3) keadilan, dan (4) perhatian (*caring*).

2.1.3 Konsep Bauran Pemasaran

“*Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the market.*” (Marketing Management, 1997) yang kurang lebih memiliki arti bauran [pemasaran](#) adalah kumpulan dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan yang digunakan oleh suatu badan usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran. Menurut Kotler (1997:92), *Marketing mix is the set of marketing tools that the firm uses to pursue its marketing objectives in the target market.* Menurut Stanton (1978) Bauran pemasaran (marketing mix) adalah kombinasi dari 4 variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan yaitu produk, harga, kegiatan promosi dan sistem distribusi.

Terdapat banyak alat pemasaran, McCarthy mempopulerkan pembagian kiat pemasaran ke dalam 4 (empat) faktor yang disebut the four Ps: product, price, place, and promotion” (cited in Kotler, 1992:92), yakni *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat), dan *Promotion* (promosi), yang terdiri dari *Advertising*, *Public relations and publicity*, *Personal selling*, dan *Direct marketing*.

Bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place, dan promotion (4P) seiring perkembangan jaman dan tuntutan pasar yang senantiasa mengalami perkembangan telah mengalami evolusi dan terus berkembang searah dengan perkembangan perilaku

konsumen dan kecerdasan para ahli pemasaran. Lovelock dan Wright (2002:13-15) mengembangkan bauran pemasaran (*marketing mix*) menjadi *integrated service management* dengan menggunakan pendekatan 8Ps, yaitu: *product elements, place, cyberspace, and time, promotion and education, price and other user outlays, process, productivity and quality, people, and physical evidence*.

2.1.4 Teori Indeks

Angka indeks pada dasarnya merupakan suatu angka yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan perbandingan antara kegiatan yang sama dalam waktu yang berbeda (J. Supranto, 1990). Dari angka indeks bisa diketahui maju mundurnya atau naik turunnya suatu usaha atau kegiatan. Tujuan pembuatan angka indeks untuk mengukur secara kuantitatif terjadinya suatu perubahan dalam dua waktu yang berlainan. Dengan demikian angka indeks sangat diperlukan untuk mengetahui maju mundurnya kegiatan atau usaha yang dilaksanakan.

Ciri khas dari angka indeks ini adalah perhitungan rasio (pembagian), dimana hasil rasio tersebut selalu dikalikan dengan bilangan 100 untuk menunjukkan perubahan tersebut dalam persentase. Dengan demikian, basis dari angka indeks apapun selalu 100 (Singgih Santoso, 2003).

Di dalam membuat angka indeks diperlukan dua macam waktu, yaitu waktu dasar (*base period*) dan waktu yang bersangkutan atau sedang berjalan (*current period*). Waktu dasar adalah waktu dimana suatu kegiatan (kejadian) dipergunakan untuk dasar perbandingan, sedangkan waktu yang bersangkutan ialah waktu dimana suatu kegiatan (kejadian) akan diperbandingkan terhadap kegiatan (kejadian) pada waktu dasar (J. Supranto, 1990).

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Tidak banyak penelitian terdahulu yang membahas mengenai etika, promosi bauran dalam konteks jasa pendidikan, tetapi peneliti akan mencoba menguraikan penelitian terdahulu yang masih berkaitan konteksnya dengan penelitian ini, diantaranya:

- a. Oleh Riyanda dalam penelitiannya yang berjudul “ Analisis Pelaksanaan Bauran Promosi pada PT Jalur Nugraha Eka Kurir (JNE) Pekanbaru, yang melaksanakan promosi bauran melalui promosi campuran, penjualan secara personal, publikasi, iklan, dan promosi penjualan. Hasilnya menunjukkan bahwa dari kelima bauran promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan, hanya publikasi yang yang

diselenggarakan perusahaan secara benar dan tepat, sedangkan promosi penjualan yang tidak sewajarnya dilakukan.

- b. Oleh Billy Fabiola dalam penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rokok pada Perusahaan Rokok Bentoel Internasional Investama Tbk. Padang”. Hasil penelitian menunjukkan periklanan, penjualan perorangan, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat berpengaruh terhadap keputusan membeli rokok pada perusahaan tersebut.
- c. T. C. Kurniatun (2011) tentang aspek etika dalam pemasaran jasa pendidikan berdasarkan pendekatan marketing triangle. Penelitian ini dilakukan terhadap 5 program studi MM di kota-kota besar di Pulau Jawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat aspek etika dalam internal marketing, external marketing dan interactive marketing.
- d. Rusyani dan T.C Kurniatun (2015) mengidentifikasi adanya indikator-indikator etika dalam bauran pemasaran jasa pendidikan pada perguruan tinggi di Kota Bandung
- e. Sri Sukamti (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Pada Pelayanan Publik Di Puskesmas Kalicacing Kota”. Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan kesehatan yang diberikan oleh Puskesmas Kalicacing yang diukur dengan indicator indeks kepuasan masyarakat telah dilaksanakan dengan sangat baik.
- f. Wanda Fathoni Putra (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Terhadap Layanan Di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Lamongan”. Dari hasil analisis data diketahui bahwa angka indeks kepuasan masyarakat di Badan Perpustakaan dan Arsip Daerah Kabupaten Lamongan adalah 72,57 dengan predikat Baik. Empat belas unsur yang menjadi indikator indeks kepuasan masyarakat semuanya mendapatkan predikat Baik.

Dengan demikian penelitian ini akan mengidentifikasi indikator-indikator etika dalam pelayanan pendidikan di perguruan tinggi untuk kemudian disusun indeks etika pelayanan pendidikan perguruan tinggi yang dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi tingkat etika pelayanan dalam penyelenggaraan pendidikan di perguruan tinggi. Hal ini sejalan dengan visi dan misi Universitas Pasundan Bandung yaitu Menyelenggarakan pendidikan tinggi bertaraf internasional. Dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi bertaraf internasional aspek etika tentu saja merupakan hal yang sangat penting untuk dilaksanakan. Selain itu penelitian ini juga

sejalan dengan misi Lembaga Penelitian Universitas Pasundan yang berupaya menghasilkan berbagai karya penelitian yang mampu memecahkan masalah-masalahh kemasyarakatan. Sebagaimana dipahami bahwa masalah dalam penyelenggaraan perguruan tinggi antara lain adalah permasalahan etika yang terkait dengan upaya membangun budaya akademik, membangun sikap ilmiah dosen dan mahasiswa (Zuhdi, 2010), dalam <https://grafispaten.wordpress.com/2013/12/23/etika-dan-budaya-akademik>), masih ada informasi yang belum sesuai antara yang ditawarkan oleh perguruan tinggi dengan yang diterima oleh mahasiswa (Kurniatun dan Heriyati, 2011), menegakkan peran perguruan tinggi sebagai masyarakat akademis dengan ciri khasnya menjunjung tinggi nilai-nilai kebenaran kebenaran ilmiah dimana perilaku segenap sivitas akademiknya dalam melaksanakan tugas dan fungsinya akan selalu terikat pada etika-moral.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT

3.1 Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui indikator etika pelayanan dalam etika pelayanan pendidikan di perguruan tinggi sebagai dasar penyusunan indeks etika pelayanan Perguruan Tinggi.
- b. Mengetahui indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi.
- c. Mengetahui indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung (pilot project di Universitas Pendidikan Indonesia dan Universitas Pasundan).
- d. Mengetahui indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di DKI Jakarta.
- e. Implementasi indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung.
- f. Mengajukan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) berupa Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi.

3.2 Urgensi Penelitian

- a. Bagi praktisi pemasaran pendidikan agar dapat mengetahui indeks etika dalam pelayanan jasa pendidikan di perguruan tinggi sehingga dapat memberi gambaran tentang nilai etika pelayanan yang dimiliki perguruan tinggi yang merupakan pertimbangan bagi calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.
- b. Bagi penyedia jasa pendidikan untuk mengetahui bagaimana indeks etika dalam pelayanan jasa pendidikan di perguruan tinggi sehingga dalam menjadi tolok ukur dan alat evaluasi ketercapaian indeks etika dalam pelayanan jasa pendidikan, sehingga perguruan tinggi dapat meningkatkan kualitas etika layanannya.

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Metode Penelitian

Langkah-langkah Penyusunan Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi

A. Persiapan

1. Penetapan Pelaksana

Apabila dilaksanakan secara swakelola, perlu membentuk Tim Penyusunan Indeks Etika Pelayanan yang terdiri dari: pengarah, pelaksana yang terdiri dari 1) Ketua, 2) Anggota, 3) Surveyor dan 4) Supporting Staf.

2. Penyiapan Bahan

a. Kuesioner

Dalam Penyusunan Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi digunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpul data implementasi etika dalam pelayanan di perguruan tinggi.

b. Bagian dari Kuesioner

Kuesioner dibagi atas 2 (dua) bagian yaitu:

Bagian I terdiri dari identitas responden meliputi usia, jenis kelamin, jurusan, fakultas, perguruan tinggi dan tahun masuk perguruan tinggi yang berguna untuk menganalisis profil responden dalam penilaiannya terhadap etika pelayanan pendidikan perguruan tinggi.

Bagian II

Etika pelayanan pendidikan tinggi adalah pendapat penerima, atas etika pelayanan yang memuat kesimpulan atau pendapat responden terhadap indikator-indikator etika pelayanan yang dinilai.

c. Bentuk Jawaban

Bentuk jawaban pertanyaan dari setiap indikator etika pelayanan secara umum mencerminkan tingkat etika pelayanan, yaitu dari yang sangat baik sampai dengan tidak baik. Pendapat dinyatakan dalam skor 1 yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) sampai dengan 6 yaitu Sangat Setuju (SS).

3. Penetapan Responden, Lokasi, dan Waktu Pengumpulan Data

a. Jumlah Responden

Responden dipilih secara acak yang ditentukan sesuai dengan cakupan wilayah perguruan tinggi yang terdapat di Kota Bandung yang terbagi dalam tiga kelompok besar, yaitu (1) Perguruan Tinggi Negeri , (2) Perguruan Tinggi Swasta dan (3) Perguruan Tinggi Islam. Untuk memenuhi akurasi hasil penyusunan indeks, responden terpilih ditetapkan minimal 50 orang dari jumlah populasi Perguruan Tinggi.

b. Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan di lingkungan perguruan tinggi negeri, perguruan tinggi swasta, dan perguruan tinggi islam yang terdapat di Kota Bandung.

B. Pelaksanaan Pengumpulan Data

1. Pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang akurat dan objektif, perlu dinyatakan kepada mahasiswa terhadap indikator etika pelayanan pendidikan yang telah ditetapkan.

2. Pengisian kuesioner

Pengisian kuesioner dapat dilakukan dengan salah satu dari kemungkinan dua cara sebagai berikut:

- a. Dilakukan sendiri oleh penerima etika pelayanan pendidikan tinggi.
- b. Dilakukan melalui pencacah melalui wawancara

3. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap nara sumber atau sumber data.

C. Pengolahan Data

1. Metode pengolahan data

Nilai Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi dihitung dengan menggunakan “nilai rata-rata tertimbang” masing-masing indikator etika pelayanan. Adapun indikator etika pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Indikator Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi

No.	Indikator Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi
1.	Kejujuran
2.	Kejelasan
3.	Komitmen program memenuhi janji

No.	Indikator Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi
4.	Sistem pemulihan jasa
5.	Etika Dosen
6.	Etika Program
7.	Etika customer service

Dalam penghitungan indeks etika pelayanan mahasiswa terhadap indikator etika pelayanan yang dikaji, setiap indikator etika pelayanan memiliki penimbang yang sama dengan rumus berikut:

$$\text{Bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Indikator}} = \frac{1}{7} = 0,14$$

Untuk memperoleh nilai IEPPT perguruan tinggi digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IEPPT} = \frac{\text{Total dari Nilai Persepsi Per Indikator}}{\text{Total Indikator yang terisi}} \times \text{Nilai Penimbang}$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IEPPT yaitu antara 25-100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IEPPT Unit Perguruan Tinggi} \times 25$$

Mengingat setiap perguruan tinggi mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, maka setiap perguruan tinggi dimungkinkan untuk:

Menambah indikator yang dianggap relevan. B. Memberikan bobot yang berbeda terhadap 7 (tujuh) indikator yang dominan dalam perguruan tinggi, dengan catatan jumlah bobot seluruh indikator tetap 1.

Tabel 4.2 Nilai Persepsi, Interval IEPPT , Nilai Etika Pelayanan, Kinerja Etika Unit Perguruan Tinggi

NILAI PERSEPSI	NILAI INTEVAL IEPPT	NILAI INTERVAL KONVENSI IEPPT	NILAI ETIKA PELAYANAN PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI	KINERJA ETIKA PERGURUAN TINGGI
1	1,00 – 2,25	25 – 56,4	D	Tidak baik

NILAI PERSEPSI	NILAI INTEVAL IEPPT	NILAI INTERVAL KONVENSI IEPPT	NILAI ETIKA PELAYANAN PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI	KINERJA ETIKA PERGURUAN TINGGI
2	2,26 -3,51	56,5 – 87,9	C	Kurang baik
3	3,52 – 4,77	88 – 119,4	B	Baik
4	4,78 – 6,00	119,5 – 150	A	Sangat Baik

4.2 Perangkat Pengolahan

a. Pengolahan dengan computer

Data entry dan penghitungan indeks dapat dilakukan dengan program komputer/sistem data base.

b. Pengolahan secara manual

- 1) Data isian kuesioner dari setiap responden dimasukkan ke dalam formulir mulai dari indikator 1 (I1) sampai dengan indikator 7 (I7);
- 2) Langkah selanjutnya untuk mendapatkan nilai rata-rata per indikator etika pelayanan dan nilai indeks etika pelayanan sebagai berikut;

a) Nilai rata-rata per indikator etika pelayanan.

Nilai masing-masing indikator etika pelayanan dijumlahkan (kebawah) sesuai dengan jumlah kuesioner yang diisi oleh responden, kemudian untuk mendapat nilai rata-rata per indikator etika pelayanan, jumlah nilai masing-masing indikator etika pelayanan dibagi dengan jumlah responden yang mengisi. Untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang per indikator etika pelayanan jumlah nilai rata-rata per indikator etika pelayanan dikalikan 0,14 sebagai nilai bobot rata-rata tertimbang.

b) Nilai Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi

Untuk mendapatkan nilai indeks etika pelayanan, dengan cara menjumlah 7 indikator dari nilai rata-rata tertimbang.

4.3 Pengujian Kualitas Data

Data pendapat mahasiswa yang telah dimasukkan dalam masing-masing kuesioner, disusun dengan mengkompilasikan data responden yang dihimpun berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin, jurusan, fakultas, perguruan tinggi dan tahun masuk perguruan tinggi. Informasi ini dapat digunakan untuk mengetahui profil responden dan kecenderungan jawaban yang diberikan, sebagai bahan analisis obyektivitas.

4.4 Laporan Hasil Penyusunan Indeks

Hasil akhir kegiatan penyusunan indeks etika pelayanan pendidikan tinggi dari setiap unit perguruan tinggi, disusun dengan materi utama sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penghitungan indeks etika pelayanan, jumlah nilai dari setiap indikator etika pelayanan diperoleh dari jumlah nilai rata-rata setiap indikator etika pelayanan. Sedangkan nilai indeks komposit (gabungan) untuk setiap indikator etika pelayanan, merupakan jumlah nilai rata-rata dari setiap indikator etika pelayanan dikalikan dengan penimbang yang sama, yaitu 0,14.

BAB V

HASIL YANG DICAPAI

5.1 Hasil Temuan Kuesioner

Penelitian ini mengidentifikasi indikator-indikator etika dalam pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi untuk kemudian disusun menjadi indeks etika pelayanan pendidikan Perguruan Tinggi. Etika dalam pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi terbagi dalam tujuh indikator yaitu Kejujuran (1), Kejelasan (2), Komitmen Program dalam Memenuhi Janji (3), Sistem Pemulihan Jasa (4), Etika Dosen (5), Etika Program (6) dan Etika Customer Service (7). Berdasarkan ketujuh aspek tersebut, kemudian dipaparkan kembali menjadi tiga puluh delapan (38) pernyataan yang mendeskripsikan setiap indikatornya yang berdasarkan enam respon kepuasan pelayanan pendidikan berdasarkan angka, yaitu nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju dan nilai 6 untuk jawaban Sangat Setuju.

Perguruan Tinggi yang menjadi lokasi penelitian ini terbagi menjadi tiga kelompok yaitu Perguruan Tinggi Negeri (empat Perguruan Tinggi Negeri), Perguruan Tinggi Swasta (lima Perguruan Tinggi Swasta), dan Perguruan Tinggi Islam (tiga Perguruan Tinggi Swasta) yang terdapat di Kota Bandung. Responden dalam penelitian ini dipilih dengan metode sampling yang terdiri dari masing-masing 50 responden dari setiap universitas yang berbeda Jurusan/Program Studi dan Tahun Angkatan. Adapun hasil temuan indeks etika dalam pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung yang diperoleh dari hasil Kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1.1 Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri Kota Bandung

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Negeri								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
1. KEJUJURAN	1	Kondisi fisik gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	4,59	4,62	0,65				3,8%	37,3%	59,0%
	2	Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	4,54			5%	39%	56%			
	3	Kondisi ruang belajar sesuai dengan yang diinformasikan	4,56			6%	37%	58%			
	4	Kondisi ruang perpustakaan sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	4,83			5%	37%	59%			
	5	Kondisi sarana belajar mengajar sesuai dengan yang diinformasikan	4,56			3%	31%	67%			
	6	Metode pengajaran yang digunakan sesuai dengan yang diinformasikan pada masa orientasi	4,64			3%	42%	56%			
2. KEJELASAN	7	Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus sangat jelas	4,36	4,58	0,64				2,9%	40,9%	56,2%
	8	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang belajar sangat jelas	4,42			6%	45%	49%			
						2%	49%	50%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Negeri								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
	9	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang perpustakaan sangat jelas	4,66			3%	38%	59%			
	10	Informasi yang diterima tentang kondisi sarana belajar sangat jelas	4,45			3%	46%	52%			
	11	Informasi tentang kurikulum yang ditempuh sangat jelas	4,97			2%	29%	70%			
	12	Informasi yang diterima tentang metode pengajaran yang ditempuh sangat jelas	4,61			3%	40%	58%			
3. KOMITMEN PROGRAM MEMENUHI JANJI	13	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan gedung kampus yang baik	4,82	4,70	0,66	3%	32%	66%	2,9%	33,5%	63,6%
	14	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan fasilitas gedung yang baik	4,62			5%	34%	62%			
	15	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan ruang belajar yang baik	4,78			3%	30%	68%			
	16	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan akademik mahasiswa	4,53			3%	40%	57%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Negeri									
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator			
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik	
	17	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk terselenggaranya pendidikan dengan baik	4,79				2%	31%	68%			
	18	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar	4,72				3%	35%	63%			
	19	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh menyiapkan sarana prasarana belajar.	4,69				3%	35%	63%			
4. SISTEM PEMULIHAN JASA	20	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas	4,37	4,48	0,63		4%	48%	49%	4,5%	43,1%	52,4%
	21	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan perpustakaan	4,49				5%	44%	52%			
	22	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan ruang belajar	4,49				4%	48%	49%			
	23	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan akademik	4,52				6%	39%	56%			
	24	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan administrasi pendidikan	4,55				5%	38%	57%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Negeri								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
5. Etika Dosen	25	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya	5,30	4,83	0,68	0%	16%	84%	2,6%	30,4%	67,1%
	26	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan	5,05			1%	24%	76%			
	27	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya	5,10			1%	21%	78%			
	28	Dalam memberikan penilaian pada umumnya Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif	4,70			4%	32%	65%			
	29	Pada umumnya Dosen bertutur kata dengan sopan dan baik	4,87			1%	31%	69%			
	30	Pada umumnya Dosen bersikap bijaksana dalam mengatasi permasalahan pada kegiatan akademik	4,75			1%	38%	62%			
	31	Pada umumnya Dosen tidak mendahulukan kepentingan pribadi	4,37			10%	38%	53%			
	32	Pada umumnya Dosen secara aktif memotivasi semangat belajar mahasiswa	4,48			5%	44%	52%			
	6. Etika Program	33	Program/Jurusan/Program Studi menghormati hak-hak			4,75	4,82	0,67			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Negeri											
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator					
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik			
		mahasiswa untuk memperoleh pembelajaran yang baik												
	34	Program/Jurusan/Program Studi memperlakukan mahasiswa dengan adil tanpa membedakan status sosial	4,91			2%	24%	74%						
	35	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	4,86			2%	31%	68%						
	36	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa memberikan informasi terkait proses pembelajaran dengan cukup terbuka.	4,75			3%	34%	64%						
7. Etika Customer Service	37	Staf melayani secara sopan santun	4,61	4,69	0,66	6%	31%	64%	5,3%	28,5%	66,3%			
	38	Staf menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	4,77			5%	27%	69%						

Tabel 5.1.2 Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta Kota Bandung

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Swasta								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
1. KEJUJURAN	1	Kondisi fisik gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	3,90	4,02	0,56	12%	55%	34%	11,0%	51,4%	37,5%
	2	Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	3,90			15%	48%	36%			
	3	Kondisi ruang belajar sesuai dengan yang diinformasikan	3,96			11%	54%	34%			
	4	Kondisi ruang perpustakaan sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	4,08			11%	48%	41%			
	5	Kondisi sarana belajar mengajar sesuai dengan yang diinformasikan	4,07			9%	53%	38%			
	6	Metode pengajaran yang digunakan sesuai dengan yang diinformasikan pada masa orientasi	4,20			8%	50%	42%			
2. KEJELASAN	7	Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus sangat jelas	4,03	4,10	0,57	12%	48%	40%	11,4%	48,0%	40,6%
	8	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang belajar sangat jelas	4,02			14%	48%	38%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Swasta								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
	9	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang perpustakaan sangat jelas	4,07			12%	48%	40%			
	10	Informasi yang diterima tentang kondisi sarana belajar sangat jelas	3,95			12%	54%	34%			
	11	Informasi tentang kurikulum yang ditempuh sangat jelas	4,34			9%	40%	51%			
	12	Informasi yang diterima tentang metode pengajaran yang ditempuh sangat jelas	4,18			9%	51%	40%			
3. KOMITMEN PROGRAM MEMENUHI JANJI	13	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan gedung kampus yang baik	4,18	4,20	0,59	12%	43%	45%	10,3%	45,1%	44,6%
	14	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan fasilitas gedung yang baik	4,22			8%	49%	43%			
	15	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan ruang belajar yang baik	4,28			9%	42%	50%			
	16	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan akademik mahasiswa	4,24			10%	44%	46%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Swasta								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
	17	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk terselenggaranya pendidikan dengan baik	4,06			12%	48%	39%			
	18	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar	4,24			9%	45%	46%			
	19	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh menyiapkan sarana prasarana belajar.	4,15			12%	44%	43%			
4. SISTEM PEMULIHAN JASA	20	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas	4,09	4,04	0,57	14%	41%	45%	13,0%	45,8%	41,2%
	21	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan perpustakaan	3,90			14%	50%	37%			
	22	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan ruang belajar	4,05			12%	46%	42%			
	23	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan akademik	4,10			12%	47%	40%			
	24	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan administrasi pendidikan	4,08			14%	45%	42%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Swasta								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
5. Etika Dosen	25	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya	4,75	4,52	0,63	5%	30%	65%	5,0%	41,2%	53,9%
	26	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan	4,64			4%	34%	62%			
	27	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya	4,69			3%	35%	62%			
	28	Dalam memberikan penilaian pada umumnya Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif	4,38			5%	51%	44%			
	29	Pada umumnya Dosen bertutur kata dengan sopan dan baik	4,60			3%	40%	56%			
	30	Pada umumnya Dosen bersikap bijaksana dalam mengatasi permasalahan pada kegiatan akademik	4,48			5%	42%	53%			
	31	Pada umumnya Dosen tidak mendahulukan kepentingan pribadi	4,18			9%	49%	42%			
	32	Pada umumnya Dosen secara aktif memotivasi semangat belajar mahasiswa	4,39			6%	47%	46%			
	6. Etika Program	33	Program/Jurusan/Program Studi menghormati hak-hak mahasiswa			4,41	4,45	0,62			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Swasta										
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator				
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik		
		untuk memperoleh pembelajaran yang baik											
	34	Program/Jurusan/Program Studi memperlakukan mahasiswa dengan adil tanpa membedakan status sosial	4,59			6%	32%	62%					
	35	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	4,39			8%	37%	55%					
	36	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa memberikan informasi terkait proses pembelajaran dengan cukup terbuka.	4,41			5%	42%	52%					
7. Etika Customer Service	37	Staf melayani secara sopan santun	4,29	4,37	0,61	10%	40%	50%	8,8%	39,0%	52,2%		
	38	Staf menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	4,45			7%	38%	54%					

Tabel 5.1.3 Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Islam Kota Bandung

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Islam								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
1. KEJUJURAN	1	Kondisi fisik gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	4,04	4,11	0,57				11,9%	45,0%	43,1%
	2	Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	3,92			12%	49%	39%			
	3	Kondisi ruang belajar sesuai dengan yang diinformasikan	4,01			20%	39%	41%			
	4	Kondisi ruang perpustakaan sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	4,27			15%	43%	41%			
	5	Kondisi sarana belajar mengajar sesuai dengan yang diinformasikan	4,14			7%	42%	51%			
	6	Metode pengajaran yang digunakan sesuai dengan yang diinformasikan pada masa orientasi	4,27			8%	51%	41%			
2. KEJELASAN	7	Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus sangat jelas	4,03	4,22	0,59				11,0%	43,9%	45,1%
	8	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang belajar sangat jelas	4,05			15%	43%	43%			
						15%	45%	41%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Islam								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
	9	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang perpustakaan sangat jelas	4,30			9%	44%	47%			
	10	Informasi yang diterima tentang kondisi sarana belajar sangat jelas	4,12			11%	47%	42%			
	11	Informasi tentang kurikulum yang ditempuh sangat jelas	4,43			8%	40%	52%			
	12	Informasi yang diterima tentang metode pengajaran yang ditempuh sangat jelas	4,37			8%	45%	47%			
3. KOMITMEN PROGRAM MEMENUHI JANJI	13	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan gedung kampus yang baik	4,23	4,25	0,59	11%	45%	45%	10,1%	41,7%	48,2%
	14	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan fasilitas gedung yang baik	4,14			9%	45%	46%			
	15	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan ruang belajar yang baik	4,32			7%	39%	54%			
	16	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan akademik mahasiswa	4,33			9%	36%	55%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Islam								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
	17	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk terselenggaranya pendidikan dengan baik	4,09			15%	43%	42%			
	18	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar	4,37			8%	45%	47%			
	19	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh menyiapkan sarana prasarana belajar.	4,27			11%	41%	49%			
4. SISTEM PEMULIHAN JASA	20	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas	4,07	4,14	0,58	15%	40%	45%	11,3%	44,5%	44,1%
	21	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan perpustakaan	4,05			11%	49%	39%			
	22	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan ruang belajar	4,19			9%	46%	45%			
	23	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan akademik	4,25			9%	43%	47%			
	24	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan administrasi pendidikan	4,13			12%	44%	44%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Islam								
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator		
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik
5. Etika Dosen	25	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya	4,65	4,49	0,63				5,9%	40,2%	53,9%
						5%	35%	61%			
	26	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan	4,68								
						3%	35%	61%			
	27	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya	4,74								
						3%	35%	63%			
	28	Dalam memberikan penilaian pada umumnya Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif	4,35								
						7%	45%	49%			
	29	Pada umumnya Dosen bertutur kata dengan sopan dan baik	4,53								
			5%	41%	55%						
30	Pada umumnya Dosen bersikap bijaksana dalam mengatasi permasalahan pada kegiatan akademik	4,45									
			5%	46%	49%						
31	Pada umumnya Dosen tidak mendahulukan kepentingan pribadi	4,21									
			11%	41%	47%						
32	Pada umumnya Dosen secara aktif memotivasi semangat belajar mahasiswa	4,33									
			9%	44%	47%						
6. Etika Program	33	Program/Jurusan/Program Studi menghormati hak-hak mahasiswa	4,51	4,49	0,63				6,2%	36,5%	57,3%
						5%	37%	58%			

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN	Perguruan Tinggi Islam										
			MEAN	NIEP	INDEKS	% ETIKA Per point			% ETIKA per Indikator				
						Kurang	Moderat	Baik	Kurang	Moderat	Baik		
		untuk memperoleh pembelajaran yang baik											
	34	Program/Jurusan/Program Studi memperlakukan mahasiswa dengan adil tanpa membedakan status sosial	4,59			7%	29%	64%					
	35	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	4,45			7%	35%	57%					
	36	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa memberikan informasi terkait proses pembelajaran dengan cukup terbuka.	4,40			5%	45%	50%					
7. Etika Customer Service	37	Staf melayani secara sopan santun	4,42	4,51	0,63	9%	39%	53%	6,7%	37,0%	56,3%		
	38	Staf menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	4,60			5%	35%	60%					

Berdasarkan Tabel 5.1.1 diketahui untuk Perguruan Tinggi Negeri, etika yang memiliki rata-rata paling rendah dan perlu dioptimalkan adalah; Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus belum terlalu jelas (1), Program/Jurusan/Program Studi belum berupaya dengan optimal memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas (2), dan Adakalanya Dosen mendahulukan kepentingan pribadi (3). Sementara etika yang dinilai sudah "Sangat Baik" adalah Informasi yang diterima tentang kondisi ruang perpustakaan sangat jelas (1), Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya (2), Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan (3), dan Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya (4).

Berdasarkan Tabel 5.1.2 diketahui untuk Perguruan Tinggi Swasta, etika yang memiliki rata-rata paling rendah dan perlu dioptimalkan adalah Kondisi fisik gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas (1), Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website (2), Universitas Program Studi belum berupaya secara optimal memulihkan kegagalan layanan perpustakaan (3). Sementara etika yang dinilai sudah "Sangat Baik" adalah Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya (1), Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan (2), dan Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya (3).

Berdasarkan Tabel 5.1.3 diketahui untuk Perguruan Tinggi Islam, etika yang memiliki rata-rata paling rendah dan perlu dioptimalkan adalah Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas (1), Kondisi ruang belajar belum sesuai dengan yang diinformasikan (2), dan Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus belum jelas (3). Sementara etika yang dinilai sudah "Sangat Baik" adalah Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya (1), Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan (2), dan Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya (3).

Adapun rekapitulasi dari Perolehan Indeks Etika Pelayanan di Perguruan Tinggi Kota Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 5.1.4 Indeks Etika Pelayanan di Perguruan Tinggi Kota Bandung

Kriteria	Perguruan Tinggi Negeri	Perguruan Tinggi Swasta	Perguruan Tinggi Islam
Indeks Paling Rendah	4,36	3,90	3,92
Indeks Paling Tinggi	5,30	4,75	4,74
Rata-Rata	4,68	4,24	4,30
Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT)	4,58	4,16	4,23
Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) Konversi	114,48	103,92	105,69
Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi	Baik	Baik	Baik

Berdasarkan Tabel 5.1.4 diketahui untuk Perguruan Tinggi Negeri Indeks paling rendah adalah 4,36, Indeks paling tinggi adalah 5.30, Rata-rata Indeks adalah 4.68, Nilai Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) adalah 4.58, Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) Konversi adalah 114.48, dan Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi Negeri adalah Baik.

Perguruan Tinggi Swasta Indeks paling rendah adalah 3.90, Indeks paling tinggi adalah 4.75, Rata-rata Indeks adalah 4.24, Nilai Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) adalah 4.16, Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) Konversi adalah 103.92, dan Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi Swasta adalah Baik.

Perguruan Tinggi Islam Indeks paling rendah adalah 3.92, Indeks paling tinggi adalah 4.74, Rata-rata Indeks adalah 4.30, Nilai Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) adalah 4.23, Indeks Etika Pelayanan Perg. Tinggi (IEPPT) Konversi adalah 105.69, dan Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi Islam adalah Baik.

Dari ketiga kelompok besar Perguruan Tinggi, yaitu Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta, dan Perguruan Tinggi Islam memiliki Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi Baik. Namun untuk nilai tertinggi Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi diperoleh Perguruan Tinggi Negeri sementara nilai terendah Kinerja Etika Perguruan Tinggi (KEPT) Perguruan Tinggi diperoleh Perguruan Tinggi Swasta.

5.2 Hasil Temuan Wawancara

Pengumpulan data melalui wawancara dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara pengumpul data maupun peneliti terhadap narasumber atau sumber data untuk

memperdalam fenomena yang ditemukan dalam hasil kuesioner. Adapun pendalaman hasil temuan identifikasi indikator indeks etika dalam pelayanan pendidikan perguruan tinggi dilakukan melalui wawancara adalah sebagai berikut:

5.2.1 Hasil Wawancara Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri

Berdasarkan hasil temuan wawancara pada Perguruan Tinggi Negeri A, dapat diketahui hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Kondisi fasilitas kampus beragam, terdapat beberapa fasilitas kampus yang sesuai dengan brosur atau website, namun terdapat beberapa yang tidak sesuai dengan brosur atau website. Hal ini berbeda-beda karena kondisi fasilitas gedung di setiap fakultas berbeda-beda.
2. Kondisi sarana belajar mengajar sesuai dengan yang diinformasikan namun terdapat beberapa yang tidak sesuai dengan yang diinformasikan karena sarana belajar mengajar kurang mendukung yaitu dengan adanya beberapa sarana pendukung belajar yang tidak ada atau tidak lengkap.
3. Jurusan berupaya sungguh-sungguh menyiapkan sarana prasarana belajar namun terdapat beberapa sarana prasarana yang belum lengkap dan tidak mendukung.
4. Jurusan berupaya memulihkan kegagalan layanan akademik namun terdapat beberapa kegagalan layanan akademik yang dalam pemulihannya memerlukan waktu yang lama, misalnya proses dalam urusan nilai, dan pengaturan terhadap jadwal perkuliahan yang masih tidak sesuai.
5. Pada umumnya Dosen tidak mendahulukan kepentingan pribadi namun terdapat beberapa Dosen yang lebih mendahulukan kepentingan pribadi sehingga datang tidak tepat waktu dan tidak dapat menghadiri kelas, hal ini berbeda-beda sesuai Dosen yang mengajar di setiap Fakultasnya.
6. Jurusan senantiasa memberikan informasi terkait proses pembelajaran dengan cukup terbuka karena pada awal perkuliahan telah dijelaskan proses pembelajaran yang akan dilalui.
7. Staf melayani secara sopan santun hanya ada beberapa staf yang melayani dengan kurang ramah.

Berdasarkan hasil temuan wawancara pada Perguruan Tinggi Negeri B, dapat diketahui hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus umumnya sesuai dengan yang telah diinformasikan namun terdapat beberapa yang tidak sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website,

2. Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus kurang jelas, tidak ada petunjuk ruang kelas dan tidak ada signage (papan informasi) untuk setiap prasarana gedung
3. Program/Jurusan/Program Studi tidak menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan akademik mahasiswa karena mahasiswa memang dituntut untuk mencari info dan menyelesaikan sendiri
4. Dalam memberikan penilaian terdapat beberapa Dosen yang memperlakukan mahasiswa secara subjektif tetapi tidak semua dosen.
5. Program/Jurusan/Program Studi sebenarnya sudah menghormati hak-hak mahasiswa untuk memperoleh pembelajaran yang baik
6. Staf tidak menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa, karena pernah terjadi kebocoran informasi akademik.

5.2.2 Hasil Wawancara Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta

Berdasarkan hasil temuan wawancara pada Perguruan Tinggi Swasta C, dapat diketahui hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Gedung kampus yang belum sesuai dengan yang telah di informasikan salah satu contohnya luas gedung kampus yang terbatas.
2. Fasilitas dan prasarana gedung kampus yang belum sesuai dengan yang telah di informasikan salah satu contohnya tempat parkir yang kurang.
3. Masih terdapat dosen yang mementingkan kepentingan pribadinya salah satu contohnya yaitu terdapat dosen yang tidak menghadiri perkuliahan karena alasan pribadi
4. Kelengkapan buku di perpustakaan yang belum lengkap dan masih terdapat buku edisi yang lama serta akses jurnal yang belum lengkap membuat mahasiswa kesulitan dalam akses dan pencarian materi yang diinginkan.
5. Pelayanan akademik yang kurang cepat tanggap sehingga pengaturan jadwal kuliah yang sering berubah membuat mahasiswa sedikit terhambat dalam proses belajar mengajar yang akan dilaksanakan.
6. Jurusan yang kurang cepat tanggap dalam penindakan kegagalan layanan akademik salah satu contohnya tentang jadwal kuliah dan penilaian.
7. Kurangnya informasi dari program studi kepada mahasiswa yang membuat mahasiswa terkendala dalam pengambilan mata kuliah yang terlambat sehingga penyelesaian studi terganggu.

5.2.3 Hasil Wawancara Mahasiswa Perguruan Tinggi Islam

Berdasarkan hasil temuan wawancara pada Perguruan Tinggi Islam D, dapat diketahui hasil wawancara adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas yang tersedia tidak sesuai harapan, yaitu hanya beberapa kelas yang menggunakan air conditioner, aliran listrik di beberapa kelas mati dan tidak bisa digunakan, dan kekurangan air di toilet.
2. Fasilitas pendukung gedung tidak sesuai harapan seperti terbatasnya lahan parkir dan lingkungan yang gersang karena ketiadaan taman.
3. Jurusan berupaya memulihkan kegagalan dalam layanan namun prosesnya sangat lama salah satu contohnya memperbaiki ruangan kelas.
4. Jurusan memberikan informasi yang kurang jelas dan kurang dapat dimengerti oleh mahasiswa ketika memberikan informasi sehingga mahasiswa mendapatkan informasi lebih jelas dari mahasiswa lainnya.
5. Dosen pada umumnya tidak mendahulukan kepentingan pribadi namun ada beberapa yang mementingkan kepentingan pribadi seperti tidak datang on time, sulit dihubungi oleh mahasiswa.
6. Informasi tentang kurikulum yang ditempuh sangat jelas
7. Jurusan membantu memulihkan kegagalan layanan administrasi dan perpustakaan namun kurang ramah.
8. Staf melayani secara sopan santun dan ramah namun terdapat beberapa staf yang kurang ramah.

5.3 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan hasil kuesioner, wawancara, dan observasi langsung yang dilakukan di lapangan, didapatkan bahwa aspek-aspek Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung yang masih perlu dioptimalkan adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian dengan menggunakan metode kuesioner, pada Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung yang perlu dioptimalkan adalah: Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus belum terlalu jelas (1), Program/Jurusan/Program Studi belum berupaya dengan optimal memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas (2), dan adakalanya Dosen mendahulukan kepentingan pribadi (3). Hal tersebut senada dengan hasil wawancara yang dilakukan yaitu Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus kurang jelas, tidak ada petunjuk ruang kelas dan tidak ada signage (papan informasi) untuk

setiap prasarana gedung (1), jurusan kurang optimal dalam mengupayakan beberapa sarana prasarana yang belum lengkap dan tidak mendukung (2) dan terdapat beberapa Dosen yang lebih mendahulukan kepentingan pribadi sehingga datang tidak tepat waktu dan tidak dapat menghadiri kelas (3).

Hasil penelitian dengan menggunakan metode kuesioner, pada Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung yang perlu dioptimalkan adalah kondisi fisik gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas (1), Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website (2), Universitas Program Studi belum berupaya secara optimal memulihkan kegagalan layanan perpustakaan (3). Hal tersebut senada dengan hasil wawancara yang dilakukan yaitu gedung kampus yang belum sesuai dengan yang telah di informasikan salah satu contohnya luas gedung kampus yang terbatas (1), fasilitas dan prasarana gedung kampus yang belum sesuai dengan yang telah di informasikan salah satu contohnya tempat parkir yang kurang (2), dan kelengkapan buku di perpustakaan yang belum lengkap dan masih terdapat buku edisi yang lama serta akses jurnal yang belum lengkap membuat mahasiswa kesulitan dalam akses dan pencarian materi yang diinginkan (3).

Hasil penelitian dengan menggunakan metode kuesioner, pada Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung yang perlu dioptimalkan adalah kondisi fasilitas pendukung gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas (1), Kondisi ruang belajar belum sesuai dengan yang diinformasikan (2), dan Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus belum jelas (3). Hal tersebut senada dengan hasil wawancara yang dilakukan yaitu fasilitas yang tersedia tidak sesuai harapan, yaitu hanya beberapa kelas yang menggunakan air conditioner, aliran listrik di beberapa kelas mati dan tidak bisa digunakan, dan kekurangan air di toilet (1), fasilitas pendukung gedung tidak sesuai harapan seperti terbatasnya lahan parkir dan lingkungan yang gersang karena ketiadaan taman (2), dan Jurusan memberikan informasi yang kurang jelas dan kurang dapat dimengerti oleh mahasiswa (3).

Berdasarkan hasil penelitian dari Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta, dan Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung masih terdapat beberapa aspek Etika Pelayanan Pendidikan yang belum optimal dalam penyelenggaraannya, hal tersebut perlu mendapat sorotak agar terselenggaranya implementasi Etika Pelayanan Pendidikan yang merupakan sarana untuk memenuhi pelayanan jasa pendidikan. Hal ini sejalan dengan yang disampaikan

Rusyani (2007) bahwa perusahaan dalam memasarkan produknya hendaknya taat pada perjanjian kontrak dan perundangan yang berlaku dan beritikad baik untuk dapat memenuhi harapan konsumen atas produk barang atau jasa yang dikonsumsinya. Setiap Perguruan Tinggi hendaknya dapat memenuhi harapan mahasiswa sebagai konsumen Pendidikan.

Adapun pada *Caux Round Table: Principles for Business* (dalam Rusyani, 2007) antara lain dijelaskan bahwa dalam perilaku bisnis perlu dikembangkan dengan semangat saling percaya, mengakui adanya kesungguhan, keterusterangan, kejujuran, kesetiaan pada janji dan keterbukaan. Hal tersebut penting bagi kredibilitas dan integritas bisnis juga bagi kelancaran dan efisiensi dalam transaksi bisnis. Maka dari itu Perguruan Tinggi yang menerapkan Etika Pelayanan Pendidikan akan meningkatkan kredibilitas, dan integritas Perguruan Tinggi serta lebih efisien dalam penyelenggaraannya.

5.4 Indikator Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung

Hasil akhir Penyusunan indeks etika pelayanan Pendidikan Tinggi di Kota Bandung dari setiap unit perguruan tinggi, disusun dengan aspek utama sebagai berikut:

Tabel 5.4.1 Aspek Utama Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi Di Kota Bandung

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN
1. KEJUJURAN	1	Kondisi fisik gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas
	2	Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas
	3	Kondisi ruang belajar sesuai dengan yang diinformasikan
	4	Kondisi ruang perpustakaan sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas
	5	Kondisi sarana belajar mengajar sesuai dengan yang diinformasikan
	6	Metode pengajaran yang digunakan sesuai dengan yang diinformasikan pada masa orientasi
2. KEJELASAN	7	Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus sangat jelas
	8	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang belajar sangat jelas
	9	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang perpustakaan sangat jelas

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN
	10	Informasi yang diterima tentang kondisi sarana belajar sangat jelas
	11	Informasi tentang kurikulum yang ditempuh sangat jelas
	12	Informasi yang diterima tentang metode pengajaran yang ditempuh sangat jelas
3. KOMITMEN PROGRAM MEMENUHI JANJI	13	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan gedung kampus yang baik
	14	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan fasilitas gedung yang baik
	15	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan ruang belajar yang baik
	16	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan akademik mahasiswa
	17	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk terselenggaranya pendidikan dengan baik
	18	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar
	19	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh menyiapkan sarana prasarana belajar.
4. SISTEM PEMULIHAN JASA	20	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas
	21	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan perpustakaan
	22	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan ruang belajar
	23	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan akademik
	24	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan administrasi pendidikan
5. Etika Dosen	25	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya
	26	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan
	27	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya
	28	Dalam memberikan penilaian pada umumnya Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif
	29	Pada umumnya Dosen bertutur kata dengan sopan dan baik

INDIKATOR	NO	PERNYATAAN
	30	Pada umumnya Dosen bersikap bijaksana dalam mengatasi permasalahan pada kegiatan akademik
	31	Pada umumnya Dosen tidak mendahulukan kepentingan pribadi
	32	Pada umumnya Dosen secara aktif memotivasi semangat belajar mahasiswa
6. Etika Program	33	Program/Jurusan/Program Studi menghormati hak-hak mahasiswa untuk memperoleh pembelajaran yang baik
	34	Program/Jurusan/Program Studi memperlakukan mahasiswa dengan adil tanpa membedakan status sosial
	35	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa
	36	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa memberikan informasi terkait proses pembelajaran dengan cukup terbuka.
7. Etika Customer Service	37	Staf melayani secara sopan santun
	38	Staf menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa

BAB VI

RENCANA TAHAP BERIKUTNYA

7.1 Rencana Tahap Berikutnya

Penelitian ini mengidentifikasi indikator-indikator etika dalam pelayanan pendidikan di perguruan tinggi, adapun Perguruan Tinggi yang menjadi lokasi penelitian ini terbagi menjadi tiga kelompok yaitu Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta, dan Perguruan Tinggi Islam yang terdapat di Kota Bandung. Pada tahap ini telah diperoleh untuk hasil responden dari empat (4) Perguruan Tinggi Negeri, lima (5) Perguruan Tinggi Swasta, dan tiga (3) Perguruan Tinggi Islam.

Adapun rencana tahap selanjutnya adalah memvalidasi indikator etika pelayanan dalam penelitian indeks etika pelayanan Perguruan Tinggi di Indonesia (1), mengetahui konsistensi indikator pengukuran indeks etika pelayanan dalam karakteristik berbeda dan wilayah berbeda (2), Mengetahui indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri dan Tinggi Swasta di Kota Jakarta, Kota Palembang, Kota Banjarmasin dan Kota Makassar (3).

Indeks etika ini diharapkan dapat menjadi alat ukur implementasi etika dalam pelayanan jasa pendidikan di Perguruan Tinggi di Indonesia yang mendorong serta mendukung perbaikan kinerja pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi. Adanya indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi selanjutnya menjadi dasar untuk melaksanakan penyelenggaraan pendidikan Perguruan Tinggi yang etis dan kompetitif. Hasil penelitian ini diharapkan berupa publikasi ilmiah dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) berupa Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Indikator etika pelayanan dalam etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi terdiri dari Kejujuran, Kejelasan, Komitmen Program Memenuhi Janji, Sistem Pemulihan Jasa, Etika Dosen, Etika Program dan Etika Customer Service. Indeks etika pelayanan pendidikan perguruan tinggi dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi tingkat etika pelayanan dalam penyelenggaraan pendidikan di perguruan tinggi. Berdasarkan hasil temuan diperoleh Dari ketiga kelompok besar Perguruan Tinggi, yaitu Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta, dan Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung memiliki Kinerja Etika Perguruan Tinggi Perguruan Tinggi Baik. Namun untuk nilai tertinggi Indeks Etika Perguruan Tinggi diperoleh Perguruan Tinggi Negeri sementara nilai terendah Indeks Etika Perguruan Tinggi diperoleh Perguruan Tinggi Swasta.

Setiap Perguruan Tinggi baik itu Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Islam memiliki karakteristik yang berbeda-beda, untuk Perguruan Tinggi di Kota Bandung memiliki suatu kesamaan untuk aspek tertinggi dalam Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi yaitu Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya (1), Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan (2), dan Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya (3). Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa Indikator Etika Dosen memiliki nilai tertinggi dalam Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung.

7.2 Saran

Pada kesempatan ini peneliti mengemukakan beberapa saran sebagai masukan ataupun bahan pertimbangan di masa mendatang berkaitan dengan permasalahan yang telah diteliti, diantaranya:

- Bagi Perguruan Tinggi Negeri yang perlu ditingkatkan adalah Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus belum terlalu jelas (1), Program/Jurusan/Program Studi belum berupaya dengan optimal memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas (2), dan adakalanya Dosen mendahulukan kepentingan pribadi (3).

- Bagi Perguruan Tinggi Swasta yang perlu ditingkatkan adalah kondisi fisik gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas (1), Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website (2), Universitas Program Studi belum berupaya secara optimal memulihkan kegagalan layanan perpustakaan (3).
- Bagi Perguruan Tinggi Islam yang perlu ditingkatkan adalah kondisi fasilitas pendukung gedung kampus belum sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas (1), Kondisi ruang belajar belum sesuai dengan yang diinformasikan (2), dan Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus belum jelas (3).

DAFTAR PUSTAKA

Pedoman Penjaminan Mutu (Quality Assurance) Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Tahun 2003.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi.

Praktek Baik Dalam Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, Buku I, Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Direktorat Pembinaan Akademik dan Kemahasiswaan, Tahun 2004.

Praktek Baik Dalam Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, Buku II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX dan X, Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Direktorat Pembinaan Akademik dan Kemahasiswaan, Tahun 2005.

Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Nomor 004/U/2002 tentang Akreditasi Program Studi Pada Perguruan Tinggi.

Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Nomor 34/DIKTI/Kep/2002, tentang Perubahan Dan Peraturan Tambahan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Nomor 08/DIKTI/Kep/2002 tentang Petunjuk Teknis Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan-Pengendalian Dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Jakarta, Tahun 2003.

Abromaityte-Sereikiene, L., (2005), Levels Of Marketing Ethics In The Context Of Theories Of Motivation And Social Responsibility , *Ekonomika*, no. 71, Vilnius, 7-23.

American Marketing Association (AMA). 2004. Statement of Ethics. Diunduh Maret 2008 dari www.marketingpower.com/content435.php

Armstrong, R.W. 1993. The Influence of Culture on Perception of Ethical Problems in International Marketing, Working Paper No. 17. Asia Research Center. Murdoch University.

Au, Alan K.M; Chan Allan K.K; Alan C. B. Tse. 2006. Business Ethics of University

Professors in China A Preliminary Analysis. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability* Volume II, Issue 3

- Bennis, W.G., O'Toole, J. 2005. How business schools lost their way. *Harvard Business Review*. P 96-104
- Bertens, K. 1994. *Etika*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Binsardi, A dan Ekwulugo, F. 2003. International Marketing of British Education: research on the student perception and the UK market penetration. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 21 No. 5 pp 318-327.
- Bitner, Mary Jo. 1995. Building Service Relationship; Its All About Promises. *Journal of Academy of Marketing Science* 23, no. 4, p. 246-51.
- Bowman, W. R., Mehay, S.L. 1999. Graduate Education and Employee Performance; Evidence from Military Personnel. *Economics of Education Review*. Volume 18. October 1999, p 453-463.
- Butz, H.E.J., Goodstein, L.D. 1996. Measuring Customer value: gaining the strategic advantage. *Organizational Dynamics*, Vol. 24 No. Winter pp 63-77
- Carothers, G.H. Jr, Adams, M. 1991. Competitive advantage through customer value: the role of value based strategies, in Stahl, M.J. Bounds, G.M (Eds)
- Copley, Paul. 2004. *Marketing Communication Management*. Elsevier.
- Daymon, C., Holloway, I. 2002. *Qualitative Research Methods in Public Relation and Marketing Communication*. London: Routledge.
- Dedeke, A. (2003), "Service quality: a fulfillment-oriented and interactions-centered approach", *Managing Service Quality*, Vol. 13 No. 4, pp. 276-89.
- Dewan Periklanan Indonesia. 2007. *Etika Pariwisata Indonesia; Tata Cara Periklanan Indonesia*. Jakarta.
- Ferrel, O.C., 2001, *Marketing Ethics and Social Responsibility*, in S.Dibb, L.Simkin, W.M.Pride, O.C.Ferrel (ed.) *Marketing: concepts & strategies*, Houghton Mifflin: Boston, 755-779.
- Gale, B.T. 1994. *Managing Customer Value*. Free Press, New York, NY.
- Galloway, RL dan Wearn K. 1998. Determinant of quality perception in educational administration. *Educational Management and Administration*. Vol. 26 No. 1, pp. 35-48.
- Groonroos, C. (2001), "The perceived service quality concept – a mistake?", *Managing Service Quality*, Vol. 11 No. 3, pp. 150-2.
- Groth, J.C. 1994. The exclusive value principle: a concept for marketing, *Journal of Product*

and Brand Management. Vol. 3 No. 3 pp 8-18

Gutman, J. 1982. A means-end chain model based on consumer categorization process. *Journal of Marketing*. Vo. 46 pp.60-72.

Haksever, C., Chaganti, R., Cook, R.G., 2004. A Model of Value Creation; Strategic View. *Journal of Business Ethics*. Vol 49. Iss:3, pg. 295

Hammersma, 1995. *Pintu Masuk ke Dunia Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.

Hanushek, E.A, Kimko, D.D., 2000. Schooling, labor force quality, and the growth of nations. *American Economic Review*, 6 (3) p .269-286.

Horovitz, J. 2000. *The Seven Secret of Service Strategy*. Financial Times-Prentice Hall, Harlow

Horn, L., Kennedy, M. 2008. Collaboration in Business School: A Foundation for Community Success. *Journal of Academic Ethics*. 6, p 7-15.

Huber, F., Herrmann, a., Morgan, R.E. 2001. Gaining competitive advantage through customer value oriented management. *The Journal of Consumer Marketing*, Vo. 18 No. 1, pp 41-53

Hung, F. Chung.Y dan Ho., E.S. 2000. To Work or To Continue to Higher Education? The Choice of Senior Secondary Students in Shenzhen China. *Higher Education*, 39, p. 455-467.

Hunt, S. D. dan Vitell., S. 1990. The General Theory of Marketing Ethics: A Restrospective and Revision, in *Ethics in Marketing*, eds. N.C. Smith and J. Quelch Richard D. Irwin. Chicago.pp 775-784

Hunt, S.D. dan Vittel, S. 1986. A General Theory of Marketing Ethics. *Journal of Macromarketing*. Spring. p 5-16

Hunt, S. D. dan Vasques-Parraga, A.Z. 1993. *Organizational Consequences*, Keputusan Rektor Institut Teknologi Sepuluh Nopember Nomor: 590.1/K03/LL/2007 tentang Kode Etik Dosen ITS.

Keraf, S.A. 2002. *Etika Lingkungan*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Kerlinger, F.N.1986. *Foundation of Behavioral Research* (3rd ed.) Harcourt Brace Jovanovich. College. Publishers.

Lovelock, C.H., Wright, L.K., 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.

Menon, E.M. 1997. Perceived Rates of Return to Higher Education in Cyprus. *Economics of Education Review* 16. p 425-430.

- _____, 2008. Perceived Rates of Return to Higher Education; Further Evidence from Cyprus.
Economic of Education Review 27. p 39-47.
- Meyer, RH dan Wise, DA. 1982. High School Preparation and Early Labor Force Experience.
In RB. Freeman & D.A Wise, The youth Labor Market Problem: Its Nature,
Causes and Consequences pp. 277-347. Chicago: University of Chicago Press.
- Rusyani, E., 2007. Business Ethics. Bandung: Alfabeta.

Lampiran 1.

KUESIONER

UNTUK MAHASISWA PROGRAM/JURUSAN/PROGRAM STUDI S1



**BANDUNG
2017**

Kepada Yth.

Saudara/Saudari

Mahasiswa Program/Jurusan/Program Studi S1

di

Tempat

Perihal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Dalam rangka penyusunan penelitian di Universitas Pasundan, saya bermaksud melaksanakan penelitian yang mengikutsertakan mahasiswa Universitas Pasundan Program/Jurusan/Program Studi S1 sebagai responden. Topik penelitian saya adalah pemasaran jasa pendidikan yang secara khusus menelaah tentang indeks etika penyelenggaraan pendidikan dengan manfaat yang dirasakan selama dan atau setelah mengikuti perkuliahan.

Sehubungan dengan kepentingan tersebut, saya memohon kesediaan dan partisipasi Saudara/Saudari untuk dapat mengisi kuesioner sesuai dengan pengalaman yang dirasakan selama mengikuti studi di Program/Jurusan/Program Studi S1. Sebagai bahan pertimbangan bahwa kuesioner ini semata-mata dipergunakan hanya untuk kepentingan penelitian dan akademik peneliti serta pengembangan ilmu pengetahuan sehingga tidak akan mempengaruhi penilaian akademik Saudara/Saudari selaku mahasiswa.

Besar harapan saya Saudara/Saudari dapat berpartisipasi dalam penelitian ini.

Atas perhatian dan perkenan Saudara/Saudari saya ucapkan terimakasih.

Bandung, Agustus 2017

Hormat Saya,

Dr. Hj. Erni R. Ernawan, S.E., M.M, DKK.

NIDN 0003026202

Note: Jika ada pertanyaan terkait item kuesioner dapat ditanyakan kepada

Taufani- Telp. 081584719096

No Res*):

Profil Responden

Petunjuk pengisian:

Mohon untuk memberikan tanda centang (✓) pada bagian yang sesuai dengan kondisi Anda saat ini.

- | | | | | | | |
|----|---------------|---|------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1. | Jenis Kelamin | : | <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan | | |
| 2. | Usia | : | <input type="checkbox"/> <20 tahun | <input type="checkbox"/> 21-25 tahun | <input type="checkbox"/> 26-30 tahun | <input type="checkbox"/> >35 tahun |
| 3. | Jurusan | : | | | | |
| 4. | Fakultas | : | | | | |
| 5. | Angkatan | : | | | | |

*) diisi oleh peneliti

BAGIAN A

Petunjuk

Berikan pendapat Anda mengenai informasi yang Anda peroleh dari pihak Program/Jurusan/Program Studi Studi dengan memberikan tanda silang (X) pada skor yang tersedia. Pendapat dinyatakan dalam skor 1 yaitu SANGAT TIDAK SETUJU (STS) sampai dengan 6 yaitu SANGAT SETUJU (SS).

No	Pernyataan	Skor					
		STS					SS
1	Kesesuaian nama matakuliah yang ditawarkan (yang terdapat di brosur dan di website Universitas) dengan yang diajarkan di kelas	1	2	3	4	5	6
2	Keterbukaan informasi bahan ajar (literatur, buku, jurnal yang digunakan oleh dosen di setiap matakuliah)	1	2	3	4	5	6
3	Kejelasan informasi fasilitas perkuliahan (gedung, ruang kelas, toilet, tempat parkir)	1	2	3	4	5	6
4	Kejelasan peraturan perkuliahan (adanya tata tertib, hak dan kewajiban mahasiswa secara tertulis)	1	2	3	4	5	6
5	Keterbukaan informasi dari Program/Jurusan/Program Studi (semua informasi disampaikan dengan tepat seperti jadwal perkuliahan, KRS, jadwal UTS dan UAS)	1	2	3	4	5	6
6	Keterbukaan dosen untuk dikritik (Dosen bersedia menerima sanggahan, komentar, masukan)	1	2	3	4	5	6

7	Ketersediaan sarana untuk menyampaikan saran (Ketersediaan Kotak Saran untuk menampung aspirasi mahasiswa)	1	2	3	4	5	6
8	Materi perkuliahan membangkitkan semangat kebangsaan	1	2	3	4	5	6
9	Keterbukaan informasi terkait pembelajaran (Informasi tentang pengumpulan tugas, hasil penilaian, pelaksanaan UTS dan UAS)	1	2	3	4	5	6
10	Kesesuaian lokasi kampus untuk aktivitas belajar, yaitu lokasi kampus yang mendukung serta kondusif untuk aktivitas pembelajaran (misalnya lokasi kampus terbebas dari polusi suara dan polusi udara)	1	2	3	4	5	6
11	Bangunan kampus menyediakan sarana untuk mahasiswa disabilitas atau berkebutuhan khusus (seperi trotoar untuk kursi roda, <i>guiding block</i> atau garis petunjuk kuning jalan bagi tuna netra, toilet untuk berkebutuhan khusus)	1	2	3	4	5	6
12	Petunjuk arah yang memudahkan penggunaan fasilitas gedung (Misalnya adanya petunjuk untuk ke arah toilet, parkir, gedung perkuliahan serta petunjuk seperti nomor atau nama ruang kuliah)	1	2	3	4	5	6

BAGIAN B

Petunjuk

Berikan pendapat Anda mengenai informasi yang Anda peroleh dari pihak Program/Jurusan/Program Studi Studi dengan memberikan tanda silang (X) pada skor yang tersedia. Pendapat dinyatakan dalam skor 1 yaitu SANGAT TIDAK SETUJU (STS) sampai dengan 6 yaitu SANGAT SETUJU (SS).

No	Pernyataan	Skor					
		STS					SS
1	Kondisi fisik gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan	1	2	3	4	5	6
2	Kondisi fasilitas pendukung gedung kampus sesuai dengan yang diinformasikan (misal: tempat parkir)	1	2	3	4	5	6
3	Kondisi ruang belajar sesuai dengan yang diinformasikan (misal: ruang kelas dan ruang diskusi)	1	2	3	4	5	6
4	Kondisi ruang perpustakaan sesuai dengan yang diinformasikan pada brosur atau website Universitas	1	2	3	4	5	6
5	Kondisi sarana belajar mengajar sesuai dengan yang diinformasikan (misal: <i>furniture</i> dan sarana multi media)	1	2	3	4	5	6
6	Metode pengajaran yang digunakan sesuai dengan yang diinformasikan pada masa orientasi (misal: kuliah dengan teknik ceramah, diskusi, studi lapangan, studi kasus)	1	2	3	4	5	6
7	Informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus sangat jelas (misal: tempat parkir, toilet, listrik, air, <i>air conditioner</i>)	1	2	3	4	5	6
8	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang belajar sangat jelas (misal: ruang kelas dan ruang diskusi)	1	2	3	4	5	6

No	Pernyataan	Skor					
		STS					SS
9	Informasi yang diterima tentang kondisi ruang perpustakaan sangat jelas	1	2	3	4	5	6
10	Informasi yang diterima tentang kondisi sarana belajar sangat jelas (misal: <i>furniture</i> dan sarana multi media)	1	2	3	4	5	6
11	Informasi tentang kurikulum yang ditempuh sangat jelas (misal: mata kuliah, jumlah SKS yang ditempuh dan silabus)	1	2	3	4	5	6
12	Informasi yang diterima tentang metode pengajaran yang ditempuh sangat jelas (misal: kuliah dengan teknik ceramah, diskusi, studi lapangan, studi kasus)	1	2	3	4	5	6

BAGIAN C

Petunjuk

Mohon nyatakan pendapat Anda tentang **Penyelenggaraan Pendidikan**. Pendapat dinyatakan dalam skor 1 yaitu **SANGAT TIDAK SETUJU (STS)** sampai dengan 6 yaitu **SANGAT SETUJU (SS)**:

No	Pernyataan	Skor					
		STS					SS
1	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan gedung kampus yang baik	1	2	3	4	5	6
2	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan fasilitas gedung yang baik (misal: tempat parkir, toilet, listrik, air, <i>air conditioner</i>)	1	2	3	4	5	6
3	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh untuk menyediakan ruang belajar yang baik	1	2	3	4	5	6
4	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan kepedulian terhadap permasalahan akademik mahasiswa (misal: perkuliahan, bimbingan dan penyelesaian studi)	1	2	3	4	5	6
5	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk terselenggaranya pendidikan dengan baik	1	2	3	4	5	6
6	Program/Jurusan/Program Studi menunjukkan rasa tanggung jawab yang tinggi untuk meningkatkan kualitas proses belajar mengajar	1	2	3	4	5	6
7	Program/Jurusan/Program Studi berupaya sungguh-sungguh menyiapkan sarana prasarana belajar.	1	2	3	4	5	6
8	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan penggunaan fasilitas (misal: gedung atau tempat parkir)	1	2	3	4	5	6
9	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan perpustakaan (misal: Ketersediaan buku)	1	2	3	4	5	6
10	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan ruang belajar (misal: Perbaikan ruang kelas)	1	2	3	4	5	6

No	Pernyataan	Skor					
		STS				SS	
11	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan akademik (misal: pengaturan terhadap jadwal perkuliahan, keterbukaan penilaian, bantuan dalam penyelesaian studi)	1	2	3	4	5	6
12	Program/Jurusan/Program Studi berupaya memulihkan kegagalan layanan administrasi pendidikan (misal: bantuan dalam pengajuan Kartu Rencana Studi, memberi informasi batas pembayaran SPP)	1	2	3	4	5	6

BAGIAN D

Petunjuk

Mohon nyatakan pendapat Anda tentang **kondisi fasilitas dan proses belajar mengajar di kampus**. Pendapat dinyatakan dalam skor 1 yaitu **SANGAT TIDAK SETUJU (STS)** sampai dengan 6 yaitu **SANGAT SETUJU (SS)**:

No	Pernyataan	Skor					
		STS				SS	
1	Kondisi fisik gedung tempat kuliah sangat memadai (nyaman untuk ditempati, kapasitas sesuai dengan jumlah mahasiswa atau tidak sempit, bersih dan rapih)	1	2	3	4	5	6
2	Pada umumnya latar belakang pendidikan dosen dengan mata kuliah yang diajarkan sangat sesuai	1	2	3	4	5	6
3	Materi perkuliahan yang diberikan sangat sesuai dengan kebutuhan adaptasi dengan lingkungan sosial (misal; keluarga, masyarakat)	1	2	3	4	5	6
4	Pelayanan administrasi perkuliahan baik (misal: jadwal kuliah, nilai, pembayaran SPP, jadwal ujian dan jadwal bimbingan akademik)	1	2	3	4	5	6

BAGIAN E

Petunjuk

Mohon nyatakan pendapat Anda tentang **perilaku pelayanan dosen, Program/Jurusan/Program Studi dan staf administrasi**. Pendapat dinyatakan dalam skor 1 yaitu **SANGAT TIDAK SETUJU (STS)** sampai dengan 6 yaitu **SANGAT SETUJU (SS)**:

No	Pernyataan	Skor					
		STS				SS	
1	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya	1	2	3	4	5	6
2	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan untuk berdiskusi dalam membahas materi perkuliahan	1	2	3	4	5	6
3	Pada umumnya Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menyampaikan pendapatnya	1	2	3	4	5	6

4	Dalam memberikan penilaian pada umumnya Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif	1	2	3	4	5	6
5	Pada umumnya Dosen bertutur kata dengan sopan dan baik	1	2	3	4	5	6
6	Pada umumnya Dosen bersikap bijaksana dalam mengatasi permasalahan pada kegiatan akademik (Proses pembelajaran, penilaian)	1	2	3	4	5	6
7	Pada umumnya Dosen tidak mendahulukan kepentingan pribadi	1	2	3	4	5	6
8	Pada umumnya Dosen secara aktif memotivasi semangat belajar mahasiswa	1	2	3	4	5	6
9	Program/Jurusan/Program Studi menghormati hak-hak mahasiswa untuk memperoleh pembelajaran yang baik	1	2	3	4	5	6
10	Program/Jurusan/Program Studi memperlakukan mahasiswa dengan adil tanpa membedakan status sosial	1	2	3	4	5	6
11	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	1	2	3	4	5	6
12	Program/Jurusan/Program Studi senantiasa memberikan informasi terkait proses pembelajaran dengan cukup terbuka.	1	2	3	4	5	6
13	Staf melayani secara sopan santun	1	2	3	4	5	6
14	Staf menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa	1	2	3	4	5	6

Terimakasih, dan mohon dipastikan bahwa semua pertanyaan telah dijawab.

Note: Jika ada pertanyaan terkait item kuesioner dapat ditanyakan kepada
Taufani- Telp. 081584719096

Lampiran 2.

INDEKS ETIKA PELAYANAN PENDIDIKAN PADA PERGURUAN TINGGI DI KOTA BANDUNG

Oleh:

Erni Rusyani (Universitas Pasundan)

Taufani C. Kurniatun (Universitas Pendidikan Indonesia)

Yusuf Arifin (Universitas Pasundan)

ABSTRAK

Dalam pelayanan jasa perguruan tinggi aspek etika merupakan hal yang sangat penting, mengingat kesadaran masyarakat yang semakin meningkat akan pentingnya penyelenggaraan pendidikan yang beretika. Etika merupakan sarana memenuhi pelayanan jasa, hal tersebut sejalan dengan prinsip *good business is good ethics* yang menunjukkan bahwa penyedia jasa harus memiliki integritas untuk mencapai keuntungan jangka panjang, sehingga etika merupakan hal yang harus dijaga dan dilaksanakan secara terus menerus. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun indeks etika pelayanan pendidikan di perguruan tinggi dengan pendekatan pemasaran jasa pendidikan. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif, dengan populasinya adalah sample Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta dan Perguruan Tinggi Negeri di Kota Bandung. Secara umum etika pelayanan perguruan tinggi di Kota Bandung berada pada kategori baik dengan berbagai kelemahan sesuai dengan karakter perguruan tingginya.

Kata Kunci: Etika Pelayanan Pendidikan Perguruan Tinggi

A. PENDAHULUAN

Dalam pelayanan jasa perguruan tinggi aspek etika merupakan hal yang sangat penting. Hal tersebut mengingat penyelenggaraan pendidikan erat kaitannya dengan praktik etika dan kesadaran masyarakat yang semakin meningkat tentang pentingnya penyelenggaraan pendidikan yang beretika (Newman, 2008). Kezar dan Rhoads (2001) pun berpendapat bahwa pelayanan jasa di bidang pendidikan saat ini menghadapi tiga kritik utama yaitu: (1) rendahnya relevansi kurikulum, rendahnya komitmen dosen untuk mengajar dan (3) rendahnya tanggung jawab lembaga terhadap masyarakat secara lebih luas. Dengan demikian perlu disusun indeks etika pelayanan pendidikan untuk mengukur dan mengetahui indeks etika pelayanan perguruan tinggi. Indeks etika yang digunakan dalam penelitian ini merupakan lanjutan dari identifikasi indikator dalam penelitian terdahulu yang sudah tersignifikan terhadap variable yang diteliti.

Dalam penelitian sebelumnya terkait dengan faktor etika Dalam Bauran Pemasaran Dan Dampaknya Terhadap Nilai Dan Intensi Pelanggan Jasa Pendidikan (Rusyani, dkk., 2015) menunjukkan hasil bahwa konstruk etika produk (kecuali untuk dua indikator), harga, tempat masih belum menampakkan adanya kesesuaian antara indikator dengan data yang tersedia. Adapun untuk konstruk etika promosi sudah menunjukkan adanya kesesuaian antara indikator dengan data yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan bahwa dalam fenomena implementasi etika bauran pemasaran jasa pendidikan data belum mendukung adanya aspek etika pada bauran produk, harga dan tempat. Berdasarkan penelitian tersebut diperoleh bahwa identifikasi indeks etika pelayanan yang terdiri dari dari indikator konstruk etika produk, harga, tempat, dan promosi.

Adapun penelitian lainnya yang dijadikan sebagai bahan identifikasi penelitian ini adalah Aspek Etika Dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Berdasarkan Pendekatan Marketing Triangle (Kurniatun, 2011) yang memberikan gambaran peranan etika dalam service marketing triangle. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika pada *making promises* yaitu kejelasan dan kejujuran merupakan aspek etika yang dapat menggambarkan komitmen program. Indikator dalam membuat janji yang meliputi kejujuran, kejelasan, komitmen program memenuhi janji, sistem pemulihan jasa, service encounter jasa pendidikan, etika dosen, etika program, etika customer service.

Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menyusun indikator untuk etika pelayanan pendidikan pada perguruan tinggi.

B. KAJIAN TEORI

Teori Etika

Etika berasal dari kata Yunani *ethos* yang berarti tempat tinggal biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, akhlak, perasaan, sikap atau cara berpikir (Angeles, 1981 dalam Zubaedi 2007). Namun dalam perkembangannya etika lebih cenderung diartikan sebagai adat kebiasaan. Etika dalam arti etimologi sering identik dengan pengertian moral yang berasal dari bahasa Latin *mos* yang bentuk jamaknya *mores* yang berarti juga adat atau cara hidup (Bertens, 1994; Hammersma, 1995).

Implementasi Etika Pemasaran

Etika pemasaran merupakan studi mengenai aspek-aspek moral dari kegiatan pemasaran, dalam kegiatan ini dinilai dengan pedoman apakah perbuatan yang dilakukan tersebut telah sesuai dengan asas-asas menghormati manusia, adil atau tidak adil. Perusahaan dalam memasarkan produknya hendaknya taat pada perjanjian kontrak dan perundangan yang berlaku dan beritikad baik untuk dapat memenuhi harapan konsumen atas produk barang atau jasa yang dikonsumsi (Rusyani, 2007).

Dalam perkembangan praktik etika pemasaran, AMA (American Marketing Association) pada tahun 2004 telah mendeklarasikan tentang regulasi etis dan nilai yang harus menjadi panduan bagi anggotanya (Muchina dan Popovici, 2008). Sesuai dengan dengan deklarasi tersebut para pemasar harus menjunjung perilaku dan nilai etis sebagai bentuk tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan, seperti konsumen, karyawan, investor, anggota media dan komunitas. American Marketing Society mendeklarasikan tentang regulasi etika pada tahun 2004. Regulasi umum dalam deklarasi tersebut diuraikan sebagai berikut (AMA, 2004):

- d. Pemasar tidak boleh melakukan sesuatu yang merugikan,
- e. Pemasar harus memperkuat kepercayaan terhadap sistem pemasaran,
- f. Pemasar harus menyampaikan, mengkomunikasikan dan melaksanakan nilai etika yang mendasar yang akan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada integritas sistem pemasaran. Nilai-nilai dasar yang dimaksud adalah kejujuran, tanggung jawab, *Fairness, Respect*, Keterbukaan, dan menghargai hak-hak warga negara,

Dalam kaitan dengan etika pemasaran, panduan pada etika bisnis juga merupakan prinsip penting yang mengarahkan pada pencapaian manfaat dari suatu implementasi etika. Pada *Caux Round Table: Principles for Business* (1992 dalam Rusyani, 2007) antara lain dijelaskan bahwa

dalam perilaku bisnis perlu dikembangkan semangat saling percaya, mengakui adanya kesungguhan, keterusterangan, kejujuran, kesetiaan pada janji dan keterbukaan. Hal tersebut penting bagi kredibilitas dan integritas bisnis juga bagi kelancaran dan efisiensi dalam transaksi bisnis.

Teori Indeks

Angka indeks pada dasarnya merupakan suatu angka yang dibuat sedemikian rupa sehingga dapat dipergunakan untuk melakukan perbandingan antara kegiatan yang sama dalam waktu yang berbeda (J. Supranto, 1990). Dari angka indeks bisa diketahui maju mundurnya atau naik turunnya suatu usaha atau kegiatan. Tujuan pembuatan angka indeks untuk mengukur secara kuantitatif terjadinya suatu perubahan dalam dua waktu yang berlainan. Dengan demikian angka indeks sangat diperlukan untuk mengetahui maju mundurnya kegiatan atau usaha yang dilaksanakan.

Ciri khas dari angka indeks ini adalah perhitungan rasio (pembagian), dimana hasil rasio tersebut selalu dikalikan dengan bilangan 100 untuk menunjukkan perubahan tersebut dalam persentase. Dengan demikian, basis dari angka indeks apapun selalu 100 (Singgih Santoso, 2003).

Di dalam membuat angka indeks diperlukan dua macam waktu, yaitu waktu dasar (base period) dan waktu yang bersangkutan atau sedang berjalan (current period). Waktu dasar adalah waktu dimana suatu kegiatan (kejadian) dipergunakan untuk dasar perbandingan, sedangkan waktu yang bersangkutan ialah waktu dimana suatu kegiatan (kejadian) akan diperbandingkan terhadap kegiatan (kejadian) pada waktu dasar (J. Supranto, 1990).

C. METODE PENELITIAN

4. Penetapan Responden, Lokasi, dan Waktu Pengumpulan Data

c. Jumlah Responden

Responden dipilih secara acak yang ditentukan sesuai dengan cakupan wilayah perguruan tinggi. Untuk memenuhi akurasi hasil penyusunan indeks, responden terpilih ditetapkan minimal 50 orang dari jumlah populasi fakultas.

d. Lokasi dan Waktu Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan di lingkungan perguruan tinggi negeri, perguruan tinggi swasta, dan perguruan tinggi islam yang terdapat di Kota Bandung.

D. Pelaksanaan Pengumpulan Data

4. Pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang akurat dan objektif, perlu dinyatakan kepada mahasiswa terhadap indikator etika pelayanan pendidikan yang telah ditetapkan.

5. Pengisian kuesioner

Pengisian kuesioner dapat dilakukan dengan salah satu dari kemungkinan dua cara sebagai berikut:

- c. Dilakukan sendiri oleh penerima etika pelayanan pendidikan tinggi.
- d. Dilakukan melalui pencacah melalui wawancara

E. Pengolahan Data

2. Metode pengolahan data

Nilai Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi dihitung dengan menggunakan “nilai rata-rata tertimbang” masing-masing indikator etika pelayanan. Adapun indikator etika pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Indikator Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi

No.	Indikator Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi
1.	Kejujuran
2.	Kejelasan
3.	Komitmen program memenuhi janji
4.	Sistem pemulihan jasa
5.	Etika Dosen
6.	Etika Program
7.	Etika customer service

Dalam penghitungan indeks etika pelayanan mahasiswa terhadap indikator etika pelayanan yang dikaji, setiap indikator etika pelayanan memiliki penimbang yang sama dengan rumus berikut:

$$\text{Bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah Bobot}}{\text{Jumlah Indikator}} = \frac{1}{7} = 0,14$$

Untuk memperoleh nilai IEPPT perguruan tinggi digunakan pendekatan nilai rata-rata

tertimbang dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IEPPT} = \frac{\text{Total dari Nilai Persepsi Per Indikator}}{\text{Total Indikator yang terisi}} \times \text{Nilai Penimbang}$$

Untuk memudahkan interpretasi terhadap penilaian IEPPT yaitu antara 25-100 maka hasil penilaian tersebut di atas dikonversikan dengan nilai dasar 25, dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{IEPPT Unit Perguruan Tinggi} \times 25$$

Mengingat setiap perguruan tinggi mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, maka setiap perguruan tinggi dimungkinkan untuk:

Menambah indikator yang dianggap relevan. B. Memberikan bobot yang berbeda terhadap 7 (tujuh) indikator yang dominan dalam perguruan tinggi, dengan catatan jumlah bobot seluruh indikator tetap 1.

Tabel 3.2 Nilai Persepsi, Interval IEPPT , Nilai Etika Pelayanan, Kinerja Etika Unit Perguruan Tinggi

NILAI PERSEPSI	NILAI INTEVAL IEPPT	NILAI INTERVAL KONVENSI IEPPT	NILAI ETIKA PELAYANAN PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI	KINERJA ETIKA PERGURUAN TINGGI
1	1,00 – 2,25	25 – 56,4	D	Tidak baik
2	2,26 -3,51	56,5 – 87,9	C	Kurang baik
3	3,52 – 4,77	88 – 119,4	B	Baik
4	4,78 – 6,00	119,5 – 150	A	Sangat Baik

3.1.1 Perangkat Pengolahan

c. Pengolahan dengan computer

Data entry dan penghitungan indeks dapat dilakukan dengan program komputer/sistem data base.

d. Pengolahan secara manual

- 3) Data isian kuesioner dari setiap responden dimasukkan ke dalam formulir mulai dari indikator 1 (I1) sampai dengan indikator 7 (I7);
- 4) Langkah selanjutnya untuk mendapatkan nilai rata-rata per indikator etika pelayanan dan nilai indeks etika pelayanan sebagai berikut;
 - c) Nilai rata-rata per indikator etika pelayanan.

Nilai masing-masing indikator etika pelayanan dijumlahkan (kebawah) sesuai dengan jumlah kuesioner yang diisi oleh responden, kemudian untuk mendapat nilai rata-rata per indikator etika pelayanan, jumlah nilai masing-masing indikator etika pelayanan dibagi dengan jumlah responden yang mengisi. Untuk mendapatkan nilai rata-rata tertimbang per indikator etika pelayanan jumlah nilai rata-rata per indikator etika pelayanan dikalikan 0,14 sebagai nilai bobot rata-rata tertimbang.

d) Nilai Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Tinggi

Untuk mendapatkan nilai indeks etika pelayanan, dengan cara menjumlah 7 indikator dari nilai rata-rata tertimbang.

3.1.2 Pengujian Kualitas Data

Data pendapat mahasiswa yang telah dimasukkan dalam masing-masing kuesioner, disusun dengan mengkompilasikan data responden yang dihimpun berdasarkan kelompok umur, jenis kelamin, jurusan, fakultas, perguruan tinggi dan tahun masuk perguruan tinggi. Informasi ini dapat digunakan untuk mengetahui profil responden dan kecenderungan jawaban yang diberikan, sebagai bahan analisis obyektivitas.

3.1.3 Laporan Hasil Penyusunan Indeks

Hasil akhir kegiatan penyusunan indeks etika pelayanan pendidikan tinggi dari setiap unit perguruan tinggi, disusun dengan materi utama sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penghitungan indeks etika pelayanan, jumlah nilai dari setiap indikator etika pelayanan diperoleh dari jumlah nilai rata-rata setiap indikator etika pelayanan. Sedangkan nilai indeks komposit (gabungan) untuk setiap indikator etika pelayanan, merupakan jumlah nilai rata-rata dari setiap indikator etika pelayanan dikalikan dengan penimbang yang sama, yaitu 0,14.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengidentifikasi indikator-indikator etika dalam pelayanan pendidikan di perguruan tinggi untuk kemudian disusun indeks etika pelayanan pendidikan perguruan tinggi yang dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi tingkat etika pelayanan dalam penyelenggaraan pendidikan di perguruan tinggi. Perguruan tinggi yang menjadi lokasi penelitian ini terbagi menjadi tiga kelompok yaitu Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi

Swasta, dan Perguruan Tinggi Islam yang terdapat di Kota Bandung. Adapun hasil temuan indeks etika dalam pelayanan pendidikan perguruan tinggi adalah sebagai berikut:

4.1.1 Indeks Etika Perguruan Tinggi Negeri

No	Indikator	Uraian	Indeks PTN			Rata-rata Indeks Etika PTN
			A	B	C	
1.	Kejujuran	Terdiri dari 6 item pertanyaan yang mengidentifikasi kesesuaian kondisi fisik gedung kampus, ruang belajar, ruang perpustakaan, sarana belajar mengajar dan metode pengajaran sesuai informasi	0,61	0,64	0,64	0,63
2.	Kejelasan	Terdiri dari 6 item pertanyaan yang mengidentifikasi informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus, ruang belajar, ruang perpustakaan, sarana belajar, kurikulum dan metode pengajaran	0,59	0,64	0,64	0,62
3.	Komitmen Program Memenuhi Janji	Terdiri dari 7 item pertanyaan yang mengidentifikasi kesungguhan dalam menyediakan gedung kampus, fasilitas gedung, sarana prasarana belajar dengan baik. Serta keperdulian tentang permasalahan akademik, tanggung jawab dalam penyelenggaraan pendidikan dan meningkatkan proses belajar mengajar.	0,63	0,63	0,67	0,64
4.	Sistem Pemulihan Jasa	Terdiri dari 5 item pertanyaan yang mengidentifikasi pemulihan kegagalan dalam layanan pengguna fasilitas, perpustakaan, ruang belajar, akademik dan administrasi pendidikan.	0,61	0,60	0,64	0,62
5.	Etika Dosen	Terdiri dari 8 item pertanyaan yang mengidentifikasi Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya, berdiskusi dan menyampaikan pendapat, serta Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif, bertutur kata sopan, bijaksana, memberikan motivasi dan tidak mendahulukan kepentingan pribadi.	0,68	0,63	0,68	0,66
6.	Etika Program	Terdiri dari 4 item pertanyaan yang mengidentifikasi informasi program/jurusan/program jurusan dalam menghormati hak-hak mahasiswa, memperlakukan mahasiswa dengan adil, menjaga kerahasiaan informasi akademik dan memberikan informasi terkait proses pembelajaran.	0,66	0,62	0,69	0,66
7.	Etika Customer Service	Terdiri dari 2 item pertanyaan yang mengidentifikasi staf melayani secara sopan santun dan menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa.	0,66	0,58	0,68	0,64
Total Indeks Etika Perguruan Tinggi Negeri						4,47

Pada tiga Perguruan Tinggi Negeri di Bandung, nilai Indeks Etika Perguruan Tinggi sebesar 4,47 yang artinya Nilai Etika Pelayanan Pendidikan Perguruan Tinggi Negeri adalah “B” yaitu Kinerja Etika Perguruan Tinggi dengan kategori Baik. Adapun rata-rata indikator tertinggi untuk Etika Pelayanan Perguruan Tinggi Negeri adalah indikator Etika Dosen dan Etika

Program, sedangkan rata-rata indikator terendah adalah indikator Kejelasan dan dan Sistem Pemulihan Jasa.

4.1.2 Indeks Etika Perguruan Tinggi Swasta

No	Indikator	Uraian	Indeks PTS					Rata-Rata Indeks Etika PTS
			A	B	C	D	E	
1.	Kejujuran	Terdiri dari 6 item pertanyaan yang mengidentifikasi kesesuaian kondisi fisik gedung kampus, ruang belajar, ruang perpustakaan, sarana belajar mengajar dan metode pengajaran sesuai informasi	0,53	0,52	0,67	0,48	0,60	0,56
2.	Kejelasan	Terdiri dari 6 item pertanyaan yang mengidentifikasi informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus, ruang belajar, ruang perpustakaan, sarana belajar, kurikulum dan metode pengajaran	0,54	0,53	0,67	0,51	0,62	0,57
3.	Komitmen Program Memenuhi Janji	Terdiri dari 7 item pertanyaan yang mengidentifikasi kesungguhan dalam menyediakan gedung kampus, fasilitas gedung, sarana prasarana belajar dengan baik. Serta keperdulian tentang permasalahan akademik, tanggung jawab dalam penyelenggaraan pendidikan dan meningkatkan proses belajar mengajar.	0,58	0,53	0,71	0,51	0,60	0,59
4.	Sistem Pemulihan Jasa	Terdiri dari 5 item pertanyaan yang mengidentifikasi pemulihan kegagalan dalam layanan pengguna fasilitas, perpustakaan, ruang belajar, akademik dan administrasi pendidikan.	0,54	0,51	0,68	0,51	0,59	0,57
5.	Etika Dosen	Terdiri dari 8 item pertanyaan yang mengidentifikasi Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya, berdiskusi dan menyampaikan pendapat, serta Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif, bertutur kata sopan, bijaksana, memberikan motivasi dan tidak mendahulukan kepentingan pribadi.	0,66	0,60	0,70	0,58	0,63	0,63
6.	Etika Program	Terdiri dari 4 item pertanyaan yang mengidentifikasi informasi program/jurusan/program jurusan dalam menghormati hak-hak mahasiswa, memperlakukan mahasiswa dengan adil, menjaga kerahasiaan informasi akademik dan memberikan informasi terkait proses pembelajaran.	0,63	0,58	0,70	0,57	0,63	0,62
7.	Etika Customer Service	Terdiri dari 2 item pertanyaan yang mengidentifikasi staf melayani secara sopan santun dan menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa.	0,58	0,55	0,71	0,56	0,65	0,61
Total Indeks Etika Perguruan Tinggi Swasta								

Pada lima Perguruan Tinggi Swasta di Bandung, nilai Indeks Etika Perguruan Tinggi sebesar 4,16 yang artinya Nilai Etika Pelayanan Pendidikan Perguruan Tinggi Swasta adalah “B” yaitu Kinerja Etika Perguruan Tinggi dengan kategori Baik. Adapun rata-rata indikator tertinggi untuk Etika Pelayanan Perguruan Tinggi Swasta adalah indikator Etika Dosen, sedangkan rata-rata indikator terendah adalah indikator Kejujuran.

4.1.3 Indeks Etika Perguruan Tinggi Islam

No	Indikator		Indeks PT Islam			Rata-rata Indeks Etika PT Islam
			A	B	C	
1.	Kejujuran	Terdiri dari 6 item pertanyaan yang mengidentifikasi kesesuaian kondisi fisik gedung kampus, ruang belajar, ruang perpustakaan, sarana belajar mengajar dan metode pengajaran sesuai informasi	0,64	0,48	0,60	0,57
2.	Kejelasan	Terdiri dari 6 item pertanyaan yang mengidentifikasi informasi yang diterima tentang kondisi prasarana gedung kampus, ruang belajar, ruang perpustakaan, sarana belajar, kurikulum dan metode pengajaran	0,64	0,51	0,62	0,59
3.	Komitmen Program Memenuhi Janji	Terdiri dari 7 item pertanyaan yang mengidentifikasi kesungguhan dalam menyediakan gedung kampus, fasilitas gedung, sarana prasarana belajar dengan baik. Serta keperdulian tentang permasalahan akademik, tanggung jawab dalam penyelenggaraan pendidikan dan meningkatkan proses belajar mengajar.	0,67	0,51	0,60	0,59
4.	Sistem Pemulihan Jasa	Terdiri dari 5 item pertanyaan yang mengidentifikasi pemulihan kegagalan dalam layanan pengguna fasilitas, perpustakaan, ruang belajar, akademik dan administrasi pendidikan.	0,64	0,51	0,59	0,58
5.	Etika Dosen	Terdiri dari 8 item pertanyaan yang mengidentifikasi Dosen memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya, berdiskusi dan menyampaikan pendapat, serta Dosen memperlakukan mahasiswa secara objektif, bertutur kata sopan, bijaksana, memberikan motivasi dan tidak mendahulukan kepentingan pribadi.	0,68	0,58	0,63	0,63
6.	Etika Program	Terdiri dari 4 item pertanyaan yang mengidentifikasi informasi program/jurusan/program jurusan dalam menghormati hak-hak mahasiswa, memperlakukan mahasiswa dengan adil, menjaga kerahasiaan informasi akademik dan memberikan informasi terkait proses pembelajaran.	0,69	0,57	0,63	0,63
7.	Etika Customer Service	Terdiri dari 2 item pertanyaan yang mengidentifikasi staf melayani secara sopan santun dan menjaga kerahasiaan informasi akademik mahasiswa.	0,68	0,56	0,65	0,63
Total Indeks Etika Perguruan Tinggi Islam						4,23

Pada tiga Perguruan Tinggi Islam di Bandung, nilai Indeks Etika Perguruan Islam sebesar 4,23 yang artinya Nilai Etika Pelayanan Pendidikan Perguruan Tinggi Islam adalah “B” yaitu

Kinerja Etika Perguruan Tinggi dengan kategori Baik. Adapun rata-rata indikator tertinggi untuk Etika Pelayanan Perguruan Tinggi Islam adalah indikator Etika Dosen, Etika Program dan Etika Customer Service sedangkan rata-rata indikator terendah adalah indikator Kejujuran.

E.Kesimpulan

Indikator etika pelayanan dalam etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi terdiri dari Kejujuran, Kejelasan, Komitmen Program Memenuhi Janji, Sistem Pemulihan Jasa, Etika Dosen, Etika Program dan Etika Customer Service. Indeks etika pelayanan pendidikan perguruan tinggi dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi tingkat etika pelayanan dalam penyelenggaraan pendidikan di perguruan tinggi. Berdasarkan hasil temuan diperoleh untuk Perguruan Tinggi Negeri, Perguruan Tinggi Swasta, dan Perguruan Tinggi Islam di Kota Bandung memiliki kinerja etika Perguruan Tinggi dengan kategori Baik.

DAFTAR PUSTAKA

Pedoman Penjaminan Mutu (Quality Assurance) Pendidikan Tinggi, Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Tahun 2003.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi.

Praktek Baik Dalam Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, Buku I, Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Direktorat Pembinaan Akademik dan Kemahasiswaan, Tahun 2004.

Praktek Baik Dalam Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi, Buku II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX dan X, Departemen Pendidikan Nasional, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Direktorat Pembinaan Akademik dan Kemahasiswaan, Tahun 2005.

Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Nomor 004/U/2002 tentang Akreditasi Program Studi Pada Perguruan Tinggi.

Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Nomor 34/DIKTI/Kep/2002, tentang Perubahan Dan Peraturan Tambahan Keputusan Direktur Jendral Pendidikan Tinggi Nomor 08/DIKTI/Kep/2002 tentang Petunjuk Teknis Keputusan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 184/U/2001 tentang Pedoman Pengawasan-Pengendalian Dan Pembinaan Program Diploma, Sarjana dan Pascasarjana.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia, Jakarta, Tahun 2003.

Abromaityte-Sereikiene, L., (2005), Levels Of Marketing Ethics In The Context Of Theories Of Motivation And Social Responsibility , *Ekonomika*, no. 71, Vilnius, 7-23.

American Marketing Association (AMA). 2004. Statement of Ethics. Diunduh Maret 2008 dari www.marketingpower.com/content435.php

Armstrong, R.W. 1993. The Influence of Culture on Perception of Ethical Problems in International Marketing, Working Paper No. 17. Asia Research Center. Murdoch University.

Au, Alan K.M; Chan Allan K.K; Alan C. B. Tse. 2006. Business Ethics of University

Professors in China A Preliminary Analysis. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability* Volume II, Issue 3

- Bennis, W.G., O'Toole, J. 2005. How business schools lost their way. *Harvard Business Review*. P 96-104
- Bertens, K. 1994. *Etika*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Binsardi, A dan Ekwulugo, F. 2003. International Marketing of British Education: research on the student perception and the UK market penetration. *Marketing Intelligence and Planning*. Vol. 21 No. 5 pp 318-327.
- Bitner, Mary Jo. 1995. Building Service Relationship; Its All About Promises. *Journal of Academy of Marketing Science* 23, no. 4, p. 246-51.
- Bowman, W. R., Mehay, S.L. 1999. Graduate Education and Employee Performance; Evidence from Military Personnel. *Economics of Education Review*. Volume 18. October 1999, p 453-463.
- Butz, H.E.J., Goodstein, L.D. 1996. Measuring Customer value: gaining the strategic advantage. *Organizational Dynamics*, Vol. 24 No. Winter pp 63-77
- Carothers, G.H. Jr, Adams, M. 1991. Competitive advantage through customer value: the role of value based strategies, in Stahl, M.J. Bounds, G.M (Eds)
- Copley, Paul. 2004. *Marketing Communication Management*. Elsevier.
- Daymon, C., Holloway, I. 2002. *Qualitative Research Methods in Public Relation and Marketing Communication*. London: Routledge.
- Dedeke, A. (2003), "Service quality: a fulfillment-oriented and interactions-centered approach", *Managing Service Quality*, Vol. 13 No. 4, pp. 276-89.
- Dewan Periklanan Indonesia. 2007. *Etika Pariwisata Indonesia; Tata Cara Periklanan Indonesia*. Jakarta.
- Ferrel, O.C., 2001, *Marketing Ethics and Social Responsibility*, in S.Dibb, L.Simkin, W.M.Pride, O.C.Ferrel (ed.) *Marketing: concepts & strategies*, Houghton Mifflin: Boston, 755-779.
- Gale, B.T. 1994. *Managing Customer Value*. Free Press, New York, NY.
- Galloway, RL dan Wearn K. 1998. Determinant of quality perception in educational administration. *Educational Management and Administration*. Vol. 26 No. 1, pp. 35-48.
- Groonroos, C. (2001), "The perceived service quality concept – a mistake?", *Managing Service Quality*, Vol. 11 No. 3, pp. 150-2.
- Groth, J.C. 1994. The exclusive value principle: a concept for marketing, *Journal of Product*

and Brand Management. Vol. 3 No. 3 pp 8-18

Gutman, J. 1982. A means-end chain model based on consumer categorization process. *Journal of Marketing*. Vo. 46 pp.60-72.

Haksever, C., Chaganti, R., Cook, R.G., 2004. A Model of Value Creation; Strategic View. *Journal of Business Ethics*. Vol 49. Iss:3, pg. 295

Hammersma, 1995. *Pintu Masuk ke Dunia Filsafat*. Yogyakarta: Kanisius.

Hanushek, E.A, Kimko, D.D., 2000. Schooling, labor force quality, and the growth of nations. *American Economic Review*, 6 (3) p .269-286.

Horovitz, J. 2000. *The Seven Secret of Service Strategy*. Financial Times-Prentice Hall, Harlow

Horn, L., Kennedy, M. 2008. Collaboration in Business School: A Foundation for Community Success. *Journal of Academic Ethics*. 6, p 7-15.

Huber, F., Herrmann, a., Morgan, R.E. 2001. Gaining competitive advantage through customer value oriented management. *The Journal of Consumer Marketing*, Vo. 18 No. 1, pp 41-53

Hung, F. Chung.Y dan Ho., E.S. 2000. To Work or To Continue to Higher Education? The Choice of Senior Secondary Students in Shenzhen China. *Higher Education*, 39, p. 455-467.

Hunt, S. D. dan Vitell., S. 1990. The General Theory of Marketing Ethics: A Restrospective and Revision, in *Ethics in Marketing*, eds. N.C. Smith and J. Quelch Richard D. Irwin. Chicago.pp 775-784

Hunt, S.D. dan Vittel, S. 1986. A General Theory of Marketing Ethics. *Journal of Macromarketing*. Spring. p 5-16

Hunt, S. D. dan Vasques-Parraga, A.Z. 1993. *Organizational Consequences*, Keputusan Rektor Institut Teknologi Sepuluh Nopember Nomor: 590.1/K03/LL/2007 tentang Kode Etik Dosen ITS.

Keraf, S.A. 2002. *Etika Lingkungan*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Kerlinger, F.N.1986. *Foundation of Behavioral Research* (3rd ed.) Harcourt Brace Jovanovich. College. Publishers.

Lovelock, C.H., Wright, L.K., 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Indeks.

Menon, E.M. 1997. Perceived Rates of Return to Higher Education in Cyprus. *Economics of Education Review* 16. p 425-430.

- _____, 2008. Perceived Rates of Return to Higher Education; Further Evidence from Cyprus.
Economic of Education Review 27. p 39-47.
- Meyer, RH dan Wise, DA. 1982. High School Preparation and Early Labor Force Experience.
In RB. Freeman & D.A Wise, The youth Labor Market Problem: Its Nature,
Causes and Consequences pp. 277-347. Chicago: University of Chicago Press.
- Rusyani, E., 2007. Business Ethics. Bandung: Alfabeta.