# **PENDAHULUAN**

**BAB**

**I**

Menghadapi tantangan persaingan global abad 21 dan revolusi industri 4.0, pendidikan vokasi harus menyelaraskan kebutuhan kompetensi dan kualifikasi lulusannya serta mengikuti perkembangan pengetahuan dan teknologi di dunia kerja. Amanah Nawacita dan Sustainable Development Goals (SDGs) 2030 dalam rangka pemenuhan tenaga kerja terampil sampai 2030 merupakan tantangan yang harus disiapkan dan direalisasikan oleh pendidikan vokasi. Pendidikan vokasi sebagai bagian dari pendidikan nasional memainkan peran yang sangat strategis bagi terwujudnya tenaga kerja yang terampil. Peluang untuk memiliki pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan dari suatu negara akan semakin besar jika didukung oleh SDM berkualitas yang mampu bersaing di pasar global.

Dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi vokasi, aspek etika adalah hal yang tidak dapat dipisahkan, karena etika bisnis menjadi prinsip yang wajib dipegang semua pelaku usaha. Perguruan tinggi harus meyakini bahwa prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan menaati kaidah-kaidah etika yang sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika menjadi standar dari pedoman bagi seluruh penyelenggaraan pendidikan dengan dilandasi moral yang jujur, transparan, dan sikap yang profesional. Standar etika yang terpenuhi merupakan investasi jangka panjang untuk membangun kepercayaan dengan memberikan pelayanan yang mampu menciptakan penyelenggaraan pendidikan yang beretika.

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 adanyakesesuaian 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 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*.

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.

Dalam penelitian Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi di Kota Bandung diketahui (2017) diketahui bahwa indikator-indikator indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung 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 Kota Bandung dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi tingkat etika pelayanan dalam penyelenggaraan pendidikan di perguruan tinggi di Kota Bandung.

Pada penelitian Validasi Pengukuran Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (2018) diketahui bahwa indikator-indikator indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi ditambahkan, sehingga ruang lingkup etika pelayanan pendidikan tinggi menjadi lebih luas. Adapun indikator-indikator validasi pengukuran indeks etika pelayanan pen didikan di Perguruan Tinggi yaitu *Product*, *Place*, *Promotion*, *Price*, Kejujuran, Kejelasan, Komitmen Program Memenuhi Janji, Sistem Pemulihan Jasa, *Service Encounter* Jasa Pendidikan, Etika Dosen, Etika Program dan Etika *Customer Service*. Cakupan wilayahdalam penelitian ini pun lebih luas, yaitu seluruh Indonesia, yang diwakili oleh wilayah Barat, wilayah Tengah dan wilayah Timur yaitu Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Padang, Kota Makassar, Kota Banjarmasin, dan Kota Jakarta. Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi di Kota Bandung (2017) dan Validasi Pengukuran Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (2018). Permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana pengukuran etika pelayanan perguruan tinggi vokasi dan berasrama sehingga dapat diperoleh pengukuran etika pelayanan dalam pendidikan tinggi vokasi untuk menciptakan pendidikan vokasi yang unggul dan berkualitas. Buku ini berisikan konsep dan teori tentang etika pelayanan pendidikan di perguruan tinggi dan dilengkapi dengan studi kasus penyusunan indeks etika pelayanan pendidikan di perguruan tinggi.

# **Latar Belakang**

Menghadapi tantangan persaingan global abad 21 dan revolusi industri 4.0, pendidikan vokasi harus menyelaraskan kebutuhan kompetensi dan kualifikasi lulusannya serta mengikuti perkembangan pengetahuan dan teknologi di dunia kerja. Amanah Nawacita dan *Sustainable Development Goals* (SDGs) 2030 dalam rangka pemenuhan tenaga kerja terampil sampai 2030 merupakan tantangan yang harus disiapkan dan direalisasikan oleh pendidikan vokasi. Pendidikan vokasi sebagai bagian dari pendidikan nasional memainkan peran yang sangat strategis bagi terwujudnya tenaga kerja yang terampil. Peluang untuk memiliki pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan dari suatu negara akan semakin besar jika didukung oleh SDM berkualitas yang mampu bersaing di pasar global.

Dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi vokasi, aspek etika adalah hal yang tidak dapat dipisahkan, karena etika bisnis menjadi prinsip yang wajib dipegang semua pelaku usaha. Perguruan tinggi harus meyakini bahwa prinsip bisnis yang baik adalah bisnis yang beretika unggul dan berkesinambungan yang dijalankan dengan menaati kaidah-kaidah etika yang sejalan dengan hukum dan peraturan yang berlaku. Etika menjadi standar dari pedoman bagi seluruh penyelenggaraan pendidikan dengan dilandasi moral yang jujur, transparan, dan sikap yang profesional. Standar etika yang terpenuhi merupakan investasi jangka panjang untuk membangun kepercayaan dengan memberikan pelayanan yang mampu menciptakan penyelenggaraan pendidikan yang beretika.

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 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.

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.

Dalam penelitian Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi di Kota Bandung diketahui (2017) diketahui bahwa indikator-indikator indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Kota Bandung 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 Kota Bandung dapat dipergunakan untuk mengidentifikasi tingkat etika pelayanan dalam penyelenggaraan pendidikan di perguruan tinggi di Kota Bandung.

Pada penelitian Validasi Pengukuran Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (2018) diketahui bahwa indikator-indikator indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi ditambahkan, sehingga ruang lingkup etika pelayanan pendidikan tinggi menjadi lebih luas. Adapun indikator-indikator validasi pengukuran indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi yaitu Product, Place, Promotion, Price, Kejujuran, Kejelasan, Komitmen Program Memenuhi Janji, Sistem Pemulihan Jasa, Service Encounter Jasa Pendidikan, Etika Dosen, Etika Program dan Etika Customer Service. Cakupan wilayah dalam penelitian ini pun lebih luas, yaitu seluruh Indonesia, yang diwakili oleh wilayah Barat, wilayah Tengah dan wilayah Timur yaitu Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di Kota Padang, Kota Makassar, Kota Banjarmasin, dan Kota Jakarta.

Penelitian ini merupakan kelanjutan dari penelitian Indeks Etika Pelayanan Pendidikan di Perguruan Tinggi di Kota Bandung (2017) dan Validasi Pengukuran Indeks Etika Pelayanan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (2018). Permasalahan utama penelitian ini adalah bagaimana pengukuran etika pelayanan perguruan tinggi vokasi dan berasrama sehingga dapat diperoleh pengukuran etika pelayanan dalam pendidikan tinggi vokasi untuk menciptakan pendidikan vokasi yang unggul dan berkualitas.

# **Permasalahan Penelitian**

1. Bagaimana indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Vokasi dan Berasrama di Kota Bandung?
2. Bagaimana implementasi indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Vokasi dan Berasrama di Kota Bandung?

# **Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Vokasi dan Berasrama di Kota Bandung.
2. Implementasi indeks etika pelayanan pendidikan di Perguruan Tinggi Vokasi dan Berasrama di Kota Bandung.

# **Urgensi Penelitian**

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