

**PERSEPSI ETIKA BISNIS MAHASISWA DAN DOSEN AKUNTANSI : TINJAUAN
BERDASARKAN KELOMPOK GENDER**

Maharani Rona Makom
Politeknik Negeri Semarang
maharani.ronamakom@polines.ac.id

Avincennia Vindy Fitriana
Universitas Buana Perjuangan Karawang
avincennia.fitriana@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the differences in perceptions of Business Ethics Students and Accounting Lecturers based on gender groups. The sample in this study were 87 respondents of Accounting Students and Accounting Lecturers from PTN and PTS in Indonesia. This study uses a quantitative method with the Independent-Samples T Test. The results show that there are differences in perceptions between accounting students and accounting lecturers on ethical norms that exist in the business environment. Accounting students and lecturers have significant differences in perception, which can be caused because accounting lecturers have had a lot of experience in studying ethical issues in business. The second result shows that there is no difference between male and female students in business ethics. The third result shows that there is no difference in the perception of business ethics in the male and female lecturer groups. There is no difference between men and women in perception, this can be caused because perception cannot be measured by gender.

Keywords: Perceptions, Business Ethics, Gender, Accounting Lecturers, Students, Ethics

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan persepsi Mahasiswa Etika Bisnis dan Dosen Akuntansi berdasarkan kelompok gender. Sampel dalam penelitian ini adalah 87 responden Mahasiswa Akuntansi dan Dosen Akuntansi PTN dan PTS di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan Independent-Samples T Test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi dan dosen akuntansi terhadap norma etika yang ada di lingkungan bisnis. Mahasiswa dan dosen akuntansi memiliki perbedaan persepsi yang cukup signifikan, hal ini dapat disebabkan karena dosen akuntansi telah memiliki banyak pengalaman dalam mempelajari masalah etika dalam bisnis. Hasil kedua menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara mahasiswa pria dan wanita dalam etika bisnis. Hasil ketiga menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi etika bisnis pada kelompok dosen pria dan wanita. Tidak ada perbedaan persepsi antara laki-laki dan perempuan, hal ini dapat disebabkan karena persepsi tidak dapat diukur dengan gender.

Kata Kunci: Persepsi, Etika Bisnis, Gender, Dosen Akuntansi, Mahasiswa, Etika

PENDAHULUAN

Dalam konteks pasar yang kompetitif, perusahaan harus menghasilkan keuntungan semaksimal mungkin. Perusahaan memiliki banyak cara untuk mencapai tujuan ini. Selain itu, dalam meningkatkan penjualan dapat dilakukan dengan memberikan motivasi kepada manajer perusahaan berupa bonus tambahan jika menjual produk melebihi target perusahaan. Kebijakan ini merupakan hal terbaik yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Namun, para manajer terkadang menggunakan berbagai cara untuk memperoleh bonus tersebut, padahal perusahaan telah menetapkan nilai-nilai etika yang harus dihormati oleh seluruh karyawannya. Oleh karena itu, akibat tindakan pengelola, kegiatan yang dilakukan perusahaan menjadi tidak etis bahkan dapat merugikan konsumen. Banyak universitas termasuk di Indonesia yang memasukkan kurikulum mata kuliah etika dalam proses perkuliahan. Tujuan dari mata kuliah ini adalah untuk membantu mahasiswa agar memahami bahwa dalam menjalankan suatu perusahaan tidak boleh lupa bahwa mereka harus menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam pekerjaannya di dalam perusahaan.

Pemahaman konsep etika mempunyai peranan penting dalam pengelolaan suatu perusahaan dan menjadi landasan dalam mewujudkan kondisi bisnis yang menguntungkan sehingga berorientasi pada seluruh pihak (Muslim, 2019). Etika bisnis sangat penting dalam memberikan kesempatan bagi pendidikan untuk berkontribusi dalam memberikan pemahaman yang lebih baik bagi agen perubahan (Stăiculescu, 2015). Pendidikan juga berperan untuk memenuhi kebutuhan etika (Cohen, 2001). Mata kuliah etika bisnis merupakan salah satu bentuk kesadaran moral. Namun permasalahan masih ditemukan ketika berbicara tentang etika bisnis, seperti kebingungan, kekhawatiran, dan kesalahpahaman tentang etika serta ketidakpuasan terhadap pendidikan etika dari sudut pandang konten yang diberikan (Marques, 2019). Selain itu, Sigurjonsson, dkk. al (2015) menyatakan bahwa semua mahasiswa perlu memahami pentingnya etika bisnis. Namun masih banyak lulusan bisnis yang belum memahami etika bisnis dengan baik. Penelitian ini diamati dari sudut pandang berbeda dengan melibatkan mahasiswa akuntansi sebagai subjek penelitian.

Etika Bisnis tidak hanya bisa mempengaruhi lingkungan bisnis (Ardiani, Sunarsih & Pramesti 2020), (Dian Maulita, 2015), tetapi beberapa penelitian menyebutkan bahwa lingkungan pendidikan juga dapat mempengaruhi perilaku etis seseorang (Dewi &

Chandra, 2004), (Arifianawati & Ellen, 2007), (Laily N & Anantika NR, 2016). Kurikulum fakultas memberikan mata kuliah tentang etika bisnis kepada mahasiswanya untuk dapat berperilaku etis (sensitivitas etis, pertimbangan etis, motivasi etis dan karakter etis) dalam rangka bekal memasuki dunia bisnis yang nyata (Rest, J. 1986).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui persepsi beberapa pihak terhadap pentingnya etika bisnis ini. Nell Adkins dan Robin (2004) meneliti tentang persepsi mahasiswa dan dosen terhadap pentingnya etika bisnis dan pendidikan etika akuntansi. Hasilnya menyatakan bahwa mahasiswa menilai penting baik etika bisnis dan pendidikan etika akuntansi dibandingkan dosen. Kerr dan Smith (1995) menyatakan bahwa mahasiswa memiliki keyakinan yang kuat bahwa etika adalah isu utama dalam bisnis dan akuntansi serta kurangnya sikap etis akan mencederai profesi akuntansi. Glenn & Van Loo (1993) menemukan bahwa keputusan mahasiswa kurang beretika dibandingkan para praktisi bisnis. Ludigdo dan Mas'ud Machfoed, (1999) meneliti tentang persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis. Penelitian ini meneliti dua kelompok yaitu mahasiswa dan dosen dari jurusan akuntansi

Masalah etika ini pun bisa terjadi pada semua jenis kelamin, baik itu laki-laki maupun perempuan. Beberapa orang telah melakukan penelitian mengenai pengaruh gender terhadap pertimbangan etis seseorang. Ricklets (1983) menemukan bahwa ada perbedaan signifikan dalam pertimbangan etis antar gender dan menemukan bahwa wanita lebih etis dari pria. Cohen et al. (1998) meneliti pengaruh gender pada evaluasi etis, ethical intentions dan orientasi etis pada rekrutmen akuntan publik potensial. Sriwahyoeni dan Gudono (2000) menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara akuntan pria dan wanita terhadap etika profesi. Oleh karena itu penelitian ini pun mencoba menginvestigasi persepsi dua kelompok sekaligus yaitu mahasiswa dan dosen dari sisi gender terhadap etika bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan persepsi etika bisnis antara mahasiswa dan dosen serta apakah terdapat perbedaan persepsi etika bisnis antara pria dan wanita pada dua kelompok tersebut

TELAAH LITERATUR

Etika Bisnis

Pembahasan terkait etika bisnis menjadi perhatian civitas akademika maupun praktisi. Selain itu, minat berwirausaha juga semakin meningkat di kalangan generasi muda. Oleh karena itu,

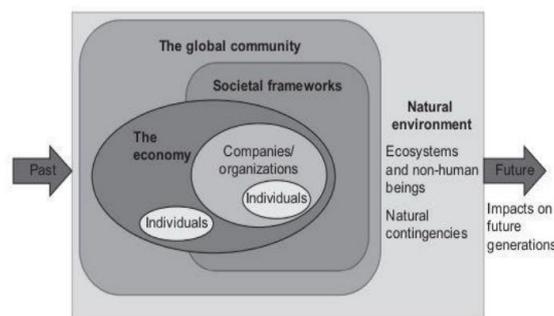
akademisi perlu mencermati persyaratan dan meningkatkan cakupan etika dalam kurikulum akuntansi. Menurut Adkins, pembelajaran etika dalam pendidikan akuntansi memiliki tujuh sasaran, yaitu (1) menghubungkan pendidikan akuntansi dengan masalah moral, (2) membahas masalah akuntansi yang mengandung etika, (3) mengembangkan kewajiban dan tanggung jawab, (4) mengembangkan kemampuan menghadapi konflik dan dilema etika, (5) mempelajari cara menghadapi ketidakpastian dalam profesi akuntansi, (6) mempelajari perubahan perilaku etis, dan (7) mengkolaborasikan aspek etika akuntansi ke dalam etika umum. Berdasarkan hal tersebut, kajian tentang etika dan pendidikan etika penting dilakukan sebagai upaya meningkatkan peran profesi akuntan dalam kondisi saat ini (Budiarto, 2011).

Etika berkaitan dengan apa yang dianggap dapat diterima atau tidak dapat diterima, baik atau buruk, adil atau tidak adil, adil atau tidak adil, tindakan benar atau salah dalam bidang aktivitas manusia atau dalam bidang tindakan bisnis dan pengambilan keputusan (Ogunleye & Okpala, 2018). Etika bisnis di sisi lain adalah etika terapan (Velentzas & Broni, 2010) yang menyangkut prinsip-prinsip etika dan masalah moral atau etika yang muncul dalam lingkungan bisnis (Solomon, 1991). Borgerson *et al.*, (2005) mengamati bahwa etika bisnis terdiri dari seperangkat prinsip dan nilai moral yang mengatur perilaku suatu organisasi sehubungan dengan apa yang benar dan apa yang salah. Prinsip-prinsip dan nilai-nilai tersebut menguraikan filosofi dasar dan prioritas suatu organisasi secara konkret. Collier-Esteban (2007) juga sependapat dengan Duska, (1999) bahwa sebagian besar etika bisnis juga memuat tindakan larangan di tempat kerja. Cole dan Kelly (2011) secara sederhana mendefinisikan etika bisnis sebagai prinsip-prinsip yang diterima (keyakinan dan nilai-nilai) tentang benar atau salah yang mengatur perilaku para pebisnis. Oleh karena itu, etika bisnis dapat diartikan sebagai suatu sistem prinsip moral yang diterapkan dalam dunia komersial yang memberikan pedoman perilaku yang dapat diterima oleh organisasi baik dalam perumusan strategi maupun operasi sehari-hari. Pendekatan etis terhadap perilaku bisnis menjadi sangat diperlukan untuk kesuksesan dan citra perusahaan. Etika dalam bisnis mungkin menjadi suatu keharusan karena pengusaha lebih tertarik untuk memperoleh keuntungan ekonomi meskipun ada biaya etis atau kerugian yang mungkin ditimbulkannya terhadap masyarakat atau lingkungan.

Terdapat beberapa prinsip umum dalam etika bisnis, yaitu prinsip otonomi, prinsip kejujuran, prinsip keadilan, prinsip saling menguntungkan (mutual benefit principle), dan prinsip integritas moral. Etika bisnis dapat dilihat sebagai suatu usaha untuk merumuskan dan menerapkan prinsip-prinsip dasar etika di bidang ekonomi antar manusia. Dapat juga dikatakan bahwa etika bisnis menyoroti segi moral dalam hubungan antar pihak yang terlibat dalam

kegiatan bisnis (Keraf, 1998).

Etika bisnis dalam bisnis modern bermacam-macam dan kompleks. Ada banyak aspek etika dalam bisnis, dan salah satu prasyarat agar berhasil mengatasinya adalah dengan mengidentifikasi dengan tepat jenis aspek etika yang penting dalam situasi atau kasus tertentu. Masalah etika dapat berkaitan dengan pengambilan keputusan individu, bersifat korporasi, menyangkut aturan dan aspek hukum masyarakat, atau berdimensi global. Tanpa penggambaran yang tepat mengenai jenis masalah etika yang terlibat dalam suatu situasi, mungkin sulit untuk mengatasi dilema etika. Penting untuk mengidentifikasi secara tepat tingkat permasalahan etika apa yang ada, menganalisis keterkaitan antar tingkat etika yang berbeda, dan memahami tingkat apa yang paling sesuai untuk mendekati permasalahan etika tertentu karena tantangan etika tertentu tidak dapat sepenuhnya diatasi oleh individu namun memerlukan upaya organisasi. pendekatan dan solusi pada tingkat organisasi.



Sumber: Becker (2019)

Teori Sosialisasi Gender

Perspektif yang mendukung perempuan menjadi lebih etis dibandingkan laki-laki juga telah dijelaskan dalam “teori sosialisasi gender”. Pendekatan sosialisasi gender mendukung perbedaan gender dalam penilaian etika berdasarkan penjelasan bahwa ada perbedaan perilaku antara laki-laki dan perempuan dalam situasi kompetitif dan juga dalam cara mereka mendekati pekerjaan mereka. Laki-laki tercatat lebih peduli dengan masalah uang, kekuasaan, kemajuan dan preferensi terhadap akumulasi kekayaan; sementara perempuan cenderung menekankan hubungan yang harmonis dan membantu orang lain. Maskulinitas diyakini ditandai dengan perilaku agresif, nilai tinggi untuk perolehan materi, uang, dan ketegasan, sedangkan feminisme diyakini ditandai dengan perilaku tujuan yang pasif, nilai relevansi sosial yang tinggi, standar dan kualitas hidup yang tinggi, serta kepedulian yang besar terhadap kesejahteraan orang lain. di masyarakat (Ogbonna, 2011). Semua atribut ini diharapkan mempunyai dampak yang signifikan terhadap cara laki-laki dan perempuan menghadapi

dilema etika.

Penelitian Terdahulu

Nell Adkins dan Robin (2004) meneliti tentang persepsi mahasiswa dan dosen terhadap pentingnya etika bisnis dan pendidikan etika akuntansi. Hasilnya menyatakan bahwa mahasiswa menilai penting baik etika bisnis dan pendidikan etika akuntansi dibandingkan dosen. Kerr dan Smith (1995) menyatakan bahwa mahasiswa memiliki keyakinan yang kuat bahwa etika adalah isu utama dalam bisnis dan akuntansi dan kurangnya sikap etis akan mencederai profesi akuntansi. Glenn & Van Loo (1993) menemukan bahwa keputusan mahasiswa kurang beretika dibandingkan para praktisi bisnis. Ludigdo dan Mas'ud Machfoed, (1999) meneliti tentang persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis yang hasilnya menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan antara persepsi akuntan dan mahasiswa terhadap etika bisnis.

Terkait dengan gender, Ricklets (1983) menemukan bahwa ada perbedaan signifikan dalam pertimbangan etis antar gender dan menemukan bahwa wanita lebih etis dari pria. Cohen et al. (1998) meneliti pengaruh gender pada evaluasi etis, ethical intentions dan orientasi etis pada rekrutmen akuntan publik potensial. Sriwahyoeni dan Gudono (2000) menemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara akuntan pria dan wanita terhadap etika profesi

Berdasarkan dari hasil tinjauan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara mahasiswa akuntansi, dosen akuntansi terhadap etika bisnis

H2a: Terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara mahasiswa akuntansi pria dan wanita terhadap etika bisnis.

H2b: Terdapat perbedaan persepsi yang signifikan antara dosen akuntansi pria dan wanita terhadap etika bisnis.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa dan dosen di universitas yang ada di Indonesia. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling sehingga diharapkan penelitian ini mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang diinginkan (Cooper dan Schindler, 2008). Mahasiswa akuntansi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah

mahasiswa akuntansi pada perguruan tinggi negeri dan swasta yang telah mendapatkan mata kuliah etika bisnis dan auditing etika bisnis. Sedangkan dosen yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah dosen yang telah memiliki pengalaman minimal 2 tahun.

Penelitian ini merupakan penelitian survey dimana partisipan diminta untuk mengisi kuesioner. Pengisian Kuesioner dilakukan dengan menggunakan media google form dikarenakan sampel yang tersebar di beberapa provinsi serta keterbatasan jarak akibat Pandemi Covid-19. Pemilihan partisipan dilakukan secara sukarela agar tidak terdapat keterpaksaan dari responden dalam menjawab kuesioner.

Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan untuk mengukur etika bisnis adalah instrumen yang diadopsi dan dikembangkan O'Clock dan Okleshen (1993) dalam Ludigdo dan Machfoedz (1999). Kuesioner yang dibagikan kepada partisipan terdiri dari dua bagian. Bagian pertama dari kuesioner terkait data demografi berisi pertanyaan mengenai identitas responden yang menanyakan mengenai nama, jenis kelamin dan status. Mahasiswa juga ditanya tentang tingkat atau semester mahasiswa saat ini. Bagian kedua dari kuesioner berisi pernyataan mengenai persepsi responden mengenai etika bisnis ditinjau menurut pendekatan etika bisnis secara umum, agama dan akuntan. Pernyataan-pernyataan ini bersifat tertutup karena peneliti telah menyediakan alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden. Alternatif jawaban tersebut dikembangkan dengan menggunakan skala likert yang berupa jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), dan sangat setuju (SS).

Metode Analisis Data

Pengujian hipotesis tentang persepsi responden yang dipandang dari segi gender terhadap etika bisnis dan profesi digunakan alat uji statistik Independent-Samples T Test. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui beda rata-rata persepsi terhadap etika bisnis dan etika profesi dari masing-masing kelompok. Asumsi dari alat uji statistik Independent-Sample T Test adalah (1) data yang akan diuji berdistribusi normal atau (2) varians dari data tersebut homogen, jika salah satu dari kedua asumsi tersebut terpenuhi maka pengujian dapat dilakukan (Djarwanto dan Pengestu, 2000).

Uji Independent-Samples T Test berdasarkan hasil Levene's Test. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika probabilitas lebih besar dari α maka H_0 ditolak, artinya tidak ada perbedaan signifikan antara kelompok sampel. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari α maka H_0 diterima, yang berarti terdapat perbedaan signifikan antara kelompok sampel.

Digunakan juga perhitungan rata-rata (mean) dari persepsi responden untuk masing-masing pernyataan yang diajukan untuk mengetahui persepsi mana yang lebih baik diantara kelompok sampel yang diuji. Sebelum melakukan pengujian hipotesis maka dilakukan uji asumsi normal untuk mengetahui apakah variabel yang dibandingkan rata-ratanya terdistribusi normal. Teknik pengujian normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolmogorov-Smirnov Test.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendistribusian kuesioner dilakukan dengan menggunakan aplikasi google form kepada mahasiswa akuntansi, dosen akuntansi dari berbagai PTN dan PTS yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Total Kuesioner yang telah diisi oleh responden sebanyak 105 kuesioner, 18 kuesioner tidak memenuhi syarat untuk dijadikan sampel penelitian sehingga hanya 87 kuesioner yang bisa digunakan dalam penelitian ini. Jumlah mahasiswa pria sebanyak 23 orang dan wanita sebanyak 30 orang. Sedangkan jumlah dosen yang menjadi responden yaitu 19 dosen pria dan 15 dosen wanita jurusan akuntansi. Mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah etika bisnis dan juga mata kuliah auditing.

Tabel 1: Uji Independent Sample T-test Variabel Mahasiswa Akuntansi dan Dosen Akuntansi

	Kategori	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Persepsi Etbis	Mahasiswa	53	39.65	6.876	0.963
	Dosen	34	50.09	9.430	1.617

Sumber: *Output Data Statistik SPSS*

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *mean* dari persepsi mahasiswa akuntansi mengenai total keseluruhan indikator variabel adalah sebesar 39,65 sedangkan dosen akuntansi memiliki nilai *mean* 50,09. Berdasarkan nilai *mean* tersebut menunjukkan bahwa persepsi dosen akuntansi memiliki skor yang lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi mahasiswa akuntansi mengenai total keseluruhan indikator variabel etika bisnis. Ini berarti dosen akuntansi memiliki persepsi etika bisnis yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa akuntansi.

Tabel 2: Hasil Uji Homogenitas dan Uji Independent Sampel T-test Variabel Mahasiswa Akuntansi dan Dosen Akuntansi

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Persepsi Etbis	6.254	0.053	-0.249	83	0.014
			-0.234	55.900	0.016

Sumber: *Output* Statistik SPSS

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian homogenitas varians dari kedua kelompok sampel diperoleh nilai F sebesar 6.254 dengan nilai signifikansi sebesar $0,53 > 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa varians kedua sampel tersebut homogeny. Selanjutnya hasil pengujian dengan equal variance assumed diperoleh nilai t sebesar $-0,249$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,014 < 0,05$, maka H1 gagal ditolak. Ini berarti ada perbedaan persepsi antara mahasiswa akuntansi dan dosen akuntansi terhadap norma-norma etika yang ada di lingkungan bisnis.

Hasil pengujian hipotesis 2a

Berdasarkan hasil pengujian dengan Kruskal-Wallis *output* dapat diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi adalah 34,58 yang menunjukkan bahwa mahasiswa wanita memiliki rata-rata peringkat nilai etika bisnis lebih tinggi dibandingkan dengan nilai rata-rata mahasiswa wanita yaitu sebesar 20,96. Nilai *chi-square* etika bisnis adalah 9.682 dan signifikan sebesar $0.002 < 0.005$. Maka H2a gagal ditolak, yang artinya terdapat perbedaan persepsi etika bisnis antara mahasiswa pria dan wanita. Berikut hasil Kruskal-Wallis Test variabel etika bisnis dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 3: Kruskal-Wallis Test Persepsi Etika Bisnis Mahasiswa Pria dan Wanita

Ranks			
	Gender	N	Mean Rank
Persepsi Etika Bisnis	Pria	23	20.96
	Wanita	30	34.58
	Total	53	

Sumber: *Output* Statistik SPSS

Test Statistics^{a,b}

	Persepsi Etika Bisnis
Chi-Square	9.682
Df	1
Asymp. Sig.	0.002

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Gender

Hasil Pengujian Hipotesis 2b

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan Kruskal-Wallis *Output* dapat diketahui bahwa jumlah data etika bisnis dosen pada bagian pria adalah 20 orang dengan *mean rank* 18,80. Sedangkan jumlah data pada bagian persepsi wanita adalah 18 mahasiswa dengan *mean rank* 20,28. Nilai rata-rata peringkat tertinggi adalah 20,28 yang menunjukkan bagian persepsi dosen pria memiliki rata-rata peringkat nilai persepsi etika bisnis sedikit lebih tinggi daripada nilai *mean rank* dosen wanita.

Tabel 4. Kruskal-Wallis test

Persepsi Etika Bisnis Dosen Pria dan Wanita

Ranks			
	Gender	N	Mean Rank
Persepsi Etbis Dosen	Pria	19	18.80
	Wanita	15	20.28
	Total	34	

Sumber: *Output* Statistik SPSS

Test Statistics^{a,b}

	Persepsi Etbis Dosen
Chi-Square	0.168
Df	1
Asymp. Sig.	0.682

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Gender

Tabel ini menunjukkan nilai *Chi-Square* nilai persepsi etika bisnis 0,168 dan nilai signifikan sebesar $0,682 > 0.05$. Maka H2b ditolak. Artinya tidak terdapat perbedaan persepsi

etika bisnis di kelompok dosen pria maupun dosen wanita. Dengan kata lain, baik dosen pria dan wanita memiliki pendapat yang relatif sama mengenai etika bisnis, diantaranya mengenai prinsip tanggung jawab moral sebagai pendidik maupun tanggung jawab terhadap profesi, kepentingan publik, integritas, objektivitas, kompetensi dan perilaku di lingkungan kerja dan kelompok masyarakat. Berikut hasil kuskal wallis test variabel etika bisnis pada kelompok gender dosen pria dan wanita:

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat dipastikan bahwa persepsi dosen dan mahasiswa akuntansi etika bisnis memiliki perbedaan. Hal ini dapat terjadi karena dosen akuntansi telah memahami berbagai masalah etika dalam dunia bisnis, sedangkan mahasiswa akuntansi baru mempelajari masalah etika bisnis. Hal ini sejalan dengan penelitian Ludigdo dan Mas'ud Machfoed, (1999). Hasil kedua menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara siswa laki-laki dan perempuan dalam etika bisnis. Persepsi yang dimiliki mahasiswa dianggap sama karena mahasiswa belum banyak memahami masalah etika bisnis. Sedangkan persepsi dosen laki-laki dan dosen perempuan memiliki perbedaan yang signifikan. Hal ini sejalan dengan penelitian Ricklets (1983) yang menyatakan bahwa perempuan lebih etis daripada laki-laki.

DAFTAR PUSTAKA

- Adkins, Nell dan Robin R. Radtke. 2004. “Student And Faculty Members Perceptions Of The Importance Of Business Ethics And Accounting Ethics Education: Is There An Expectations Gap?”. *Journal Of Business Ethics*. 51. 279-300.
- Agoes, Sukrisno. 1996. “Penegakan Kode Etik Akuntan Indonesia”. Makalah dalam Konvensi Nasional Akuntansi III. Semarang.
- Ardiani, Sunarsih dan Pramesti (2020). Persepsi Mahasiswa Akuntansi, Akuntan Pendidik dan Akuntan Publik Terhadap Prinsip-Prinsip Etika dalam Kode Etik Ikatan Akuntan Indonesia”. *Jurnal KHARISMA*. 2 (1). Hal 171-180
- Arifianawati dan Ellen (2007). Persepsi Dosen Akuntansi, Mahasiswa Akuntansi, dan Pelaku Bisnis Terhadap Etika Bisnis. Thesis, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
- Becker, C.U. (2019). Introduction to business ethics. In *Business ethics methods and application*. Taylor & Francis group. New York.
- Borgerson, J. L. & Schroeder, J. E. (2008). Building an Ethics of Visual Representation: Contesting Epistemic Closure in Marketing Communication,” In M. Painter-Morland and P. H. Werhane, eds., *Cutting-edge Issues in Business Ethics: Continental Challenges to Tradition*, New York: Springer, 87-108.
- Budiarto, D. S. (2011). Analisis perbedaan persepsi antara mahasiswa dengan pendidik terhadap etika bisnis. *Akmennika UPY*, 7, 26–37.
- Cohen, J. dan L. Pant. 1989. “Accounting Educators Perceptions of Ethics in the Curriculum”. *Issues in Accounting Education* 4. 70-80.
- Cohen, J. R., Pant, L. W., & Sharp, D. J. (2001). An examination of differences in ethical decisionmaking between Canadian business students and accounting professionals. *Journal of Business Ethics*, 30(4), 319–336.
- Cole G. A. & Kelly, P. (2011). *Management theory and practice*. South Western, Cengage Learning
- Collier, J & Esteban, R. (2007). Corporate social responsibility and employee commitment. *Business Ethics: A European Review* 16(1). 19-33
- Cooper, Donald R. dan P. Schindler. 2008. “Business Research Methods”. McGraw-Hill.
- Desriani, Rahmi.(1993) Persepsi Akuntan Publik terhadap kode etik akuntansi Indonesia. Tesis S2 Program Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta (tidak dipublikasikan).

- Dewi dan Chandra C. (2004). Persepsi Dosen Akuntansi dan Mahasiswa Akuntansi Tentang Perilaku Etis Dalam Etika Bisnis. Thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata.
- Dian Maulita (2015) Pengaruh Dukungan Rekan Kerja dan Etika Profesional terhadap kinerja auditor pada kantor akuntan public (KAP) di Jakarta”. *Jurnal Akuntansi* Vol. 1 (2). Hal 21-30
- Djarwanto, P.S. dan Subagyo Pangestu. 2000. “Statistik Induktif”. Cetakan ke-4. Jogjakarta: BPFE.
- Duska, R. (1999). Employee Rights. In: R. E. Frederic (Ed.). *A companion to business ethics* Oxford: Blackwell, 257-268
- Glenn, J., Jr. dan M. Van Loo. 1993. “Business Student And Practitioners Ethical Decisions Over Time”. *Journal of Business Ethics*. 12. 835-847.
- Keraf. A. Sony. 1998. *Etika Bisnis: Membangun Citra Bisnis Sebagai Profesi Luhur*. Yogyakarta. Penerbit Kanisius.
- Kerr. D. dan L. Smith. 1995. Importance of And Approaches to Incorporating Ethics Into The Accounting Classroom”. *Journal of Business Ethics*. 14. 987-998.
- Ludigdo dan Mas’ud Machfoedz. 1999. “Pengaruh Jenis Kelamin Terhadap Etika Bisnis: Studi Terhadap Persepsi Akuntan dan Mahasiswa Akuntansi”. *Simposium Nasional Akuntansi*. Malang.
- Marques, J. (2019). Creativity and morality in business education: Toward a trans-disciplinary approach. *The International of Management Education*, 17(1), 15-25.
- Muslim, M. (2019). Problema etika dalam era baru manajemen. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(2), 205–214.
- Ogbonna, G. N., & Ebimobowei, A. (2011). Ethical compliance by the accountant on the quality of financial reporting and performance of quoted companies in Nigeria. *Asian Journal of Business Management*, 3(3), 152-160.
- Ogunleye, O.J. & Okpala, O. (2018). Gender Influence on the Ethics of Nigerian Accounting Professionals. *Crawford Journal of Business & Social Sciences (CJBASS)*, 3(1), 24-36.
- Rest, J. 1986; *Moral Development: Advances in Research and Theory*, Praeger, New York.
- Ricklets, R. 1983. “Executives and General Public Say Ethical Behaviour is Declining in U.S.”. *Wall Street Journal*. October 31, 33.
- Sigurjonsson, T. O., Arnardottir, A. A., Vaiman, V., & Rikhardsson, P. (2015). Managers’ views on ethics education in business schools: An empirical study. *Journal of Business Ethic*, 130(1), 1-13.

- Solomon, R. (1991). Business Ethics, In: Peter Singer (Ed.), A Companion to Ethics, Malden, MA: Blackwell, 354-365
- Sriwahjoeni dan Gudono (2000). “Persepsi Akuntan Terhadap Kode Etik Akuntan”. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. 3. (2). Hal. 168-184.
- Suhardjo, Y. dan Mardiasmo. 2002. “Persepsi Akuntan Publik, Pemakai Informasi Akuntansi dan Mahasiswa Akuntansi Terhadap Advertensi Kantor Akuntan Publik Eks Karesidenan Semarang”. Kompak. STIE YO.
- Stăiculescu, C., Richițeanu-Năstase, E. R., & Dobrea, R. C. (2015). The university and the business environment - partnership for education. *Procedia - Social Behavioral Science*, 180, 211–218.
- Velentzas, J., & Broni, G. (2010). Ethical dimensions in the conduct of business: business ethics, corporate social responsibility and the law. The "ethics in business" as a sense of business ethics. *International Conference on Applied Economics*, 795-819