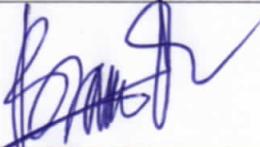


Laporan Survey
BADAN PENJAMINAN MUTU
UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA
BANDUNG



Survey Visi Misi
2019

PENGESAHAN		
Disiapkan Oleh:	Diperiksa Oleh:	Disahkan Oleh:
Staf Badan Penjaminan Mutu	Kepala Bidang Penjaminan Mutu Internal	Kepala Badan Penjaminan Mutu
		
Natalia	Dr. Bram Hadianoto, S.E., M.Si.	Andreas Widjaja, S.Si., M.Sc., Ph.D.
NIK: 810202	NIK: 520031	NIK: 720282

DAFTAR ISI

Pendahuluan.....	3
PERANCANGAN INSTRUMEN	4
Uji Validitas Instrumen.....	5
Uji Reliabilitas	6
Metode Penyebaran Kuesioner	7
Hasil Survey	7
PENGUNGKAPAN, PENGINGATAN, PENERAPAN DAN PEROLEHAN INFORMASI VISI DAN MISI.....	9
Media Sumber Informasi Visi dan Misi Universitas Kristen Maranatha.....	11
Kesimpulan.....	12

PENDAHULUAN

Universitas Kristen Maranatha yang telah didirikan sejak tahun 1965 terus berupaya untuk dapat mewujudkan pemahaman visi dan misi dari Universitas untuk membantu pencapaian tujuan dan sasaran yang ditetapkan. Visi dan misi Universitas Kristen Maranatha adalah sebagai berikut :

Visi

Universitas Kristen Maranatha menjadi Perguruan Tinggi yang mandiri dan berdaya cipta, serta mampu mengisi dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni abad ke-21 berdasarkan kasih dan keteladanan Yesus Kristus.

Misi

Mengembangkan cendekiawan yang handal, suasana yang kondusif, dan nilai-nilai hidup yang Kristiani sebagai upaya pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni dalam penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi.

Sampai tahun 2019, Universitas Kristen Maranatha telah melakukan berbagai upaya untuk sosialisasi kepada civitas akademika-nya melalui berbagai wujud sosialisasi dengan memanfaatkan berbagai media yang ada antara lain penyampaian visi dan misi melalui:

1. Situs resmi Universitas Kristen Maranatha yaitu pada alamat www.maranatha.edu yang dapat diakses secara terbuka oleh masyarakat publik.
2. Surat Keputusan Rektor yang khususnya disebarkan kepada Pejabat Struktural, Karyawan, dan Dosen di lingkungan Universitas Kristen Maranatha.
3. Statuta Universitas Kristen Maranatha yang menjadi pegangan dan panduan dalam penetapan berbagai kebijakan di lingkungan Universitas Kristen Maranatha.
4. Buku Wisuda yang selalu disebarkan pada saat wisuda di Universitas Kristen Maranatha setiap tahun sebanyak 2 kali.
5. Pemasangan poster di Selasar lingkungan kampus Universitas Kristen Maranatha.
6. Pemasangan poster di dalam Lift di lingkungan kampus Universitas Kristen Maranatha.
7. Penyebaran mini Academic Calendar yang diberikan pada seluruh karyawan dan dosen, serta disediakan untuk dapat diambil oleh mahasiswa di lingkungan kampus.
8. Pemberitahuan dari Pimpinan Unit/Fakultas/Program Studi.
9. Pemberitahuan dari Dosen Pengajar.
10. Penyampaian melalui Facebook Page Universitas Kristen Maranatha.
11. Penyampaian melalui Instagram/Twitter Universitas Kristen Maranatha.

Usaha untuk melaksanakan sosialisasi visi dan misi telah dimaksudkan untuk meningkatkan pemahaman civitas academica Universitas Kristen Maranatha atas visi dan

misi Institusi. Oleh karena itu, Badan Penjaminan Mutu (BPM) selaku badan yang bertugas untuk melaksanakan pengukuran atas pemahaman visi dan misi sehingga Universitas Kristen Maranatha mengetahui sejauh mana pemahaman civitas akademika atas visi dan misi Institusi, dan sebagaimana baik informasi dari visi dan misi telah disosialisasikan. Untuk pelaksanaan pengukuran tersebut, maka Badan Penjaminan Mutu (BPM) melaksanakan survey visi misi Universitas Kristen Maranatha.

PERANCANGAN INSTRUMEN

Untuk mewujudkan perbaikan dalam pernyataan instrumen, maka di tahun 2016 dilakukan beberapa perubahan item pernyataan untuk menangkap efektivitas pemahaman visi dan misi civitas akademika. Terdapat dua jenis item pernyataan yang digunakan. Pertama, item pernyataan reflektif. Kedua, item pernyataan formatif.

Item pernyataan reflektif yang digunakan untuk mencerminkan aspek pemahaman, yaitu:

1. Saya dapat mengungkapkan visi & misi Maranatha ketika saya ditanya seseorang (TVM).
2. Saya selalu mengingat visi & misi Maranatha dimanapun saya berada (RVM).
3. Saya telah dapat mewujudkan visi & misi Universitas dalam kegiatan yang saya lakukan (IVM).

Item pernyataan formatif yang digunakan untuk mendatangkan aspek pemahaman berasal dari media sosialisasi. Secara garis besar media sosialisasi dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu media visual (*vision-related media*) dan media pendengaran (*hearing-related media*). Dengan demikian, terdapat 2 (dua) item pernyataan formatif yang digunakan. Kedua item pernyataan tersebut yaitu sebagai berikut.

1. Saya mendapatkan informasi tentang visi & misi Maranatha dengan cara **membacanya** lewat media online maupun media cetak, *sign system* (visi & misi Maranatha) yang ditempel di dalam kampus dan sumber lainnya (*vision-related media/VRM*).
2. Saya mendapatkan informasi tentang visi & misi dengan cara **mendengar** sosialisasi dari rapat, *welcome to maranatha*, pertemuan orang tua dan sumber lainnya (*hearing-related media/HRM*).

Selain itu, instrumen ini juga mengumpulkan data dari mana para responden mendapatkan informasi mengenai visi dan misi yang ada, dengan pilihan-pilihan berikut:

- Situs www.maranatha.edu
- Surat Keputusan Rektor
- Statuta UK. Maranatha
- Buku Wisuda

- Selasar UK. Maranatha
- Di dalam Lift UK. Maranatha
- Mini Academic Calendar
- Pemberitahuan dari Pimpinan Unit/Fakultas/Program Studi
- Pemberitahuan dari Dosen Pengajar
- Facebook Page UK. Maranatha
- Twitter UK. Maranatha

Instrumen ini juga mengumpulkan data mengenai responden yaitu siapakah responden dalam civitas academica Universitas Kristen Maranatha, dan berapa lama responden telah mengenal/bergabung dengan Universitas Kristen Maranatha.

UJI VALIDITAS INSTRUMEN

Uji validitas yang digunakan yaitu *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis varian (*Partial Least Square*). Model ini cocok digunakan jika konstruk dalam item pernyataan merupakan indikator reflektif dan indikator formatif (Ghozali, 2008:2).¹

- Menurut Hartono (2011:71)², uji validitas dengan SEM berbasis varian dilakukan dengan membandingkan nilai *loading factor* atas indikator reflektif dengan angka tertentu. Sebagai *rule of thumb*, nilai *loading factor* atas indikator yang disyaratkan yaitu sebesar 0.7. Dengan demikian, apabila nilai *loading factor* atas item pernyataan lebih besar dari 0.7, maka item pernyataan tersebut valid.
- Untuk indikator formatif, pengujian validitas dilakukan dengan melihat signifikansi bobot atas item pernyataan (*indicator weight*). Menurut Ghozali (2008:77), hal ini disebabkan indikator formatif pada dasarnya merupakan hubungan regresi dari indikator ke variabel laten. Dengan demikian, apabila hasil probabilitas dari item pernyataan formatif lebih kecil dari pada α sebesar 5%, maka item pernyataan merupakan pembentuk konstruk dan bersifat valid.

Tabel 1 menyajikan hasil uji validitas indikator reflektif dan formatif atas item-item pernyataan yang digunakan. Terlihat pada Panel A, nilai *loading factor* atas semua indikator reflektif (TVM, RVM, dan IVM) berada di atas 0.7. Dengan demikian, item pernyataan yang digunakan dinyatakan valid. Terlihat pada Panel B, nilai probabilitas dari indikator VRM maupun HRM masih berada di bawah 10%. Dengan demikian, VRM dan HRM merupakan item pernyataan pembentuk pemahaman visi dan misi dan bersifat valid.

¹ Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif dengan Partial Least Square*, Edisi Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

² Hartono, J. (2011). *Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modeling Berbasis Varian dalam Penelitian Bisnis*, Cetakan Pertama, UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Tabel 1. Uji Validitas Indikator Reflektif dan Indikator Formatif

Panel A. Model *Reflective*

<i>Construct</i>	<i>Indicator</i>	<i>Loading</i>	Keterangan
VM	TVM	0.883	Valid
	RVM	0.867	Valid
	IVM	0.777	Valid

Panel B. Model *Formative*

<i>Construct</i>	<i>Indicator</i>	<i>Weight</i>	<i>SE</i>	<i>p-value</i>	Keterangan
VM	VRM	0.688	0.373	0.033**	Berpengaruh Positif
	HRM	0.688	0.484	0.078*	Berpengaruh Positif

Keterangan: **: berpengaruh pada tingkat signifikansi (α) sebesar 5%; *: berpengaruh pada α sebesar 10%

Sumber: Output Program WarpPLS3.0

UJI RELIABILITAS

Pengujian reliabilitas dilakukan atas hasil respon dengan menggunakan perhitungan *composite reliability* yang dihasilkan melalui software WarpPLS3.0. Item pernyataan/indikator reflektif dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* di atas 0.7 (Hartono, 2009:83)³, sedangkan untuk item pernyataan formatif, uji reliabilitas konstruk tidak dapat dilakukan karena masing-masing item-item pernyataan formatif tidak berkorelasi satu sama lain (Hartono, 2009:93). Tabel 2 menginformasikan nilai *composite reliability* untuk item pernyataan reflektif maupun formatif. Terlihat nilai *composite reliability* atas indikator reflektif sebesar 0.833. Hal ini berarti item-item pada indikator reflektif bersifat *reliabel/konsisten*.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas dengan koefisien *Composite Reliability*

Construct	Item	Composite Reliability Coefficient	Keterangan
VM (Model Formatif)	VRM, HRM	N.A.	N.A.
VM (Model Reflektif)	TVM, RVM, IVM	0.881	Item Pertanyaan Reliabel

Sumber: Output Program WarpPLS3.0

³ Hartono, J. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis: Salah Kaprah dan Pengalaman-Pengalaman*, BPFE-UGM, Yogyakarta.

METODE PENYEBARAN KUESIONER

Kuesioner telah disebarakan melalui situs survei *online* Universitas Kristen Maranatha yaitu <http://survey.maranatha.edu>. Untuk dapat menjangkau responden, maka telah dilakukan penyebaran pesan untuk partisipasi survei melalui beberapa channel berikut ini:

1. E-mail kepada para Dekan Fakultas/Ketua Program Studi untuk menginfokan kepada dosen-dosen terpilih di Lingkungan Universitas Kristen Maranatha untuk mengisi kuesioner.
2. Email kepada seluruh karyawan tenaga administratif tetap yang terpilih dan telah memiliki gelar minimal S1 melalui Kepala Badan/Ketua Lembaga/Ketua Prodi/Direktur Direktorat masing-masing dimana ada nama karyawannya yang terpilih untuk mengisi kuesioner.
3. Pemberitahuan melalui penyebaran surat kepada Kepala Badan/Ketua Lembaga/Direktur Direktorat/Dekan Fakultas/Ketua Program Studi untuk mengingatkan para dosen dan karyawan yang terpilih untuk mengisi kuesioner.
4. Pemberitahuan melalui penyebaran surat kepada Dekan Fakultas/Ketua Program Studi untuk mengingatkan kepada seluruh mahasiswa aktif untuk mengisi kuesioner.
5. Himbauan dari para Pejabat Struktural kepada para dosen dan karyawan untuk mengisi kuesioner.

HASIL SURVEY

PROFIL RESPONDEN

Tabel 3 merupakan tabel yang menginformasikan status responden yang berpartisipasi dalam survei visi dan misi. Terlihat dalam tabel tersebut, jumlah responden berjumlah 669 orang. Adapun jumlah target responden sebesar 7436 orang, Dengan demikian, *response rate* sebesar 9%. Komposisi responden selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 3. Berdasarkan tabel ini, mayoritas responden yang berpartisipasi dalam survei ini adalah mahasiswa/i yang aktif (59.49%), lalu diikuti oleh dosen (16.74%), TAT (14.95%), pejabat struktural/ka. Biro (7.17%), dan alumni (1.64%).

Tabel 3. Status Responden Yang Berpartisipasi dalam Survei 2019

Status di UK. Maranatha	Frekuensi (n)	Persen (%)
Alumni	11	1.64%
Dosen	112	16.74%
Mahasiswa/i yang aktif	398	59.49%

Tabel 3. Status Responden Yang Berpartisipasi dalam Survei 2019

Status di UK. Maranatha	Frekuensi (n)	Persen (%)
Pejabat Struktural/Ka. Biro	48	7.17%
TAT	100	14.95%
Total	669	100.00%

Tabel 4 menyajikan asal fakultas/unit responden yang berpartisipasi dalam survey ini. Berdasarkan asal fakultas/unit, mayoritas responden berasal dari Fakultas Teknologi Informasi (25.26 %) diikuti oleh responden yang berasal dari Fakultas Seni Rupa dan Desain (17.34%), Fakultas Kedokteran (11.06%), Fakultas Teknik (9.42%), dan Fakultas Bahasa dan Budaya (8.07%).

Tabel 4. Asal Fakultas/Unit Responden Yang Berpartisipasi Dalam Survei 2019

Fakultas/Unit	Frekuensi (n)	Persen (%)
Fakultas Bahasa dan Budaya	54	8.07%
Fakultas Ekonomi	43	6.43%
Fakultas Hukum	19	2.84%
Fakultas Kedokteran	74	11.06%
Fakultas Kedokteran Gigi	14	2.09%
Fakultas Psikologi	47	7.03%
Fakultas Seni Rupa dan Desain	116	17.34%
Fakultas Teknik	63	9.42%
Fakultas Teknologi Informasi	169	25.26%
Badan Penjaminan Mutu (BPM)	2	0.30%
Badan Strategi, Pengembangan dan Kepemimpinan (BSPK)	4	0.60%
Direktorat Akademik	12	1.79%
Direktorat Informasi	19	2.84%
Direktorat Kemahasiswaan	9	1.35%
Direktorat Kerja Sama	1	0.15%
Direktorat Pemasaran	5	0.75%
Direktorat Sarana Prasarana (DSP)	2	0.30%
Direktorat Sumber Daya Insani (DSDI)	4	0.60%
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)	2	0.30%
Perpustakaan Pusat	6	0.90%
Rektorat	1	0.15%
Badan Pelayanan Kerohanian	1	0.15%
Sekretariat Universitas	2	0.30%
Total	669	100.00%

Tabel 5 merupakan tabel yang menginformasikan lamanya responden bergabung/mengenal Universitas Kristen Maranatha. Berdasarkan pada Tabel 5, responden pada umumnya telah bergabung/mengenal Universitas Kristen Maranatha dalam kurun waktu: 1-5 tahun (45.29%), kurang dari 1 tahun (22.27%), lebih dari 10 tahun sebesar (21.97%) dan lebih dari 5 tahun sampai 10 tahun (10.46%).

Tabel 5. Lama bergabung/mengenal Universitas Kristen Maranatha

Lama bergabung/mengenal UK. Maranatha	Frekuensi (n)	Persen (%)
< 1 th	149	22.27%
> 10 th	147	21.97%
> 5 th - 10 th	70	10.46%
1 - 5th	303	45.29%
Total	669	100.00%

PENGUNGKAPAN, PENGINGATAN, PENERAPAN DAN PEROLEHAN INFORMASI VISI DAN MISI

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan lima butir pernyataan dan hasil yang ditampilkan pada Tabel 6. Hasil tersebut menampilkan beberapa kesimpulan penting yaitu:

1. Mayoritas responden yaitu 488 orang (72.94%) menyatakan setuju dan 67 orang (10.01%) menyatakan sangat setuju bahwa dapat mengungkapkan visi & misi Maranatha ketika ditanya seseorang.
2. Mayoritas responden yaitu 407 orang (60.84%) menyatakan setuju dan 49 orang (7.32%) menyatakan sangat setuju bahwa selalu mengingat visi & misi Maranatha dimanapun berada.
3. Mayoritas responden yaitu sebanyak 515 orang (76.98%) menyatakan setuju dan 69 orang (10.31%) menyatakan sangat setuju bahwa telah dapat mewujudkan visi & misi Universitas dalam kegiatan yang dilakukan.
4. Mayoritas responden yaitu sebanyak 445 orang (66.52%) menyatakan setuju dan 191 orang (28.55%) menyatakan sangat setuju bahwa mendapatkan informasi tentang visi & misi Maranatha dengan cara membacanya lewat media online maupun media cetak, sign system (visi & misi Maranatha) yang ditempel di dalam kampus dan sumber lainnya.

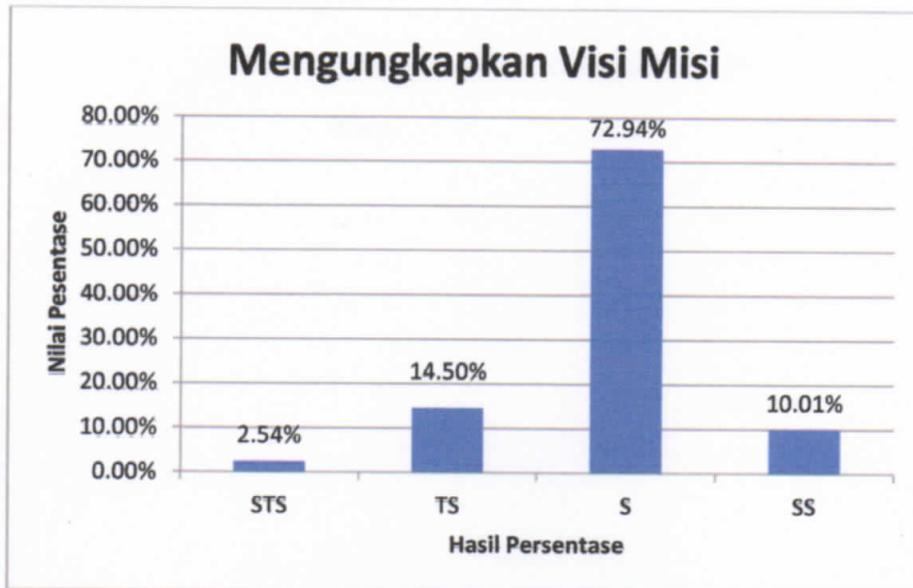
5. Mayoritas responden yaitu sebanyak 439 orang (65.62%) menyatakan setuju dan 158 orang (23.62%) menyatakan sangat setuju bahwa mendapatkan informasi tentang visi & misi dengan cara mendengar sosialisasi dari rapat, *welcome to maranatha*, pertemuan orang tua dan sumber lainnya.

Tabel 6. Pengukuran Pengungkapan, Pengingatan, dan Penerapan Visi dan Misi

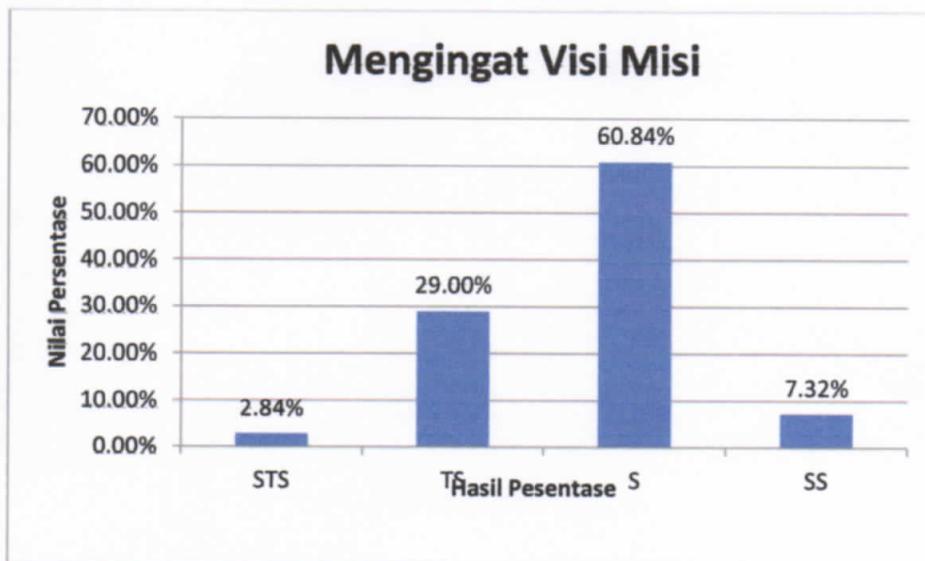
Pernyataan		STS	TS	S	SS	Total
1. Saya dapat mengungkapkan visi & misi Maranatha ketika saya ditanya seseorang.	N	17	97	488	67	669
	%	2.54%	14.50%	72.94%	10.01%	100.00%
2. Saya selalu mengingat visi & misi Maranatha dimanapun saya berada.	N	19	194	407	49	669
	%	2.84%	29.00%	60.84%	7.32%	100.00%
3. Saya telah dapat mewujudkan visi & misi Universitas dalam kegiatan yang saya lakukan.	N	5	80	515	69	669
	%	0.75%	11.96%	76.98%	10.31%	100.00%
4. Saya mendapatkan informasi tentang visi & misi Maranatha dengan cara membacanya lewat media online maupun media cetak, sign system (visi & misi Maranatha) yang ditempel di dalam kampus dan sumber lainnya.	N	7	26	445	191	669
	%	1.05%	3.89%	66.52%	28.55%	100.00%
5. Saya mendapatkan informasi tentang visi & misi dengan cara mendengar sosialisasi dari rapat, <i>welcome to maranatha</i> , pertemuan orang tua dan sumber lainnya.	N	11	61	439	158	669
	%	1.64%	9.12%	65.62%	23.62%	100.00%

Keterangan: STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju.

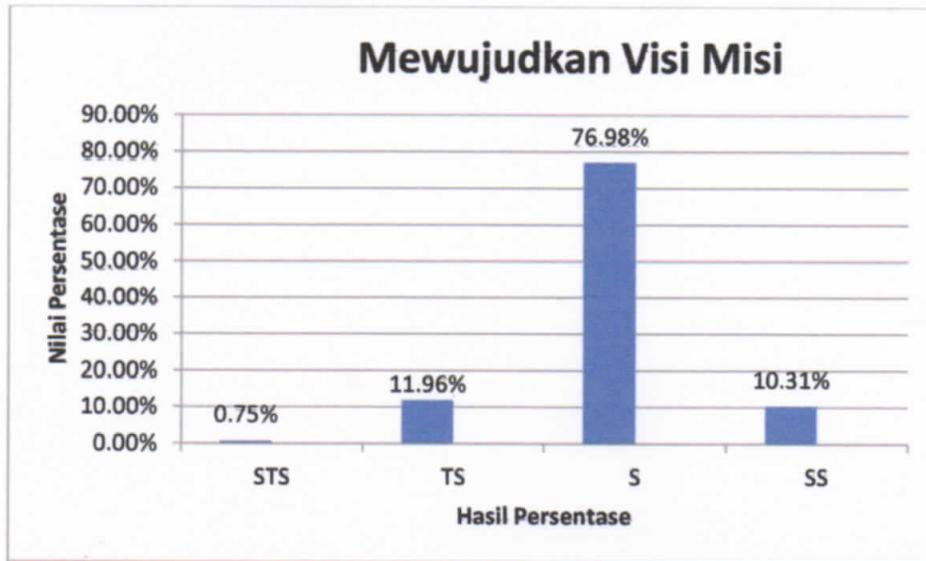
Untuk memperjelas perbandingan respon-respon tersebut, maka respon tersebut juga diilustrasikan di dalam diagram batang di bawah ini pada Gambar 1, Gambar 2, dan Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5.



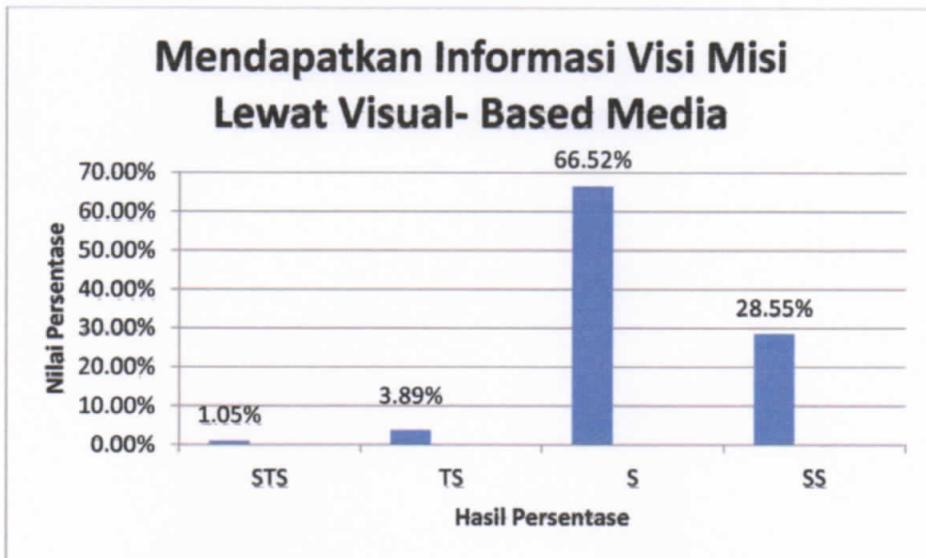
Gambar 1. Pengukuran Respon Mengungkapkan Visi & Misi UK. Maranatha



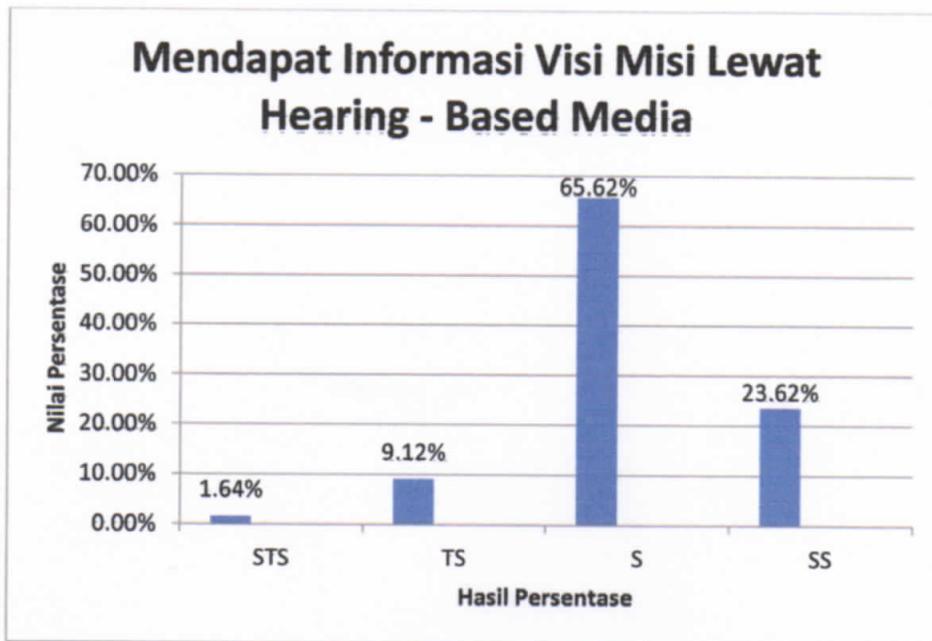
Gambar 2. Pengukuran Respon Mengingat Visi dan Misi UK. Maranatha



Gambar 3. Pengukuran Respon Mewujudkan Visi & Misi Maranatha



Gambar 4. Pengukuran Respon Mendapat Informasi Visi Misi lewat *Visual-Based Media*



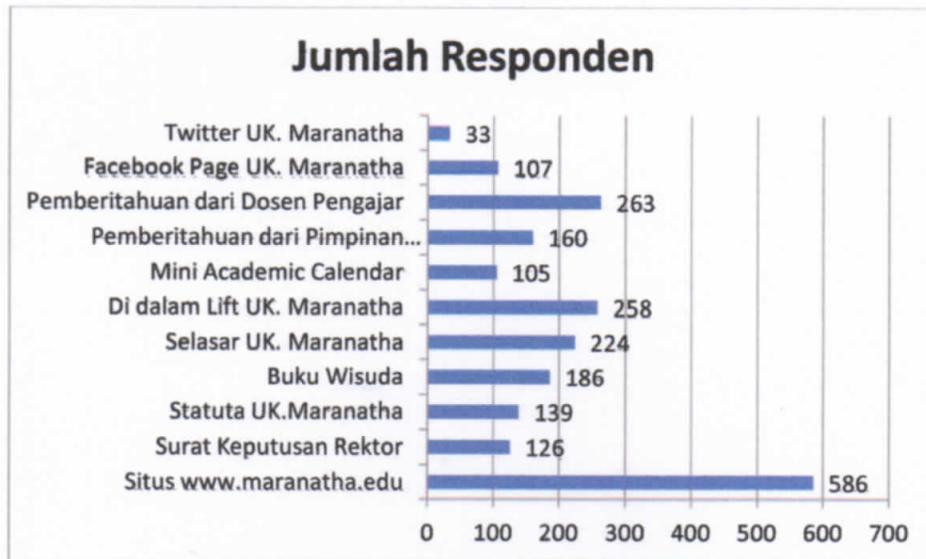
Gambar 5. Pengukuran Respon Mendapat Informasi Visi & Misi lewat *Hearing-Based Media*

MEDIA SUMBER INFORMASI VISI DAN MISI UNIVERSITAS KRISTEN MARANATHA

Berdasarkan hasil survei yang ditampilkan pada Tabel 6, responden menyatakan bahwa situs www.maranatha.edu merupakan media yang paling banyak dilihat oleh responden (24.09%) dalam mendapatkan informasi visi dan misi UK. Maranatha. Media kedua yang banyak dilihat oleh responden yaitu pemberitahuan dari dosen pengajar (10.81%). Media ketiga yaitu informasi yang ada dalam lift UK. Maranatha (10.60%).

Tabel 7. Media Sumber Informasi Visi dan Misi

Media Sumber Informasi	n	%
Situs www.maranatha.edu	586	24.09%
Surat Keputusan Rektor	126	5.18%
Statuta UK.Maranatha	139	5.71%
Buku Wisuda	186	7.64%
Selasar UK. Maranatha	224	9.21%
Di dalam Lift UK. Maranatha	258	10.60%
Mini Academic Calendar	105	4.32%
Pemberitahuan dari Pimpinan Unit/Fakultas/Jurusan	160	6.58%
Pemberitahuan dari Dosen Pengajar	263	10.81%
Facebook Page UK. Maranatha	107	4.40%
Twitter UK. Maranatha	33	1.36%



Gambar 6. Media Sumber Informasi Visi dan Misi

KESIMPULAN

Hasil survei visi dan misi tersebut menunjukkan beberapa hal penting yaitu:

1. Terdapat 82.96% dari total responden menyatakan setuju dan sangat setuju atas pernyataan bahwa mereka mengungkapkan visi & misi Maranatha ketika ditanya seseorang.
2. Terdapat 68.16% dari total responden menyatakan setuju dan sangat setuju atas pernyataan bahwa mereka selalu mengingat visi & misi Maranatha dimanapun berada.
3. Terdapat 87.29% dari total responden menyatakan setuju dan sangat setuju atas pernyataan mereka dapat mewujudkan visi & misi Universitas dalam kegiatan yang dilakukan.
4. Terdapat 95.07% dari total responden yang setuju dan sangat setuju dapat mendapatkan informasi tentang visi & misi Maranatha dengan cara membacanya lewat media online maupun media cetak, sign system (visi & misi Maranatha) yang ditempel di dalam kampus dan sumber lainnya.
5. Terdapat 89.24% dari total responden yang setuju dan sangat setuju mendapatkan informasi tentang visi & misi dengan cara mendengar sosialisasi dari rapat, *welcome to maranatha*, pertemuan orang tua, dan sumber lainnya.
6. Media paling banyak dilihat oleh para responden dalam menginformasikan visi dan misi Universitas Kristen Maranatha yaitu situs resmi Universitas Kristen Maranatha www.maranatha.edu, pemberitahuan dari dosen pengajar, dan informasi dalam lift UK. Maranatha.

Hal-hal yang dapat diambil sebagai saran perbaikan ke masa yang akan datang adalah:

1. Mengingat respon setuju dan sangat setuju atas pernyataan: saya selalu mengingat visi & misi Maranatha dimanapun berada merupakan item pernyataan dengan persentase terkecil, maka beberapa upaya dapat dilakukan untuk lebih dapat mengingat hal ini yaitu:
 - a. Bagi mahasiswa, dosen dapat memberikan nilai bonus untuk ditambahkan pada nilai ujian mahasiswa apabila mahasiswa tersebut mampu menjawab pertanyaan ketika dosen sedang mengajar di kelas.
 - b. Bagi para pejabat struktural, dapat membacakan visi dan misi UK. Maranatha di hadapan para peserta sebelum rapat/sebuah pertemuan formal dimulai.

Lampiran 1. Kuesioner Visi dan Misi

 BADAN PERENCANAAN, PEMANTAUAN DAN JAMINAN MUTU	Universitas Kristen Maranatha
	Jl. Prof. drg. Suria Sumantri, MPH. No. 65, Bandung 40164 Telp.: (022) 201 2186; (022) 200 3450 ; Ext.: 7140/7142; Fax.: (022) 201 5154

Form Evaluasi Sosialisasi dan Pemahaman Visi, dan Misi Universitas Kristen Maranatha

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Civitas Akademika UK. Maranatha,

Berikut ini adalah kuesioner untuk meng-evaluasi upaya UK. Maranatha untuk melakukan sosialisasi Visi dan Misi UK. Maranatha serta mengukur pemahaman atas visi dan misi tersebut. Mohon waktu sekitar 5 menit untuk dapat mengisi kuesioner singkat berikut ini. Tercantum di bawah ini adalah Visi dan Misi UK. Maranatha.

Visi

Universitas Kristen Maranatha menjadi Perguruan Tinggi yang mandiri dan berdaya cipta, serta mampu mengisi dan mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni abad ke-21 berdasarkan kasih dan keteladanan Yesus Kristus.

Misi

Mengembangkan cendekiawan yang handal, suasana yang kondusif, dan nilai-nilai hidup yang Kristiani sebagai upaya pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni dalam penyelenggaraan Tridharma Perguruan Tinggi Kristen Maranatha.

Profil Responden

1. Status Ibu/Bpk/Sdr/i saat ini:
a. Dosen b. Pejabat Struktural c. TAT d. Mahasiswa/i e. Alumni f. Mitra g. Ketua/Anggota Yayasan
2. Fakultas/Unit :

3. Berapa lama Ibu/Bpk/Sdr/i sudah bergabung dengan/ mengenal UK. Maranatha?
 a. < 1 thn b. 1-5thn c. >5 thn – 10 thn d. >10 thn
4. Pilihlah satu jawaban dengan pilihan: STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, S = Setuju, dan SS = Sangat Setuju

Pernyataan	STS	TS	S	SS
1) Saya dapat mengungkapkan visi & misi Maranatha ketika saya ditanya seseorang.	1	2	3	4
2) Saya selalu mengingat visi & misi Maranatha dimanapun saya berada.	1	2	3	4
3) Saya telah dapat mewujudkan visi & misi Universitas dalam kegiatan yang saya lakukan.	1	2	3	4
4) Saya mendapatkan informasi tentang visi & misi Maranatha dengan cara membacanya lewat media online maupun media cetak, sign system (visi & misi Maranatha) yang ditempel di dalam kampus dan sumber lainnya.	1	2	3	4
5) Saya mendapatkan informasi tentang visi & misi dengan cara mendengar sosialisasi dari rapat, welcome to maranatha, pertemuan orang tua dan sumber lainnya.	1	2	3	4

5. Pilihlah semua media dari mana Ibu/Bpk/Sdr/i telah mendapatkan informasi tentang Visi dan Misi UK. Maranatha (pilih sebanyaknya):
- Situs www.maranatha.edu
 - Surat Keputusan Rektor
 - Statuta UK. Maranatha
 - Buku Wisuda
 - Selasar UK. Maranatha
 - Di dalam Lift UK. Maranatha
 - Mini Academic Calendar
 - Pemberitahuan dari Pimpinan Unit/Fakultas/Jurusan
 - Pemberitahuan dari Dosen Pengajar
 - Facebook Page UK. Maranatha
 - Twitter UK. Maranatha
 - Lainnya (sebutkan_____)
6. UK. Maranatha terbuka atas masukan dari Ibu/Bpk/Sdr/i untuk potensi pengembangan Visi dan Misi maupun pelaksanaan sosialisasi yang lebih baik di masa yang akan datang. Mohon tuliskan saran di bawah ini.

Terima kasih atas partisipasi Ibu/Bpk/Sdr/i.