Etika Profesi

**Oleh** : **Deasy Permatasari, S.Si., MT**

(Digunakan di lingkungan sendiri, sebagai buku ajar

mata kuliah Etika Profesi)

******

**Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer**

**Program Studi Manajemen Informatika**

**Universitas Komputer Indonesia**

* 1. **Silabus**

**Minggu Ke 1 : Pengenalan Matakuliah Etika Profesi**

**Minggu Ke 2 : Pengertian profesi dan profesiponal-profesionalisme**

**Minggu Ke 3 : Etika profesi dan kode etik profesi**

**Minggu Ke 4 : Standar kompetensi dan sertifikasi profesi**

**Minggu Ke 5 : Budaya kerja**

**Minggu Ke 6 : Faktor yang berperan dalam mengembangkan profesionalisme**

**Minggu Ke 7 : Profesi di bidang teknologi informatika**

**Minggu Ke 8 : UTS**

**Minggu Ke 9 : Kode etik di bidang IT**

**Minggu Ke 10 : Hak atas kekayaan intelektualitas (HAKI)**

**Minggu Ke 11 : Perlindungan hak konsumen dan etika hubungan produsen dengan konsumen**

**Minggu Ke 12 : Bisnis & etika**

**Minggu Ke 13 : Tantangan penerapan etika bisnis bidang teknologi informatika & industri kreatif**

**Minggu Ke 14 : Wawasan tugas & tanggung jawab dan Visi-Misi**

**Minggu Ke 15 : Cyber etis**

**Minggu ke 16 : UAS**

* 1. **Materi Perkuliahan**
		1. **Pertemuan Kesebelas**

BISNIS DAN PERLINDUNGAN KONSUMEN

Di tengah persaingan yang ketat para pelaku bisnis berlomba – lomba untuk menjadi yang terbaik untuk tetap survive di bidangnya masing – masing. Namun terlepas dari persaingan yang kuat, para pebisnis tetap dituntut untuk tetap memberikan yang terbaik bagi konsumen, dan tentunya diiringi dengan tindakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuan dari bisnis bagi perusahaan adalah mencari keuntungan. Dalam etika bisnis dimana perusahaan harus menjamin keamanan dan keselamatan konsumen atas produk barang dan jasa yang ditawarkan biasanya disebut dengan perlindungan konsumen dimana bisnis dan perlindungan konsumen sangat berkaitan.

Perlindungan konsumen adalah perangkat hukum yang diciptakan untuk melindungi dan terpenuhinya hak konsumen. Sebagai contoh, para penjual diwajibkan menunjukkan tanda harga sebagai tanda pemberitahuan kepada konsumen.

Perlindungan konsumen berasaskan manfaat, keadilan, keseimbangan, keamanan dan keselamatan konsumen, serta kepastian hukum. Dalam hal ini konsumen sering menjadi pihak yang dirugikan, untuk itu pemerintah kita membuat peraturan sebagai berikut :

– UUD Periklanan

– UUD keamanan dan kesehatan produk

– UUD menyangkut mutu pruduk

– Dll.

Perlindungan Konsumen adalah segala upaya yang menjamin adanya kepastian untuk memberikan perlindungan hukum kepada konsumen. Pengertian konsumen sendiri adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Salah satu hal positif yang ditempuh di Indonesia adalah yayasan lembaga konsumen indonesia yang melakukan penelitian tentang bebagai produk dan jasa. Dengan hadirnya YLKI ini pengusaha akan berhitung lebih seksama untuk menawarkan barang kepada konsumen.

Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen adalah badan yang bertugas menangani dan menyelesaikan sengketa antara pelaku usaha dan konsumen.

Badan Perlindungan Konsumen Nasional adalah badan yang dibentuk untuk membantu upaya pengembangan perlindungan konsumen.

Sesuai dengan pasal 3 Undang-undang Perlindungan Konsumen, tujuan dari Perlindungan ini adalah :

–      Meningkatkan kesadaran, kemampuan, dan kemandirian konsumen untuk melindungi diri

–      Mengangkat harkat dan martabat konsumen dengan cara menghindarkannya dari ekses negatif pemakaian barang dan/atau jasa

–      Meningkatkan pemberdayaan konsumen dalam memilih, menentukan dan menuntut hak-haknya sebagai konsumen

–      Menciptakan sistem perlindungan konsumen yang mengandung unsur kepastian hukum dan keterbukaan informasi serta akses untuk mendapatkan informasi

 –      Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan ini sehingga tumbuh sikap yang jujur dan bertanggungjawab dalam berusaha

–      Meningkatkan kualitas barang dan/atau jasa yang menjamin kelangsungan usaha produksi barang dan/atau jasa, kesehatan, kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen

Adapun Azas perlindungan konsumen antara lain :

–      Asas Manfaat

Mengamanatkan bahwa segala upaya dalam penyelenggaraan perlindungan ini harus memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi kepentingan konsumen dan pelaku usaha secara keseluruhan

–      Asas Keadilan; partisipasi seluruh rakyat dapat diwujudkan secara maksimal dan memberikan kesempatan kepada konsumen dan pelaku usaha untuk memperoleh haknya dan melaksanakan kewajibannya secara adil

–      Asas Keseimbangan

Memberikan keseimbangan antara kepentingan konsumen, pelaku usaha, dan pemerintah dalam arti materiil ataupun spiritual

–      Asas Keamanan dan Keselamatan Konsumen

Memberikan jaminan atas keamanan dan keselamatan kepada konsumen dalarn penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang dikonsumsi atau digunakan

–      Asas Kepastian Hukum

Baik pelaku usaha maupun konsumen mentaati hukum dan memperoleh keadilan dalam penyelenggaraan perlindungan konsumen, serta negara menjamin kepastian hukum.

Masyarakat modern adalah masyarakat bisnis. Pelaku bisnis beranggapan hanya bertanggung jawab memenuhi kebutuhan dan bersikap netral. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) memiliki peran melindungi konsumen dari tindakan produsen.

Ada 2 alasan perangkat pengendalian terutama tertuju pada produsen dalam hubungannya dengan konsumen, adalah:

a.   Dalam hubungan antara konsumen atau pelanggan di satu pihak dan pemasok, produsen, dan penyalur barang atau jasa tertentu di pihak lain, konsumen atau pelanggan terutama berada pada posisi yang lebih lemah dan rentan untuk dirugikan.

b.   Dalam kerangka bisnis sebagai profesi, konsumen sesungguhnya membayar produsen untuk menyediakan barang kebutuhan hidupnya secara professional

A. Hubungan Produsen dan Konsumen

     Pada umumnya konsumen dianggap mempunyai ahak tertentu yang wajib dipenuhi oleh produsen, yang disebut sebagai hak kontraktual. Hak kontraktual adalah hak yang timbul dan dimiliki seseorang ketika ia memasuki suatu persetujuan atau kontrak dengan pihak lain. Maka, hak ini hanya terwujud dan mengikat orang-orang tertentu, yaitu orang-orang yang mengadakan persetujuan atau kontrak satu dengan yang lainnya. Hak ini tergantung dan diatur oleh aturan yang ada dalam masing-masing masyarakat.

     Ada beberapa aturan yang perlu dipenuhi dalam sebuah kontrak yang dianggap baik dan adil, yang menjadi dasar bagi hak kontraktual setiap pihak dalam suatu kontrak.

a. Kedua belah pihak mengetahui sepenuhnya hakikat dan kondisi persetujuan yang mereka sepakati. Termasuk disini, setiap pihak harus tahu hak dan kewajibann, apa konsekuensi dari persetujuan atau kontrak itu, angka waktu dan lingkup kontrak itu dan sebagainya.

b. Tidak ada pihak yang secara sengajamemberian fakta yang salah atau memsukan fakta tentang kondisi dan syarat-syarat kontrak untuk pihak yang lain. Semua informasi yang relevan untuk diketahui oleh pihak lain

c. Tidak boleh ada pihak yag dipaksa untuk melakukan kontrak atau persetujuan itu. Kontrak atau persetujuan yang dilakukan dalam keadaan terpaksa dandipaksa harus batal demi hukum.

d. Kontrak juga tidak mengikat bagi pihak mana pun untuktindakan yang bertentangan dengan moralitas.

 B. Gerakan Konsumen

     Salah satu syarat bagi terpenuhi dan terjaminnya hak-hak  konsumen adalah perlunya pasar dibuka dan dibebaskan bagi semua pelaku ekonomii, termasuuk bagi produsen dan konsumen untuk keluar masuk pasar.

     Gerakan konsumen lahir karena beberapa pertimbangan sebagai berikut :

a. Produk yang semakin banyak disatu pihak menguntungkan konsumen, karena mereka punya pilihan bebas yang terbuka, namun dipihak lain jugamembuat mereka menjadi rumit.

b. Jasa kini semakin terspesialisasi sehingga menyulitkan konsumen untuk memutuskan mana yang memang benar-benar dibutuhkannya.

c. Pengaruh iklan yang merasuki setiap menit dan segi kehidupan manusia modern melalui berbagai media massa dan media informasi lainnya, membawa pengaruh yang besar bagi kehidupann konsumen.

d. Kenyataan menunjukkan bahwa keamanan produk jarang sekali diperhaatikannn secara serius oleh produsen.

e. Dalam hubungan jual beli yang didasarkan pada kontrak, konsumen lebih berada pada posisi yang lemah.

C. Konsumen Adalah Raja

        Konsumen setia merupakan idaman setiap perusahaan. Bagaimana caranya agar konsumen tersebut setia terhadap suatu perusahaan? Layanilah konsumen kita  layaknya “raja”. Jika kita perhatikan kolom surat pembaca dimedia masa, banyak sekali pembaca yang mengkritik atau mengeluh terhadap suatu produk. Kenyataan tersebut memberikan isyarat :

–  Pasar yang bebas dan terbuka pada akhirnya menempatkan konsumen menjadi raja.

–  Prinsip etika, seperti kejujuran,tanggung jawab dan kewajiban melayani dengan baik.

<https://anitapurwati.wordpress.com/2013/11/23/bisnis-dan-perlindungan-konsumen/>