

Etika Kedokteran dalam Kerjasama Periklanan dengan Sponsor.

Dr. Bahtiar Husain, Sp.P, MH.Kes

BIJAK MKEK, PB IDI

1 Maret 2020

DATA PRIBADI

- Nama : Bahtiar Husain, dr, Sp.P, MH.Kes
- Tempat/tanggal lahir : Parepare, 7 April 1963
- Pekerjaan : Dokter PARU di RS PARU FIRDAUS
- Instansi : KEMENKUM- HAM
- Agama : Islam
- ALAMAT` : Jl. Siak No. 14, Kompleks Bea Cukai, Jakarta Utara

PENDIDIKAN UMUM

- SMA Negeri I Parepere 1983, Sulawesi Selatan
- S1 : Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin, Makassar 1991
- S2 : Fakultas Hukum Kesehatan , UNHAS 2009
- S3 : Mahasiswa Program S3 Hukum, Universitas Borobudur 2017
- PENDIDIKAN SPESIALIS
- Fakultas Kedokteran bagian Pulmonologi, Universitas Indonesia 2004

ORGANISASI

- Ketua Lembaga Advokasi Kedokteran Indonesia (LAKI)
- Sekjend Perhimpunan Dokter Paru Indonesia, PDPI 2000-2014
- Ketua Bidang Hukum dan Etik PDPI tahun 2018- 2021
- Anggota Majelis Kehormatan Etika Kedokteran Indonesia (MKEK) PB IDI 2018-2021
- Member of Council President World Association Medical Law (WAML)



KURIKULUM VITAE

overview

- Etik kedokteran
- Pengertian Iklan
 - Dokter beriklan
- Pengaturan etik beriklan
 - KODEKI
 - PMK 1787/Menkes/PER/XII/2010
 - MOU GP FARMASI – IDI
- Pembahasan - kesimpulan

Dasar etik Kedokteran

- Etik kedokteran mulai dikenal sejak 1500 tahun sebelum Masehi dalam bentuk
 - *Code of the Nesilim*, Code of Hammurabi dan Code of Hittites yang bicara tentang “*social structure, sense of justice, and morality*”
 - Sumpah Hippocrates Hidup sekitar 460-370 tahun SM.
 - Isi: kewajiban-kewajiban dokter dalam berperilaku dan bersikap
 - World Medical Association (Deklarasi Geneva/1968) sumpah dokter (dunia) dan Kode Etik Kedokteran Internasional.
 - Kode Etik Kedokteran Indonesia. Disingkat KODEKI 2012 berisikan tentang kewajiban umum, kewajiban terhadap pasien, kewajiban terhadap sejawat dan kewajiban terhadap diri sendiri.

SIKAP ETIS DAN PROFESIONAL DOKTER

- **Autonomy**; menghormati hak pasien dan putusan tindakan ditangan pasien, bukan pada dokter.
- **Beneficence**; segala tindakan yang dilakukan dasarnya “Patient need”
- **Non maleficence**; *Cakap, competence, professional sehingga* tidak mencederai pasien dalam hal diagnosis, treatment dan tindakan.
- **Justice**; bersikap adil dan jujur dalam menjalankan profesi
- **Altruisme**; mengedepankan kepentingan umum, profesi dan pasien.

PROFESI KEDOKTERAN

UU NO 29 TH 2004

- Praktik kedokteran dilaksanakan berasaskan Pancasila dan didasarkan pada nilai ilmiah, manfaat, keadilan, kemanusiaan, keseimbangan, serta perlindungan dan keselamatan pasien.
- Suatu pekerjaan kedokteran yang dilaksanakan berdasarkan suatu keilmuan, kompetensi yang diperoleh melalui Pendidikan berjenjang dan kode etik yang bersifat melayani masyarakat.
- Hakikat profesi kedokteran adalah bisikan Nurani dan panggilan jiwa untuk mengabdikan diri pada manusia berlandaskan moralitas yang kental, prinsip kejujuran, keadilan, empati, keikhlasan dan kepedulian sesama manusia

ETIKA PROFESI KEDOKTERAN

- Kesadaran dan pedoman yang mengatur prinsip moral dan etik dalam melaksanakan profesi kedokteran, sehingga mutu dan kualitas profesi kedokteran tetap terjaga dan terhormat
- Seperangkat perilaku dokter dalam hubungannya dengan pasien, keluarga, masyarakat, teman sejawat.
- Rumusan perilaku dokter dirumuskan dalam Kode Etik Kedokteran, KODEKI.
- Norma etik apabila dilanggar “hanya” akan membawa akibat sanksi moral, namun dapat dikenai sanksi disiplin profesi, peringatan hingga ke bentuk yang lebih berat;
 - Kewajiban menjalani pendidikan / pelatihan
 - Pencabutan haknya berpraktik profesi.

Pengertian Iklan

- Adalah suatu bentuk informasi yang dilakukan oleh seseorang, instansi/ lembaga, atau perusahaan, yang isinya berupa pesan yang menarik tentang sebuah produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak.
- Maksud dan tujuan dibuatnya iklan adalah untuk membujuk/ mendorong masyarakat sehingga menjadi tertarik menggunakan produk/ jasa yang ditawarkan.
- Biasanya iklan dipasang di berbagai media agar terlihat oleh banyak orang. Beberapa media tersebut diantaranya Koran, Majalah, Tabloid, Televisi, Situs Berita, Blog, Media Sosial, Mesin Pencari, dan tempat-tempat umum.

Jenis / Macam-Macam Iklan

1. Iklan Pemberitahuan (Informasi)

Jenis iklan ini bertujuan untuk menarik perhatian khalayak tertentu melalui sebuah informasi atau pemberitahuan.

- Iklan Kelulusan dokter, professor, Iklan peresmian Rumah Sakit

2. Iklan Penawaran (Niaga)

Iklan jenis ini bertujuan untuk menawarkan barang atau jasa dengan orientasi profit:

- Iklan penawaran barang/ produk, misalnya Obat, Alat medis, smartpone, kartu kredit.
- Iklan penawaran jasa, misalnya jasa dokter, jasa Laboratorium, pengobatan alternatif, dan lain-lain.

3. Iklan Layanan Masyarakat

Iklan jenis ini bertujuan untuk memberikan informasi dan pencerahan kepada masyarakat tentang suatu isu atau hal tertentu. Iklan layanan masyarakat dibuat oleh lembaga atau instansi pemerintah atau organisasi non-profit.

Dokter beriklan

- Di media elektronik tidak sedikit dokter dan tenaga kesehatan lain yang mengiklan dan menjadi iklan sebuah produk untuk mempengaruhi konsumen.
- Melibatkan dokter menjadi bintang iklan jelas dianggap tidak etis apalagi jenis iklannya adalah NIAGA.
- Informasi tentang keberadaan dan kompetensi dokter, serta tentang layanan medis yang sah kadang dijadikan iklan terselubung.
- Jasa layanan kedokteran tujuan utamanya adalah untuk menolong, bukan untuk jasa komersial.

Kenapa dokter beriklan

- Pengetahuan moral etik dokter kurang memadai
- Persepsi yang terbangun sejak memasuki Fakultas Kedokteran sudah bergeser dari jiwa Altruisme ke komersialisasi.
- Sebaran dokter yang tidak merata, terpusat di kota besar sehingga persaingan perebutan pasien meningkat.
- Urgensi atas kepemilikan citra diri dan popularitas adalah salah satu tujuan lainnya dalam beriklan.
- Dengan meningkatnya kesohoran, berbagai tawaran untuk menjadi duta merek, bintang iklan, presenter acara akan datang. JEKI vol1,no.1 2017

DOKTER BERIKLAN



IKLAN LAYANAN MASYARAKAT



PENGATURAN ETIK BERIKLAN

- Iklan jelas ditujukan untuk membujuk, mempengaruhi khalayak menggunakan produk atau jasa yang sifatnya komersial.
- Dokter yang menjadi bintang iklan akan tersandra menyuarakan kepentingan komersialisasi produk obat, jasa, alat kesehatan.
- Memuji diri atau mempromosikan produk atau layanan komersial oleh dokter adalah hal yang berpotensi merendahkan marwah profesi kedokteran.
- Pelarangan dokter beriklan jelas diatur dalam;
 - Pasal 3 dan pasal 4 KODEKI 2012,
 - Permenkes no 1787/Menkes/PER/XII/2010 tentang iklan dan layanan kesehatan dan
 - MOU GP Farmasi dan IDI.

LARANGAN DOKTER BERIKLAN

KODEKI 2012, Pasal 3

- Dalam melakukan pekerjaan kedokterannya, seorang dokter tidak boleh dipengaruhi oleh sesuatu yang mengakibatkan hilangnya kebebasan dan kemandirian profesi.
- Cakupan pasalnya;
 - Mencegah pihak manapun secara sengaja atau tidak menyimpangi etik melalui pekerjaan kedokteran.
 - Membuat iklan dan menerima imbalan dari Farmasi.
 - Melibatkan diri secara langsung atau tidak langsung mempromosikan diri, obat, jasa layanan kedokteran

Cakupan pasal

KODEKI pasal 3

- Dokter wajib menolak segala bentuk pemberian bila dikaitkan dengan kapasitas profesionalnya.
- Dalam kehadirannya pada temu ilmiah dilarang mengikatkan diri untuk mempromosikan obat, jasa tertentu.
- Dilarang menerima bantuan apapun dari perusahaan yang produknya bertentangan dengan kesehatan, seperti rokok, minuman alcohol.
- Dilarang bertindak memenangkan persaingan bisnis apapun secara melanggar hukum

KODEKI 2012, Pasal 4

- Seorang dokter wajib menghindarkan diri dari perbuatan yang bersifat memuji diri
- Cakupan pasalnya;
 - Wajib mempertahankan profesionalisme dalam menginformasikan informasi akurat dan factual.
 - Dilarang mengiklankan diri, almamater atau fasilitas pelayanan kesehatan yang bertentangan dengan ketentuan hukum.
 - Dilarang mengiklankan kemampuan / kelebihan yang dimiliki baik lisan maupun tulisan yang mengandung pernyataan superlative misalnya "satu-satunya".

LARANGAN DOKTER BERIKLAN

PMK 1787/Menkes/PER/XII/2010

- Masyarakat perlu diberi perlindungan informasi dari iklan dan publikasi pelayanan kesehatan yang menyesatkan
- Materi iklan dan publikasi layanan kesehatan harus bersifat informatif, edukatif dan bertanggung jawab. Pasal 29, UU RS no 44 tahun 2009
- Pasal 5, melarang ;
 - Memuji diri secara berlebihan termasuk kata “satu-satunya” yang bermakna keunggulan sehingga cenderung menyesatkan.
 - Mempublikasikan metode, obat, alat dan teknologi yang belum punya EBM
 - Mengiklankan promosi pemberian discount atas pelayanan kesehatan
 - Memberi testimoni dalam bentuk iklan.

LARANGAN DOKTER BERIKLAN

PMK 1787/Menkes/PER/XII/2010

- Pasal 8
 - Tenaga kesehatan dilarang mengiklankan atau menjadi model iklan obat, alat kesehatan, perbekalan alat kesehatan, dan fasilitas pelayanan kesehatan kecuali dalam iklan layanan kesehatan masyarakat
 - Tenaga kesehatan dapat melakukan publikasi atas pelayanan atau penelitian kesehatan dalam majalah kesehatan atau di forum ilmiah untuk lingkungan profesi.
 - Iklan layanan kesehatan masyarakat ditujukan untuk mengubah perilaku buruk masyarakat;
 - hidup sehat dan bersih,
 - pemberantasan penyakit dan
 - keluarga berencana.

Kesepakatan Bersama IDI, PDGI, dan GP FARMASI Tentang Dukungan Bantuan, Sponsorship, dan Donasi

- DONASI
 - Dalam hal pemberian donasi, industri farmasi tidak boleh menawarkan hadiah/penghargaan, insentif, donasi finansial atau dalam bentuk lain sejenis, yang **dikaitkan dengan penulisan resep** atau anjuran penggunaan obat/produk perusahaan tertentu.
- SPONSORSHIP
 - Tenaga medis dalam melakukan pekerjaannya tidak boleh dipengaruhi oleh sesuatu yang mengakibatkan hilangnya kebebasan dan kemandirian profesi. Para pihak dilarang menjuruskan pasien untuk menggunakan produk tertentu
 - Sponsorship apapun yang diberikan Industri farmasi untuk mempromosikan suatu produk, **tidak boleh disyaratkan/dikaitkan dengan kewajiban** untuk menggunakan atau meresepkan produk dimaksud.

Pedoman Teknis Pelaksanaan

Bab 1

- Point 5
 - Promosi Obat adalah semua kegiatan pemberian informasi dan himbauan mengenai obat jadi yang memiliki izin edar yang dilakukan oleh Industri Farmasi dan Pedagang Besar Farmasi, dengan **tujuan meningkatkan persepan, distribusi, penjualan dan atau penggunaan obat,**
- Point 6
 - Sponsorship adalah kegiatan Promosi obat dilakukan oleh Industri Farmasi dan Pedagang Besar Farmasi, dalam bentuk kegiatan ilmiah untuk penyebar luasan informasi obat bagi kepentingan pelayanan kesehatan masyarakat **dengan melibatkan tenaga medis** sebagai nara sumbernya.

PEMBAHASAN

- Sikap etis dan profesionalisme dokter sangat mulia dengan prinsip dasar “to help” or “do no harm”
- Dokter beriklan atau mempromosikan produk melepaskan kemandirian profesi utk sponsor
- Beriklan jelas melanggar KODEKI khususnya pasal 3 yaitu kemandirian profesi dan pasal 4 terkait memuji diri sendiri.
- Dalam PMK 1787/Menkes/PER/XII/2010 juga pasal 5 dan pasal 8 tegas melarang beriklan dan menjadi bintang iklan kecuali iklan layanan masyarakat yang sifatnya non komersial
- Kendati antara IDI dan GP Farmasi telah membuat rambu-rambu kesepakatan terkait donasi, sponsorship dan iklan namun keichlasan donasi tersebut bukannya tanpa pamrih. “tidak ada makan siang yang gratis”
- Ray Minihan di British Medical Journal edisi Mei 2003, sponsorsip untuk acara ilmiah berkaitan dengan meningkatnya peresepan obat-obat milik perusahaan sponsor.

KESIMPULAN ►

- Dokter tidak etis beriklan dan menjadi bintang iklan karena akan mencederai kemuliaan profesi.
- Jiwa dan semangat kemuliaan Dokter menolong tanpa pamrih.
- Iklan semangatnya lebih kepada komersialisasi untuk tujuan profit
- Iklan dibolehkan untuk tujuan iklan layanan masyarakat

• TERIMA KASIH