

IAE No. 502

INTERPRETASI ATURAN ETIKA

IAI IKATAN AKUNTAN INDONESIA

KAP KOMPARTEMEN AKUNTAN PUBLIK

IKLAN DAN PROMOSI DAN KEGIATAN PEMASARAN LAINNYA

Dikeluarkan oleh Pengurus Ikatan Akuntan Indonesia - Kompartemen Akuntan Publik
Periode 2001 – 2003
Jl. Sisingamangaraja No. 59, Jakarta 12120

RINGKASAN

Mengapa Diterbitkan

Dalam pengembangan dan pemutakhiran Standar Profesional Akuntan Publik, Pengurus Ikatan Akuntan Indonesia – Kompartemen Akuntan Publik periode 2001 – 2003 menganggap perlu untuk menerbitkan Interpretasi Aturan Etika (IAE) yang mengatur secara lebih rinci mengenai iklan dan promosi dan kegiatan pemasaran lain bagi anggota.

Apa Manfaat dari Interpretasi Aturan Etika ini

Interpretasi Aturan Etika ini bertujuan untuk memberikan panduan bagi anggota berkaitan dengan aktivitas pemasaran bagi anggota seperti:

- a. Iklan, promosi dan kegiatan pemasaran lainnya
- b. Pemasangan iklan, promosi, pemasaran atau kegiatan pemasaran lainnya yang bersifat palsu, menyesatkan, menipu, memaksa, berlebihan atau pelecehan
- c. Perikatan yang diperoleh atas dasar upaya pihak lain atau pihak ketiga.

Bagaimana Hubungan Interpretasi ini dengan Aturan Etika yang Ada

Interpretasi ini memberikan penjelasan lebih rinci mengenai iklan dan promosi dan kegiatan pemasaran lain bagi anggota sebagaimana diatur dalam Aturan Etika No. 502.

DAFTAR ISI

Daftar isi	<u>Paragraf</u>
Iklan, Promosi dan Kegiatan Pemasaran Lainnya.....	502.1
Pemasangan Iklan, Promosi Pemasaran atau Kegiatan Pemasaran Lainnya yang Bersifat Palsu, Menyesatkan, Menipu, Memaksa, Berlebihan atau Pelecehan.....	502.2
Perikatan yang Diperoleh atas Dasar Upaya Pihak Lain atau Pihak Ketiga.....	502.3
Tanggal Berlaku Efektif.....	502.4

IKLAN DAN PROMOSI DAN KEGIATAN PEMASARAN LAINNYA

502.1 Iklan, Promosi dan Kegiatan Pemasaran Lainnya.

Sebagaimana dinyatakan dalam aturan etika 502, anggota dalam menjalankan praktik akuntan publik diperkenankan mencari klien melalui pemasangan iklan, melakukan promosi pemasaran dan kegiatan pemasaran lainnya sepanjang tidak merendahkan citra profesi.

Yang dimaksud dengan merendahkan citra profesi adalah jika anggota dalam upaya memperoleh klien memasang iklan, melakukan promosi pemasaran atau kegiatan pemasaran lainnya yang bersifat palsu, menyesatkan, menipu, memaksa, berlebihan atau pelecehan.

Anggota tidak diperbolehkan menawarkan jasanya secara tertulis kepada calon klien kecuali atas permintaan calon klien yang bersangkutan.

502.2 Pemasangan Iklan, Promosi Pemasaran atau Kegiatan Pemasaran Lainnya yang Bersifat Palsu, Menyesatkan, Menipu, Memaksa, Berlebihan atau Pelecehan.

Iklan atau promosi palsu yang bersifat palsu, menyesatkan, menipu, memaksa, berlebihan atau pelecehan merugikan kepentingan umum dan karenanya tidak diperkenankan. Berikut adalah contoh-contoh iklan dan bentuk-bentuk yang palsu, menipu atau menyesatkan antara lain:

- Iklan yang menciptakan harapan yang berlebihan
- Menggambarkan seolah-olah dapat mempengaruhi keputusan pejabat pengadilan, badan pengatur atau badan/instansi lain yang serupa.
- Membuat pernyataan yang tidak didukung oleh fakta yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya.
- Membuat perbandingan dengan akuntan publik lainnya yang tidak didasarkan pada fakta yang dapat diverifikasi.
- Membuat pernyataan yang dapat mengakibatkan orang lain tertipu atau salah menafsirkannya.

502.3 Perikatan yang Diperoleh atas Dasar Upaya Pihak Lain atau Pihak Ketiga

Anggota dapat memperoleh perikatan untuk memberikan jasa terhadap klien atau pelanggan melalui pihak ketiga. Pihak ketiga itu mungkin mendapatkan klien melalui cara pemasangan iklan atau kegiatan pemasaran lainnya. Anggota diperkenankan untuk

1 mendapatkan klien dengan cara ini sepanjang seluruh materi dan kegiatan promosi telah
2 sesuai dengan aturan etika.

3

4

5 **502.4 Tanggal Berlaku Efektif**

6

7 Tanggal berlaku efektif Interpretasi Aturan Etika ini sama dengan tanggal berlaku efektif
8 Aturan Etika.

9

10

11