

## SOSIALISASI STRATEGI AMAN BERTRANSAKSI DIGITAL BAGI KOMUNITAS DIGITAL MARKETER PURWOKERTO

Adam Prayogo Kuncoro<sup>1</sup>, Andrianto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Purwokerto  
e-mail: adam@amikompurwokerto.ac.id<sup>1</sup>, andrianto20@gmail.com<sup>2</sup>

### Abstrak

Sosialisasi tentang keamanan bertransaksi digital ini dilakukan terhadap Komunitas Digital Marketer Purwokerto sebagai UMKM yang memiliki anggota dari beragam kalangan, antara lain pelajar, baik level SMK/SMA sederajat, level mahasiswa, dan juga dari kalangan umum. Komunitas ini yang rutin melakukan sharing pengalaman dan mendatangkan pembicara berkaitan dengan strategi pemasaran produk secara umum maupun tentang tips & trik bertransaksi digital. Komunitas Digital Marketer Purwokerto memiliki beberapa tantangan dalam hal transaksi melalui media digital, salah satunya adalah kepekaan dan kesadaran pentingnya keamanan transaksi digital. Hal ini karena terbatasnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam bidang teknologi. Metode sosialisasi yang dilaksanakan yaitu dengan cara seminar daring, dengan tujuan memberikan edukasi tentang pentingnya keamanan bertransaksi khususnya melalui media digital online. Sosialisasi *sharing knowledge* pada kegiatan ini telah berhasil dilaksanakan sehingga Komunitas Digital Marketer Purwokerto dapat menyadari pentingnya kewaspadaan dan menerapkan keamanan langkah-langkah bertransaksi digital. Tingkat keberhasilan kegiatan sosialisasi pemahaman tentang aman bertransaksi digital ini dilandasi dari capaian angka kuesioner *pre-test* dan *post-test* kepada para peserta dengan peningkatan pemahaman sebesar 24%.

**Kata kunci:** Keamanan, Transaksi digital, Ancaman Transaksi, UMKM

### Abstract

This socialization on digital transaction security was carried out to the Purwokerto Digital Marketer Community which has members from various groups, including students, both at the SMK/SMA level, students level, and also from the general public. This community regularly shares experiences and brings in speakers related to product marketing strategies in general as well as tips & tricks for digital transactions. The Purwokerto Digital Marketer Community has several challenges in terms of transactions through digital media, one of which is understanding and awareness of the importance of digital transaction security. This is due to the limited human resources who have expertise in the field of technology. The method of socialization carried out is by means of online seminars, with the aim of providing education about the importance of transaction security, especially through online digital media. The dissemination of knowledge sharing in this activity has been successfully carried out so that the Purwokerto Digital Marketer Community can realize the importance of vigilance and apply security measures for digital transactions. The success rate of the socialization of understanding about safe digital transactions is based on the achievement of the pre-test and post-test questionnaire numbers to the participants with an increase in understanding of 24%.

**Keywords:** Digital Transaction, Transaction Security, Secure, Digital Treats

### PENDAHULUAN

Perdagangan dan pemasaran di Indonesia mulai merambah era digitalisasi semenjak perkembangan teknologi komunikasi semakin masif dan kemudahan akses internet. Memasarkan produk dan jasa kini tidak lagi hanya menggunakan media konvensional, seperti promosi media cetak dan elektronik, tapi telah bergeser pada pemasaran digital. Pemasaran digital adalah proses bisnis yang menggunakan teknologi digital sebagai sarana utama dan pendukungnya (Atshaya & Rungta, 2016). Pemasaran digital yaitu menggunakan media digital melalui internet sehingga cakupan pemasaran menjadi lebih luas. Pemasaran digital mengubah proses bisnis secara signifikan dan memudahkan pengelola bisnis dalam memasarkan produk atau jasa, meningkatkan penjualan, serta mempererat hubungan antara produsen dan konsumen. Tetapi faktor keamanan

dan kewaspadaan dalam hal bertransaksi secara digital masih perlu dipahami oleh masyarakat luas. Dengan tujuan agar masyarakat tidak menjadi korban tindak kejahatan dalam bertransaksi digital.

Meluasnya penggunaan teknologi digital sebagai media bertransaksi oleh masyarakat, maka semakin meningkat pula kebutuhan akan pengetahuan dan keahlian khusus di bidang ini. Pentingnya kewaspadaan dan kepehaman tentang keamanan bertransaksi digital masih perlu disampaikan kepada masyarakat luas khususnya kepada para pelaku usaha (Alwafi & Magnadi, 2016). Ancaman kejahatan di dunia digital di Indonesia harus diwaspadai oleh masyarakat yang bentuk ancaman tersebut dapat berupa penipuan *online*, ancaman *scamming*, hingga ancaman kejahatan digital berupa pemalsuan data diri untuk merugikan orang lain (Wajong & Putri, 2010). Perlunya *sharing knowledge* tentang kesadaran keamanan bertransaksi digital ini direncanakan guna memenuhi kebutuhan keilmuan calon mitra yaitu Komunitas Digital Marketer Purwokerto, yang terdiri dari beragam latar belakang dan pengetahuan mengenai pentingnya bertransaksi yang aman di ranah digital.

Komunitas Digital Marketer Purwokerto menjadi wadah bagi masyarakat yang memiliki *passion* dan niat untuk menggiatkan UMKM sebagai upaya untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik. Tantangan yang dihadapi oleh para anggota Komunitas Digital Marketer Purwokerto ini adalah belum meratanya pengetahuan dan pemahaman tentang dunia transaksi digital, sehingga diperlukan adanya sebuah sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman serta kesadaran para anggota dalam menjalankan bisnis di dunia digital. Selain itu, kegiatan sosialisasi (pengabdian) tentang kesadaran pentingnya menjaga keamanan dalam bertransaksi digital ini menjadi agenda penting sebagai *follow-up activity* sehingga keberlangsungan dan kerjasama antara pemateri dengan Komunitas Digital Marketer Purwokerto tetap terjalin.

Potensi pemasaran dan penjualan melalui media digital terbuka sangat lebar seiring dengan semakin berkembangnya teknologi dan digitalisasi, namun transaksi digital memiliki sisi lain berupa ancaman keamanan maupun ancaman kejahatan digital yang dapat merugikan korbannya (Mandal, 2017). Hal ini dikarenakan, kegiatan pemasaran digital masih memiliki celah yang dapat dimanfaatkan oleh orang-orang yang berencana melakukan tindak kejahatan untuk meraup keuntungan secara cepat (Kim, Kang, & Lee, 2019). Oleh karena itu, demi mempelajari strategi aman dalam bertransaksi digital, diperlukan penyuluhan dan *sharing knowledge* agar dapat diterima serta diterapkan oleh pelaku UMKM, baik dalam posisi sebagai pelapak ataupun sebagai masyarakat yang berbelanja melalui platform digital. Salah satu bagian dari pemasaran digital adalah pemasaran *internet*, dimana mayoritas konten ataupun kegiatan diakses melalui internet (Minculete & Olar, 2018). Selain itu, perlu dipahami juga mengenai struktur *digital marketing* dalam area *internet marketing*, yaitu: *Website*, *Search Engine Marketing*, *Social Media Marketing*, *Content Marketing*, *Email Marketing*, *Mobile Marketing*, dan *Banner Advertising*. Ranah pemasaran *internet* tersebut dapat menjadi celah keamanan bagi masyarakat awam yang masih perlu literasi ilmu terkait dengan keamanan bertransaksi digital.

Agenda sosialisasi ini bertujuan untuk menyampaikan informasi tentang strategi dan pembahasan studi kasus berkaitan dengan keamanan bertransaksi di dunia digital. Dikarenakan masih banyak masyarakat yang menjadi korban penipuan transaksi digital jika kita melihat dan menyimak berita-berita yang diwartakan. Kegiatan sosialisasi ini disambut antusias oleh Komunitas Digital Marketer Purwokerto karena akan menjadi tambahan ilmu yang dapat mereka terapkan pada kegiatan usaha ataupun bisnis yang dilakukan.

## METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan menerapkan teknik seminar daring yaitu pemateri akan memberikan ceramah mengenai konsep dan strategi pemasaran digital sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan mengenai penjualan dan pemasaran secara daring. Interaksi dengan para anggota dari Komunitas Digital Marketer Purwokerto yang menjadi peserta diharapkan dapat maksimal agar hasil yang diharapkan pada sosialisasi ini berhasil dengan baik. Modul dibagikan sebagai media untuk mendukung keberhasilan penyampaian materi. Selain itu, Metode Praktek atau Demontrasi dilakukan setelah seminar untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami isi dari materi yang disampaikan, yaitu dengan cara membagikan kuesioner daring. Keberlanjutan dari kegiatan pengabdian ini adalah dengan melakukan *follow-up* kepada peserta yaitu anggota Komunitas Digital Marketer Purwokerto, untuk mengetahui apakah peserta

sudah menerapkan langkah-langkah keamanan dalam bertransaksi digital yang sesuai dan mempraktikkan yang telah dipelajari pada saat pelatihan diaplikasikan pada bisnis masing-masing anggotanya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini telah selesai dilaksanakan dengan baik dan lancar. Pemateri memberikan *sharing* materi pengetahuan tentang pentingnya menjaga keamanan bertransaksi digital, baik secara pribadi maupun secara komunitas dengan cara daring menggunakan *platform* Zoom.

Peserta kegiatan pengabdian berasal dari Komunitas Digital Marketer Purwokerto sebanyak 22 orang, dengan status jenis usaha yang beragam baik menggunakan media sosial berupa Facebook, Instagram, hingga memiliki akun lapak digital *online* pada *platform* Tokopedia, Shopee, dan lain sebagainya. Antusias peserta sangat baik karena ada komunikasi lanjutan setelah pelaksanaan *sharing* materi melalui pesan singkat tentang keamanan data pribadi.

Pelaksanaan kegiatan *sharing* materi secara daring terilustrasikan pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Lampiran gambar pelaksanaan kegiatan secara daring.

Sebelum dan setelah dilakukan *sharing* materi tentang pentingnya menjaga keamanan pribadi dalam bertransaksi melalui media *online*, pelaksana memberikan beberapa poin pertanyaan kepada para peserta dengan maksud untuk mengetahui tingkat pemahaman tentang keamanan bertransaksi digital. Hasil dari proses *pre-test* dan *post-test* kepada para peserta sosialisasi ini terlampir pada data Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil evaluasi berupa *pre-test* dan *post-test* kepada para peserta.

No	Nama Peserta	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
1	Muhammad Mahera Pratama	72	90
2	Luthfi Nurfauzi Hidayat	70	90
3	Duta Aditya Mahendra	74	92
4	Ainnun Sulistyaningrum	76	94
5	Meira Nur Rahmawati	72	90
6	Syahrul Tri Wahyudi	72	94
7	Galih Ramadhan	68	94
8	Aliffio Pratama Putra	70	90
9	Eko Budi Prasetya	70	92
10	Zayyin Sabda Purnama	74	92
11	Nur Fika Putri Agnisa	68	90
12	Ananda Dwiky Aldira	76	94
13	Fayez Ifan	74	92
14	Adib Meidy	72	90
15	Ida Fitriyah	72	90
16	Novita Dhian Pratiwi	76	90
17	Erik Ernanto	74	94
18	Bimo Nugroho	70	92
19	Diah Septiani	68	92
20	Wahyu Wijayanto	74	94

No	Nama Peserta	Pre-test	Post-test
21	Rizqi Aulia	74	90
22	Luthfy Romadloni	76	94
Rata-rata		72.4	91.2
Prosentase Peningkatan		24%	

Berdasarkan data Tabel 1 menunjukkan hasil evaluasi akhir adanya peningkatan pemahaman tentang keamanan bertransaksi digital sebesar 24%. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur kemampuan dari awal pemahaman dasar sebelum dilakukan sosialisasi, dan setelah diberikan *sharing* materi berupa sosialisasi aman bertransaksi digital.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimaksudkan untuk memberi pemahaman kepada masyarakat khususnya anggota Komunitas Digital Marketer Purwokerto agar memahami poin-poin keamanan bertransaksi digital beserta dengan macam-macam ancaman dalam proses transaksinya. Karena berdasarkan awal observasi dengan cara wawancara kepada peserta terdapat informasi bahwa beberapa anggota Komunitas Digital Marketer Purwokerto ada yang pernah menjadi korban penipuan maupun teknik lain dalam melakukan transaksi digital. Baik transaksi secara langsung kepada penjual atau pembeli, maupun melalui aplikasi digital sebagai pihak ketiga.

Pelaksana pengabdian berharap bermula dari sosialisasi aman bertransaksi digital ini kemudian dapat menyebarkan informasi terkait pentingnya menjaga keamanan dan kewaspadaan dalam melakukan transaksi digital kepada masyarakat luas.

## SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat tentang sosialisasi aman bertransaksi digital terhadap Komunitas Digital Marketer Purwokerto sebagai peserta telah berhasil dilaksanakan. Terbukti dengan adanya peningkatan pemahaman tentang cara aman bertransaksi digital beserta dengan jenis-jenis ancamannya, melalui teknik *pre-test* dan *post-test* kepada para peserta sosialisasi dengan angka positif meningkat sebesar 24% (dua puluh empat persen).

## SARAN

Saran untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi tentang keamanan bertransaksi digital seperti ini dapat lebih efektif jika dilakukan dengan memberikan contoh-contoh kasus yang relevan dengan sumber literasi digital maupun berita terbaru.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Amikom Purwokerto yang telah mendukung terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini sehingga dapat memiliki dampak yang bermanfaat kepada Komunitas Digital Marketer Purwokerto.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwafi, F., & Magnadi, R. H. (2016). Pengalaman Berbelanja Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Situs Jual Beli Tokopedia.Com. *Diponegoro Journal of Management*, 5(2), 1–15.
- Atshaya, S., & Rungta, S. (2016). Digital Marketing VS Internet Marketing : A Detailed Study. *Digital Marketing VS Internet Marketing: A Detailed Study*, 3(1), 29–33.
- Kim, J., Kang, S., & Lee, K. H. (2019). Evolution of digital marketing communication: Bibliometric analysis and network visualization from key articles. *Journal of Business Research*, (September), 0–1. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.043>
- Mandal, P. (2017). Understanding Digital Marketing Strategy. *International Journal of Scientific Research and Management*, 5(06), 5428–5431. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v5i6.11>
- Minculete, G., & Olar, P. (2018). Approaches to the Modern Concept of Digital Marketing. *International Conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION*, 24(2), 63–69. <https://doi.org/10.1515/kbo-2018-0067>
- Wajong, A. M. R., & Putri, C. R. (2010). Keamanan Dalam Electronic Commerce. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 1(2), 867.