

SOSIALISASI STRATEGI AMAN BERTRANSAKSI DIGITAL BAGI UMKM DIGITAL MARKETER DESA MELUNG

Adam Prayogo Kuncoro¹, Adnan Aditya Muntahar², Hani Fatul Hikmah³
^{1,2,3}Program Studi Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Purwokerto
e-mail: adamprayogo15@gmail.com

Abstrak

Pemasaran digital sudah menjadi suatu kebutuhan, baik bagi perusahaan menengah dan besar serta usaha mikro dan kecil. Kebutuhan pemasaran melalui media digital tidak lepas dari dampak perkembangan teknologi dan konektivitas serta perubahan pola transaksi masyarakat yang kini mengalami digitalisasi. Berbagai jenis platform digital di satu sisi dapat digunakan untuk memudahkan para pelaku dan aktivis ekonomi dalam memilih media yang tepat untuk memasarkan produk dan jasanya. Namun di sisi lain juga dapat menjadi tantangan bagi UMKM itu sendiri, ketika tidak semua pelaku usaha dapat memahami dan segera menggunakan platform Digital Marketing dengan tepat dan maksimal. Sosialisasi tentang keamanan bertransaksi digital ini dilakukan terhadap Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung, Kedungbanteng yang memiliki anggota dari beragam kalangan, antara lain ibu rumah tangga aktif ekonomi, pelaku UMKM konvensional, serta pengusaha *home industry*. Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung 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 akan dilaksanakan yaitu dengan cara seminar dan pendampingan, dengan tujuan memberikan edukasi tentang pentingnya keamanan bertransaksi khususnya melalui media digital *online*. Diharapkan melalui *sharing knowledge* pada kegiatan ini, Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung dapat menyadari pentingnya menerapkan kewaspadaan dan menerapkan keamanan langkah-langkah bertransaksi digital.

Kata kunci: Keamanan Transaksi Digital; Pengabdian Masyarakat; Keamanan Digital; Sosialisasi

Abstract

Digital marketing has become a necessity, both for medium and large companies as well as micro and small enterprises. The need for marketing through digital media cannot be separated from the impact of technological developments and connectivity as well as changes in people's transaction patterns that are now experiencing digitalization. Various types of digital platforms on the one hand can be used to facilitate economic actors and activists in choosing the right media to market their products and services. But on the other hand, it can also be a challenge for MSMEs themselves, when not all business actors can understand and immediately use the Digital Marketing platform appropriately and optimally. This socialization on the security of digital transactions was carried out to the Digital Marketer MSME Association of Melung Village, Kedungbanteng which has members from various circles, including economically active housewives, conventional MSME players, and home industry entrepreneurs. The Melung Village Digital Marketer MSME Association 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 technology. The socialization method that will be carried out is by means of seminars and mentoring, with the aim of providing education about the importance of transaction security, especially through online digital media. It is hoped that through knowledge sharing in this activity, the Melung Village Digital Marketer MSME Association can realize the importance of implementing vigilance and implementing security measures for digital transactions.

Keywords: Keamanan Transaksi Digital; Pengabdian Masyarakat; Keamanan Digital; Sosialisasi

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 kepekaan 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 Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung, 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 Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung 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, rencana kegiatan sosialisasi (pengabdian) tentang kesadaran pentingnya menjaga keamanan dalam bertransaksi digital menjadi agenda penting sebagai *follow-up activity* sehingga keberlangsungan dan kerjasama antara pemateri dengan Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung 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.

Rencana agenda sosialisasi ini menawarkan 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. Tawaran rencana sosialisasi ini disambut antusias oleh Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung karena akan menjadi tambahan ilmu yang dapat mereka terapkan pada kegiatan usaha ataupun bisnis yang dilakukan. *Output* atau luaran yang diharapkan dari pengabdian ini adalah jurnal pengabdian masyarakat. Jurnal tersebut dapat menjadi jurnal rujukan bagi rekan-rekan sejawat yang di kemudian hari akan melakukan kegiatan serupa. Jurnal tersebut juga dapat menjadi jurnal yang bermanfaat bagi masyarakat tentang pengetahuan keamanan transaksi digital dan bentuk-bentuk ancamannya.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode seminar yaitu pemateri akan memberikan ceramah mengenai konsep dan strategi pemasaran digital sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan mengenai penjualan dan pemasaran melalui platform digital secara aman. Interaksi dengan para anggota dari Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung 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 Paguyuban UMKM Digital Marketer Desa Melung, 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 kepada masyarakat terkait sosialisasi strategi aman bertransaksi digital ini telah selesai dilaksanakan dengan baik dan lancar. Pemateri melakukan sharing knowledge serta memberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga keamanan data pribadi dan transaksi digital. Baik melalui platform layanan digital maupun menggunakan aplikasi lapak online yang telah banyak digunakan oleh masyarakat.

Kegiatan sosialisasi ini dihadiri oleh para pelaku UMKM Digital Marketer Desa Melung, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas sebagai peserta pengabdian. Berjumlah sebanyak 22 (dua puluh dua) orang. Dengan status jenis usaha yang beragam, baik menggunakan media sosial berupa aplikasi Whatsapp, platform Facebook, Instagram, Tiktok, maupun menggunakan aplikasi lapak online seperti Shopee, Tokopedia, dan sebagainya.

Antusias peserta dalam mengikuti sosialisasi sangat baik. Terbukti adanya interaksi dan komunikasi dua arah secara langsung, antara pemateri dengan peserta. Bahkan terdapat komunikasi lanjutan pasca kegiatan sosialisasi, oleh perwakilan pelaku UMKM dari Desa Melung. Dokumentasi pelaksanaan kegiatan sharing materi terlampir pada Gambar 1 dan 2 berikut ini.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan sosialisasi keamanan transaksi digital.



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan penjelasan contoh transaksi digital *direct selling*.

Proses pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terdapat uji pemahaman terkait materi yang disampaikan, yaitu pemahaman awal yang diukur dengan cara *pre-test* dan uji pemahaman akhir melalui *post-test*. Pemateri memberikan angket uji dalam kedua fase tersebut guna mengukur tingkat pemahaman materi yang dimiliki peserta sosialisasi. Hasil dari proses test uji pemahaman yang telah dilakukan terlampir pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Hasil evaluasi uji pemahaman peserta sosialisasi.

No	Nama Peserta	Pre-test	Post-test
1	Ivan Maulana	72	90

No	Nama Peserta	<i>Pre-test</i>	<i>Post-test</i>
2	Janu Adz Dzakra Pandumufti	70	90
3	Andika Fakhri Abdulfatah	74	92
4	Hadna Azkal Muammar	76	94
5	Khusnul Khotimah	72	90
6	Muslimin Hidayat	72	94
7	Irfan Nur Faizin	68	94
8	Apri Dwi Sutriono	70	90
9	Atin Septiana Ian Riski	70	92
10	Alex Azhar Kusuma	74	92
11	Rifqi Bagus Fananni	68	90
12	Rizal Komara	76	94
13	Muhammad Adnan Ramadhan	74	92
14	Pratika Candra Wiguna	72	90
15	Muh Nursaddam	72	90
16	Erlita Firlita Ningrat	76	90
17	Imas Munandar	74	94
18	Hasna Endah Saptawati	70	92
19	Aris Munandar	68	92
20	Zidan Afandi	74	94
21	Andrian Wibowo	74	90
22	Yayan Nur Hanafiansyah	76	94
Rata-rata		72.4	91.2
Prosentase Peningkatan		24%	

Sebagaimana tertampil pada tabel hasil uji pemahaman peserta sosialisasi strategi aman bertransaksi digital pada Tabel 1 di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil evaluasi terhadap dampak sosialisasi tentang tingkat pemahaman peserta meningkat sebesar 24%. Penilaian ini dilakukan untuk mengukur pemahaman awal sebelum kegiatan dilaksanakan dan setelah menerima materi sosialisasi tentang transaksi digital yang aman.

Tujuan dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan materi serta pemahaman tentang poin-poin cara aman bertransaksi melalui platform digital, khususnya kepada digital marketer UMKM Desa Melung. Dikarenakan masih ada masyarakat yang secara awam belum mengetahui teknis-teknis indikasi penipuan yang merugikan dari sisi finansial melalui kedok transaksi digital. Berdasarkan awal kegiatan terdapat penuturan dari anggota paguyuban digital marketer UMKM Desa Melung, menyampaikan bahwa memiliki pengalaman menjadi korban penipuan berkedok transaksi online dengan teknis direct selling melalui postingan produk di Facebook.

Tim pelaksana pengabdian berharap bermula dari kegiatan sosialisasi ini dapat menjadi bekal pemahaman kepada peserta kemudian dapat menyebarkan informasi yang bermanfaat untuk masyarakat luas tentang pentingnya menjaga keamanan dan mengetahui ancaman-ancaman kejahatan siber dengan kedok transaksi digital.

SIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat terkait sosialisasi transaksi digital yang aman bagi paguyuban digital marketer UMKM Desa Melung sebagai peserta telah berhasil diselesaikan. Terbukti dengan peningkatan pemahaman yang lebih baik tentang cara melakukan transaksi digital secara aman dan mengetahui jenis-jenis ancamannya. Melalui teknik evaluasi sebelum dan sesudah sosialisasi, dibuktikan dengan angka positif meningkat sebesar 24% (dua puluh empat persen).

SARAN

Usulan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa kesadaran keamanan transaksi digital untuk yang berikutnya akan lebih efektif apabila dilaksanakan dengan memberikan contoh-contoh yang relevan dari sumber pengetahuan digital dan berita terkini.

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 anggota UMKM Desa Melung.

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. Retrieved from <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- 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. <https://doi.org/10.21512/comtech.v1i2.2623>