



Strategi Pemasaran Online dan Pencegahan Penipuan Eradigitalisasi

Dyas Yudi Priyanggodo¹, Endaria Endaria², Dedy Alamsyah³,
Irawan Wiratmoko⁴

Teknik Informatika. Fakultas Teknik. Universitas Muhammadiyah Tangerang

Alamat: Jalan Perintis Kemerdekaan I No.33, Cikokol, Kota Tangerang, Banten

priyanggodo.15@gmail.com , endra_umt@yahoo.com , dedy.alamsyah@umt.ac.id

Article History:

Received: 30 Juli 2023

Revised: 20 Agustus 2023

Accepted: 22 September 2023

Keywords: customer System,
Sales, Phishing, Website

Abstract. Online marketing, also known as digital marketing, involves promoting products or services through digital mediums such as the Internet, mobile devices, and social platforms. It involves using different strategies to achieve business goals, such as increasing brand awareness, generating leads or customers, increasing sales, and building relationships. customer system. Phishing is a technique in which scammers attempt to trick victims into providing personal information such as passwords, credit card numbers, or other financial information by pretending to be a trustworthy organization through fake email or fake website.

Abstrak.

Pemasaran online, juga dikenal sebagai pemasaran digital, melibatkan promosi produk atau layanan melalui media digital seperti internet, perangkat seluler, dan platform sosial. Ini melibatkan penggunaan berbagai strategi untuk mencapai tujuan bisnis, seperti meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek atau pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan generasi. sistem pelanggan. Phishing adalah teknik di mana penipu berusaha mengelabui korbannya agar memberikan informasi pribadi seperti kata sandi, nomor kartu kredit, atau informasi keuangan lainnya dengan berpura-pura menjadi organisasi yang dapat dipercaya melalui email palsu atau situs web palsu.

Kata kunci: Sistem pelanggan, penjualan, penipuan, situs web

LATAR BELAKANG

Pemasaran online, juga dikenal sebagai pemasaran digital, adalah praktik mempromosikan produk atau layanan melalui media digital seperti internet, perangkat seluler, dan platform media sosial. Ini melibatkan penggunaan berbagai strategi untuk mencapai tujuan bisnis, seperti meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek atau pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan dengan pelanggan. Berikut adalah beberapa komponen penting dari pemasaran online: Memiliki situs web yang responsif dan mudah dinavigasi adalah kunci. Optimalkan situs web Anda agar mudah ditemukan oleh mesin pencari seperti Google melalui praktik SEO. Manfaatkan platform media sosial untuk berinteraksi dengan audiens Anda, membagikan konten, dan membangun kesadaran merek. Tentukan platform yang sesuai dengan demografi target Anda. Gunakan iklan berbayar seperti

iklan Google Ads, iklan media sosial, dan iklan display untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk atau layanan Anda.

Kirimkan email pemasaran yang sesuai dan menarik kepada pelanggan atau prospek untuk mempertahankan dan membangun kembali hubungan, serta mempromosikan penawaran atau acara terbaru. Buat konten informatif dan bermanfaat seperti artikel, video, infografis, dan lainnya untuk menarik dan mempertahankan minat audiens Anda. Gunakan alat analisis web untuk memantau dan menganalisis kinerja kampanye pemasaran, dan gunakan data ini untuk membuat perubahan strategis.

Pencegahan penipuan dalam era digitalisasi sangat penting untuk menjaga keamanan dan kepercayaan pelanggan. Berikut adalah beberapa tindakan pencegahan yang dapat diambil:

- Pendidikan dan Kesadaran.** Latih tim Anda tentang jenis penipuan yang umum terjadi dan cara mengidentifikasinya.
- Validasi Identitas:** Pastikan untuk memverifikasi identitas pelanggan sebelum melakukan transaksi atau memberikan informasi sensitif.
- Pengamanan Transaksi:** Gunakan protokol keamanan yang kuat untuk transaksi online, seperti enkripsi SSL.
- Monitoring Aktivitas Mencurigakan.** Pantau aktivitas transaksi dan akses ke akun pelanggan untuk mendeteksi pola atau tanda-tanda mencurigakan.
- Sistem Keamanan yang Kuat.** Investasikan dalam sistem keamanan yang memadai untuk melindungi data pelanggan dan bisnis Anda dari akses yang tidak sah.
- Penegakan Hukum dan Pelaporan:** Tanggapi segera dan laporkan kejadian penipuan kepada otoritas yang berwenang dan platform yang relevan.
- Kebijakan Pengembalian dan Garansi:** Tetapkan kebijakan pengembalian yang jelas dan transparan untuk menghindari penipuan. Selalu perbarui dan tingkatkan sistem keamanan sesuai dengan perkembangan teknologi dan jenis-jenis penipuan baru.

Pencegahan penipuan dalam era digitalisasi melibatkan strategi dan tindakan yang efektif untuk mengatasi risiko penipuan yang semakin canggih di dunia digital. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk mencegah penipuan dalam konteks digitalisasi: Tingkatkan kesadaran dan pengetahuan karyawan, pelanggan, dan masyarakat umum tentang berbagai jenis penipuan digital, taktik penipuan yang umum, dan cara-cara mengidentifikasinya. Pengetahuan adalah kunci untuk menghindari jebakan penipuan. Tetapkan kebijakan keamanan yang jelas dan diterapkan dengan tegas. Ini termasuk penggunaan kata sandi yang kuat, kebijakan akses yang terbatas, dan protokol keamanan yang harus diikuti oleh seluruh organisasi. Gunakan enkripsi untuk melindungi data sensitif. Hal ini akan mempersulit bagi pihak yang tidak sah untuk mengakses dan menggunakan informasi penting.

METODE PENELITIAN

Program pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan pendekatan kepada masyarakat, sehingga tepat pada sasaran. Kelurahan Kebon Besar, Kecamatan Batu Ceper. Memberikan penjelasan secara umum dan tepat kepada masyarakat yang dihadiri oleh Jajaran Struktural Lurah, Masyarakat, Dosen dan Mahasiswa/i.

TINJAUAN PUSTAKAN

Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Manajemen pemasaran adalah suatu proses yang dilakukan untuk menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan program-program yang menguntungkan perusahaan, dan juga dapat diartikan sebagai ilmu memilih pangsa pasar supaya dapat menciptakan nilai pelanggan yang unggul. Menurut Daryanto (2011:1) Pemasaran adalah Suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melayani komunitas ini sebagai berikut: Pada sesi pelatihan pertama ini diberikan materi tentang cara membuat desain produk yang menarik dan menyampaikan materi sedang mencari lokasi yang strategis bagi para pelaku ekonomi. Desain kemasan produk salah merupakan faktor penting yang dapat memperkuat citra merek suatu perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Desain kemasan yang menarik dan kualitas menjadi pembeda merek kita dengan pesaing kita. Desain kemasan yang unik dan menarik tentu banyak disukai orang Faktor penting yang dapat mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu usaha. Dokumentasi tentang pembuatan konten promosi yang mudah diingat pelanggan. Untuk membuat konten berkualitas.

Setelah konten dibuat, langkah selanjutnya adalah mendistribusikannya konten dapat didistribusikan melalui media sosial, website, blog, dan saluran promosi lainnya. Pastikan untuk mendistribusikan konten yang Anda buat secara rutin untuk menarik audiens yang lebih luas mengambil.

Strategi Pemasaran Simamora (2001:38) mengemukakan bahwa keberhasilan perusahaan dalam pemasaran dipengaruhi oleh persaingan pasar. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengenali siapa pesaingnya, apa sasaran dan strategi mereka, apa kekuatan dan

kelemahan mereka dan bagaimana pola reaksi mereka dalam menghadapi persaingannya. Untuk menentukan strategi bersaing, perusahaan harus mengetahui posisinya dalam industry. Bagi perusahaan paling besar, atau pemimpin pasar (market leader), strategi – strategi bertahan tentu lebih tepat. Bagi perusahaan penantang (market challenger), strategi – strategi menyeranglah yang lebih tepat. Sedangkan bagi perusahaan pengikut pasar (*market follower*), strategi pengikut pasar yang lebih tepat. Dengan demikian juga bagi market nicher, yang tepat adalah strategi market nicher.



Gambar 1. Pemasaran online

(Sumber : [Konsep Dasar Pemasaran Online \(Online Marketing\) | hestanto](#))

Menurut Setiadi (2010) perilaku membeli mengandung makna yakni kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan tersebut. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk selalu melibatkan aktivitas secara fisik (berupa kegiatan langsung konsumen melalui tahapan-tahapan proses pengambilan keputusan pembelian) dan aktivitas secara mental (yakni saat konsumen menilai produk sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh individu). Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

Phishing merupakan teknik di mana penipu mencoba membuat korbannya memberikan informasi pribadi seperti kata sandi, nomor kartu kredit, atau informasi keuangan lainnya dengan menyamar sebagai entitas tepercaya melalui pesan email palsu atau situs web palsu. *Phishing* masuk ke dalam *cyber fraud* yang merupakan salah satu bagian dari *cybercrime* juga mempunyai perbedaan dalam permasalahannya “kejahatan teritorial” yang tidak mengenal batas waktu terjadinya (Aas, 2019). *Cyber fraud* adalah

istilah yang digunakan untuk menggambarkan tindakan penipuan atau kejahatan yang dilakukan secara *online* atau melalui teknologi informasi dan komunikasi. Ini adalah tindakan kejahatan yang menggunakan teknologi digital untuk merampok, meretas, atau menipu orang atau organisasi dengan tujuan mencuri uang, informasi pribadi, atau sumber daya lainnya.



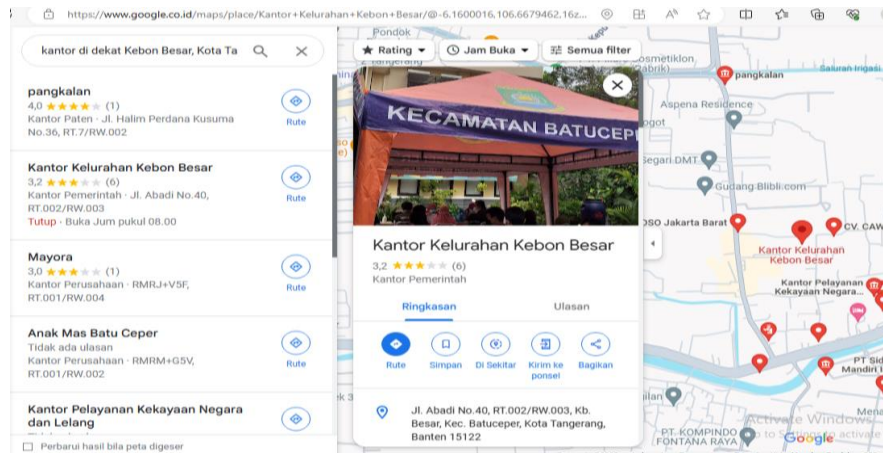
Gambar. 2. Phising

(Sumber : <https://kominfo.kotabogor.go.id/>)

Untuk meningkatkan kinerja kepolisian dalam hal pencegahan siber di Indonesia dirumuskan dengan menggabungkan praktik-praktik terbaik dinegara lain dengan langkah-langkah yang ditekankan oleh teori Pencegahan Kejahatan Situasional (SCP). Oleh karena itu, diharapkan rekomendasi kebijakan yang kuat untuk pencegahan penipuan siber di Indonesia (Soesanto, Purba, Aprilia, Putra & Putri 2023). Misalnya, di Australia, buku strategi pencegahan khusus telah diterbitkan sebagai produk kerjasama antar instansi dan diterbitkan oleh pemerintah (Drew & Farrell, 2018). Pemerintah Indonesia harus punya strategi besar atau semacamnya buku panduan bagi masyarakat dalam mencegah penipuan yang merupakan hasil kerjasama antar kerjasama kelembagaan dan swasta. Kebijakan Indonesia terhadap penipuan siber didasarkan pada UU ITE nomor 16 (2016). Pasal 28 angka 2 yang menggantikan UU ITE Nomor 8 Tahun 2008 pasal 28 angka 2. Pencegahan dan tugas penegakan hukum disebutkan dalam undang-undang. Polri diberi mandat untuk melakukan penyidikan dan tugas penegakan hukum, sedangkan MCT harus mengatur hukum. Meskipun berorientasi menuju teknik berorientasi masalah, penerapan kepolisian terhadap penipuan *cyber* di Indonesia masih perlu berbenah untuk memenuhi prinsip-prinsip kepolisian yang berorientasi pada masalah.

1. Lokasi Mitra

Lokasi mitra alamat Kantor Jl. Abadi No.40, RT.002/RW.003, Kb. Besar, Kec. Batuaceper, Kota Tangerang, Banten 15122



Gambar 3. Lokasi Mitra Kantor Desa Sukadamai Cikupa

2. Permasalahan Mitra

Para pelaku usaha mengalami penurunan hasil usaha karena sepi pembeli dan menurunnya frekuensi belanja masyarakat, kurangnya percaya pada *system* penjualan berbasis *online* dan kurangnya pemahaman terhadap penjualan *online*.

KESIMPULAN

Desain kemasan produk salah merupakan faktor penting yang dapat memperkuat citra merek suatu perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Desain kemasan yang menarik dan kualitas menjadi pembeda merek kita dengan pesaing kita. Desain kemasan yang unik dan menarik tentu banyak disukai orang. Faktor penting yang dapat mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu usaha. Dokumentasi tentang pembuatan konten promosi yang mudah diingat pelanggan. Untuk membuat konten berkualitas. Phishing adalah teknik di mana penipu berusaha mengelabui korbannya agar memberikan informasi pribadi seperti kata sandi, nomor kartu kredit, atau informasi keuangan lainnya dengan berpura-pura menjadi organisasi yang dapat dipercaya melalui email palsu atau situs web palsu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kepala Lembaga Penelitian dan Pengembangan Masyarakat (LP2M) Universitas Muhammadiyah Tangerang atas pembinaan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata di Kelurahan Kebon Besar, Kecamatan Batu Ceper. Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Kepala Desa Kebon Besar dan Jajaran Struktural.



Gambar.4. Silaturahmi Masyarakat dan Mahasiswa

DAFTAR REFERENSI

- Daryanto. 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa
- Simamora. 2001. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Aas, Katja Franko. (2019). Beyond „*The Desert of the Real*“: *Crime Control in a Virtual (Ised) Reality (2006)*. In *Crime and Media*(pp. 551–564). Routledge.
- Soesanto, Edy, Purba, Lidia Margareta, Aprilia, Bunga, Putra, Dwi Renaldy, & Putri, Sela Dwi. (2023). *Implementasi Objek Vital, Pengamanan File dan Pengamanan Cyber di PT Pertamina*. *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(1), 96–105.