

PEMASARAN DIGITAL BERETIKA

MELINDUNGI PRIVASI DAN INTEGRITI PERNIAGAAN

Disediakan oleh: Afiqa Anis Tarmizu

Seorang pembeli dalam talian, En. Tan Wei Hong, menghadapi pengalaman yang mengejutkan apabila data peribadinya terdedah akibat kebocoran dalam sistem sebuah syarikat teknologi tempatan. En. Tan, yang sering berbelanja secara dalam talian, mendapati maklumat sensitifnya seperti nama penuh, alamat, nombor telefon dan butiran kad kreditnya didedahkan secara tidak sah kerana kelemahan keselamatan data syarikat tersebut. Kes ini membuka mata ramai pihak tentang kepentingan menjaga etika dalam pengurusan data dan privasi dalam pemasaran digital, kerana kegagalan mematuhi peraturan bukan sahaja menjejaskan pengguna tetapi juga mengancam reputasi perniagaan (Diana Lovell, 2024; Estrrado, 2024).

ETIKA DALAM PEMASARAN DIGITAL

Pemasaran digital kini menjadi salah satu aspek penting dalam strategi perniagaan moden. Namun, di sebalik kemudahan dan keberkesannya, terdapat pelbagai isu etika yang perlu diambil kira oleh pengamal pemasaran digital. Etika dalam pemasaran digital merujuk kepada prinsip dan nilai moral yang memandu cara mempromosikan produk atau perkhidmatan melalui platform digital seperti media sosial, laman web, dan emel. Kesedaran terhadap aspek ini amat penting agar perniagaan tidak hanya mencapai matlamat jualan, tetapi juga menjaga reputasi dan kepercayaan pelanggan.



Privasi Pengguna

- Pemuatan kepada undang-undang perlindungan pengguna dan garis panduan pemasaran digital seperti Akta Perlindungan Data Peribadi Malaysia dan kod etika industri. Ini bukan sahaja melindungi pelanggan tetapi juga mengekalkan kredibiliti perniagaan (Diana Lovell, 2024).



Maklumat yang Tulus dan Tulus

- Peniaga harus memberikan maklumat yang lengkap, tepat, dan jujur mengenai produk atau perkhidmatan, termasuk harga, fungsi, risiko, dan syarat jual beli. Kejujuran ini membantu membina kepercayaan dan mengelakkan kekeliruan yang boleh merosakkan imej jenama (Abd Khalid et al., 2023).



Prinsip Tanggungjawab Sosial

- Peniaga mestilah mengelak daripada mengeksploitasi atau memaksa golongan kanak-kanak dan golongan mudah terpengaruh. Oleh itu, pematuhan kod etika pemasaran digital adalah penting untuk memastikan perlindungan dan kebaikan semua pihak (Estrrado, 2024).

Dengan mengamalkan strategi ini, peniaga dapat menarik pelanggan dengan cara yang beretika, mengekalkan hubungan yang baik, dan membina reputasi perniagaan yang kukuh tanpa perlu menggunakan taktik penipuan atau manipulasi. Strategi ini juga mencerminkan nilai integriti yang semakin penting dalam era pemasaran digital hari ini.

ETIKA PENGGUNAAN AI DALAM PERNIAGAAN

Tambahan pula, dalam era kecerdasan buatan (AI) dan automasi, pengamal pemasaran digital dan peniaga perlu lebih berhati-hati dalam menggunakan teknologi ini agar tidak menjejaskan autonomi dan hak pengguna. AI boleh memberi impak positif tetapi juga risiko seperti diskriminasi algoritma dan manipulasi psikologi jika tidak dikawal dengan etika yang ketat (Jones, 2025). Oleh itu, etika pemasaran digital tidak hanya berkisar pada kandungan dan privasi, tetapi juga mengenai bagaimana teknologi digunakan secara bertanggungjawab.

Akhir sekali, kepatuhan terhadap undang-undang dan standard industri digital harus dijadikan keutamaan. Dalam dunia yang semakin pesat berubah dengan teknologi, pengamal pemasaran digital dan peniaga mesti sentiasa mengemaskini diri dengan peraturan terbaru serta amalan terbaik. Dengan menggabungkan aspek etika ini dalam strategi pemasaran, perniagaan bukan hanya mampu mencapai kejayaan kewangan tetapi juga memberi impak positif kepada masyarakat secara keseluruhan.

INTEGRITI LAMAN WEB .MY

Kelebihan adanya laman web dengan nama domain .my juga memberi sumbangan penting dalam membantu etika pemasaran digital, khususnya di Malaysia. Nama domain .my menunjukkan identiti tempatan yang kukuh dan membantu membina kepercayaan pengguna kerana ia menunjukkan bahawa perniagaan tersebut berdaftar dan beroperasi secara sah. Ini menjadikan pengguna lebih yakin bahawa laman web tersebut mematuhi undang-undang tempatan, termasuk perlindungan data dan keselamatan maklumat.



SUMBER RUJUKAN

9 Ethical Issues You Need to Avoid in eCommerce in Malaysia - Estrrado. (2024). Estrrado Malaysia. <https://estrrado.com/en-my/blogs/9-ethical-issues-you-need-to-avoid-in-e-commerce-in-malaysia/>

Abd Khalid, A. Z., Abdullah, S., & Hj. Rofie, M. K. (2023). KONSEP ETIKA BAGI PERNIAGAAN DIGITAL KEPADA USAHAWAN MIKRO, KECIL DAN SEDERHANA (PMKS).

Diana Lovell. (2024). Legal Case Study - The Case of Data Privacy and Breach of Personal Information in Malaysia (2024). Scribd. <https://www.scribd.com/document/848262824/Legal-Case-Study-The-Case-of-Data-Privacy-and-Breach-of-Personal-Information-in-Malaysia-2024>

Jones, S. (2025, May 23). Artificial Intelligence (AI) has fundamentally transformed the marketing landscape. From hyper-personalised recommendations and predictive analytics to chatbots and automated content creation, AI allows marketers to scale efforts, target audiences with precision, and streamline customer experiences. LinkedIn.com. <https://www.linkedin.com/pulse/ethics-ai-marketing-what-brands-must-consider-scott-jones-6h3ke/>

