

**PEMANFAATAN SEARCH ENGINE OPTIMAZION (SEO) SEBAGAI TEKNIK  
MARKETING PADA PENGUSAHA PEMULA GENERASI Z  
DI KABUPATEN TULUNGAGUNG**

**Labib Muzaki Shobi**

UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

E-mail: labibmuzakishobir@gmail.com,

***Abstract***

*SEO (Search Engine Optimization) is a sales promotion technique so that the website created is ranked at the top of the search engine page or on the first page. SEO can improve the position of a site in search engines such as Google, thus also affecting traffic or visits from people who need products or services. In fact, marketing strategies using SEO are still rarely utilized due to limited access to information related to SEO and there has been no comprehensive training on the use of SEO as a marketing technique in the business. Based on these problems, online business training was conducted through the utilization of Search Engine Optimazion (SEO) as a marketing technique for generation z start-up entrepreneurs in Tulungagung Regency. The number of activity participants is 30 generation z people in Tulungagung district who are starting a business or have a business in the form of online. The method used in this service is based on the training method. Based on the activities carried out, the knowledge and skills of z generation start-up entrepreneurs in Tulungagung Regency increased. Participants gained new knowledge about the utilization of Search Engine Optimazion (SEO) who initially did not know at all became more knowledgeable, while those who had learned before gained additional knowledge. This shows that the planned training activities have been carried out well and achieved the targets that have been set..*

**Keywords:** *Society, Community Services, Islamic Cultural, Community Empowerment.*

## **1. PENDAHULUAN**

Kewirausahaan atau entrepreneur sudah menjadi ciri khas dari negara Indonesia dalam bidang ekonomi. Berbagai bisnis telah berkembang pesat dan dapat dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, dari seluruh lapisan masyarakat. Tak terkecuali pada masyarakat gen z dengan beragam tujuan untuk memulai bisnis. Hal ini dipermudah dengan berkembangnya teknologi informasi yang menjadi jembatan untuk memulai, memperkenalkan bahkan mengembangkan bisnis di era sekarang. Dengan memulai usaha sendiri, secara tidak langsung para pengusaha pemula dari generasi z ini akan membuka lapangan pekerjaan dan mendorong perekonomian Indonesia jika usahanya terus berkembang.

Generasi Z merujuk pada orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Menurut Katadata, Generasi Z adalah generasi yang lahir dan besar di tengah perkembangan teknologi dan internet. (Jayani, 2021) Karena itu, kehidupan Gen Z tidak jauh dari penggunaan internet dan smartphome. Oleh karena itu, generasi ini selalu update dalam urusan internet untuk memanfaatkan teknologi yang ada atau beradaptasi dengan teknologi yang baru berkembang. Karena kedekatan antara Gen Z dan internet, bisnis Online menjadi salah satu cara untuk menghasilkan uang bagi Gen Z. Gen Z sebenarnya cukup cocok dengan cara berbisnis Online.

Bisnis Online kini semakin meningkat dan telah diterapkan oleh beberapa perusahaan. Banyak orang yang berbisnis Online atau baru memulai bisnis Online. Salah satunya adalah Generasi Z. Jelas, bisnis Online adalah bisnis yang disukai oleh Generasi Z. Dapat dikatakan bahwa dalam bisnis, Generasi Z tertarik dengan bisnis Online. Bisnis digital atau bisnis Online

adalah bisnis nyata dengan menggunakan media Online. Bisnis digital adalah bisnis yang menggunakan teknologi sebagai keunggulan dalam operasi internal dan eksternal.

Generasi Z memiliki kelebihan dan preferensi yang berbeda dalam menjalankan bisnis Online. Peluang bisnis Online untuk Generasi Z sangat luas seperti berjualan di media sosial, membuat konten digital, berinvestasi di pasar saham, membuka jasa konsultan, hingga membuka toko Online. Dalam menjalankan bisnis Online ini, Generasi ini harus memperhatikan aspek-aspek seperti kualitas produk, pengiriman barang, pelayanan pelanggan, risiko yang ada termasuk pada pemilihan strategi pemasaran yang tepat.

Strategi pemasaran digital atau digital marketing merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari bisnis Online. Strategi pemasaran digital adalah proses bisnis mempromosikan produk atau merek menggunakan teknologi digital. Jadi, strategi pemasaran digital sebenarnya adalah tentang kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan teknologi digital, khususnya internet, untuk kebutuhan bisnis atau bisnis yang memasukkan teknologi dan praktik sebagai aset utama.

Website merupakan salah satu media yang dapat digunakan dalam strategi digital marketing. Situs web, salah satu teknologi internet, tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga merupakan proses yang mendukung aktivitas bisnis perusahaan, seperti menjual produk dan layanan secara daring.(Hidayat et al., 2017) Namun penjualan melalui website kurang efektif jika tidak didukung dengan strategi periklanan yang baik.(Hayaty & Meylasari, 2018)

SEO (Search Engine Optimization) adalah teknik promosi penjualan yang menggunakan Search Engine Optimization agar website yang kita buat berada di peringkat atas halaman mesin pencari atau di halaman pertama (first page)(Halilintar & Ariyus, 2018). SEO dapat digunakan untuk membuat website mudah dikenali oleh mesin pencari, sehingga meningkatkan traffic website. Menggunakan SEO dapat meningkatkan posisi sebuah situs di mesin pencari seperti Google, sehingga juga mempengaruhi traffic atau kunjungan dari orang-orang yang membutuhkan produk atau jasa. Itu berarti semakin banyak lalu lintas yang didapatkan, semakin tinggi tingkat konversi atau penjualan. produk/jasa yang ditawarkan di website.(Arifin et al., 2019)

SEO memiliki banyak manfaat, antara lain: 1) Meningkatkan visibilitas perusahaan di Internet SEO dengan struktur yang tepat dapat meningkatkan peluang situs web perusahaan muncul di bagian atas mesin pencari (Google). 2) Meningkatkan kesadaran merek. Manfaat SEO sangat membantu dalam meningkatkan brand awareness sehingga produk/jasa bisnis yang ditawarkan lebih dikenal masyarakat luas. Setelah situs web muncul di atas istilah pencarian, "nama" merek perusahaan akan lebih sering dilihat oleh audiens. 3) Impor lalu lintas situs web. Tentunya jika website perusahaan muncul di urutan teratas pencarian (Google), maka peluang kunjungan dari masyarakat juga semakin besar. Data menunjukkan bahwa audiens lebih suka membaca informasi atau konten website yang berada di urutan teratas pencarian (Google). 4) Akuisisi kemungkinan prospek masa depan. Manfaat SEO bisa menarik calon pelanggan karena teknologi memungkinkan website muncul di halaman pencarian yang berkaitan dengan produk/jasa yang ditawarkan. 5) Peningkatan return on business (ROI). Tidak hanya sebatas periklanan, SEO juga mampu meningkatkan angka investasi atau return on investment (ROI) perusahaan. 6) Manfaat SEO untuk menaklukkan pasar lokal. Jika bisnis memiliki situs web yang dioptimalkan untuk SEO, peluang menaklukkan pasar lokal bahkan lebih tinggi. 7) Meningkatkan kredibilitas perusahaan. Saat website perusahaan muncul di halaman pencarian Google, calon pelanggan beranggapan bahwa perusahaan memiliki banyak kredibilitas. Mengingat banyaknya manfaat SEO yang disebutkan di atas, SEO adalah teknik pemasaran yang menjanjikan bagi calon pengusaha Gen Z. Gen Z yang melek teknologi dapat menggunakan teknologi ini untuk membawa produk ke pasar yang lebih luas.

Dengan banyaknya manfaat SEO di atas, SEO merupakan Teknik marketing yang menjanjikan bagi pengusaha pemula generasi z. Generasi z yang sudah cukup akrab dengan teknologi dapat memanfaatkan Teknik ini untuk memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas. Hal ini karena sebagai pengusaha pemula membutuhkan media promosi yang efektif namun dengan biaya yang lebih murah. SEO yang dapat diakses secara gratis dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan brand awareness kepada produk baru yang dirintis. Dengan memanfaatkan SEO pengusaha pemula generasi z dapat memperluas pasar dari local menjadi nasional bahkan internasional karena kemudahan akses dari calon pembeli diseluruh dunia yang tidak lagi dibatasi ruang dan waktu.

Berdasarkan data dari Asosiasi E-commerce Indonesia (idEA) per Mei 2021 itu sudah mencapai 13,7 juta pelaku UMKM yang sudah onboarding di ekosistem digital atau sekitar 21%. Pencapaian pengguna digital di sektor UMKM tentu menjadi kabar gembira dan menjadi dasar pelaku usaha untuk maju lebih baik lagi. Namun, bagi pemerintah pencapaian masih dinilai kurang. Pemerintah pun menetapkan target 30 juta pelaku yang sudah melek digital pada 2024.(Hidantoro, 2021) Survei lain juga menunjukkan bahwa pelaku UKM sudah mulai aktif menggunakan aplikasi pesan instan dan media sosial, namun masih belum terlalu familier dengan e-commerce, baik itu dalam kegiatan membeli maupun menjual.(Lantara, 2023) Para pelaku UMKM tertarik menggunakan digitalmarketing, terutama media sosial, namun kurangnya pemahaman dalam pemanfaatan digital marketing (termasuk media sosial), menciptakan postingan yang menarik, tahapan penggunaan dan pemilihan saluran digital marketing dll.) menjadi kendala.(Sulaksono, 2020)

Kendala penggunaan platform digital bagi UMKM ini juga terjadi di Kabupaten Tulungagung. Para pengusaha pemula di Kabupaten Tulungagung memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan usaha. Namun meskipun begitu strategi pemasaran menggunakan SEO masih jarang dimanfaatkan oleh pengusaha pemula generasi z di Kabupaten Tulungagung. Hasil wawancara terbatas dengan 20 pengusaha pemula di Kabupaten Tulungagung hanya dua pengusaha yang sudah memanfaatkan SEO sebagai salah satu Teknik marketing. Hal ini karena keterbatasan akses terhadap informasi terkait SEO dan belum ada pelatihan secara komprehensif tentang penggunaan SEO ini sebagai Teknik marketing dalam bisnis yang dijalani. Jika para pengusaha ini sudah pernah mendengar tentang pemanfaatan SEO, namun belum banyak yang menguasai tata cara penggunaan SEO ini. Para pengusaha ini masih menggunakan media sosial seperti whatsapp business, tiktok, Instagram, facebook dan platform e-commerce seperti shopee dan tokopedia dalam memasarkan produknya.

Berdasarkan permasalahan di atas maka perlu dilaksanakan pelatihan bisnis Online melalui pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai teknik marketing pada pengusaha pemula generasi z di Kabupaten Tulungagung. Dengan pelatihan ini diharapkan pengusaha pemula generasi z di Kabupaten Tulungagung mendapatkan informasi yang memadai dan dapat mempraktikkan pemanfaatan SEO sebagai Teknik marketing sehingga pada akhirnya dapat diimplementasikan secara luas dalam menunjang proses bisnis khususnya dalam melakukan pemasaran digital atau digital marketing

## **2. METODE PELAKSANAAN**

Berikut adalah metode pelaksanaan pengabdian masyarakat mengenai "Pemanfaatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Teknik Marketing pada Pengusaha Pemula Generasi Z di Kabupaten Tulungagung":

### **1. Analisis Kebutuhan dan Potensi**

Tujuan: Memahami kebutuhan pengusaha pemula di Kabupaten Tulungagung terkait pemanfaatan SEO dalam strategi pemasaran online.

Metode:

Survei dan wawancara dengan pengusaha pemula, terutama yang menjalankan bisnis secara online atau yang tertarik untuk memanfaatkan internet sebagai sarana pemasaran.

Analisis platform digital yang telah mereka gunakan (misalnya, website, media sosial, e-commerce).

Identifikasi kesulitan yang mereka hadapi dalam memaksimalkan potensi SEO.

## 2. Penyuluhan dan Pelatihan Dasar SEO

Tujuan: Memberikan pemahaman dasar tentang SEO dan bagaimana teknik ini dapat diterapkan dalam strategi pemasaran mereka.

Metode:

Workshop dan Seminar: Mengadakan sesi tatap muka atau online mengenai pengenalan SEO, pentingnya SEO dalam bisnis digital, dan bagaimana SEO dapat meningkatkan visibilitas online.

Materi Pelatihan: Mencakup konsep dasar SEO, seperti riset kata kunci, optimasi on-page, optimasi off-page, dan penggunaan Google Analytics.

Demonstrasi Langsung: Memberikan contoh konkret tentang bagaimana melakukan optimasi SEO pada situs web atau platform online mereka.

## 3. Pendampingan Praktis

Tujuan: Membantu pengusaha pemula dalam menerapkan SEO di situs web mereka atau platform pemasaran online.

Metode:

Pendampingan Individu: Memberikan konsultasi langsung dan analisis terhadap website atau platform yang digunakan oleh pengusaha untuk menentukan langkah-langkah SEO yang tepat.

Pembuatan Rencana SEO: Menyusun rencana SEO yang disesuaikan dengan kebutuhan bisnis mereka, seperti riset kata kunci, pembuatan konten berkualitas, dan strategi penguatan backlink.

Pelatihan Penerapan SEO on-page dan off-page: Membantu pengusaha dalam mengoptimasi konten yang sudah ada (misalnya, judul, meta deskripsi, URL) dan strategi untuk membangun tautan (backlinks).

## 4. Evaluasi dan Monitoring Hasil

Tujuan: Menilai efektivitas teknik SEO yang telah diterapkan dan memberikan umpan balik untuk perbaikan lebih lanjut.

Metode:

Monitoring Kinerja: Menggunakan alat seperti Google Analytics dan Google Search Console untuk memantau perkembangan dan hasil dari penerapan SEO, seperti peningkatan trafik, posisi pencarian, dan konversi.

Umpan Balik Terhadap Pengusaha: Memberikan laporan berkala mengenai hasil yang dicapai dan memberikan saran lebih lanjut untuk meningkatkan performa SEO.

## 5. Sosialisasi dan Penyebarluasan Informasi

Tujuan: Mengedukasi masyarakat luas tentang pentingnya SEO dalam pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing.

Metode:

Penyebaran Artikel dan Panduan: Membuat artikel, panduan, dan tutorial SEO yang dapat diakses oleh pengusaha pemula di Kabupaten Tulungagung.

Media Sosial dan Website: Menggunakan platform media sosial untuk membagikan informasi tentang SEO dan dampaknya terhadap pemasaran bisnis.

Kolaborasi dengan Komunitas Pengusaha Lokal: Mengadakan webinar atau forum diskusi dengan komunitas pengusaha di Tulungagung untuk berbagi pengalaman dan strategi dalam penerapan SEO.

#### 6. Pembentukan Kelompok Diskusi dan Jaringan Bisnis

Tujuan: Membangun komunitas pengusaha yang saling mendukung dalam pengembangan bisnis online melalui SEO.

Metode:

Pembentukan Forum Diskusi: Membentuk grup diskusi online, seperti di WhatsApp atau Facebook, yang dapat digunakan untuk berbagi pengalaman dan belajar bersama mengenai SEO.

Jaringan Kerja: Mengajak pengusaha untuk saling berbagi sumber daya dan saling mendukung dalam penerapan SEO, termasuk berbagi informasi mengenai perkembangan algoritma mesin pencari atau tren pemasaran digital.

#### 7. Peningkatan Kemampuan Berkelanjutan

Tujuan: Menjamin bahwa pengusaha pemula terus dapat mengembangkan kemampuan mereka dalam SEO secara mandiri.

Metode:

Sumber Daya dan Update Berkala: Memberikan akses kepada pengusaha untuk memperoleh pembaruan terkait tren SEO terbaru dan strategi pemasaran digital lainnya melalui materi online.

Pelatihan Lanjutan: Menawarkan sesi pelatihan lanjutan untuk mendalami SEO lebih dalam, seperti teknik SEO untuk mobile, lokal SEO, dan teknik optimasi lainnya yang relevan.

Waktu Pelaksanaan:

Program ini dapat dilaksanakan dalam kurun waktu 6 bulan dengan rincian sebagai berikut:

Bulan 1-2: Analisis kebutuhan dan potensi, serta persiapan materi pelatihan.

Bulan 3-4: Pelaksanaan pelatihan dasar dan pendampingan praktis.

Bulan 5: Evaluasi dan monitoring hasil, serta penyebarluasan informasi.

Bulan 6: Pembentukan kelompok diskusi dan pelatihan lanjutan.

Output yang Diharapkan:

Peningkatan pemahaman pengusaha pemula tentang SEO sebagai strategi pemasaran.

Penerapan teknik SEO yang efektif pada platform bisnis mereka.

Meningkatnya visibilitas online pengusaha pemula di Kabupaten Tulungagung.

Terbentuknya komunitas pengusaha yang dapat saling berbagi pengetahuan dan pengalaman tentang SEO.

Melalui pendekatan ini, diharapkan pengusaha pemula di Kabupaten Tulungagung dapat memanfaatkan potensi SEO untuk mengembangkan bisnis mereka dan meningkatkan daya saing di era digital.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini bertujuan: 1) memberikan edukasi kepada pengusaha pemula generasi z di Kabupaten Tulungagung tentang pemanfaatan Search Engine Optimazion (SEO) sebagai teknik marketing pada bisnis online; 2) memberikan pelatihan keterampilan pengusaha pemula generasi z di Kabupaten Tulungagung tentang pemanfaatan *Search Engine Optimazion* (SEO) sebagai teknik marketing pada bisnis *Online* dan 3) mengukur efektifitas pelatihan yang dilakukan dalam membekali pengusaha pemula generasi z di Kabupaten Tulungagung tentang pemanfaatan *Search Engine Optimazion* (SEO) sebagai teknik marketing pada bisnis online. Mengacu pada tujuan di atas dilaksanakan Kegiatan pengabdian masyarakat yang dibagi menjadi tiga fase yaitu persiapan, pelaksanaan kegiatan dan pembuatan laporan. Berikut ini di uraikan pelaksanaan kegiatan untuk setiap fase tersebut disertai dengan dokumentasi kegiatan.

### Tahap Persiapan

Pada fase ini, tim pelaksana kegiatan masyarakat menyiapkan dan berdiskusi dengan pihak terkait mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan, penentuan peserta, narasumber dan persiapan materi yang akan diberikan selama pelaksanaan termasuk di dalamnya penyusunan modul pelatihan. Dalam fase persiapan ini dilaksanakan koordinasi dengan pihak yang terkait yaitu Dinas PLUT KUMKM Kabupaten Tulungagung dan Komunitas Wirausaha Muda Tulungagung. Koordinasi dengan pihak terkait dilaksanakan pada minggu ketiga bulan September 2023.

Kegiatan selanjutnya pada tahap persiapan ini dilakukan kegiatan sosialisasi dan pemetaan peserta pengabdian di tulungagung yang sudah memiliki usaha baik usaha rintisan maupun usaha yang sudah berjalan lebih dari satu tahun. Dalam pemetaan peserta ini pelaksana bekerjasama dengan Dinas PLUT KUMKM Kabupaten Tulungagung, Inkubator Bisnis dan Teknologi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali

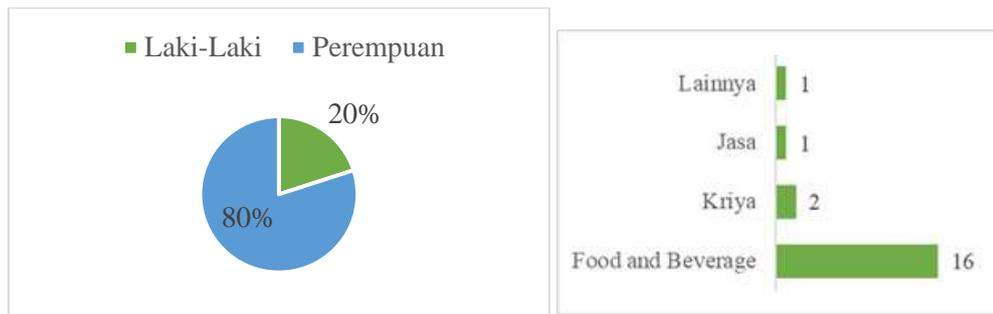
Kegiatan sosialisasi dan pemetaan peserta generasi z di Kabupaten Tulungagung ini dipandu langsung oleh pelaksana kegiatan pengabdian dengan dokumentasi kegiatan pada Gambar 1.



**Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan Tahap Persiapan: Sosialisasi dan Pemetaan Peserta**

Pada kegiatan sosialisasi dan pemetaan ini dilakukan wawancara dengan peserta dan diperoleh data bahwa dari 20 peserta yang hadir hanya 2 peserta yang melakukan bisnis online berbasis web sedangkan peserta yang lain melakukan bisnis online berbasis sosial media dan market place. Pemetaan ini memberikan gambaran baru peserta tentang model pelatihan SEO yang akan dilakukan. Pelatihan akan difokuskan pada edukasi penggunaan SEO dan contoh *best practice* penggunaan SEO dalam pemesanan digital. Peserta juga diberikan wawasan tentang penggunaan web sebagai media penjualan sehingga SEO dapat diterapkan dan praktik sederhana penggunaan SEO dalam *digital marketing*.

Dari 20 peserta tersebut pemetaan peserta berdasarkan jenis kelamin dan jenis produk yang digeluti di sajikan dalam Gambar 2.



**Gambar 2. Pemetaan Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin dan Jenis Produk**

Berdasarkan hasil kegiatan sosialisasi dan pemetaan peserta ini juga diperoleh informasi bahwa para pengusaha dari generasi z bukan hanya berasal dari yang berlatar belakang atau memiliki wawasan tentang digital marketing sebelumnya. Pengusaha generasi z ini masih membutuhkan wawasan dan informasi lebih lanjut sebagai pengantar pemahaman tentang digital marketing. Sehingga berbekal dari perolehan data ini pada tahap implementasi direncanakan dilaksanakan kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) tentang *digital marketing* untuk menyamakan persepsi dan *pre-knowledge* peserta tentang teori dan praktik pemasaran digital (*digital marketing*).

Dalam tahap persiapan ini selain koordinasi dengan pihak terkait dan sosialisasi dan pemetaan peserta dilaksanakan kegiatan penyusunan modul pelatihan dan soal *pretest-posttest*. Pelaksana pengabdian berkoordinasi dengan pemateri terkait kegiatan penyusunan modul pelatihan dan soal *pretest-posttest* ini.

### Tahap Implementasi

Tahap implementasi merupakan tahap pelaksanaan kegiatan pelatihan. Kegiatan pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyiapan seluruh sumber daya yang dibutuhkan untuk digunakan dalam pelaksanaan kegiatan meliputi narasumber, materi, lokasi pengabdian dan narasumber serta kebutuhan administrasi yang lain dalam rangka memperlancar kegiatan pengabdian.

Dalam pelaksanaan kegiatan diawali dengan pelaksanaan *Focus Group Discussion* (FGD) *Digital Marketing* yang dilaksanakan pada Sabtu, 14 Oktober 2023. Pada kegiatan FGD ini melibatkan 27 peserta dari 30 peserta yang diundang untuk memberikan gambaran tentang konsep digital marketing. Kegiatan FGD dilaksanakan di ruang Inbistek lantai 2 gedung Zaifuddin Zuhri dengan menghadirkan narasumber Dedy Prasetyo Winarto yang merupakan praktisi di bidang *digital marketing* trainer SYB ILO. Kegiatan FGD ini penting untuk memberikan wawasan bagi peserta dan menyamakan persepsi tentang digital marketing sebelum mengembangkan pengalaman dan keterampilan tentang Teknik SEO dalam digital marketing. Adapun dokumentasi kegiatan FGD *Digital Marketing* disajikan pada Gambar 3. Pelaksanaan FGD ini penting untuk memberikan pengantar dan pra informasi sebelum dilaksanakan pelatihan SEO.

Materi *digital marketing* yang dibahas pada FGD ini meliputi pengertian *digital marketing*, manfaat digital marketing, tren pemasaran digital terkini, perencanaan e-marketing, memahami target *audience*, *marketing mix* (bauran pemasaran), *branding* dan *brand awareness*, merancang basis data pelanggan dan penerapan digital marketing termasuk didalamnya strategi SEO dan pemanfaatan media social. Dengan pemaparan materi-materi tersebut diharapkan peserta memiliki kerangka teori tentang pemasaran digital sehingga dapat dengan lebih mudah belajar tentang SEO.



**Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Tahap Persiapan: Sosialisasi dan Pemetaan Peserta**

Selanjutnya dilaksanakan kegiatan pelatihan dengan *rundown* kegiatan pada Tabel 4.1. Kegiatan pelatihan dimulai pukul 08.00 s.d. selesai dan dilaksanakan pada hari Sabtu, 21 Oktober 2023 di ruang kelas FEBI 5.01 Gedung Zaifuddin Zuhri untuk kegiatan pembukaan dan dilanjutkan di Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahamtullah Tulungagung.

**Tabel 1. Rundown Pelatihan Digital Marketing dengan Teknik SEO**

<b>o</b>	<b>Waktu</b>	<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Keterangan</b>
	07.30 – 08.00	Persiapan dan Registrasi Peserta	Panitia
	08.00 – 08.30	Pembukaan	Pelaksana Pengabdian
	08.30 – 09.00	Pretest	Panitia
	09.00 – 11.00	Pemaparan Materi oleh Narasumber Diskusi dan Tanya Jawab	Narasumber
	11.00 – 12.00	Praktik Peningkatan SEO	Narasumber
	12.00 – 13.00	Ishoma	Panitia
	13.00 – 13.30	Postest	Panitia
	13.30 – 14.00	Penutupan	Pelaksana Pengabdian

Kegiatan pelatihan dibuka oleh pelaksana pengabdian dan menghadirkan narasumber Elga Aris Prastyo yang merupakan CEO Indoniaga Technology Corpora, Guru Teknik Elektronika Industri SMKN 1 Ngelegok Blitar dan Direktur PT. Teknolab Caraka International

dengan bidang keahlian Full Stack Electronics Engineer, *Digital Marketing-Search Engine Optimazion* (SEO) dan *Business Accounting*. Narsumber memaparkan materi tentang pentingnya SEO dalam bisnis digital, komponen platform bisnis berbasis teknologi digital, Transformasi digital, pendekatan-pendekatan dalam bisnis digital, contoh bisnis digital, komponen-komponen penting dalam bisnis digital, *Search Engine Optimazion* (SEO), cara kerja SEO dan praktik *tracking* ide bisnis menggunakan *Google Trends*. Seluruh materi disampaikan dengan menggunakan metode ceramah. Setelah pemaparan materi dilanjutkan dengan diskusi dan tanya jawab. Selanjutnya para peserta dilatih langsung dengan mempraktikkan teknik SEO secara sederhana dan agenda terakhir adalah *post-test*. Kegiatan pengabdian selesai sesuai dengan waktu yang direncanakan dan ditutup oleh pelaksana pengabdian.

Selama pelaksanaan kegiatan berlangsung, peserta secara antusias memperhatikan penyampaian materi dan aktif bertanya selama sesi tanya jawab. Bagi peserta yang merupakan pengusaha pemula generasi z teknik SEO dalam pemasaran digital merupakan hal baru yang menarik namun diperlukan belajar lebih intens dan terus menerus karena membutuhkan keterampilan dibidang teknologi dan pengalaman yang berkelanjutan. Adapun dokumentasi kegiatan pelatihan SEO disajikan pada Gambar 4.



**Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan SEO**

### Tahap Evaluasi

Pada tahap ini, dilakukan selama dua minggu setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tujuannya adalah untuk melihat bagaimana pengetahuan, kemampuan dan keterampilan peserta kegiatan dalam pemanfaatan SEO sebagai teknik marketing pada bisnis yang dijalani berdasarkan seluruh rangkaian kegiatan pengabdian.

1. Lebih dari 75% peserta yang mendaftar hadir dalam kegiatan dengan dibuktikan dengan presensi kehadiran
2. Seluruh kegiatan berjalan sesuai dengan rencana kegiatan meskipun terdapat kegiatan yang dalam hari pelaksanaannya mundur dari perencanaan.
3. Peserta memperoleh tambahan wawasan dan informasi tentang SEO dalam digital marketing yang diketahui dari hasil post test peserta.
4. Peserta mampu mempraktikkan penggunaan sesuai dengan modul pelatihan berdasarkan evaluasi selama kegiatan berlangsung
5. Hasil evaluasi terhadap efektivitas kegiatan pelatihan di jelaskan dengan lebih detail pada sub bab selanjutnya dengan membandingkan skor pretest-postest.

*Focus Group Discussion (FGD) Refleksi Kegiatan Pelatihan* merupakan bagian dari rangkaian kegiatan pelatihan yang sudah dilaksanakan. Dalam FGD ini didiskusikan hasil evaluasi dan rencana tindak lanjut kegiatan pelatihan. Narasumber Dedy Prasetyo Winarto yang merupakan praktisi di bidang *digital marketing* trainer SYB ILO kembali dihadirkan dalam FGD ini. Kegiatan dilaksanakan pada hari Kamis, 16 November 2023 di Yayasan Ma'had Al Madinah Kedungwaru Tulungagung.

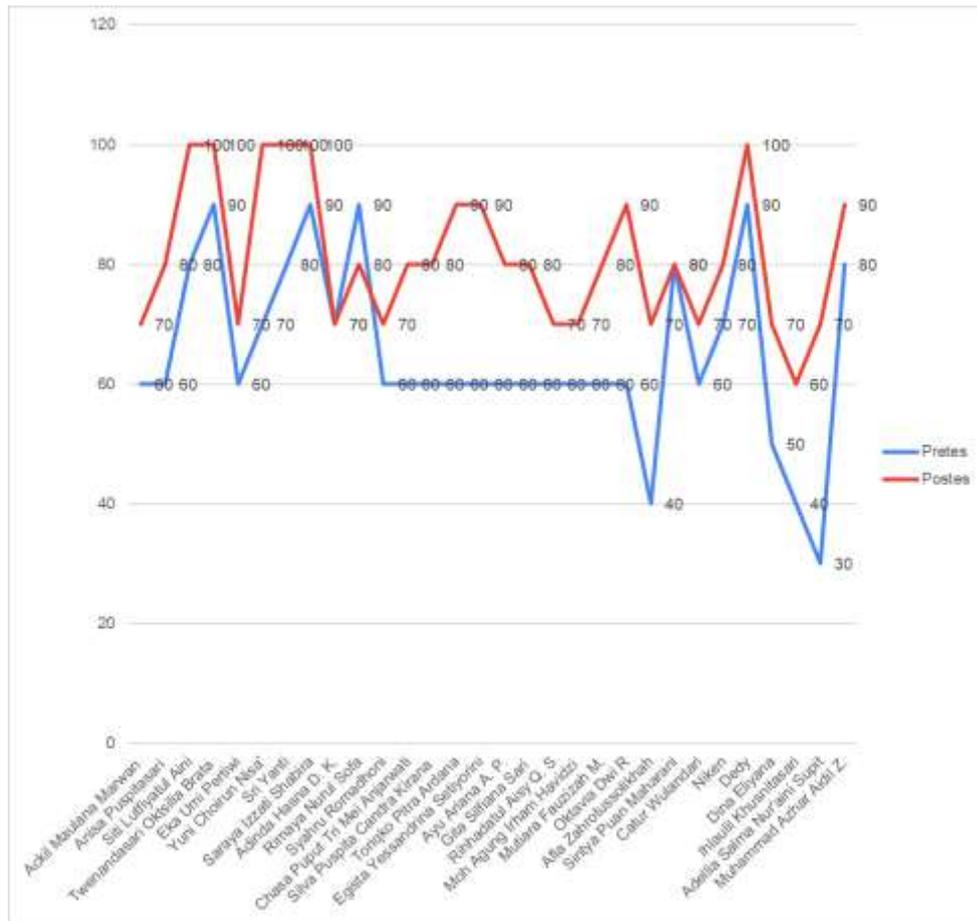
Peserta dalam *Focus Group Discussion (FGD) Refleksi Kegiatan Pelatihan* ini adalah seluruh peserta yang terlibat dalam pelatihan dan pihak terkait dalam kegiatan pelatihan ini meliputi Dinas PLUT KUMKM Kabupaten Tulungagung, Inkubator Bisnis dan Teknologi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dan Komunitas Wirausaha Muda Tulungagung. Dokumentasi dari kegiatan *Focus Group Discussion (FGD) Refleksi Kegiatan Pelatihan* disajikan pada Gambar 5.



**Gambar 5. Dokumentasi Kegiatan Tahap Evaluasi: *Focus Group Discussion (FGD) Refleksi Kegiatan Pelatihan***

Pengetahuan Peserta tentang Pemanfaatan *Search Engine Optimazion (SEO)* sebagai Teknik *Marketing* pada *Bisnis Online* diidentifikasi melalui pengerjaan pretes dan postes yang disajikan dalam kuis berbentuk google formulir dengan 10 pertanyaan. Sebanyak 30 peserta diberikan soal pretes dan postes kemudian dianalisis hasilnya untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta tentang Pemanfaatan *Search Engine Optimazion (SEO)* sebagai Teknik *Marketing* pada *Bisnis Online*. Analisis dilakukan dengan membandingkan rata-rata hasil pretes dan postes.

Berikut ini ini disajikan hasil pretes dan postes 30 peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat tentang Pemanfaatan *Search Engine Optimazion (SEO)* sebagai Teknik *Marketing* pada *Bisnis Online*.



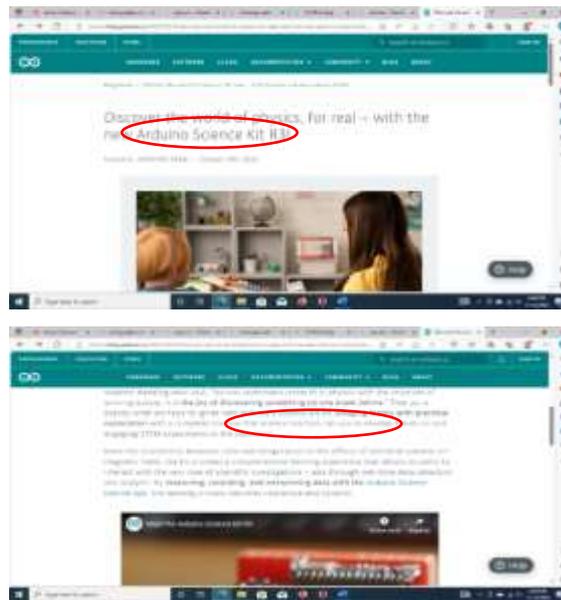
Gambar 6. Hasil Pretest dan Postest Peserta Kegiatan Pengabdian

Mengacu pada grafik di atas diketahui bahwa diketahui untuk nilai pretes nilai minimum adalah 30 dan maksimum 90. Sedangkan nilai minimum untuk postes adalah 60 dan nilai maksimum adalah 100. Setelah dilakukan perhitungan diketahui bahwa rata-rata skor pretes adalah 65, sedangkan nilai postes adalah 81. Berdasarkan rata-rata skor pretes dan postes dapat dilakukan perhitungan peningkatan pemahaman dan literasi finansial sebelum dan sesudah diberikan pelatihan sebagai berikut. Berdasarkan skor tersebut dapat dihitung bahwa peningkatan skor pretest ke postest adalah 24,62%.

Keterampilan peserta dalam mempraktikkan pemanfaatan *Search Engine Optimazion* (SEO) sebagai teknik marketing pada bisnis *online* diidentifikasi berdasarkan hasil observasi selama praktik berlangsung. SEO sebagai teknik marketing merupakan hal yang baru bagi mayoritas peserta kegiatan oleh karena itu diketahui bahwa peserta masih banyak yang mengalami kendala dalam mempraktikkan sehingga hanya melakukan pengamatan daricontoh-contoh cara yang didemonstrasikan oleh narasumber.

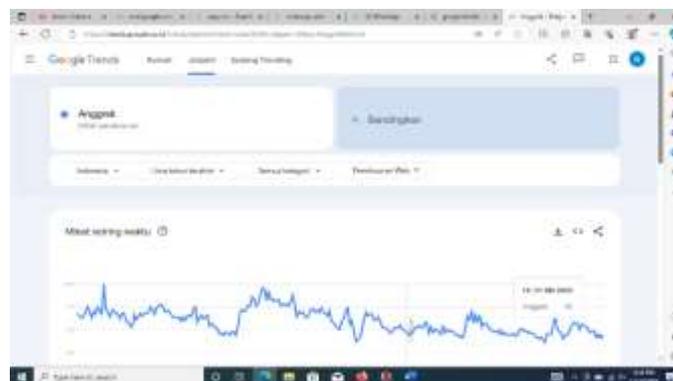
Narasumber mencontohkan teknik agar bisnis yang sedang dijalankan berada pada pencarian teratas dengan membangun sebuah laman website, menuliskan kata kunci tertentu dengan menyebut minimal dua kali dalam konten web dan memberikan font bold pada katakunci yang dimaksud. Narasumber memberikan contoh pada web [Introducing Arduino's new storage libraries: Streamline data management for your projects | Arduino Blog](#) bagaimana Langkah-langkah agar produk Arduino\_POSIXStorage disebut minimal dua kali

padalaman blog dan ditulis tebal sehingga produk yang sedang ditawarkan tersebut berada pada pencarian teratas. Contoh laman website tersebut disajikan pada Gambar 7.



**Gambar 7. Teknik SEO untuk Pencarian Produk Teratas**

Narasumber juga memberikan contoh kepada peserta peserta untuk mempraktikkan pencarian ide bisnis menggunakan google trends dan interpretasinya untuk melihat proyeksi keberlangsungan produk yang sedang di pasarkan pada saat ini. Pemanfaatan google trends untuk melihat tren produk yang sedang digemari berdasarkan pencarian melalui browser Google dicontohkan untuk produk angrek dan tren pencarian selama lima tahun terakhir ditunjukkan pada Gambar 8.



**Gambar 8. Pemanfaatan Google Trends untuk Ide Bisnis**

Dengan mempraktikkan secara langsung seperti yang dilakukan diharapkan keterampilan dan kemampuan yang diperoleh dapat diaplikasikan seterusnya dalam pengelolaan keuangan pribadi selanjutnya pasca pelatihan.

#### 4. KESIMPULAN

Penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang

diharapkan di tujuan atau hipotesis. Saran menyajikan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87–94. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>
- Halilintar, R. B., & Ariyus, D. (2018). Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website AGC (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Studi Kasus: Website Gallery. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2018. Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2018*, Yogyakarta.
- Hayaty, M., & Meylasari, D. (2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika*, 5(2), 295–300.
- Hidantoro, F. (2021, June 16). Mengoptimalkan Digitalisasi UMKM. *Indonesia.Go.Id*. <https://jabar.antarane.ws.com/berita/432111/survei-61-persen-pemilik-ukm-berumur-lebih-dari-40-tahun>
- Hidayat, R., Marlina, S., & Utami, L. D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis Website Dengan Metode Waterfall. *Prosiding Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (SIMNASIPTEK) 2017*, 1.
- Jayani, D. H. (2021, Mei). Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Lantara, F. (2023, February 14). Survei: 61 persen pemilik UKM berumur lebih dari 40 tahun—ANTARA News Jawa Barat. *Antara Jabar*. <https://jabar.antarane.ws.com/berita/432111/survei-61-persen-pemilik-ukm-berumur-lebih-dari-40-tahun>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>