

PELATIHAN OPTIMASI PEMASARAN *ONLINE* DENGAN MEMANFAATKAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* (SEO) PADA KOMUNITAS PENGUSAHA MUDA

Rizky Tahara Shita¹⁾, Lauw Li Hin²⁾, Anita Diana^{3)*}, Dwi Achadiani⁴⁾, Fatmasari⁵⁾

¹ Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

^{2,3} Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur, Jakarta

⁴ Sistem Komputer, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur, Jakarta

Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12260

⁵ Sistem Informasi, STMIK Antar Bangsa, Tangerang

JL. HOS Cokroaminoto Blok A5 No. 29-36, Karang Tengah, Ciledug, Tangerang 15157

Email: rizky.taharashita@budiluhur.ac.id¹, lihin@budiluhur.ac.id², anita.diana@budiluhur.ac.id^{3},
dwi.achadiani@budiluhur.ac.id⁴, fsarie@gmail.com⁵

Abstract

The existence of an online market has become a common thing and has its market share. Some of the factors that make entrepreneurs switch to the online market, among others, are wider marketing at a lower cost and more targeted. For this reason, it is necessary to improve online marketing techniques to increase the income of entrepreneurs. Some of the obstacles experienced by the Young Entrepreneurs Community (KPM) include the not yet maximal knowledge of online marketing of business products, especially online marketing optimization techniques with the Google search engine, and the lack of maximum training facilities among KPM. Therefore, in this community service activity, training on online marketing optimization techniques by utilizing the Google search engine for KPM circles is needed, so that young entrepreneurs can use and apply it in their business. The training committee team carried out a series of stages in preparing this training, namely by observing, then interviewing, and studying the literature. Then the methods, theoretical explanations, and practicals directly to the participants were applied during the training. As a result, KPM circles can find out the introduction of online businesses and optimize their business through search engines, thus helping partners realize the vision and mission of KPM itself. KPM circles can also save on marketing costs and are more targeted than conventional marketing methods.

Keywords: *internet, search engine optimization, online market*

Abstrak

Keberadaan pasar maya (online market) sudah menjadi hal umum dan mempunyai pangsa pasar tersendiri. Beberapa faktor yang membuat pengusaha beralih ke pasar maya, antara lain adalah pemasaran yang lebih luas dengan biaya yang lebih murah dan lebih tepat sasaran. Untuk itu diperlukan peningkatan teknik pemasaran online untuk meningkatkan pendapatan pengusaha. Beberapa kendala yang dirasakan oleh kalangan Komunitas Pengusaha Muda (KPM) antara lain, yaitu belum maksimalnya pengetahuan pemasaran produk usaha secara online, terutama teknik optimasi pemasaran online dengan mesin pencari Google, serta belum maksimalnya sarana pelatihan di kalangan KPM. Oleh karena itu, pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini, diperlukan pelatihan teknik optimasi pemasaran online dengan memanfaatkan mesin pencari Google bagi kalangan KPM, agar para pengusaha muda dapat memanfaatkan dan menerapkannya dalam usaha mereka. Tim panitia pelatihan melakukan rangkaian tahapan pada persiapan pelatihan ini, yaitu dengan pengamatan, kemudian wawancara, serta studi pustaka. Lalu metode, penjelasan teori dan praktikum langsung kepada peserta, diterapkan pada saat pelatihannya. Hasilnya, kalangan KPM dapat mengetahui pengenalan usaha online dan melakukan optimasi usahanya melalui mesin pencari, sehingga membantu mitra dalam mewujudkan visi dan misi KPM itu sendiri. Kalangan KPM juga

dapat menghemat biaya pemasaran dan lebih tepat sasaran dibandingkan dengan cara pemasaran konvensional.

Kata kunci : internet, optimasi mesin pencari, pasar online

1. PENDAHULUAN

Online market atau pasar maya sudah menjadi hal yang umum dan mempunyai pangsa pasar tersendiri yang sesuai dengan target bisnis masing-masing pemilik usaha. Banyak faktor yang membuat pengusaha beralih ke pangsa pasar maya, antara lain adalah pemasaran yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih murah dan lebih tepat sasaran dibandingkan dengan cara konvensional. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pengusaha maya pemula adalah cara pemasarannya, sehingga diperlukan teknik tersendiri agar pemasaran secara maya dapat ditingkatkan untuk mendapatkan peningkatan pendapatan tiap jenis usaha yang dijalani.

Komunitas Pengusaha Muda (KPM) merupakan sebuah kumpulan komunitas para pengusaha muda yang berada di sekitar daerah Ciledug, Tangerang yang beralamat di Jl. Ciledug Raya, Kreo, Tangerang. KPM berdiri sejak tahun 2013 dengan anggota awal 19 pengusaha muda, yang menjalani usahanya masing-masing. Mulai dari penjualan jasa cetak sablon kaos, mug, penjualan produk makanan, minuman, tas, pakaian, penjualan hewan peliharaan seperti kucing, anjing, serta penjualan jasa bangun rumah, konstruksi bangunan, dan lain sebagainya. Dengan memiliki niat untuk membuka usaha secara mandiri, maka para pengusaha muda ini membentuk sebuah komunitas yang memiliki visi dan misi yang bagus untuk meningkatkan pendapatannya melalui usaha yang ditekuni oleh tiap pengusaha.

Para pengusaha muda yang tergabung dalam KPM, menjalankan bisnis operasi usahanya masih melalui cara konvensional, yaitu dengan berjualan pada toko fisik, dan pemasaran melalui spanduk, brosur serta dari orang ke orang. Hal ini membuat penjualan mereka kurang maksimal, dan timbul biaya pemasaran yang kurang efisien. Pemasaran yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih murah dan lebih tepat sasaran, tentu sangat

diinginkan dibandingkan dengan cara konvensional. Namun diperlukan teknik yang tepat agar pemasaran secara *online* dapat ditingkatkan untuk mendapatkan peningkatan pendapatan tiap jenis usaha yang dijalani.

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka penjualan dan pemasaran online sudah mencapai tahap puncak penjualan di Indonesia. Para pengusaha muda ini sadar bila harus berinovasi dan mengejar ketinggalan informasi tentang teknologi terutama cara optimasi pemasaran online. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi. Diantaranya, belum maksimalnya informasi dan pengetahuan pemasaran produk usaha secara *online*, terutama teknik optimasi pemasaran *online* dengan mesin pencari Google. Kendala lain adalah kurangnya informasi dan pengetahuan tentang cara pengembangan usaha di dunia maya. Serta belum memadainya fasilitas pelatihan di mitra kalangan KPM.

Agar masalah tersebut dapat teratasi, maka tim panitia pelatihan, mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, berupa pelatihan teknik optimasi pemasaran *online* dengan memanfaatkan mesin pencari Google bagi kalangan KPM. Kegiatan ini bertujuan agar menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra. Dengan pelatihan ini, para pengusaha muda mendapatkan pengetahuan tentang pemasaran online, terutama teknik optimasi pemasaran online dengan mesin pencari Google. Para pengusaha muda juga mendapatkan informasi tentang pemanfaatan penerapan pemasaran online untuk mengembangkan usaha secara *online*, dan meningkatkan penjualan. Dengan penyediaan tempat pelatihan dan fasilitas yang memadai, maka pelatihan dapat berjalan dengan baik, sehingga tidak menjadi kendala bagi mitra.

Pelatihan ini bertujuan untuk membantu masyarakat pada KPM agar dapat mengetahui secara umum dengan apa yang dimaksud usaha pada dunia maya (*online*) dengan melakukan

beberapa optimasi pada sisi mesin pencari (*search engine*) agar mereka mendapatkan peningkatan usaha mereka tidak saja secara konvensional, tapi juga mendapatkan penghasilan dari usaha *online* secara nyata. Maka dari itu, dilaksanakan program pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan pelatihan optimasi pemasaran *online* melalui Google sebagai mesin pencari agar para peserta dapat mengembangkan usahanya melalui dunia maya secara nyata.

Tim panitia pelatihan terdiri dari instruktur yang sudah sukses berwiraswasta secara online, yang siap berbagi pengalaman serta langkah-langkah suksesnya. Adapun tim panitia pelatihan terdiri dari profesional yang merangkap instruktur dan asistensi instruktur pada saat praktek pelatihan. Dengan kompetensi tim seperti ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang maksimal kepada mitra. Tim panitia pelatihan melakukan rangkaian tahapan pada persiapan pelatihan ini, yaitu dengan pengamatan, kemudian wawancara, serta studi pustaka. Lalu yang disampaikan langsung kepada peserta dan diterapkan pada saat pelatihannya, adalah metode, penjelasan teori dan praktikum. Hasilnya, kalangan KPM dapat mengetahui pengenalan usaha online dan melakukan optimasi usahanya melalui mesin pencari, sehingga membantu mitra dalam mewujudkan visi dan misi KPM itu sendiri. Kalangan KPM juga dapat menghemat biaya pemasaran dan lebih tepat sasaran dibandingkan dengan cara pemasaran konvensional.

Pada publikasi sebelumnya [1] menyatakan bahwa *website* dapat meraih peringkat di *search engine* dengan melakukan optimasi *search engine*. Mengubah setelan optimasi akan mudah dilakukan dengan menggunakan *plugin wordpress*. Peringkat di mesin pencari Google juga akan didapatkan dengan mencari tahu *keyword* yang baik dan tepat. Tahapan optimasi melalui *off page* dan optimasi pada artikel, berguna supaya halaman web tampil dihalaman pertama *search engine*. Dengan ini maka strategi promosi dapat berhasil dengan baik. Dampak dari langkah optimasi *search engine* adalah halaman web pada *search engine* akan mendapatkan peringkat terbaik.

Lalu pada publikasi lainnya [2] mengemukakan bahwa proses jual beli pada UKM Nida Sasirangan masih dilakukan secara konvensional pada toko *offline*. Sehingga perlu diadakan kegiatan optimasi *e-commerce* untuk menambah penjualan, dengan memanfaatkan teknik SEO (*Search Engine Optimization*). Termasuk di dalamnya memperbanyak kata kunci yang tepat di internet dengan membangun toko maya dalam *marketplace* sebagai sarana promosi pemasaran. Harapannya dapat meningkatkan penjualan produk Nida Sasirangan, serta pembelinya berasal dari seluruh penjuru di Indonesia, juga dari luar negeri.

Kemudian publikasi lain [3] dituliskan bahwa jika menggunakan *marketplace*, dengan optimasi SEO *Off Page* sangat bermanfaat untuk peningkatan peringkat posisi halaman web. Teknik SEO yang digunakan yaitu *On Page* dan *Off page* memberikan dampak yang besar terhadap halaman web agar dapat bertahan dalam persaingan pada mesin pencari google. Agar dapat menempati posisi peringkat di halaman awal dalam hasil pencarian mesin pencari google, maka halaman web menggunakan optimasi mesin pencari atau SEO.

Dalam publikasi oleh [4] menyatakan bahwa untuk menambah jumlah pengunjung ke halaman web dengan mesin pencari, dapat diperoleh dengan menggunakan teknik SEO atau optimasi pada halaman web. Hal ini bertujuan agar pengunjung lebih mudah mencari halaman web dengan kata kunci yang tepat pada mesin pencari. Dengan menggunakan teknik SEO, maka halaman web tersebut dapat tampil di halaman awal pada mesin pencari. Hal ini dapat meningkatkan *traffic* pengunjung dan meningkatkan promosi yang menambah angka penjualan.

Publikasi oleh [5] mengemukakan bahwa SEO dapat dikatakan sebagai langkah yang efektif dan mudah untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada *website*. Penggunaan meta *keyword* dan meta *description* yang tepat diyakini dapat meningkatkan peringkat SEO dari *website e-commerce* UMKM ini. Hal ini berdampak pada naiknya peringkat *website* pada posisi teratas di mesin pencari, sehingga *traffic* pengunjung meningkat dan terjadi

peningkatan penjualan dan peningkatan kesejahteraan.

Melalui publikasinya [6], menyatakan kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat ini telah berdampak positif bagi peserta pelaku usaha terutama karang taruna. Dampak yang bermanfaat tersebut antara lain peningkatan produktivitas dan kesejahteraan, serta peningkatan nilai daya saing produk usaha dalam pemasaran dan promosi usaha bagi peserta. Di samping itu, bertambahnya wawasan pengetahuan masyarakat dan peningkatan ekonomi juga dirasakan oleh peserta.

Pada publikasi lain [7], dikemukakan bahwa hasil dari evaluasi kegiatan pelatihan, adalah mitra sudah dapat menggunggah produk menggunakan media sosial, dan berusaha akan melakukan pemasaran menggunakan marketplace. Internet marketing dengan marketplace dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Hal lain yang dapat diambil manfaatnya, pihak UMKM juga dapat mengembangkan sistem e-commerce sebagai pengembangan digitalisasi pemasaran.

Dalam publikasinya [8], menyatakan bahwa dengan kondisi pandemi Covid-19, perkembangan teknologi dan informasi telah mendukung peralihan sistem pemasaran dari konvensional menjadi online, sehingga transaksi jual beli dapat terjadi secara daring. Area daring ini pun tidak sebatas sarana promosi tapi juga sebagai tempat berjualan online. Hal tersebut diyakini dapat menimbulkan jumlah penjualan dan pendapatannya.

Publikasi lain [9], menyatakan dengan pemasaran online, dapat menambah wawasan peserta terutama ibu-ibu kader PKK. Peserta pun merasa yakin, penjualan produknya akan meningkat jika dibantu dengan teknik pemasaran secara online. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan agar terjadi peningkatan wawasan ibu-ibu kader PKK, untuk disebarluaskan kepada masyarakat umum.

Research gap dalam pelatihan kali ini, adalah bagaimana memberikan pengenalan usaha *online* dan melakukan optimasi pemasaran usaha melalui mesin pencari

Google bagi kalangan Komunitas Pengusaha Muda (KPM).

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka penjualan dan pemasaran online sudah mencapai tahap puncak penjualan di Indonesia. Para pengusaha muda ini sadar bila harus berinovasi dan mengejar ketinggalan informasi tentang teknologi terutama cara optimasi pemasaran online. Namun ada beberapa kendala yang dihadapi. Beberapa kendala yang dirasakan oleh mitra pengusaha muda kalangan KPM antara lain, yang pertama adalah belum maksimalnya pengetahuan mitra tentang pemasaran produk usaha secara *online*, terutama teknik optimasi pemasaran *online* dengan mesin pencari Google. Hal ini mengakibatkan tidak maksimalnya jumlah pendapatan penjualan usaha, yang hanya berjalan dengan cara konvensional.

Kendala lainnya adalah kurangnya pengetahuan mitra kalangan KPM tentang pengembangan usaha di dunia maya. Hal ini berdampak pada belum maksimalnya penjualan produk usaha mitra, yang hanya mengandalkan toko fisik saja, tanpa ada dukungan usaha online.

Kendala lain yaitu belum memadainya fasilitas pelatihan di mitra kalangan KPM, sehingga pemilihan lokasi pelatihan yang mendukung dengan topik pelatihan, sangat dibutuhkan oleh mitra.

Oleh karena itu, tim panitia pelatihan, mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat ini, berupa pelatihan teknik optimasi pemasaran *online* dengan memanfaatkan mesin pencari Google bagi kalangan KPM. Kegiatan ini bertujuan agar menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra. Dengan pelatihan ini, para pengusaha muda mendapatkan pengetahuan tentang pemasaran online, terutama teknik optimasi pemasaran online dengan mesin pencari Google. Para pengusaha muda juga mendapatkan informasi tentang pemanfaatan penerapan pemasaran online untuk mengembangkan usaha secara *online*, dan meningkatkan penjualan. Dengan penyediaan tempat pelatihan dan fasilitas yang memadai, maka pelatihan dapat berjalan dengan baik, sehingga tidak menjadi kendala bagi mitra.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan dilakukan berdasarkan pendekatan proses penyampaian teori, yang akan diterapkan pada saat praktikum dilakukan. Pelatihan ini, menerapkan pelaksanaan praktek yang lebih banyak jam prakteknya daripada penjelasan teorinya. Adapun penjelasan konsep teori yang disampaikan meliputi penyampaian materi konsep dasar tentang *marketplace* dan optimasi dalam mesin pencari yang menjadi dasar praktikum, tanya jawab dan diskusi antara instruktur dengan peserta. Kemudian pelaksanaan praktikum langsung, terdiri dari metode pelatihan praktek langsung di komputer, metode tanya jawab serta latihan maupun tugas, kemudian sesi tanya jawab serta implementasi praktek langsung di komputer untuk usaha pada *marketplace*.

Agar dapat sejalan dengan yang dibutuhkan mitra, maka tim panitia pelatihan melakukan rangkaian tahapan pada persiapan pelatihan ini, supaya pelatihan sesuai tujuannya dan sesuai dengan harapan mitra. Tahapan-tahapan tersebut antara lain melalui pengamatan langsung atau observasi, wawancara atau tanya jawab dengan mitra yaitu KPM, serta studi pustaka. Menurut Sukmadinata, pengamatan langsung atau observasi adalah pengumpulan data dengan mengamati secara langsung kegiatan yang terkait [10]. Pada buku lain, Sugiyono mengemukakan bahwa dasar dari semua ilmu pengetahuan adalah pengamatan [11]. Pengamatan bertujuan untuk mendapatkan informasi, kemudian informasi yang diperoleh akan dicatat dan direkan. Dalam hal observasi, tim panitia pelatihan melakukan pengamatan langsung ke mitra KPM yang memiliki usaha.

Dalam bukunya, Sugiyono menyatakan tanya jawab atau wawancara, adalah langkah untuk mengumpulkan data agar mendapatkan apa yang mitra butuhkan, menguraikan masalah, dan untuk mengetahui hal-hal lebih dalam dari sejumlah responden [11]. Diungkapkan pada bukunya, menurut Nazir melalui wawancara langsung dengan responden, peneliti mendapatkan informasi yang dibutuhkan supaya mencapai tujuan penelitian [12]. Sebuah alat bantu yaitu panduan wawancara, dapat digunakan untuk

mendukung tahap wawancara. Pada tahap ini, tim panitia pelatihan melakukan wawancara kepada beberapa mitra KPM yang memiliki usaha, untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan pelatihan.

Pada buku yang diterbitkannya, Nazir mengemukakan bahwa studi pustaka merupakan Langkah untuk mengumpulkan data dengan mengupas buku-buku, jurnal, penelitian, literatur-literatur, yang berhubungan dengan masalah atau topik yang sedang diteliti [12].

Untuk memperoleh konsep dasar secara tertulis, maka dalam tahap studi Pustaka ini ditempuh dengan menggali informasi dan data dari literatur atau sumber Pustaka lainnya, yang berhubungan dengan masalah atau topiknya. Dalam tahap ini, tim panitia pelatihan menjalankan studi literatur dengan mengupas berbagai sumber jurnal, penelitian, literatur-literatur sesuai dengan topik kegiatan pelatihan.

Dari metode pengumpulan data diatas, maka rangkaian keterkaitan antara kegiatan yang dilakukan adalah tim panitia pelatihan melakukan analisis kebutuhan pengguna ke wilayah Komunitas Pengusaha Muda, tim panitia pelatihan membuat hasil analisa kebutuhan dengan merancang kebutuhan pelatihan, tim panitia pelatihan membuat modul pelatihan yang akan digunakan sebagai panduan bagi peserta pelatihan, tim panitia pelatihan melakukan persiapan untuk pelaksanaan pelatihan, tim panitia pelatihan melaksanakan pelatihan dan melakukan evaluasi kepada peserta pelatihan dengan memberikan latihan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan ini merupakan salah satu kegiatan pengabdian masyarakat yang bermitra dengan kalangan Komunitas Pengusaha Muda (KPM). Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini mengambil tempat di Laboratorium Komputer ICT Terpadu Universitas Budi Luhur, Jakarta. Hal ini untuk memfasilitasi sarana pelatihan bagi mitra KPM. Instrumen pelaksana kegiatan pengabdian pada masyarakat sebagai pendukung yang tersedia di Laboratorium ICT

berupa modul kegiatan pelatihan, LCD proyektor, dan komputer yang terhubung dengan internet sehingga bisa mempraktekan langsung materi pembelajaran pelatihan.

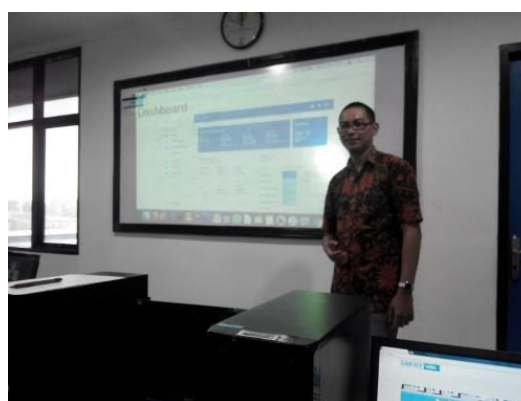
Selama rangkaian kegiatan pelatihan ini, tim panitia pelatihan juga telah menghabiskan waktu sekitar 50 jam. Rangkaian kegiatan pelatihan dimulai dari sejak pembuatan proposal, analisis kebutuhan pelatihan, pembuatan modul dan bahan ajar, persiapan pelatihan, pelaksanaan pelatihan, dan penyusunan laporan. Dalam modul pelatihan, materi yang diberikan adalah tentang pengenalan usaha *online*, *Search Engine Optimization*, teknik optimasi usaha *online*, *Google Keyword Planner*, tips sukses usaha *online*, tips *closing* dalam berjualan, mencoba tips secara nyata dalam usaha masing-masing. Materi pelatihan yang akan disampaikan oleh para instruktur, terbagi menjadi 3 bagian, antara lain materi awal, materi kedua atau lanjutan, dan materi akhir. Para peserta dapat mencoba praktikum langsung dengan komputer yang disediakan, lalu peserta dapat *review* materi serta diskusi dengan instruktur dan sesama peserta pelatihan.

Pelatihan ini berlangsung dalam 1 hari selama 10 jam, dengan mulai dari jam 8 pagi dan berakhir pada jam 6 sore, dengan termasuk istirahat makan siang dan sholat. Kegiatan pelatihan diawali dengan adanya pembukaan dari kedua belah pihak dan dilanjutkan dengan penyampaian materi awal, tentang pengenalan usaha *online* secara umum dan spesifik dari masing-masing usaha yang telah dijalani oleh peserta yang disampaikan oleh instruktur dan juga para peserta mempraktekan pembuatan *website* sederhana.



Gambar 1. Instruktur menyampaikan materi awal

Dengan adanya dasar pemahaman tersebut, materi pelatihan kedua dilanjutkan dengan hal yang lebih teknis oleh instruktur pada sisi *Search Engine Optimization* untuk pada *website* yang telah dibuat oleh masing-masing peserta pelatihan beserta teknik mendapatkan pendapatan secara nyata dari internet melalui Google. Setelah rehat siang, instruktur menyampaikan materi kedua. Materi ini semakin digemari oleh peserta dikarenakan para peserta mulai mendapatkan pendapatan secara nyata, sehingga para peserta melakukan modifikasi dengan penambahan fitur pada *website* masing-masing.



Gambar 2. Instruktur menyampaikan materi kedua

Menjelang sore sebagai materi akhir, maka para peserta mendapatkan pelatihan tentang tips dan trik dalam melakukan *closing* terhadap transaksi penjualan yang sering dihadapi yang disampaikan oleh instruktur. Pada bagian akhir untuk penutup, instruktur melakukan diskusi dan tanya jawab kepada peserta mengenai materi pelatihan yang telah disampaikan sebelumnya, dan praktek yang telah dilakukan dalam mengembangkan usaha *online* para peserta dengan memanfaatkan internet. Sebelum peserta kembali, tak lupa dilakukan foto bersama instruktur dengan para peserta pelatihan.



Gambar 3. Instruktur menyampaikan materi akhir

Kegiatan pelatihan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 15 peserta dari mitra KPM yang sudah meluangkan waktunya untuk datang ke Laboratorium ICT. Sedangkan tim panitia pelatihan terdiri dari 3 orang instruktur dan 2 orang asisten instruktur. Informasi daftar hadir peserta dapat dilihat di Gambar 4.

DAFTAR HADIR PESERTA		
Pelatihan Optimasi Pemasaran Online melalui Google Search Engine Kerjasama dengan KPM		
Hari : Sabtu		
Tanggal : 18/01/2018		
Jam : 08		
No	Nama	Tanda Tangan
1	Wahyu Widodo	
2	ALI IMPER	
3	WISNU DWIATMOKO	
4	M. YUAN RANA	
5	Nasro	
6	Rahma Tri Subowo	
7	Yuliana Triana Dewi	
8	Mariyati	
9	DAMM6	
10	Eka Fitri	
11	Nken Pisanli	
12	LOVE	
13	SATRIO	
14	FAYAN	
15	SURBO	
16		
17		

Gambar 4. Daftar Hadir Peserta Pelatihan Optimasi Pemasaran Online Dengan SEO

Hasil yang didapatkan setelah dilaksanakan kegiatan pelatihan pengabdian pada masyarakat yaitu, peserta mendapatkan pengetahuan tentang pemanfaatan Google tidak saja sebagai mesin pencari, tetapi juga

terdapat *tools* lainnya yang berguna dalam mengembangkan usaha secara *online*, peserta menghasilkan sebuah *website* yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk usahanya dengan memanfaatkan fitur yang terdapat pada Google, para peserta mendapatkan informasi tentang kelebihan Google dan fiturnya dan telah menerapkannya pada *website* masing-masing peserta untuk keperluan bisnis pada dunia maya.

5. KESIMPULAN

Dengan telah dilakukannya pelatihan pengabdian pada masyarakat ini, dapat disimpulkan bahwa para peserta pelatihan mendapatkan informasi tentang pemasaran produk usaha secara *online*, terutama teknik optimasi pemasaran *online* dengan mesin pencari Google, mendapatkan pengetahuan tentang pengembangan usaha secara *online*, serta mencoba tips dan trik tentang dunia usaha secara *online* dengan memanfaatkan internet dan *tools* yang tersedia. Hal ini berdampak pada bertambahnya pemahaman peserta dalam usaha *online* dan pengembangan usahanya, terutama dalam memanfaatkan *tools* dan melakukan penjualan serta cara memasarkannya pada dunia maya di kalangan KPM.

6. REFERENSI

- [1] S. Sukri dan Z. Zulfikar, "Mendapatkan Peringkat Terbaik Website Pada Search Engine Dengan Metode Search Engine Optimization (SEO)," *JNKTI (Jurnal Nas. Komputasi dan Teknol. Informasi)*, vol. 4, no. 3, hal. 194–202, 2021, doi: 10.32672/jnkti.v4i3.2973.
- [2] A. Pratomo, E. Najwaini, A. Irawan, dan M. Risa, "Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan," *J. IMPACT (Implementation Action)*, vol. 1, no. 1, hal. 35, 2019, doi: 10.31961/impact.v1i1.615.
- [3] F. Amin dan E. Nurraharjo, "Optimasi Website Penjualan Buku Menggunakan Metode Search Engine Optimization (SEO) On Page dan SEO Off Page," *Pros. SENDI_U*, no.

- halaman 1, hal. 301–311, 2019.
- [4] H. Artanto dan F. Nurdiyansyah, “Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk,” *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 2, no. 1, hal. 2–5, 2017, doi: 10.31328/jointecs.v2i1.409.
- [5] W. A. Triyanto dan N. Susanti, “Optimasi Meta Tag HTML Untuk Meningkatkan Search Engine Optimization (SEO) Pada Website E-Commerce UMKM,” *Netw. Secur.*, vol. 6, no. 4, hal. 1–5, 2017.
- [6] A. Arfian, A. Yoerani, A. A. Yana, J. Siregar, dan Syafrianto, “Pelatihan Desain Produk Pemasaran Digital pada Pemuda Karang Taruna Desa Cikarageman Selama Covid-19,” *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdi. Kpd. Masyarakat)*, vol. 4, no. 3, hal. 31–34, 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>.
- [7] M. S. Sofiyana, L. D. Lestari, M. H. Triamini, A. I. Faizah, dan V. R. Ardiyansyah, “Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan,” *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdi. Kpd. Masyarakat)*, vol. 4, no. 4, hal. 96–100, 2021, doi: <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>.
- [8] E. S. Yusmartini, Mardwita, dan I. A. Fahmi, “Pendampingan Pelabelan Dan Pembuatan Website Untuk Pemasaran Produk Hasil Pengolahan Sampah Di Tps-3R Kelurahan Talang Kelapa,” *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdi. Kpd. Masyarakat)*, vol. 3, no. 4, hal. 8–13, 2020, doi: <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>.
- [9] N. L. G. R. Juliasih, P. Nauli, Nurhasanah, dan A. A. Kiswandono, “Teknik Pemasaran Sabun Cuci Piring Chemlight Berbasis Online Di Desa Fajar Baru Lampung Selatan,” *J. APTEKMAS (Jurnal Pengabdi. Kpd. Masyarakat)*, vol. 3, no. 1, hal. 18–23, 2020, doi: <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>.
- [10] N. S. Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, Cetakan 10. Bandung: Alfabeta, 2018.
- [12] M. Nazir, *Metode Penelitian*, Cetakan 10. Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.