

# IMPLEMENTASI *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO)* UNTUK DOMINASI HALAMAN PERTAMA *GOOGLE* PADA PRODUK UMKM ASPIKMAS KECAMATAN PURWOKERTO UTARA

Kuat Indartono\*<sup>1</sup>, Yusuf Nur Alam<sup>2</sup>, Rizky Gilang Setiawan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Amikom Purwokerto

\*e-mail: indartono@amikompurwokerto.ac.id

## ABSTRAK

Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Banyumas (ASPIKMAS) Kecamatan Purwokerto memiliki 126 anggota. Para pelaku usaha yang tergabung dalam ASPIKMAS merupakan pelaku usaha bidang produksi makanan dan jasa. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua ASPIKMAS Purwokerto Utara mendapatkan informasi beberapa permasalahan yang mereka hadapi yaitu penguasaan teknologi sebagai media bantu untuk posting produk dan akses pasar yang terbatas. Solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut maka kami mengusulkan bentuk kegiatan kepada masyarakat dengan melakukan pelatihan dan pendampingan pembuatan brosur gambar produk, brosur dalam format video dan publikasi online. Tujuan dari pengabdian ini adalah membuat dua brosur dan satu video sebagai bahan postingan di website gratisan dengan menggunakan teknik Search Engine Optimization (SEO) untuk mendominasi halaman pertama google. Postingan produk di halaman pertama google diharapkan dapat mendatangkan organic traffic dan akses pasar semakin luas dan kemungkinan produk terjual semakin banyak. Metode pengabdian ini meliputi riset kata kunci, pembuatan desain brosur konten, pembuatan akun, posting di lima platform dan evaluasi kegiatan. Hasil posting produk yang sudah dilakukan sesuai kaidah SEO berhasil terindeks google di halaman pertama pada konten youtube. Evaluasi pelaksanaan kegiatan terhadap pemahaman implementasi SEO, 45% menyatakan paham dan 55% menyatakan sangat paham.

**Kata kunci:** ASPIKMAS, Dominasi Google, Search Engine Optimization, Usaha Mikro Kecil dan Menengah

## ABSTRACT

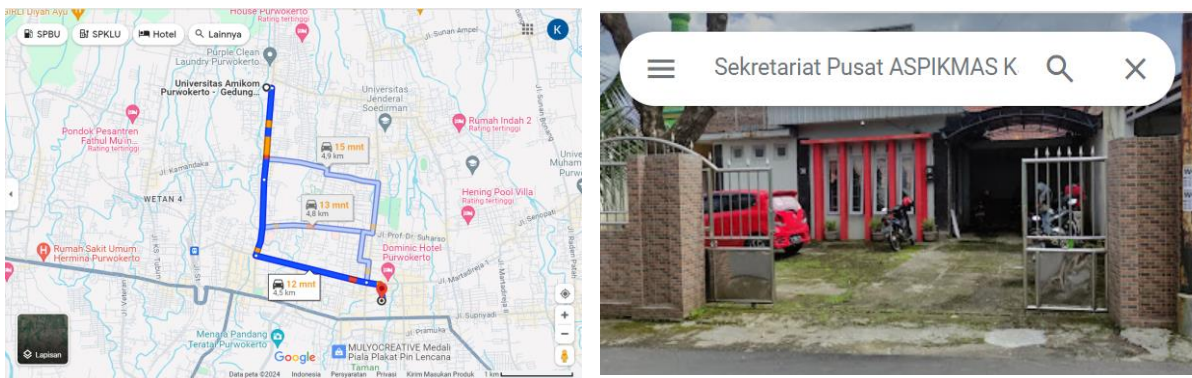
The Banyumas Micro, Small, and Medium Enterprises Association (ASPIKMAS) in Purwokerto District has 126 members. The business practitioners who are part of ASPIKMAS are involved in food production and service sectors. Based on an interview with the Chairman of ASPIKMAS Purwokerto Utara, several issues they face were identified, including the mastery of technology as a tool for product posting and limited market access. To address these problems, we propose conducting training and mentoring activities for the community, focusing on creating product image brochures, video brochures, and online publications. The goal of this service is to produce two brochures and one video to be used as postings on free websites, employing Search Engine Optimization (SEO) techniques to dominate Google's first page. Posting products on Google's first page is expected to generate organic traffic, widen market access, and increase the likelihood of product sales. The method includes keyword research, brochure content design, account creation, posting on five platforms, and activity evaluation. The results show that product postings done according to SEO principles were indexed by Google on the first page of YouTube content. In the evaluation of the implementation of SEO, 45% of participants understood it well, and 55% understood it very well.

**Keywords:** ASPIKMAS, Google Domination, Search Engine Optimization, Micro, Small, and Medium Enterprises

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM mempunyai peranan penting dalam perekonomian Indonesia karena UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam skala besar terutama di pedesaan dan pinggiran kota sehingga dapat mengurangi angka pengangguran, selain dapat menyerap tenaga kerja, UMKM dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan (Luh Darmayanti et al., 2023). Sektor UMKM menyumbang sebanyak 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), setara

dengan Rp9.580 triliun, dan bahkan UMKM memberikan kontribusi sebesar 97% terhadap penyerapan tenaga kerja, menurut informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM (Suyadi et al., 2018). Data tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 65,5 juta UMKM, yang jumlahnya mencapai 99% dari total unit usaha (Haryo Limanseto, 2023). Adapun data pelaku usaha di Banyumas mencapai 5.242 yang tercatat di Data UMKM Kabupaten Banyumas (DinKop UKM Provinsi Jawa Tengah, 2024). Pelaku usaha di Banyumas tergabung dalam beberapa organisasi baik paguyuban maupun asosiasi. Salah satu asosiasi yang ada di Banyais yaitu Asosiasi Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah Banyais (ASPIKMAS) merupakan kumpulan pelaku usaha yang ada di Banyumas (Munsa Idah et al., 2023). Sekretariat Pusat ASPIKMAS Kabupaten Banyumas berada di Jl. Jend. Suprpto Gg. III No.30, Kauman Lama, Purwokerto Lor, Kec. Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53114. Lokasi mitra dengan sekretariat sekitar 4,5 m dari Kampus Universitas Amikom Purwokerto. Adapun gambaran lokasi dan tempat sekretariat dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1.** Lokasi dan Kantor Sekretariat Pusat ASPIKMAS Banyumas.

Aspikmas dalam struktur organisasinya membentuk Kordinator Kecamatan (Korcama) di Kabupaten Banyumas untuk efektifitas dalam menjalankan organisasi dan tugasnya. Salah satu yang menjadi sasaran pengabdian kami adalah ASPIKMAS Purwokerto Utara. Aspikmas Purwokerto Utara sendiri memiliki anggota sebanyak 126 pelaku usaha yang tergabung dalam group *WhatsApp* (WA). Dari hasil wawancara dengan Bapak Kuwatno Setianto selaku Korcam Purwokerto Utara mengatakan bahwa produk-produk yang ada pada Aspikmas Purwokerto Utara sebagian besar merupakan produk makanan dan minuman. Beberapa produk jasa diantaranya Biro Umroh, Jasa Sewa Mobil dan Jasa Jahit Pakian. Terkait manajemen usaha, beberapa mitra juga sudah menerapkan manajemen keuangan dengan baik. Sebagian besar juga sudah pernah mendapatkan pelatihan tentang pengelolaan keuangan usaha. Pengelolaan keuangan dengan menggunakan aplikasi Si APIK.

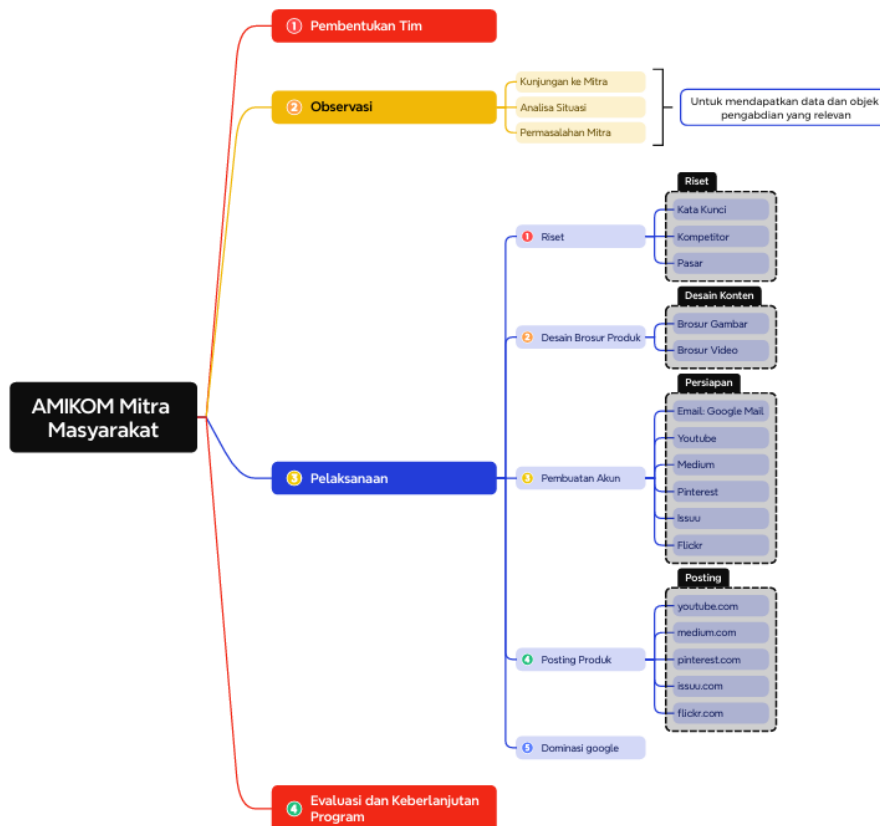
Bapak Kuwat Setianto juga menyampaikan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha khususnya di Purwokerto yaitu akses pasar. Akses pasar tentunya dibarengi dengan penguasaan teknologi seperti desain untuk brosur produk, konten baik gambar maupun video. Ketika sudah ada brosur gambar, video bagaimana cara publikasi secara online biar produk bisa dilihat oleh banyak orang calon *customer*. Dengan informasi produk yang bisa diakses online harapannya bisa mendatangkan pembeli sehingga akses pasar semakin luas.

Berdasarkan permasalahan mitra yaitu akses pasar, maka kami mengusulkan solusi berupa penerapan teknologi. Penerapan teknologi tersebut yaitu dengan memanfaatkan platform digital untuk menjangkau konsumen secara online yang dapat meningkatkan akses pasar. Solusi yang ditawarkan yang pertama dengan memberikan pelatihan desain brosur produk dan konten video produk. Pelatihan desain brosur produk dengan menggunakan

aplikasi Canva (Sholeh et al., 2023). Luarannya berupa desain brosur produk sebanyak dua brosur. Pelatihan konten video dengan menggunakan aplikasi *CapCut* dengan luaran berupa satu konten video (Desi Harsoyo et al., 2023). Kedua yaitu publikasi produk secara online dilakukan dengan menggunakan website gratisan dengan lima platform yaitu: *youtube.com*, *medium.com*, *pinterest.com*, *issuu.com*, *carousell.com*. Penggunaan kelima platform tersebut dengan cara optimasi dengan teknik *Search Engine Optimization* (Hasanudin & Widiyasono, 2021) (Artanto et al., 2017). Target luaran berupa posting di lima platform tersebut dan mendominasi halaman pertama google.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilalui dengan beberapa tahapan, yang pertama pembentukan tim pelaksana yang terdiri dari satu Dosen dan dua Mahasiswa sebagai anggota. Tahap kedua observasi dilakukan dengan mengunjungi Ketua ASPIKMAS Purwokerto dan melakukan wawancara untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Tahap ketiga pelaksanaan pelatihan sebagai prioritas solusi masalah dengan memberikan soft skill berupa pelatihan desain brosur produk, konten video produk, website gratisan, upload brosur dan video ke lima platform. Hasil dari pelatihan ini diharapkan produk dari pelaku usaha yang tergabung di ASPIKMAS Purwokerto dapat mendominasi halaman pertama google. Tahap terakhir berupa review pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan dengan memberikan kuesioner tentang manfaat kegiatan, penguasaan skill dan tindak lanjut kegiatan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh pelatihan dan penyerapan materi pelatihan kepada peserta. Adapun tahapan pelaksanaan pengabdian AMIKOM Mitra Masyarakat dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Pengabdian AMM

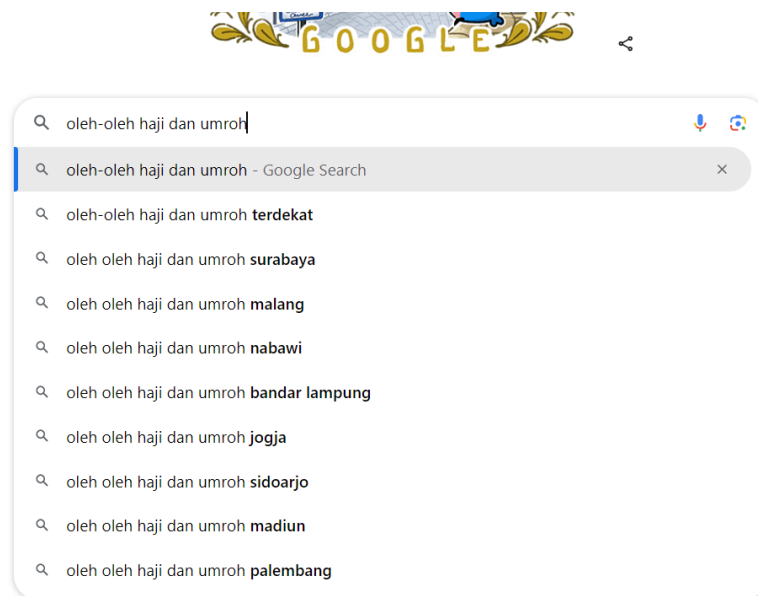
### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada masyarakat sekema Amikom Mitra Masyarakat (AMM) ini terselenggara berkat kerjasama dengan Asosiasi Pengusaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kabupaten Banyumas (ASPIKMAS). Kegiatan pengabdian ini mampu membuka wawasan bagu anggota ASPIKMAS Kec. Purwokerto Utara khususnya tentang *SEO* sebagai upaya untuk memperkenalkan produk UMKM dengan terindeks di halaman pertama *google*. Berikut adalah foto kegiatan selama pelaksanaan pengabdian berlangsung.



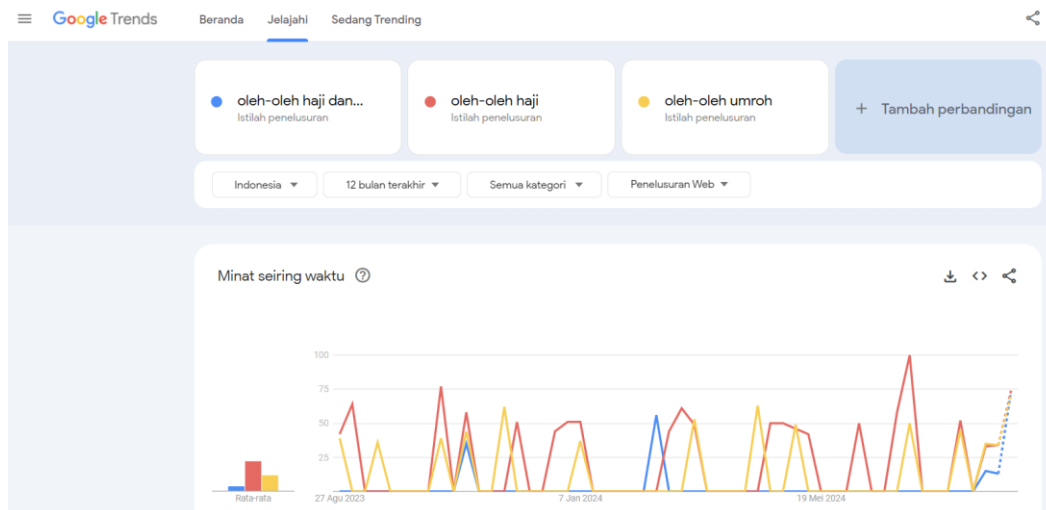
**Gambar 3.** Foto peserta sedang menyimak materi SEO dan foto bersama.

Kegiatan Amikom Mitra Masyarakat (AMM) diawali dengan riset kata kunci, dengan menggunakan tools pencarian pada google search engine. Praktek pertama dengan menuliskan kata kunci oleh-oleh haji dan umroh pada salah satu UMKM dengan nama usaha AS-Siha (oleh-oleh haji dan umroh) seperti pada gambar 4. Terlihat sepuluh kata kunci yang nantinya akan digunakan untuk penggunaan kata kunci yang tepat.



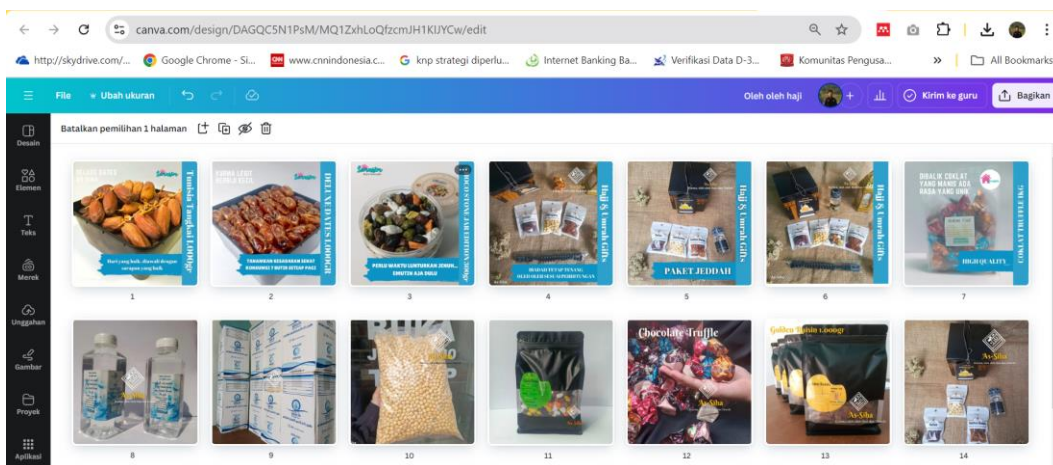
**Gambar 4.** Kata kunci yang dimasukkan ke google search engine.

Langkah berikutnya dengan menggunakan kata kunci tersebut kita bandingkan dengan kata kunci oleh-oleh haji dan oleh oleh umroh dengan menggunakan google trends, dengan rentan pencarian sekitar 12 bulan terakhir, adapapun hasilnya diperoleh kata kunci yang banyak dicari adalah oleh-oleh haji yang dapat dilihat pada gambar 5.



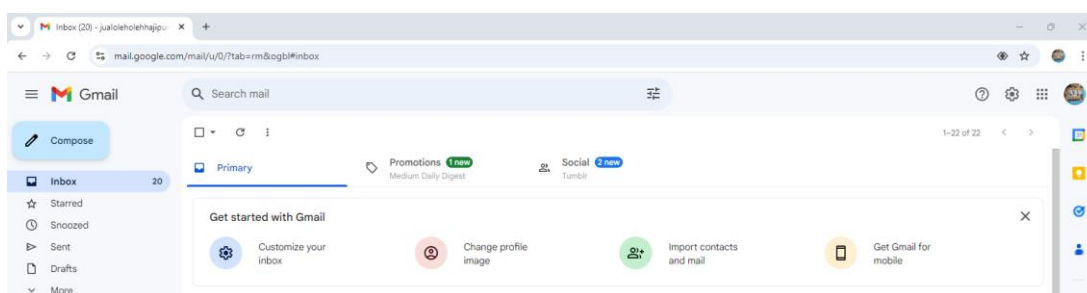
Gambar 5. Google trends untuk membandingkan kata kunci

Langkah berikutnya menyiapkan desain konten untuk posting di lima platform. Desain konten dalam bentuk brosur gambar dan brosur video. Pembuatan desain konten menggunakan aplikasi canva. Hasil pembuatan konten dapat dilihat pada gambar 6.



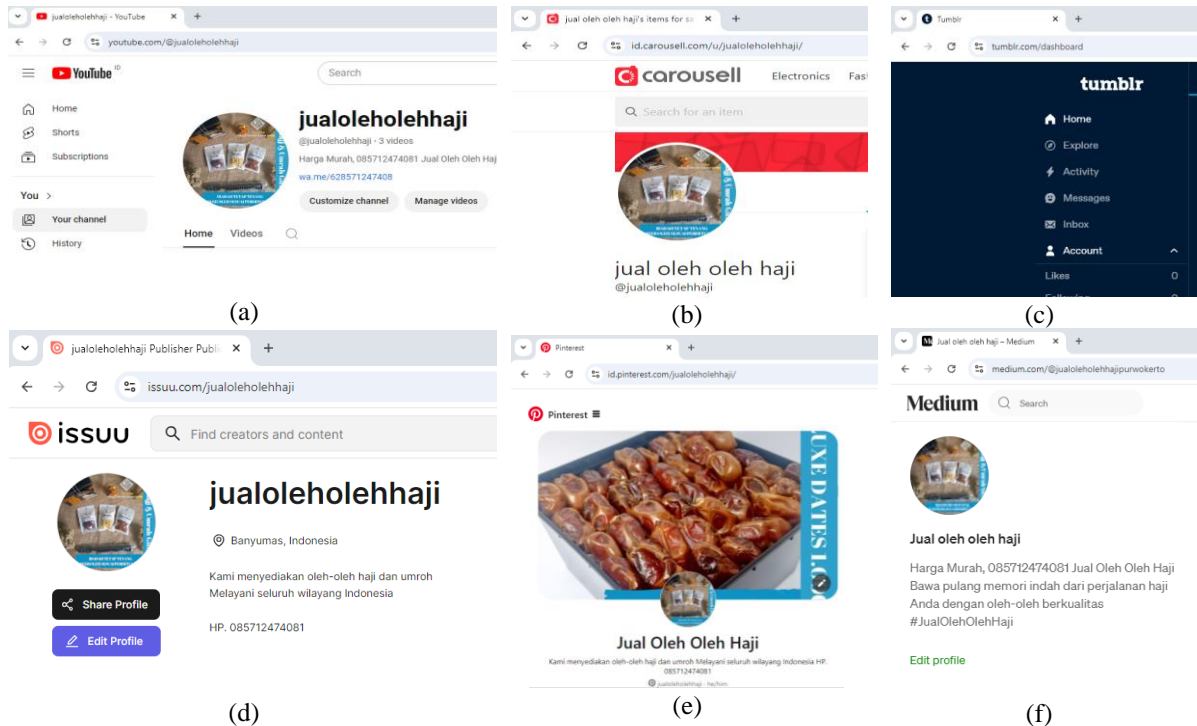
Gambar 6. Desain produk menggunakan aplikasi canva.

Langkah berikutnya dengan membuat akun *Gmail*. Akun *Gmail* dibuat dengan nama menyesuaikan riset kata kunci oleh-oleh haji, sehingga kita buat dengan nama jualoleholehhajipurwokerto@gmail.com. Akun *Gmail* yang berhasil dibuat dapat dilihat seperti pada gambar 7.



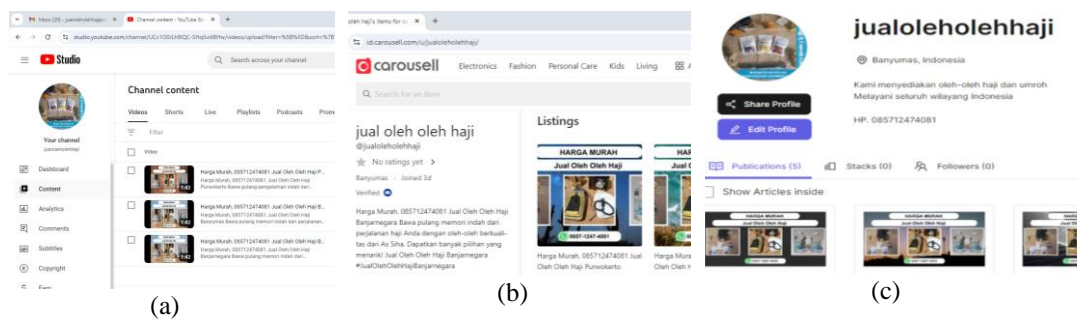
Gambar 7. AkunGmail.

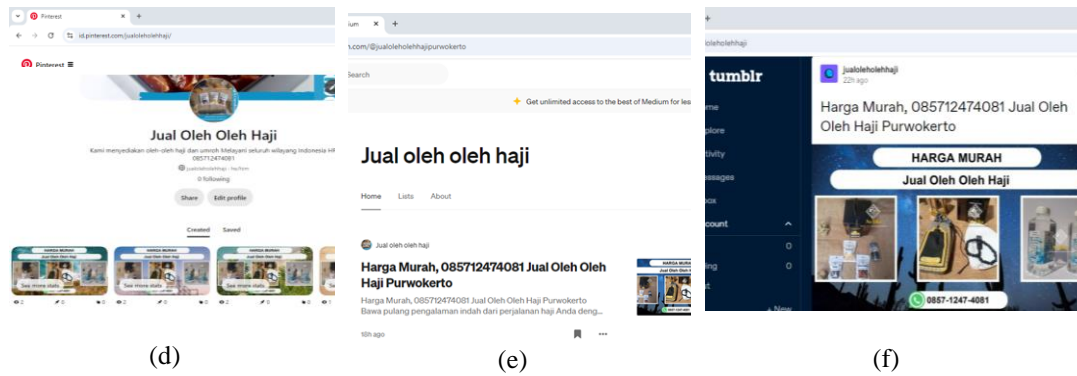
Akun gmail tersebut nantinya akan digunakan untuk mendaftar ke akun *carousell.com*, *issuu.com*, *pinterest.com*, *medium.com* dan *tumblr.com*. Hasil pembuatan akun dapat dilihat pada gambar 8.



Gambar 8. Akun (a) youtube.com (b) carousell.com (c) issuu.com (d) pinterest.com (e) medium.com (f) tumblr.com.

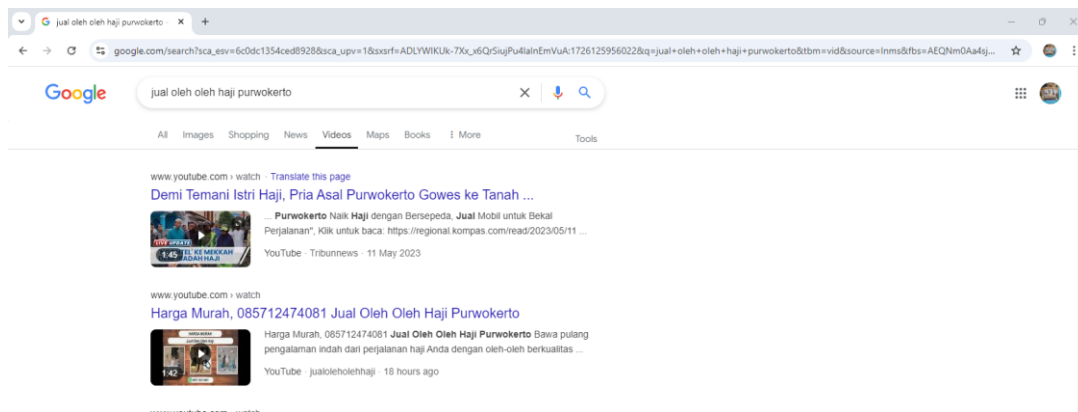
Langkah berikutnya berupa upload produk ke 6 akun yang sudah dibuat, dengan menggunakan teknik *Search Engine Optimization (SEO)* untuk mendominasi halaman pertama google. Hasil unggahan produk oleh-oleh haji pada gambar 9.





**Gambar 9.** Hasil postingan produk di akun (a) youtube.com (b) carousell.com (c) issuu.com (d) pinterest.com (e) medium.com (f) tumblr.com.

Langkah selanjutnya berupa pengecekan di halaman pertama *google* pada pencarian dengan memasukkan kata jual oleh oleh haji purwokerto. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa dengan kata pencarian tersebut didapatkan produk tersebut di halaman pertama *google*. Seperti terlihat pada gambar 10.



**Gambar 10.** Hasil penelusuran halaman pertama *google.com*

Tahap terakhir berupa evaluasi dan keberlanjutan program. Evaluasi dilaksanakan untuk mengetahui capaian program pengabdian yang sudah dilaksanakan terhadap kepuasan peserta. Berikut hasil kuesioner kepuasan peserta kegiatan implementasi *Search Engine Optimization (SEO)* untuk dominasi halaman pertama *google*.

**Tabel 1. Kuesioner kepuasan peserta kegiatan *SEO***

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Materi PkM sesuai dengan kebutuhan Mitra	-	-	-	4	7
2	Kegiatan PkM yang dilaksanakan sesuai harapan	-	-	-	7	4
3	Cara narasumber menyajikan materi PkM menarik	-	-	-	6	5
4	Materi yang disajikan jelas dan mudah dipahami	-	-	-	5	6
5	Waktu yang disediakan sesuai untuk penyampaian materi dan kegiatan PkM	-	-	2	6	3
6	Mitra berminat untuk mengikuti kegiatan PkM selama sesuai dengan kebutuhan Mitra/peserta	-	-	1	5	5
7	Anggota PkM yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan	-	-	-	7	4

---

8	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang diajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota pengabdian yang terlibat	-	-	-	7	4
9	Mitra mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan PkM yang dilaksanakan	-	-	-	8	3
10	Kegiatan PkM berhasil meningkatkan kemampuan peserta	-	-	1	6	4
11	Secara umum, mitra puas terhadap kegiatan PkM	-	-	-	5	6

---

Hasil kuesioner peserta pelatihan implementasi *SEO*, terkait kebutuhan peserta terhadap pelatihan tersebut 36% Setuju dan 64% Sangat Setuju. Hasil kuesioner peserta pelatihan implementasi *SEO*, terkait manfaat pelatihan sesuai harapan: 73% Sesuai dan 27% Sangat Sesuai. Hasil kuesioner peserta pelatihan implementasi *SEO*, terkait pemahaman peserta terhadap materi pelatihan: 45% Paham dan 55% Sangat Paham.

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bekerjasama dengan ASPIKMAS Kecamatan Purwokerto Utara berhasil dilaksanakan. Riset kata kunci, pembuatan desain brosur produk, pembuatan akun dan posting produk sudah dilakukan. Hasil posting produk sesuai kaidah *SEO* berhasil terindeks google di halaman pertama pada konten youtube. Hasil evaluasi terhadap pemahaman implementasi *SEO*, 45% menyatakan paham dan 55% Sangat Paham. Kelebihan dari pelaksanaan ini peserta sangat antusias. Kekurangan dari kegiatan ini yaitu peserta menggunakan hand phone sehingga kurang maksimal. Tindak lanjut pelatihan ini akan diadakan pendampingan terjadwal setiap dua minggu.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih ami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) atas pendanaan yang diberikan kepada kami melalui program Amikom Mitra Masyarakat (AMM) Tahun 2024, serta kepada Ketua ASPIKMAS Kecamatan Purwokerto Utara atas kerjasamanya sehingga acara Pengabdian dapat berjalan dengan lancar dan sukses.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Artanto, H., Nurdiyansyah, F., & Widyagama Malang, U. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1(2). <http://info.cern.ch/>
- Desi Harsoyo, T., Puspitasari, K. A., & Kusuma, N. T. (2023). Pelatihan Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Gig's Batik di Yogyakarta. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(2), 170–181.
- DinKop UKM Provinsi Jawa Tengah. (2024, November 3). *Data UMKM Per Kab/Kota*. <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/umkm>
- Haryo Limanseto. (2023). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. [www.ekon.go.id](http://www.ekon.go.id)
- Hasanudin, & Widiyasono, N. (2021). Implementasi Yoast Seo Dan Optimasi Keyword Untuk Meningkatkan Rank Pada Google Search Engine Result Page (SERP). *Jurnal Siliwangi*, 7(2), 58–65.

- Munsa Idah, Y., Yunanto, A., & Rahmawati, J. (2023). *Pelatihan Administrasi Keuangan Pada Pelaku UMKM ASPIKMAS Purwokerto*. 4, 3181–3187. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4>
- Sholeh, M., Suraya, S., & Rachmawati, Rr. Y. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Desain Konten Promosi Bagi Pelaku UMKM. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 107–113. <https://doi.org/10.24071/aa.v6i2.6667>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1). <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Luh Darmayanti, N., Widiangga Gautama, N., Prima Gilang Rupaka, A., Mahadita Candrarahayu, A., Rafi, M., Putri Aurora Pramudita, A., Wulan Andari, T., & Deo Nara Adnyana Yondhika, K. (2023). *Development Of Platform Use E-Commerce As A Means Of Increasing The Potential Of MSME Enterprises In Kintamani Tourism Village* (Vol. 3, Issue 2).

First Publication Right

SUBSERVE: Community Service and Empowerment Journal

This Article is Licensed Under

