PROPOSAL
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
SKEMA PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MANDIRI

Pelatihan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran Digital dan Penerapan Search Engine Optimization (SEO)

Oleh:

ERI RIANA, ST, M.Kom (0421058403)

MEIVA EKA SRI SULISTYAWATI, S.S, M.Pd. (0401058601)

ADIANTA SEBAYANG, S.Sos, MM (0318067803)

MOHAMMAD AMAS LAHAT, S.Ag, MM (0320046702)

GIESCHA RAMADHANI WIWENAR (19230032)

WULAN RAMADHANI (19230034)

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

AGUSTUS 2024

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul	:	Pelatihan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran Digital dan Penerapan Search Engine Optimization (SEO)
2. Mitra	:	Yayasan Pkp
3. Ketua Pelaksana		
a. Nama Lengkap	:	Eri Riana ST, M.Kom
b. Jenis Kelamin	:	Laki-laki
c. NIP	:	201101008
d. Jabatan Fungsional	:	Lektor
e. Program Studi	:	Teknologi Informasi (S1)
f. Email	:	eri.eea@bsi.ac.id
4. Jumlah Anggota	:	5
Nama Anggota	:	Meiva Eka Sri S S.S, M.Pd. Adianta Sebayang MM M. Amas Lahat mm
Mahasiswa yang terlibat	:	2 Orang
5. Biaya	:	Rp.4.970.000,-

Jakarta, 15 Agustus 2024

Mengetahui
Rektor UBSI

Ketua Pelaksana

Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng

Eri Riana ST, M.Kom

Menyetujui,
Ketua LPPM UBSI

Dr. Taufik Baidawi, M.kom

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL i
HALAMAN PENGESAHAN 1
DAFTAR ISI 3
RINGKASAN iv
I. PENDAHULUAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
II. SOLUSI PERMASALAHAN 5
III. METODE PELAKSANAAN 5
IV. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN 6
V. ANGGARAN 6
VI. JADWAL KEGIATAN 7
DAFTAR PUSTAKA 7

RINGKASAN

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan ilmu yang di dapatkan menjadi wawasan dan pengetahuan baru kelompok UMKM PKP Jakarta . Dan dengan adanya kegiatan pelatihan ini pula diharapkan kelompok UMKM PKP Jakarta dapat mengenal mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan search engine optimization (SEO). Selain itu dengan adanya pelatihan melalui pengabdian masyarakat ini diharapkan tercapainya pelatihan dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan search engine optimization (SEO) di kelompok UMKM PKP Jakarta. Yang menjadi target kami, kelompok UMKM PKP Jakarta bisa mengoptimalkan dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO. Juga diharapkan dapat membentuk kepribadian civitas yang baik, berjiwa sosial, dan peduli terhadap sesama tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Oleh karena itu Universitas Bina Sarana Informatika khususnya Program Studi Sistem Informasi mengadakan kegiatan ini, sebagai kepedulian kami terhadap masyarakat yang membutuhkan pengetahuan mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO sehingga dapat bermanfaat ke depannya. Selain itu kegiatan yang kami lakukan ini dilaksanakan secara langsung. Kegiatan ini dilakukan dengan protokol kesehatan dan sesuai peraturan anjuran dari pemerintah. Luaran yang akan kami capai khususnya sebagai tenaga pendidik adalah memberikan dan menyalurkan ilmu yang kami dapat kepada banyak masyarakat luas, serta kami harapkan kelompok UMKM PKP Jakarta bisa menerapkan penggunaan dasar-dasar strategi bisnisnya dan penerapan SEO. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga akan menghasilkan luaran berupa publikasi media massa elektronik.

I. PENDAHULUAN

1. Analisis Situasi

Setiap Perguruan Tinggi wajib melakukan Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Masyarakat. Sebagai salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia, Universitas Bina Sarana Informatika melaksanakan Pengabdian Masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan berkaitan dengan kepedulian setiap lembaga atau institusi yang bergerak di bidang Pendidikan khususnya Pendidikan Tinggi dengan mengikuti perkembangan dan kemajuan teknologi khususnya Indonesia sebagai satu negara yang memiliki potensi sumber daya alam dan manusia yang banyak belum dapat disetarakan dengan negara-negara maju.

Mitra Pengabdian Masyarakat yang akan dilakukan adalah kelompok UMKM PKP Jakarta yang beralamat Komplek Yayasan PKP, JL.Raya PKP Kelapa Dua Wetan Ciracas Jakarta Timur. Kelompok UMKM PKP ini berjumlah lebih kurang 25 orang

Gambar 1. Profil Mitra Kelompok UMKM PKP

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat semester Genap 2024/2025 ini dilakukan di Komplek Yayasan PKP yang beralamat di JL.Raya PKP Kelapa Dua Wetan, Ciracas. Jakarta Timur. Peserta kegiatan ini terdiri dari 25 Orang.

Berdasarkan profil yang diberikan, dan kebutuhan mitra dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO khususnya kelompok UMKM PKP, maka kami memberikan solusi dengan cara memberikan pelatihan dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapa SEO. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan ilmu yang disampaikan dapat bermanfaat dan dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Ada pun profil mitra sebagai berikut:

Nama Lembaga : Yayasan PKP Ciracas Jakarta Timur

Alamat : JL.Raya PKP Kelapa Dua Wetan, Ciracas. Jakarta Timur.

Materi yang diberikan adalah berupa pelatihan mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO khususnya untuk kelompok UMKM PKP, karena para peserta masih belum paham benar mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO. Dengan adanya pemberian materi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada para peserta mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO.

Teknologi informasi saat ini sudah menjadi sebuah kebutuhan yang sangat berarti di berbagai sendi kehidupan. Bahkan teknologi informasi telah berhasil mengubah beberapa cara seseorang maupun organisasi dalam menjalankan aktivitas sehari-harinya, terlebih setelah terbukanya jaringan global dunia yang menghubungkan antar sebuah komputer dengan komputer lainnya atau disebut dengan internet.

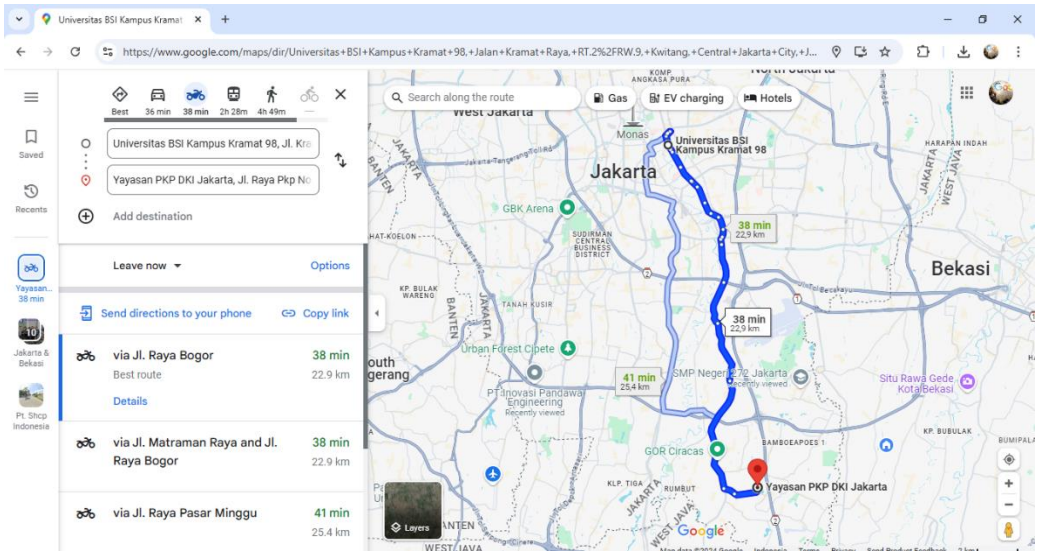
Indonesia, sebagai negara yang beragam dan berkembang pesat, telah menyaksikan lonjakan signifikan dalam jumlah UMKM yang berkontribusi secara substansial terhadap perekonomiannya (1) (2) (3). Perusahaan-perusahaan ini menyumbang sebagian besar kesempatan kerja dan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi lokal, mendiversifikasi kegiatan ekonomi, dan mendistribusikan kekayaan secara lebih merata (4) (5). Namun, dalam menghadapi dampak transformasi era digital, UMKM dihadapkan pada serangkaian tantangan baru yang membutuhkan strategi inovatif untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang (6) (7). Integrasi teknologi digital ke dalam berbagai proses dan model bisnis telah mengubah perilaku konsumen, dinamika pasar, dan norma-norma industri. UMKM kini menghadapi persaingan yang semakin ketat, perubahan ekspektasi pelanggan, dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan cepat agar tetap relevan dalam lanskap digital (8) (9). Oleh karena itu, ada kebutuhan mendesak untuk memahami bagaimana UMKM di Indonesia menerapkan strategi inovasi untuk meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan di era digital. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, terutama internet, telah mengubah lanskap bisnis secara signifikan. Era digital membawa perubahan fundamental dalam cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen, melakukan pemasaran, dan mengelola bisnis secara keseluruhan. Perusahaan yang ingin tetap relevan dan kompetitif harus mampu mengadaptasi strategi pemasaran yang efektif dalam lingkungan digital yang terus berubah. Dalam konteks ini, strategi pemasaran digital menjadi kunci penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan. Pemasaran Digital adalah suatu kegiatan pemasaran yang menggunakan internet dan teknologi informasi untuk memperluas dan meningkatkan fungsi marketing tradisional. Media sosial dengan segala kelebihannya dapat membantu dalam proses komunikasi pemasaran. Dalam menjalankan komunikasi pemasaran, perusahaan harus memiliki strategi supaya segala rencana yang

ditentukan sebelumnya dapat tercapai. Strategi yang baik akan memberikan keuntungan bagi perusahaan sebagai terwujudnya tujuan dari perusahaan tersebut (10). Strategi pemasaran digital yang efektif tidak hanya mencakup penggunaan media sosial atau iklan online, tetapi juga melibatkan pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen online, analisis data, dan penggunaan teknologi untuk menciptakan pengalaman yang menarik bagi konsumen. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, perusahaan dapat meningkatkan visibilitasnya, memperluas jangkauan pasar, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan konsumen. Pemasaran digital adalah strategi pemasaran yang menggunakan platform dan media digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Ini mencakup penggunaan internet, media sosial, ponsel, dan platform online lainnya untuk mencapai target audiens. Konsep dasar pemasaran digital melibatkan pemahaman tentang perilaku konsumen online, penggunaan data untuk mengoptimalkan kampanye, dan pemanfaatan teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran. Perubahan paradigma dalam pemasaran dari tradisional ke digital terjadi karena perubahan pola perilaku konsumen. Konsumen modern cenderung lebih terhubung secara digital, menggunakan internet dan media sosial untuk mencari informasi, berinteraksi dengan merek, dan melakukan pembelian. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengubah pendekatan pemasaran mereka, beralih dari metode tradisional seperti iklan di media cetak dan televisi, menuju pemasaran digital yang lebih terukur dan terarah. Konsep dasar pemasaran digital melibatkan beberapa elemen kunci, termasuk optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran konten, media sosial, dan analisis data. SEO merupakan praktik untuk meningkatkan visibilitas situs web perusahaan di hasil mesin pencari, sehingga memungkinkan konsumen menemukan informasi tentang produk atau layanan perusahaan dengan lebih mudah. Pemasaran konten melibatkan pembuatan dan distribusi konten yang relevan dan berharga untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dititik beratkan dalam bentuk pelatihan tentang dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO bagi kelompok UMKM PKP. Oleh karena itu, Universitas Bina Sarana Informatika Jakarta, khususnya Program Studi Sistem Informasi mengadakan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dengan cara tatap muka langsung, sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat yang membutuhkan ilmu pengetahuan mengenai dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan dapat memberikan ilmu tambahan bagi kelompok UMKM PKP sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat.

2. Peta Lokasi Mitra

Jarak peta lokasi antara mitra kelompok UMKM PKP, JL.Raya PKP Kelapa Dua Wetan Ciracas, Jakarta Timur dengan perguruan tinggi Universitas Bina Sarana Informatika adalah 22.9 Km dengan waktu tempuh perjalanan 38 menit.



Gambar 2. Peta Lokasi Mitra Kelompok UMKM PKP

3. Permasalahan Mitra

Dalam melaksanakan kemitraan pengabdian ini, kami dan mitra melakukan penentuan permasalahan dimana ditemukan bahwa mitra masih belum memahami pentingnya SEO (Search Engine Optimization) dan strategi pemasaran digital mereka. Sebagian besar mitra UMKM PKP hanya mengandalkan pemasarannya dari mulut ke mulut untuk mempromosikan produk mereka, sehingga kami menyepakati melakukan pelatihan dasar-dasar strategi pemasaran digital dan penerapan SEO (Search Engine Optimization) untuk kelompok UMKM PKP, sehingga para peserta dapat dengan mudah memahami dikarenakan dari civitas akademik membuatkan modul agar dapat dengan mudah dipahami dan praktek secara langsung.

II. SOLUSI PERMASALAHAN

Solusi permasalahan dalam Pengabdian Masyarakat ini memuat hal-hal berikut :

a. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan dapat memberikan ilmu tambahan bagi peserta UMKM PKP untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari, meningkatkan trafik website, meningkatkan brand awareness dan ilmu untuk meningkatkan konversi penjualan.

b. Melakukan perencanaan yang matang untuk menerapkan strategi SEO meliputi menentukan tujuan SEO, membuat daftar kata kunci, menganalisis website dan membuat konten yang berkualitas.
c. Melakukan berbagai upaya untuk mengoptimalkan website, konten, dan media sosial UMKM PKP dengan SEO.
d. Upaya dari Universitas Bina Sarana Informatika program studi Sistem Informasi dengan membentuk unit-unit usaha berbasis produk intelektual Dosen dan mahasiswa.
e. Menghasilkan modul pelatihan yang dapat digunakan untuk meningkatkan dalam proses cara penggunaan SEO dan dasar-dasar strategi pemasaran digital.
f. Hasil program pengabdian masyarakat ini bisa dijadikan sebagai bahan untuk menyusun kebijakan baru oleh lembaga perguruan tinggi, khususnya Universitas Bina Sarana Informatika program studi Sistem Informasi.

III. METODE PELAKSANAAN

Pada Metode Pelaksanaan ini kami telah melakukan beberapa tahapan diantaranya: melakukan survey 1 (Pertama) sampai dengan 2 (Kedua) minggu sebelum melakukan pelaksanaan serta kami akan membuat pelaporan sebagai bukti atau arsip bahwa sudah melakukan pengabdian masyarakat guna untuk mendukung kegiatan kedepannya sehingga apabila ada keperluan dalam sebuah pengarsipan sudah siap serta bisa digunakan sebagai referensi bila ingin digunakan oleh rekan-rekan dosen lainnya.

Selanjutnya, mengenai langkah-langkah yang akan dilakukan dalam presentasi penyuluhan adalah sebagai berikut:

Pertama, membangun minat kelompok UMKM PKP dengan memberikan pemahaman pentingnya kemampuan peserta dalam menggunakan SEO dan dasar-dasar strategi pemasaran digital, khususnya menilai sudah sejauh mana kemampuan peserta dalam menggunakan SEO dengan baik. Hal ini perlu dilakukan mengingat pada era ini hampir semua orang lebih tertarik menggunakan pemasaran digital dengan menggunakan computer dan perangkat gadgetnya.

Kedua, membangun sikap percaya diri dengan memberikan stimulasi dalam dirinya. mengenai pemahaman tentang penggunaan social media. Oleh karena itu perlu adanya stimulasi dan memberikan pemahaman apa saja yang harus dilakukan sebelum menggunakannya.

Ketiga, memberikan penyuluhan terkait penggunaan search engine optimization (SEO) yang

bisa dipergunakan dengan baik dan dasar-dasar strategi pemasaran digital. Pada tahap ini pemateri yang akan memberikan serangkaian materi tentang penggunaan SEO melalui perangkat IT.

Materi Pelatihan Cara Penggunaan Social Media Dengan Baik Pada kelompok UMKM PKP Jakarta Timur, dengan pelaksanakan yaitu:

Hari/Tanggal	: Minggu/ 20 Oktober 2024
Tempat	: Yayasan PKP, JL.Raya PKP RT.01/RW.08, Kelapa Dua Wetan, Kec.Ciracas. Jakarta Timur
Waktu	: 10:00 sd 12.00
Peserta	: 25 Orang
Penanggung Jawab	: Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, MM, M.Kom, M.Pd, IPU, ASEAN Eng
Ketua Pelaksana	: Eri Riana, ST, M.Kom
Koordinator Tutor	: Meiva Eka Sri Sulistyawati, S.S, M.Pd
Team Tutor	: Mohammad Amas Lahat, S.Ag, MM Adianta Sebayang, S.Sos, MM
Anggota	: Giescha Ramadhani Wiwenar, Wulan Ramadhani
Tugas dan Tanggung Jawab	
(Ketua)	: Eri Riana, ST, M.Kom Melakukan Koordinator dan Mengidentifikasi Kegiatan yang akan berlangsung dan mengajukan proposal.
(Koodinator Tutor)	: Meiva Eka Sri Sulistyawati, S.S, M.Pd Mengkoordinir Modul yang akan digunakan dalam Kegiatan pengabdian masyarakat, bertindak sebagai tutor penjelasan materi dan membuat laporan hasil pengabdian masyarakat.
(Team Tutor)	: Mohammad Amas Lahat, S.Ag, MM Melakukan Tugas sebagai Tim yang memberikan pelatihan kepada peserta, membuat press release, dan merekap kuisioner excel dan kuisioner pdf.
	: Adianta Sebayang, S.Sos, MM Melaksanakan Absensi peserta dan mengkoordinir alat-alat perangkat kegiatan

seperti memastikan PC/ Laptop yang digunakan Tidak Bermasalah

(Anggota/mahasiswa) : Giescha Ramadhani Wiwenar, Wulan Ramadhani
Membantu para peserta dalam pelatihan

Kegiatan : Dilakukan secara langsung dan *zoom*

Dengan akan adanya pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini partipasi dari mitra sangat baik dan merespon dengan positif dikarenakan pelatihan yang diberikan dari Universitas melalui kami sebagai civitas sangat bermanfaat dan positif selain menambah ilmu menambah pula silahturahim dapat juga menambah wawasan bagi mitra dalam penggunaan SEO dan dasar-dasar strategi pemasaran digital. Selain partisipasi yang sangat antusias sekali, kami pun mengharapkan berkelanjutan dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini ke depannya, dengan materi materi yang lebih banyak lagi dan makin luas. Sehingga ilmu yang kami salurkan bermanfaat bagi masyarakat banyak.

IV. LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Hasil dan target yang dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, adalah:

a. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan dapat memberikan ilmu tambahan bagi kelompok UMKM PKP sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat.
b. Upaya dari Universitas Bina Sarana Informatika program studi Sistem Informasi dengan membentuk unit-unit usaha berbasis produk intelektual dosen dan mahasiswa.
c. Menghasilkan modul pelatihan yang dapat digunakan untuk meningkatkan dalam proses cara penggunaan search engine optimization (SEO) dengan baik dan dasar-dasar strategi pemasaran digital .
d. Hasil program Pengabdian Masyarakat ini bisa dijadikan sebagai bahan untuk menyusun kebijakan baru oleh lembaga perguruan tinggi, khususnya Universitas Bina Sarana Informatika program studi Sistem Informasi.

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Lokal	Sudah terbit
2	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Iya
		Keterampilannya meningkat	Iya
		Pelayanannya meningkat	Iya

V. ANGGARAN

Berikut rencana anggaran biaya dalam melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat, meliputi:

HONOR					
No	Item Honor Kegiatan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Transportasi	3 Orang	300.000	300.000	900.000
Total Honor					900.000
BELANJA BAHAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Spanduk	1 Paket	600.000	-	600.000
2	X Banner	1 Paket	500.000	-	500.000
3	Konsumsi 40 Org x 20.000	40 Org	20.000	-	810.000
4	Pendamping 10 Orang x 20.000	10 Org	20.000	-	200.000
Total Belanja Bahan					2.110.000
BELANJA BARANG NON OPERASIONAL					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Foto copi	40	6.500	-	260.000
2	Kouta Internet	2 PKT	100.000	-	200.000
3	Sovenir (60 x 20.000)	60 PKT	20.000	-	1.200.000
Total Belanja Barang Non Operasional					1.660.000
BIAYA PERJALANAN					
No	Item Bahan	Volume	Satuan	Honor (Rp)	Total (Rp)
1	Bahan Bakar Mobil (39,2 Liter)	1 PKT	7650	-	300.000
Total Biaya Perjalanan					300.000
Total Keseluruhan					4.970.000

VI. JADWAL KEGIATAN

No	Nama Kegiatan	Minggu/Bulan				
		September	Oktober	November	Desember	Januari
1	Survey lokasi PM	v	-	-	-	-
2	Pembuatan proposal	-	v	-	-	-
3	Pelaksanaan Kegiatan PM	-	-	v	-	-
4	Publikasi Media Cetak	-	-	-	v	v
5	Pembuatan Laporan	-	-	-	v	v

DAFTAR PUSTAKA

1. Ardhiyansyah. Analysis of the Influence of Factors Affecting Purchase Intention of Premium Items in MOBA-Type Online Games. J REKOMEN (Riset Ekon Manajemen).
2. Iskandar. Strategic Business Development of Polosan Mas Ibing with the Business Model Canvas Approach. Int Conf Econ Manag Account (ICEMAC 2021). 2022;
3. Supriandi. PENGARUH MODAL SOSIAL, KAPABILITAS FINANSIAL, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP DAYA SAING BISNIS BERKELANJUTAN SERTA IMPLIKASINYA PADA KINERJA UMKM INDUSTRI KULINER DI KOTA SUKABUMI. 2022;
4. Iskandar. Entrepreneurial Literacy, Environment, and Intentions of Indonesian Students to Become Social Entrepreneurs. REKOMEN (Riset Ekon Manajemen). 2023;
5. Jaman. Perlindungan hukum terhadap usaha mikro kecil dan menengah dihubungkan dengan asas kesetaraan ekonomi dalam upaya mendorong ekonomi kerakyatan. 2017;
6. Anatan. A Review on MSMEs Resilience: Strategies and Policies Post Covid-19 Pandemic. Rev Integr Bus Econ Res. 2021;
7. Anatan, L., & Nur N. A Review of MSME's Competitiveness in Indonesia. Proceedings of the 4th International Conference on Economics. 2022;
8. Apriyanti, H. W., & Yuvitasari E. The role of digital utilization in accounting to enhance MSMEs' performance during COVID-19 pandemic. 2021;
9. Of T development, International Msme and the growth of peer-to-peer (P2P) lending in I, Innovation J of. The development of MSMEs and the growth of peer-to-peer (P2P) lending in Indonesia. International Journal of Innovation. 2021;
10. Kusuma, D. F., & Sugandi MS. Strategi pemanfaatan Instagram sebagai media komunikasi pemasaran digital yang dilakukan oleh Dino Donuts. J Manaj Komun. 2018;