

Pelatihan *Copywriting* yang *SEO-Friendly* Sebagai Peningkatan *Digital Marketing* Bagi UMKM Simuley

Trufi Murdiani¹⁾, Soraya Asnusa²⁾, Ruth Rosiana Pasaribu³⁾

^{1,2,3} Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

¹trufimurdiani@darmajaya.ac.id

Abstract

Digital promotion activity by SME is needed to gain its strengthened such as the use of digital content copywriting, captions and digital content articles that spreaded on digital platforms namely social medias, marketplaces and websites. The interested copywriting will build a positive branding image for its SME.

The optimizing efforts to help digital marketing for SME can be done by copywriting and captions which full of SEO criteria that are published on digital platforms because it appears on search engine results page like Google. This step increases the number of subscribes for SME products.

However, many SMEs in Lampung still not exist with this kind of digital marketing procedure. This is because of they do not have skill in making digital content copywriting, including SME Simuley that produce various snacks. This problem makes lecturers and students from Darmajaya Institute as well as lecturers from Prasetiya Mandiri Institute provided digital marketing training in the form of science and technology tranfer on writing the SEO-friendly copywriting for digital marketing content to support SME as partners. The method were training and mentoring partners in creating the content marketing that appear on Google.

Keywords: *Content, Marketing, Search Engine*

Abstrak

Kegiatan promosi digital dapat memperkuat bisnis UMKM. Promosi tersebut dapat mnelalui *caption* gambar dan artikel konten digital seputar produknya yang muncul di *platform* digital seperti media sosial, marketplace dan website. Kalimat konten yang menarik dapat merepresentasikan *branding* positif untuk UMKM. Dalam mengoptimasi aktivitas *digital marketing* UMKM bisa menggunakan *copywriting* atas konten digital marketing yang bersifat *SEO-Friendly*. Yaitu artikel yang tampil pada halaman hasil mesin pencarian *search engine* seperti *Google*.

Upaya seperti ini akan meningkatkan jumlah pengunjung akun sebagai calon pelanggan produknya. Di Lampung masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan aktivitas digital marketing akibat belum terampilnya membuat kalimat untuk konten digital marketing. Seperti, UMKM Simuley yang memproduksi berbagai camilan. Berangkat dari kondisi itu, dosen dan mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta dosen Institut Maritim Prasetiya Mandiri mengadakan pelatihan *digital marketing* dengan pemberian ipteks terkait penulisan *copywriting* konten digital marketing yang *SEO-friendly*. Dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mitra mampu menulis *copywriting* yang kreatif dan *SEO-friendly* untuk membantu bisnisnya. Metode PKM adalah pendampingan pasca-pelatihan. Dimana mitra melakukan praktik sampai mampu menulis artikel untuk konten digital marketing yang tampil di halaman mesin pencari *Google*.

Kata Kunci: *Konten, Pemasaran, Mesin Pencari*

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi daerah dapat meningkat dengan adanya kontribusi partisipasi dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Karena UMKM berperan pada terjadinya perluasan kerja dan pemberdayaan ekonomi kreatif. Pihak akademisi perlu melakukan pengembangan UMKM dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM).

Salah satunya adalah PKM yang dilaksanakan dosen dan mahasiswa dari Institut Informasi dan Bisnis Darmajaya bersama Institut Maritim Prasetya Mandiri.

Pembinaan UMKM dilakukan agar berkontribusi pada pelayanan yang bersifat produktif mengingat langsung berkait dengan sektor ekonomi produksi. Diantaranya, penguatan pemasaran yang meliputi *branding*, promosi produk berbasis teknologi digital bagi UMKM. Sebab *branding* dan promosi termasuk salah satu kunci keberhasilan marketing. Langkah promosi sebagai bagian dari pemasaran digital dengan kalimat promosi, *caption* gambar atau foto produk dan artikel yang menarik di *platform* digital diperlukan untuk menghadirkan citra diri yang baik. Karena hal ini sangat dibutuhkan untuk dilakukan oleh UMKM.

Di antara kegiatan pencitraan diri bagi UMKM pada *digital marketing* yang memunculkan konten digital sebagai alat promosi produknya yaitu *copywriting* konten digital yang memenuhi *search engine optimizing* atau *SEO-Friendly*. Sebab hal ini dapat meningkatkan jumlah pengunjung di platform digital sebagai target pasar UMKM (Desy Wijaya, 2022).

Artikel konten yang *SEO-friendly* dapat menjadikan konten produk UMKM tampil pada halaman mesin pencarian jadi cepat diakses pengguna internet. Khususnya pengguna *digital platform* yang sering melakukan *digital marketing* melalui sosial media, *marketplace*, maupun website. Sehingga, *users* internet menemukan keberadaan UMKM, mengenal produknya yang kemudian dapat menimbulkan *awareness* dari pelanggan untuk memperluas pasar dan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.

UMKM perlu membuat produk yang ditawarkan dapat dikenal khalayak ramai sebagai bentuk penguatan bisnis. Menginformasikan produknya dengan teknologi digital adalah salah satu langkah mengomunikasikan produk kepada publik. Langkah itu merupakan upaya digital marketing yang dapat menaikkan *engagement* dengan konsumen.

Salah satu cara mengomunikasikan produk UMKM melalui marketing digital dengan *copywriting* konten digital yang dapat menarik perhatian khalayak adalah yang *SEO-friendly*. Artikel atau konten yang *SEO-friendly* ialah konten yang muncul di halaman hasil pada mesin pencarian atau *Google* saat *users* internet menginput kata atau frasa yang dicarinya yang merupakan representasi dari produk yang dicarinya (Wazdi, A. I., & Aprilia, G. A., 2022). Kata atau frasa yang mewakili produk yang dicari pada *Search Engine* tersebut merupakan *key word* atau kata kunci yang memudahkan pengguna *Search Engine* dalam hal ini *Google* untuk menemukan produk yang diinginkannya.

Jika UMKM dapat menghasilkan konten atau tulisan yang mudah ditemukan di hasil pencarian mesin pencari, maka pelanggan akan dengan mudah mengakses situs web, media sosial, atau platform penjualan yang menampilkan dan menjual produk mereka. Oleh karena itu, upaya pemasaran digital akan menjadi lebih efektif jika artikel atau konten digital yang diposting di berbagai platform, termasuk situs web, media sosial, dan platform penjualan, telah dioptimalkan untuk SEO.

Pembuatan artikel untuk situs web, penulisan konten di platform penjualan, dan *copywriting* untuk media sosial yang ramah SEO adalah salah satu aspek penting dari pemasaran digital yang harus ditingkatkan. Hal ini bertujuan agar UMKM dapat memiliki keahlian dalam menyebarkan informasi tentang produk dan layanan mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan citra merek produk tersebut. Di Provinsi Lampung, khususnya di UMKM Simuley, masih banyak pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang belum menguasai keterampilan dalam membuat konten kreatif yang sesuai dengan aturan SEO yang berlaku saat ini.

UMKM Simuley, yang berfokus pada produk kuliner seperti keripik pisang, keripik nangka, stik melinjo, dan basreng, belum dapat mengoptimalkan potensi dan strategi pemasaran mereka, terutama dalam ranah digital. Sejak didirikan pada tahun 2017, UMKM Simuley yang berbasis di Desa Keteguhan, Telukberung Timur, masih menggunakan metode pemasaran konvensional dengan mendistribusikan produk mereka ke beberapa toko, minimarket, serta melalui reseller atau agen snack.

Produksi snack dari UMKM Simuley masih terbatas karena hanya memenuhi permintaan lokal. Kendala ini disebabkan oleh keterbatasan yang dihadapi UMKM, seperti kurangnya pengetahuan dalam memasarkan produk secara digital dan kekurangan kemampuan manajemen pemasaran digital secara internal karena minimnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang pemasaran digital dan sarana pendukung yang dibutuhkan.



Gambar 1. Kondisi Tempat Produksi UMKM Simuley

Keterbatasan dalam kemampuan manajemen usaha, sumber daya manusia yang terbatas, serta ketersediaan alat bantu yang dibutuhkan dalam pemasaran digital telah menjadi hambatan bagi UMKM dalam mengembangkan bisnis mereka (Mudjiarto, 2019). Kendala-kendala ini merupakan tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam upaya meningkatkan perkembangan bisnis mereka. Oleh karena itu, UMKM Simuley perlu menguasai keterampilan dalam menulis artikel dan konten digital yang ramah terhadap mesin pencari (SEO-friendly). Untuk mencapai hal ini, diperlukan program sosialisasi dan pelatihan mengenai penulisan artikel dan copywriting yang SEO-friendly sebagai alat promosi yang dapat mendukung upaya pemasaran digital UMKM.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang fokus pada pelatihan penulisan artikel yang SEO-friendly untuk UMKM ini diharapkan akan memberikan pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan kepada pelaku UMKM, serta menginspirasi mereka untuk menggunakan berbagai media promosi online guna mendukung operasional bisnis mereka.

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya promosi dan penyusunan copywriting untuk konten digital sebagai bagian integral dari strategi pemasaran digital UMKM Simuley.
2. Mengajarkan praktik menulis copywriting kepada pelaku UMKM Simuley agar mereka dapat menghasilkan materi pemasaran digital yang SEO-friendly.
3. Memberikan pendampingan kepada mitra agar mereka mahir dalam menulis copywriting untuk konten pemasaran digital yang sesuai dengan aturan SEO hingga konten tersebut muncul dalam hasil pencarian mesin pencari

1.1 Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi UMKM Simuley dalam pemasaran digital produknya dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keterbatasan pemahaman tentang bagaimana memasarkan produk di platform digital seperti media sosial, marketplace, dan website, yang disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keahlian sumber daya manusia yang ada.
2. Kesulitan dalam mengatur waktu antara proses produksi dan promosi digital, terutama dalam menciptakan informasi produk yang kreatif dan sesuai dengan aturan SEO.
3. Kurangnya pemahaman dalam menulis copywriting yang ramah terhadap mesin pencari untuk artikel yang akan digunakan dalam pemasaran digital di website, marketplace, dan media sosial.

1.2 Tujuan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tujuan dari program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya promosi dan penyusunan copywriting untuk konten digital sebagai bagian integral dari strategi pemasaran digital UMKM Simuley.
2. Mengajarkan praktik menulis copywriting kepada pelaku UMKM Simuley agar mereka dapat menghasilkan materi pemasaran digital yang SEO-friendly.

3. Memberikan pendampingan kepada mitra agar mereka mahir dalam menulis copywriting untuk konten pemasaran digital yang sesuai dengan aturan SEO hingga konten tersebut muncul dalam hasil pencarian mesin pencari.

1.3 Manfaat yang Diharapkan

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Mitra PKM akan memahami pentingnya pemasaran digital dengan kemampuan menulis copywriting yang kreatif dan tetap ramah terhadap mesin pencari untuk mendukung bisnis mereka.
2. Mitra PKM dapat menerapkan pengetahuan ini dalam penyusunan informasi produk dan menuliskannya dalam copywriting untuk keperluan pemasaran digital yang ramah terhadap mesin pencari.
3. Melatih mitra PKM Simuley dalam menulis artikel dan copywriting yang ramah terhadap mesin pencari dan membantu mereka hingga konten mereka muncul di halaman hasil pencarian mesin pencari seperti Google secara organik, sehingga mereka dapat mengoptimalkan penggunaan waktu antara proses produksi dan pemasaran.
4. Membantu mitra PKM meningkatkan penjualan produk mereka melalui pemasaran digital.

2. Metode Pelaksanaan

Cara pelaksanaan PKM Hibah Institusi 2023 IIB Darmajaya dan IMPM melibatkan berbagai metode, termasuk penjelasan, berbagi informasi, sesi tanya jawab, diskusi, dan praktik. Secara rinci, prosesnya dimulai dengan tim pengabdian yang menyampaikan materi pelatihan kepada mitra, yang kemudian akan menjadi peserta pelatihan yang aktif berpartisipasi dalam praktik. Selanjutnya, tim pengabdian, yang terdiri dari dosen dan mahasiswa, memberikan bimbingan hingga tulisan artikel copywriting konten pemasaran digital mitra menjadi SEO-Friendly.

Pelaksanaan PKM melibatkan beberapa tahap, termasuk tahap persiapan, penjelasan materi PKM, dan evaluasi. Dalam tahap persiapan, dosen sebagai instruktur pelatihan menyiapkan semua yang diperlukan untuk mendukung penyampaian materi, seperti menyusun materi pelatihan, menyediakan koneksi internet, berkomunikasi untuk memastikan kesuksesan pelatihan, dan menyediakan peralatan presentasi seperti laptop dan smartphone dengan aplikasi pendukung serta koneksi internet.

Selanjutnya, mahasiswa melakukan persiapan, termasuk registrasi peserta dan mengawasi keberlangsungan pretest, serta memastikan kesiapan tempat pelatihan dan kelengkapan peralatan seperti koneksi internet dan listrik.

Ketika materi pelatihan disampaikan dan praktik dilakukan, tim pengabdian menyampaikan informasi dasar mengenai SEO, strategi pembuatan artikel konten digital yang interaktif, dan cara mempublikasikannya di platform pemasaran digital seperti media sosial. Materi ini disajikan dalam bentuk teori yang disertai dengan visual dalam bentuk slide PowerPoint yang dapat diakses dan dipahami oleh peserta. Modul ringkas dan alat tulis juga disediakan untuk membantu peserta dalam belajar, yang dapat mereka tambahkan dengan catatan pribadi.

Dalam proses ini, peserta pelatihan menggunakan perangkat elektronik mereka sendiri, seperti laptop atau smartphone, yang terhubung ke internet untuk berlatih membuat konten digital yang kreatif dan sesuai dengan aturan SEO. Mitra PKM, khususnya UMKM Simuley, diajarkan cara membuat konten kreatif, termasuk tulisan dan grafik pendukung seperti foto, serta bagaimana menyusun konten sesuai dengan produk yang mereka jual.

Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi melalui post-test, yang hasilnya dibandingkan dengan hasil pre-test untuk mengukur kemajuan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menulis copywriting yang SEO-Friendly.

Meskipun PKM ini semula ditujukan untuk UMKM Simuley, namun dalam pelaksanaannya, beberapa UMKM lain di daerah yang sama atau desa yang berdekatan juga tertarik untuk mengikuti pelatihan ini. Beberapa di antaranya adalah UMKM Kuker Ideal, UMKM Kemplang AN, UMKM Kuliner dan Catering, serta Yola Bakery.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang telah dicapai melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mencakup pemberian pelatihan dan dukungan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM Simuley yang berbasis di Kecamatan Telukbetung Timur,

Bandar Lampung, terkait penulisan artikel dan konten pemasaran digital yang memenuhi kriteria SEO-friendly, atau bersahabat dengan mesin pencari.

Selain itu, kegiatan ini juga mengedukasi pelaku UMKM, yang merupakan mitra dalam PKM, tentang cara efektif memanfaatkan teknologi digital, khususnya platform media sosial, untuk mendukung perkembangan bisnis yang telah mereka tekuni selama ini. Aspek-aspek yang disosialisasikan kepada para mitra PKM meliputi:

1. Signifikansi penggunaan media sosial sebagai alat bantu dalam memperluas pemahaman serta mempromosikan produk mereka secara lebih luas.
2. Strategi untuk menarik perhatian konsumen melalui penampilan produk yang menarik di media sosial.
3. Bantuan dalam pemasaran produk dan peningkatan branding dengan pembuatan logo UMKM yang menarik dan penampilannya di platform digital.
4. Peningkatan pengetahuan mitra dalam pembuatan konten pemasaran digital menggunakan media sosial, sehingga mempermudah pelanggan dalam menemukan produk yang mereka tawarkan, sekaligus mempromosikan produk tersebut.

Pengenalan terhadap teknologi digital, terutama media sosial, dan penggunaan konten dengan artikel yang SEO-friendly sangat penting bagi pelaku UMKM mitra. Ini membantu mereka untuk lebih akrab dengan teknologi digital dan menjaga usaha mereka agar tidak tergeser oleh perkembangan teknologi.

Sebelumnya, para mitra UMKM hanya mengandalkan cara konvensional untuk menjual produk mereka, yang sering kali hanya mencakup pasar lokal. Tim pengabdian menjelaskan tentang berbagai platform digital seperti Instagram, YouTube, WhatsApp, blog, website, serta aplikasi seperti Canva dan editor video untuk menciptakan konten pemasaran yang efektif.



Gambar 2. Pelatihan Saat Pelaksanaan PKM



Gambar 3. Pelaksanaan PKM Diikuti pula pelaku UMKM-UMKM lain.

Disamping itu, tim juga membantu dalam menciptakan desain logo untuk UMKM yang akan ditampilkan di media sosial. Mengingat bahwa pengusaha UMKM umumnya memiliki tingkat pemahaman yang terbatas dalam menggunakan perangkat berbasis komputer, kami fokus pada pengajaran dasar-dasar desain yang sangat sederhana. Kami menggunakan aplikasi yang mudah digunakan, yakni Canva, yang memiliki banyak template siap pakai.

Kami juga memberikan pelatihan kepada mitra UMKM dalam hal penulisan artikel untuk konten mereka, termasuk copywriting dan penulisan keterangan foto produk. Kami mengajarkan dasar-dasar penulisan yang mengandung kata kunci penting, sehingga konten mitra dapat lebih mudah ditemukan di hasil pencarian Google.

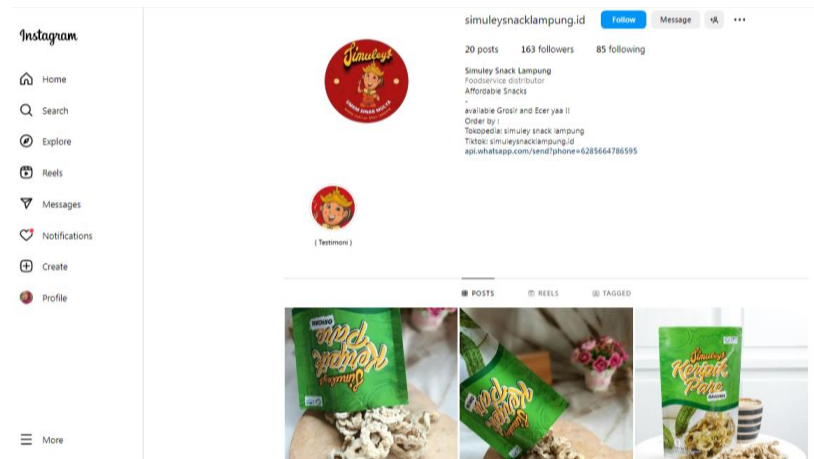


Gambar 4. Logo UMKM Simuley setelah Pelatihan dari Tim PKM

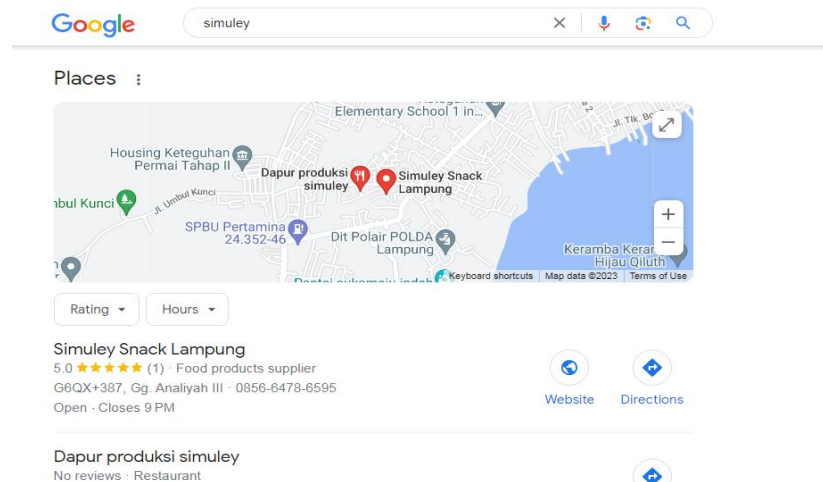
Mitra sebenarnya sudah membuat dan menyajikan produknya melalui pamflet di berbagai tempat pemasaran serta mengikuti pameran UMKM. Namun, karena metodenya masih konvensional, tim kami memberikan pelatihan kepada mitra agar mereka dapat lebih terampil dalam menggunakan smartphone sebagai alat mobile yang mendukung usaha produk UMKM mereka. Ini mencakup kemampuan untuk menciptakan konten dan melakukan pemasaran di media sosial, blog, dan website.

Dampak positif dari pelatihan penulisan artikel copywriting yang berfokus pada SEO adalah sebagai berikut:

1. Tampilan konten dan artikel promosi mereka menjadi jauh lebih menarik daripada sebelumnya.
2. Konten dan artikel promosi produk mereka sekarang dapat diakses melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan situs web, yang sebelumnya hanya tersedia melalui media promosi konvensional seperti pamflet dan brosur.
3. Sebelumnya, UMKM Simuley hanya dapat memasarkan produknya kepada khalayak yang sangat terbatas. Namun, dengan pelatihan penulisan artikel yang mengedepankan SEO ini, pemasaran mereka menjadi lebih luas karena mereka kini dapat beroperasi secara online dan menerima pesanan dari wilayah yang lebih jauh.
4. Jangkauan pemasaran mereka semakin diperluas dengan adanya media digital seperti media sosial, blog, dan situs web sebagai alat pendukung usaha mitra mereka. Selain itu, ini juga memudahkan pelanggan dalam mencari produk dan melakukan pemesanan kepada mitra melalui internet.



Gambar 5. Tampilan Akun Media Sosial UMKM Simuley setelah Pelatihan



Gambar 6. Hasil Search Engine Optimizing (SEO) UMKM Simuley pada Google

Evaluasi yang Dilaksanakan Untuk Mitra:

1. Melakukan promosi produk dengan branding melalui logo produk sehingga lebih dikenali.
2. Melakukan *digital marketing* dengan *copywriting* konten yang sangat *SEO-friendly*, yakni terdapat kata kunci dalam kalimat pada materi konten berupa kata atau frasa yang dimasukkan di kolom pencarian di Google.
3. Memasarkan produk menggunakan platform digital misalnya sosial media dan menjual menggunakan jasa pengantaran online sehingga menghemat biaya maupun waktu.
4. Memperluas pasar hingga ke luar daerah dan luar provinsi karena pemasaran sudah dilakukan secara digital.

4. Simpulan dan Saran

Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini, tim pengabdian melatih dan melakukan pendampingan terhadap mitra yaitu pelaku UMKM desa dalam penguasaan teknologi digital khususnya pemasaran digital dengan membuat tulisan konten promosi berupa *copywriting* yang *SEO-friendly* yaitu mudah di-generate mesin pencari seperti Google.

Dengan kegiatan PKM yang sudah dilakukan ini ada saran dan masukan sehingga dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pelaku UMKM sebagai mitra terutama terkait pemanfaatan platform digital yang meliputi media sosial, blog dan website serta aplikasi untuk mendisain konten dan logo UMKM yaitu Canva. Pegetahuan ini diperlukan oleh mitra, agar membantu bisnisnya karena lebih optimal dengan menggunakan internet dalam pemasaran.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis sampaikan untuk LPPM IIB Darmajaya atas pendanaan program PKM 2023 dan kepada Rektor IIB Darmajaya serta IMPM atas dukungan terhadap kegiatan PKM ini. Selanjutnya juga disampaikan bagi UMKM Simuley dan UMKM lain di Desa Keteguhan, Telukbetung yang telah membantu hingga kegiatan PKM ini terlaksana dengan lancar.

Daftar Pustaka**Jurnal:**

- Asnusa, S., Murdiani, T., Putra, A. A., & Rianto, W. (2022). Pemberdayaan Mahasiswa Bisnis Digital Masuk Desa Melalui Pelatihan Marketplace Desa. *Jurnal Publika Pengabdian Masyarakat*, 4(02), 113-124.
- Budiono, T., Yanti, D., & Irwansyah, I. (2021). Pengenalan Struktur Piramida Terbalik dalam Penulisan Berita Langsung (*Straight News*) di SMK Pembina Bangsa Bogor. *KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 111-122.
- Gandariani, T. (2017). Public Relations dan Kemampuan Menulis Sebagai Publisitas Korporat. *Jurnal Lentera Komunikasi*, 2(1), 71-87.
- Mudjiarto, M. (2019). Model Pembinaan UMKM Program Kemitraan Badan Usaha Milik Negara (Kasus Mitra Binaan UMKM Wilayah Jakarta, Bogor). *Ikra-Ith Ekonomika*, 2(2), 105-112.
- Wazdi, A. I., & Aprilia, G. A. (2022). Pelatihan Copywriting untuk Optimalisasi Pemasaran Digital Kepada SMK Bakti Nusantara 666 Kabupaten Bandung. *Jurnal AbdiMU (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 2(2), 62-69.

Buku:

- Wijaya, D. (2022). *Formula Copywriting: Seni Merangkai Kata untuk Melejitkan Penjualan*. LAKSANA.

Tesis:

- Hidayah, K. *Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bukalapak Dalam Mengembangkan UMKM Melalui Online Marketplace* (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Heniati, D. (2007). *Pembelajaran Menulis Karangan Narasi dengan Teknik 5W+ 1H* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).