

Pemberdayaan UMKM Simuley dalam Pemasaran Digital Melalui Pelatihan Menulis *Copywriting* yang *SEO-Friendly*

Trufi Murdiani^{1a}, Soraya Asnusa^{2b}, Arsilenda^{3c}, Heny Herawati^{4d},
Ruth Rosiana Pasaribu^{5e}

^{a,b,e} Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

^{c,d} Institut Maritim Prasetya Mandiri

^atrufimurdiani@darmajaya.ac.id

Abstract

SME development needs to be strengthened with digital promotions such as the use of digital promotion jargons, captions and digital content articles that spreaded on digital platforms namely social medias, marketplaces and websites. The interested articles will build a positive branding image for its SMEs.

The optimizing efforts to help digital marketing for SMEs can be done with articles copywriting and captions which has SEO-friendly categories that are published on digital platforms because it appears on search engine pages (Google) when people input the words or phrases they are looking for.

This step increases the number of viewers as consumers for SME products. However, many SMEs in Lampung do not done the digital marketing yet because they do not have skill in making digital content articles, including SME Simuley that produce various snacks. By this conditions, lecturers and students from Darmajaya Institute as well as lecturers from Prasetya 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 business. The method were training and mentoring partners to build writing articles skill for content marketing on digital platforms that appearing on Google because of its content already SEO-friendly.

Keywords: *Content, Marketing, Search Engine*

Abstrak

Pengembangan UMKM perlu diperkuat dengan promosi digital. Yakni menggunakan kalimat promosi, *caption* gambar dan artikel konten digital tentang produk di *platform* digital seperti media sosial, marketplace dan website. Kalimat yang menarik akan mencitrakan *branding* positif bagi UMKM. Upaya mengoptimasi *digital marketing* bagi UMKM dengan artikel *copywriting* dan *caption* foto atau konten visual pada *digital platform* yang bersifat *SEO-Friendly* atau artikel yang muncul di halaman mesin pencarian (*Google*) ketika orang meng-*input* kata atau frasa yang dicarinya.

Langkah ini meningkatkan jumlah *viewers* sebagai target penjualan produk UMKM. Namun banyak UMKM di Lampung yang belum melakukan digital marketing karena belum terampil membuat kalimat pada konten digital marketing yang *SEO-Friendly*, antara lain UMKM Simuley. UMKM yang memproduksi aneka *snack* ini memasarkan produknya secara konvensional. Berdasarkan kondisi tersebut, dosen dan mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya serta dosen Institut Maritim Prasetya Mandiri memberikan pelatihan *digital marketing* berupa pemberian ipteks tentang menulis *copywriting* untuk konten marketing digital yang *SEO-friendly* sehingga mitra menguasai pembuatan *copywriting* yang kreatif dan *SEO-friendly* guna menunjang usahanya. Metodenya meliputi pelatihan dan pendampingan mitra dalam praktik hingga menguasai penulisan artikel untuk konten marketing di digital platform dan muncul di halaman mesin pencari *Google* karena telah *SEO-friendly*.

Kata Kunci: *Konten, Pemasaran, Mesin Pencari*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi indikator perkembangan ekonomi daerah, sebab berkontribusi pada perluasan kerja dan peningkatan ekonomi kreatif. Pengembangan UMKM perlu dilakukan

akademisi melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). Sebagaimana kegiatan PKM yang dilakukan dosen dan mahasiswa dari Institut Informasi dan Bisnis Darmajaya serta Institut Maritim Prasetya Mandiri ini.

Pemberdayaan terhadap UMKM dilakukan guna memberikan servis yang bersifat produktif karena langsung berkait dengan sektor ekonomi produksi. Salah satunya, penguatan pemasaran yang meliputi penerapan citra diri atau *branding* serta promosi produk dengan teknologi digital bagi UMKM. Mengingat *branding* atau pencitraan termasuk salah satu bagian dari pemasaran. Upaya promosi sebagai bagian pemasaran secara digital dengan kalimat promosi, *caption* gambar atau foto produk dan artikel tentang produk di *platform* digital agar mampu menciptakan *branding* yang positif perlu ditempuh UMKM.

Salah satu upaya membangun *branding* bagi UMKM dalam aktivitas digital marketing yang menampilkan konten digital sebagai garda terdepan promosi produknya adalah menghadirkan *copywriting* konten digital yang ramah *search engine optimizing* atau *SEO-Friendly*. Karena hal ini akan meningkatkan jumlah *visitors* di platform pemasaran digitalnya sebagai sasaran pasar produk UMKM dalam pemasaran digital (Desy Wijaya, 2022).

Sebuah artikel konten yang *SEO-friendly* akan membuat produk UMKM muncul pada halaman mesin pencarian sehingga mudah ditemukan pengguna internet. Khususnya pengguna *digital platform* yang lazim untuk *digital marketing*, baik *marketplace*, website maupun media sosial.

Dengan begitu, masyarakat umum mengetahui keberadaan UMKM, mengenal produknya serta kemudian tercipta rasa *awareness* dari *customer* yang pada akhirnya akan memperluas pasar dan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM.

Sebagai pelaku bisnis, UMKM harus membuat produknya baik jasa maupun barang yang ditawarkan dapat dikenal masyarakat luas. Mengomunikasikan produknya secara digital termasuk upaya mengenalkan produk kepada khalayak atau publik. Upaya tersebut termasuk langkah pemasaran digital yang dapat meningkatkan interaksi atau *engagement* dari dan kepada masyarakat khususnya konsumen.

Salah satu bentuk mengomunikasikan produk UMKM dengan pemasaran digital melalui artikel konten atau *copywriting* konten digital yang dapat meningkatkan *awareness* dari publik adalah yang *SEO-friendly*. Artikel yang ramah *SEO* ialah artikel yang langsung muncul di halaman mesin pencarian (*Google*) ketika orang atau khususnya konsumen menginput kata-kata atau frasa yang ingin 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 menyediakan artikel atau *copywriting* yang mudah dan sering muncul di halaman pencarian *search engine* maka konsumen akan dengan mudah mengakses situs atau media sosial atau *marketplace* yang men-*display* dan menjajakan produk milik UMKM tersebut. Dengan begitu, maka upaya *digital marketing* menjadi terbantu jika tulisan artikel atau konten digital yang di-*posting* di platform-platform digital baik website, media sosial maupun *marketplace* sudah memenuhi *SEO-friendly*.

Pembuatan atau penulisan artikel website, artikel di *marketplace*, dan *copywriting* konten media sosial yang *SEO-Friendly* merupakan salah bentuk *marketing digital* yang perlu dilatih intensif. Tujuannya agar UMKM mahir dalam menyebarkan informasi terkait produk dan layanan bisnisnya sehingga *product branding* berhasil. Pelaku UMKM yang belum menguasai keterampilan membuat konten dan tulisan kreatif sebagaimana kaidah *SEO-friendly* saat ini masih banyak dijumpai di Provinsi Lampung, salah satunya UMKM Simuley.

UMKM Simuley yang bergerak dalam bidang produk kuliner berupa aneka *snack* seperti keripik pisang, keripik nangka, stik melinjo dan basreng ini, belum mampu mengembangkan potensi dan pemasaran secara optimal, khususnya pemasaran digital. Sejak berdiri tahun 2017 UMKM Simuley yang berkedudukan di Desa Keteguhan, Telukberung Timur ini memasarkan produknya secara konvensional dengan cara dititipkan di sejumlah toko snack, minimarket serta mendistribusikan kepada *reseller* atau agen *snack*.

Produksi *snack* dari UMKM Simuley masih minim karena masih terbatas pada usaha pemenuhan kebutuhan konsumsi lokal. Kondisi yang demikian, disebabkan karena adanya keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM. Antara lain karena belum adanya pengetahuan dalam memasarkan produknya secara digital marketing serta minimnya kemampuan manajemen pemasaran digital secara internal yang disebabkan minimnya SDM yang menguasai digital marketing dan kelangkaan sarana pendukungnya.



Gambar 1. Kondisi Tempat Produksi UMKM Simuley

Keterbatasan kemampuan pengelolaan usaha, SDM, serta kelangkaan sarana pendukung digital marketing yang dimiliki membuat UMKM kurang berkembang usahanya (Mudjiarto, 2019).

Keterbatasan tersebut merupakan permasalahan yang dihadapi UMKM dalam mengembangkan usahanya. Karenanya, UMKM Simuley perlu menguasai keterampilan menulis artikel dan konten digital yang *SEO-friendly*. Untuk itu diperlukan sosialisasi serta pelatihan mengenai artikel atau *copywriting* yang *SEO-friendly* sebagai sarana promosi sehingga mendukung *digital marketing* bagi UMKM.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai Pelatihan Menulis Artikel yang *SEO-friendly* bagi UMKM ini diharapkan memberikan pengetahuan, pemahaman serta keterampilan juga menginspirasi pelaku UMKM lain dalam memanfaatkan berbagai media promosi *online* guna mendukung pelaku UMKM menjalankan bisnisnya. Hal ini guna menjawab permasalahan yang dihadapi mitra PKM yaitu UMKM Simuley terkait pemasaran digital untuk produknya.

Dimana permasalahan mitra meliputi belum pahamnya cara memasarkan produk di platform digital seperti media sosial, marketplace dan website karena keterbatasan pengetahuan SDM, Kesulitan mendurasikan waktu antara memproduksi dan memasarkan produk secara digital berupa promosi di platform digital dengan informasi produk yang kreatif dan *SEO-friendly* serta belum paham bagaimana cara menulis *copywriting* untuk artikel konten pemasaran digital yang *SEO-friendly*.

PKM ini bertujuan memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM akan pentingnya promosi dan menyediakan *copywriting* untuk konten digital sebagai bagian dari pemasaran digital bagi UMKM Simuley. Juga mengajarkan praktik menulis *copywriting* kepada pelaku UMKM Simuley dan melakukan pendampingan kepada mitra sampai mahir menulis *copywriting* untuk konten pemasaran digital yang *SEO-friendly* sampai kontennya muncul di halaman *search engine*.

Sedangkan manfaat dari PKM agar mitra mengetahui dan memahami pentingnya *digital marketing* dengan penguasaan *copywriting* yang kreatif dan *SEO-friendly* untuk menunjang usahanya. Juga agar mitra PKM dapat mempraktikkan penyusunan informasi penting tentang produknya dan menulisnya dalam *copywriting* konten untuk materi pemasaran digital yang *SEO-friendly*. Serta membuat mitra PKM Simuley mahir menulis artikel *copywriting SEO-friendly* dan menindaklanjuti hasil pelatihan sampai dengan konten muncul di *search engine page* yaitu Google secara organik sehingga UMKM mitra dapat mengoptimalkan waktunya antara proses produksi dengan marketing.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan PKM Hibah Institusi 2023 IIB Darmajaya dan IMPM ini adalah pelatihan dengan pendekatan-pendekatan yang meliputi penjelasan, *sharing*, tanya jawab, diskusi dan praktik. Dimana teknisnya, pada tahap awal tim pengabdian menyampaikan materi pelatihan kepada mitra dan selanjutnya mitra sebagai peserta pelatihan melakukan praktik. Kemudian pengabdian yang terdiri dari dosen dan mahasiswa melakukan pendampingan sampai tulisan artikel *copywriting* konten pemasaran digitalnya sudah *SEO-Friendly*.

Pelaksanaan PKM meliputi, tahapan persiapan, lalu penjelasan materi atau konten PKM dan evaluasi. Pada tahap persiapan oleh dosen yang bertindak sebagai instruksi pelatihan, menyiapkan hal-hal yang mendukung penyampaian materi pelatihan yakni menyusun bahan pelatihan, menyediakan koneksi internet, melakukan komunikasi guna keberhasilan pelatihan dan menyediakan peralatan presentasi seperti laptop, smartphone dengan aplikasi pendukung beserta koneksi internetnya.

Lalu, persiapan oleh mahasiswa meliputi, persiapan keperluan registrasi dan presensi peserta. Membantu penyelenggaraan pretest dan mengecek kesiapan tempat pelatihan, peralatan serta koneksi internet dan listriknya.

Pada saat penyampaian materi dan latihan praktik, pengabdian menyampaikan materi terkait dasar-dasar tentang SEO, strategi membuat tulisan artikel konten digital yang interaktif, serta mem-*publish* artikel konten digital di *platform* pemasaran digital seperti media sosial.

Materi pelatihan berupa teori tentang SEO dan konten digital ditampilkan secara visual berupa slide power point yang di-*display* hingga dapat dibaca dan disimak oleh peserta pelatihan. Modul ringkas dan alat tulis dibagikan kepada peserta kegiatan agar memiliki panduan untuk dibaca yang dapat langsung ditambahkan dengan catatan yang mereka perlukan. Sementara untuk *smartphone* untuk praktik disediakan oleh masing-masing peserta, begitu pula aplikasi dan akun media sosial milik UMKM atau akun pribadi owner UMKM yang organik.

Instruktur dalam menyampaikan penjelasan juga memasukkan unsur *sharing* atau berbagi pengalaman mengenai artikel konten digital dan marketing digital guna membantu promosi bisnis yang dimiliki UMKM mitra PKM sehingga memberikan gambaran lebih jelas kepada peserta.

Pada metode praktik, peserta pelatihan yaitu mitra PKM dapat menggunakan perangkat elektronik (*laptop* atau *smartphone*) yang tersambung dengan internet untuk berlatih membuat tulisan konten digital yang kreatif dan *SEO-friendly*. Mitra yaitu UMKM Simuley diajarkan bagaimana cara membuat konten kreatif berupa tulisan dan grafis pendukungnya seperti foto serta menyelaraskan konten-konten yang akan di-*publish* sesuai dengan produk yang dijual oleh UMKM Simuley.

Pada evaluasi, dilakukan *post test*, dimana hasilnya dibandingkan dengan hasil *pretest* lalu dilakukan evaluasi atas progres pengetahuan dan *skill* peserta pelatihan tentang menulis *copywriting* yang *SEO-Friendly*.

Kendati dalam rencananya, PKM ini diperuntukkan bagi UMKM Simuley saja sebagaimana tercantum dalam proposal PKM ini, namun ternyata dalam pelaksanaannya, ada beberapa pelaku UMKM lain di lokasi yang sama maupun desa lain yang berdekatan dengan UMKM Simuley yang tertarik mengikuti pelatihan ini. Yaitu UMKM Kuker Ideal, UMKM Kemplang AN, UMKM Kuliner dan Catering, serta Yola Bakery.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang sudah dicapai dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah telah memberikan pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan pengetahuan pelaku UMKM Simuley, yang berkedudukan di Kecamatan Telukbetung Timur, Bandar Lampung tentang menulis artikel dan konten pemasaran digital yang bersifat *SEO-friendly* atau ramah SEO.

Selain itu telah menyosialisasikan kepada pelaku UMKM selaku mitra dalam PKM ini bagaimana cara memanfaatkan teknologi digital khususnya platform media sosial untuk membantu usaha yang sudah ditekuni selama ini. Antara lain mengenai:

1. Pentingnya memanfaatkan media sosial untuk mendukung usaha agar semakin dikenal lebih luas dan mudah memasarkan produknya.
2. Trik menampilkan produk sehingga menarik minat konsumen melalui tampilan di media sosial.
3. Membantu mitra dalam memasarkan/mengenalkan produknya untuk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas dengan membuat logo UMKM yang menarik dan ditampilkan di platform digital.
4. Meningkatkan pengetahuan mitra dalam membuat konten pemasaran digital dengan memanfaatkan media sosial sehingga memudahkan *customer* menemukan produk pelaku UMKM mitra kegiatan PKM sekaligus mempromosikan produk yang dijual.
5. Pengenalan teknologi digital khususnya media sosial beserta dengan konten dengan artikel yang ramah SEO bagi pelaku UMKM mitra sangat penting agar menjadi akrab dengan teknologi digital dan usahanya tidak tenggelam akibat terjadinya *disrupsi* teknologi.

Dimana, sebelumnya pelaku UMKM mitra hanya menggunakan cara yang konvensional dalam menjual produknya dengan pasar yang terbatas. Tim pengabdian memaparkan tentang platform digital, seperti media sosial Instagram, Youtube, WhatsApp juga blog, website dan juga aplikasi *canva* serta aplikasi video editor untuk membuat konten marketing.



Gambar 2. Pelatihan Saat Pelaksanaan PKM



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

Selain itu tim juga membantu membuat design logo UMKM untuk di-*display* media sosial. Karena pelaku UMKM merupakan kalangan pemula dalam hal penggunaan *tool* berbasis komputer maka pengetahuan tentang *men-design* produk yang diajarkan adalah yang dasar dan sangat sederhana dengan aplikasi yang juga simpel yaitu *canva* karena banyak *template* yang telah tersedia. Untuk artikel di dalam konten, yaitu *copywriting* atau tulisan caption foto produk, tim mengajarkan dan melatih mitra UMKM dasar-dasar membuat tulisan untuk konten yang mengandung unsur kata kunci yang membuat konten mitra dapat mudah muncul di halaman hasil pencarian *Google*.

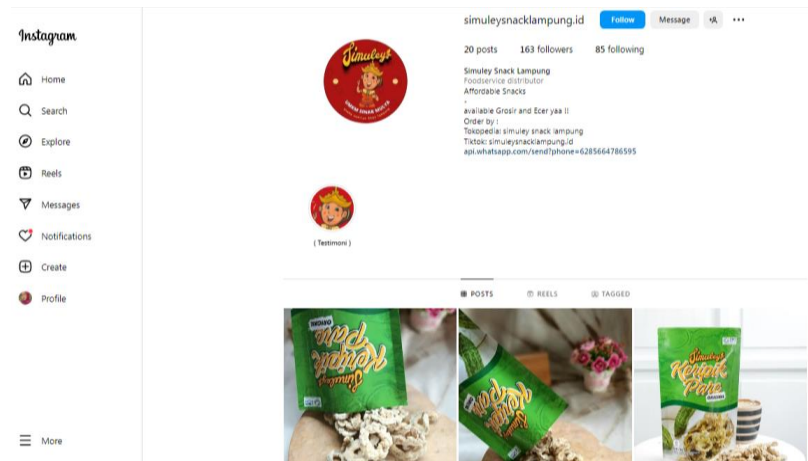


Gambar 4. Logo UMKM Simuley setelah Pelatihan dari Tim PKM

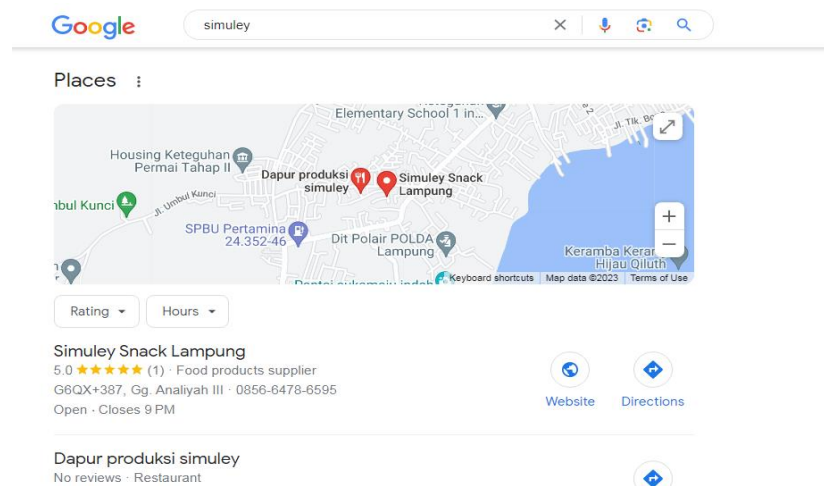
Mitra sebenarnya sudah membuat dan meletakkan produknya pada pamflet pada setiap tempat produk dipasarkan atau UMKM ikut pameran namun karena masih konvensional maka tim melatih mitra untuk terbiasa memanfaatkan *smartphone* sebagai *mobile-tool* yang mendukung usaha produk UMKM-nya. Baik untuk membuat konten maupun untuk memasarkan di media sosial, blog dan website.

Realisasi hasil pendampingan pelatihan menulis artikel copywriting yang ramah SEO ini adalah:

1. Tampilan konten dan artikel promosinya menjadi jauh lebih menarik dibandingkan sebelum pelatihan.
2. Konten dan artikel promosi produk sudah ditampilkan di platform digital seperti media sosial, marketplace dan website dari yang sebelumnya hanya ditampilkan di media promosi konvensional seperti pamflet dan brosur.
3. Jika sebelumnya UMKM Simuley hanya memasarkan produknya kepada kalangan yang sangat terbatas, dengan adanya pelatihan penulisan artikel yang ramah SEO ini maka pemasarannya lebih luas karena sudah bisa *online* serta dan dipesan customer dari wilayah lain.
4. Jangkauan pemasaran pun menjadi semakin luas dengan ditambahkan media digital berupa media sosial, blog dan website sebagai *tool* pendukung usaha mitra. Selain itu, memudahkan customer mencari produk dan memesannya kepada mitra karena memanfaatkan internet.



Gambar 5. Tampilan Akun Media Sosial UMKM Simuley setelah Pelatihan



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

Evaluasi yang Dilakukan Kepada Mitra:

1. Menampilkan logo produk dan mempromosikan produk secara digital marketing dengan tulisan atau copywriting konteng yang menarik dan ramah SEO, yakni tulisan dalam kontennya mengandung kata kunci berupa kata atau frasa yang biasanya diiputkan pencari di Google saat ingin mencari sesuatu di internet.
2. Memasarkan produk dengan menggunakan platform digital dan menjual dengan kurir online sehingga menghemat waktu dan biaya.
3. Meningkatkan pemasaran dan memperluas pangsa pasar hingga ke luar daerah bahkan luar provinsi karena sudah dilakukan secara

4. Simpulan dan Saran

Kegiatan PKM yang sudah dilakukan berupa Pelatihan Menulis *Copywriting* yang Ramah SEO bagi pelaku UMKM di Desa Keteguhan, Telukbetung Timur ini sangat penting. Dimana dalam pengabdian tim membantu mitra (pelaku UMKM desa) untuk masalah penguasaan teknologi digital khususnya membuat tulisan konten promosi digital atau copywriting yang ramah SEO atau mesin pencari di internet.

Disarankan dengan kegiatan pengabdian ini dapat menambah wawasan pengetahuan pelaku UMKM mitra tentang pemanfaatan platform digital yang meliputi media sosial, blog dan website serta aplikasi untuk mendisain konten dan logo UMKM yaitu Canva. Hal ini dibutuhkan mitra, terutama untuk membantu melakukan bisnis agar lebih optimal karena memanfaatkan internet.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada LPPM IIB Darmajaya atas pendanaan program PKM 2023 yang diberikan kepada tim pelaksana. Juga, disampaikan kepada Rektor IIB Darmajaya dan IMPM yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan ini. Hal yang sama disampaikan kepada pelaku UMKM Simuley dan UMKM lainnya di Desa Keteguhan yang telah turut membantu hingga pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat dijalankan sukses.

Daftar Pustaka

Jurnal:

- 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).
- Heniaty, D. (2007). *Pembelajaran Menulis Karangan Narasi dengan Teknik 5W+ 1H* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
-