
PELATIHAN DAN PRAKTIK MENULIS ARTIKEL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA MEDIA SOSIAL UNTUK PRODUK USAHA KULINER KEDAI MONICA GUNA MENINGKATKAN DAYA BELI KONSUMEN

Zubaidi^{1*}, Fitrotul Maulidiyah², Ririn Pratiwi Suharto³, Dhony Manggala Putra⁴

^{1*} Politeknik Negeri Malang, email: zubaidipolinema@gmail.com

² Politeknik Negeri Malang, email: fitrotulmaulidiyah@polinema.ac.id

³ Politeknik Negeri Malang, email: ririnpratiwi@polinema.ac.id

⁴ Politeknik Negeri Jember, email: dhony_manggala@polije.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Diterima: 1 Agustus 2024
Direvisi: 15 Agustus 2024
Diterbitkan: 30 Agustus 2024

Keywords:

SEO Article, IPTEK, Kedai Monica, Social Media

Kata Kunci:

artikel SEO; IPTEK; Kedai Monica; media sosial

Abstract

Kedai Monica is a culinary home industry that sells quality, healthy, and delicious homemade culinary products. With a pre-order system and catering system, Kedai Monica targets students and workers with high mobility who do not have much time to cook themselves. This relatively new home industry does not yet have a fixed location for dine-in so customers can only order through the contact number listed or through the online motorbike taxi application. However, during the COVID-19 pandemic Kedai Monica experienced a drastic drop in orders as everyone was required to be at home. This certainly affects customer interest and purchasing power for their products. In addition, due to this decline in purchasing power, promotions that have been carried out through social media have also ended up stagnant or even stopped. Kedai Monica has good potential to grow because it has successfully packaged traditional food into aesthetics with attractive product photos. However, these products lack attractive descriptions and explain the culinary products sold in detail so that customers are less interested in buying. The results of the activity are that the service team provides training and practice in writing Search Engine Optimisation (SEO) articles on social media for Kedai Monica's culinary business products to increase consumer purchasing power. In addition, there is an increase in partner competence to increase sales.

Abstrak

Kedai Monica merupakan satu industri rumahan bidang kuliner yang menjual produk kuliner homemade berkualitas, sehat, dan lezat. Dengan sistem pemesanan pre-order dan sistem catering, Kedai Monica memiliki sasaran target pelanggan mahasiswa dan para pekerja dengan mobilitas tinggi yang tidak memiliki banyak waktu untuk memasak sendiri. Industri rumahan yang masih tergolong baru ini belum memiliki lokasi yang tetap untuk makan di rumah. Hal ini tentu berpengaruh terhadap minat dan daya beli pelanggan terhadap produknya. Selain itu, akibat menurunnya daya beli ini, promosi yang selama ini dilakukan melalui media sosial juga berakhir stagnan atau bahkan berhenti. Kedai Monica memiliki potensi yang bagus untuk berkembang karena kedai ini berhasil mengemas makanan tradisional menjadi estetik dengan foto produk yang menarik. Akan tetapi, produk-

produk ini kurang memiliki deskripsi menarik dan menjelaskan produk kuliner yang dijual secara detail sehingga pelanggan kurang berminat untuk membeli. Pengabdian ini menggunakan metode SL (Services Learning). Hasil kegiatan yaitu tim pengabdian memberikan pelatihan dan praktik menulis artikel Search Engine Optimization (SEO) pada media sosial untuk produk usaha kuliner Kedai Monica guna meningkatkan daya beli konsumen. Selain itu, terdapat peningkatan kompetensi mitra untuk meningkatkan penjualan.

PENDAHULUAN

Pelaku UMKM sangat penting untuk meningkatkan kualitas penjualan dengan menerapkan digitalisasi produk atau yang sering dilakukan dengan digital marketing (Bangun & Purnama, 2022; Sasmianingtiyas & Nirawati, 2023; Sobar et al., 2023; Widiyono et al., 2023). Beberapa cara yang bisa dilakukan yaitu dengan mendapatkan pelatihan Search Engine Optimization (SEO) (Angga Buana et al., 2024; Isbandi et al., 2023; Martiyanti et al., 2024; Sintha Erika Putri & Budi Prabowo, 2023; Surjadi et al., 2023). Digitalisasi dalam memasarkan produk sangat penting untuk dilakukan (Hakim et al., 2024; Purnomo, 2024; R. P. Suharto et al., 2024; Zubaidi et al., 2023).

Kedai Monica merupakan satu industri rumahan bidang kuliner yang baru berkembang di Kota Malang. Produk kuliner dari Kedai Monica merupakan kreasi berbagai menu dan resep masakan baik tradisional maupun modern yang lengkap. Konsep industri kuliner ini adalah catering yang dapat dibeli melalui sistem pre-order (PO). Dengan demikian, kemudahan transaksi dapat membantu meningkatkan penjualan UMKM (Purnomo, 2024; R. Suharto, 2023; R. P. Suharto, Zubaidi, Maulidiyah, et al., 2023; R. P. Suharto, Zubaidi, Novitasari, et al., 2023; Surjadi et al., 2023; Zubaidi et al., 2023). Paket catering ditawarkan Kedai Monica beragam dari terjangkau sampai yang premium. Sasaran pelanggan Kedai Monica adalah para mahasiswa atau para pekerja kantoran yang memiliki mobilitas tinggi dan ingin menikmati masakan rumahan yang sehat dan higienis. Beberapa menu dari Kedai Monica dapat diamati pada gambar berikut.



Gambar 1. Produk Kuliner Kedai Monica (Sego Duro)

Gambar 1 merupakan contoh jenis makanan yang ditawarkan oleh kedai monica yaitu Sego Duro. Sego Duro ini Sego Duro biasanya disajikan dengan

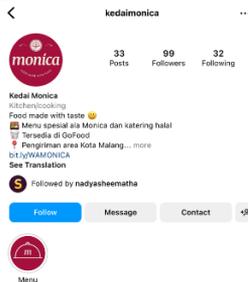
berbagai lauk-pauk yang bervariasi, seperti sayur lodeh, ayam goreng, tempe, tahu, atau ikan asin. Pilihan lauk-pauk ini bisa berbeda-beda tergantung pada daerah dan preferensi pribadi. Nasi ini sering kali dimakan dengan sambal atau bumbu tambahan untuk memberikan rasa yang lebih kaya dan kompleks.



Gambar 2. Produk Kuliner Kedai Monica (Krengsengan)

Gambar 2 merupakan Krengsengan adalah masakan daging sapi yang dimasak dalam bumbu yang khas dan memiliki rasa pedas, manis, dan gurih. Beberapa ciri khas dari Krengsengan adalah Umumnya, Krengsengan menggunakan daging sapi sebagai bahan utama. Daging ini dipotong kecil-kecil atau dalam bentuk suwir, kemudian dimasak hingga empuk. Bumbu Krengsengan sangat beragam dan kompleks, biasanya meliputi bawang merah, bawang putih, cabai, kemiri, gula merah, dan berbagai rempah lainnya. Salah satu bahan utama dalam Krengsengan adalah kecap manis, yang memberikan rasa manis khas dan warna gelap pada masakan.

Potensi yang dimiliki oleh Kedai Monica untuk berkembang sangat besar karena usaha kuliner ini menyajikan menu yang dikemas dengan menarik, cantik, lezat, sehat, namun tetap memperhatikan sisi kesehatan. Selain itu, konsep katering yang ditawarkan dengan dua jenis nasi yaitu nasi putih dan nasi beras merah dapat menarik minat para pejuang diet sehat yang ingin memperbaiki pola makan sehari-hari namun dengan tetap mengonsumsi makanan yang lezat. Selain itu, Kedai Monica telah memiliki akun Instagram untuk memasarkan produknya. Tidak hanya itu, dokumentasi foto memiliki kualitas gambar semiprofesional dan dengan hasil edit yang bagus. Satu hal yang belum ditemukan pada akun ini adalah konten yang berisi deskripsi produk kuliner Kedai Monica. Pengenalan produk terperinci didukung oleh penggunaan artikel SEO, Kedai Monica akan lebih banyak dicari oleh masyarakat dan tentunya akan lebih dikenal lagi.



Gambar 3. Jumlah Pengikut Akun Instagram Kedai Monica

Gambar 3 merupakan akun Instagram Kedai Monica, saat ini jumlah pengikutnya di Instagram masih sedikit sehingga diharapkan dengan pelatihan dan praktik menulis artikel SEO ini, jumlah pengikutnya akan meningkat sehingga daya beli pun akan meningkat pula. Kegiatan PPM DIPA Swadana Reguler Kompetisi bertujuan membantu Kedai Monica terkait pemasaran produk usaha kuliner. Berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan pelatihan dan praktik menulis artikel SEO pada media sosial guna meningkatkan daya beli konsumen.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini menggunakan metode Service Learning. Metode tersebut sangat cocok dilakukan sebab mengintegrasikan antara pembelajaran akademik dan pelayanan masyarakat. Pembelajaran akademik dilakukan di kelas English for Journalisme didalamnya mencakup materi tentang Search Search Engine Optimisation (SEO). Tim pengabdian kepada masyarakat memberikan materi pelatihan dan praktik kepada pemilik usaha Kedai Monica. Materi pelatihan dan praktik disesuaikan dengan menggunakan Bahasa Indonesia untuk menyesuaikan dengan penggunaan Bahasa target pemasaran. Selain itu, tim pengabdian juga melibatkan mahasiswa untuk melaksanakan kegiatan service learning ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dosen diselenggarakan bulan Agustus 2023. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 1, 3, 5, 8, 10, 12 Agustus 2023. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan praktik menulis artikel SEO.

Kegiatan ini diikuti oleh pegawai kedai Monica yang terdiri dari tim marketing Kedai Monica. Mitra yang mengikuti kegiatan dan pelatihan ini memberikan apresiasi yang positif terhadap kegiatan ini. Antusiasme mereka terlihat dari partisipasi aktif mereka dalam mengikuti setiap kegiatan mulai dari pelatihan dilanjutkan dengan praktik menulis artikel SEO. Selain itu, mereka juga aktif memberikan pertanyaan dan diskusi dengan tim fasilitator yang merupakan tim pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam lima tahapan kegiatan. Kegiatan pertama yaitu tahap analisis kebutuhan artikel SEO. Pada tahapan ini tim pengabdian telah melakukan koordinasi dengan mitra. Koordinasi tersebut terkait tentang kebutuhan penulisan artikel SEO untuk situs web mitra. Mitra menargetkan agar situs web mereka dikunjungi oleh lebih banyak pengunjung online yang ingin memesan makanan.

Tahap kedua yaitu pelatihan penulisan artikel SEO. Pada tahapan ini tim telah memberikan pelatihan penulisan artikel SEO. Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 2 kali tatap muka yaitu pada tanggal 1 dan 3 Agustus 2023. Materi yang disampaikan dalam pelatihan ini antara lain:

- 1) Keyword research using SEO tools

- 2) Analysis on Google rankings
- 3) Finding unique point of views
- 4) Understanding article structure: prolog, content, epilog
- 5) AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) formula
- 6) The F-shaped pattern
- 7) How to avoid keyword stuffing
- 8) Using conjunctions
- 9) Inserting internal and external links
- 10) Visual content, image optimalization and heading
- 11) No typos!
- 12) Be consistent and promote your article

Tahap kegiatan ketiga yaitu pemanfaatan teknologi sebagai sarana pendukung pelatihan penulisan artikel SEO. Kegiatan ini dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan pelatihan kedua yaitu tanggal 3 Agustus 2023. Tim pengabdian telah memberikan informasi dan pengetahuan kepada Kedai Monica terkait pemanfaatan teknologi yang bisa digunakan ketika menulis artikel SEO.

Tahap ke empat yaitu bimbingan teknis pelatihan penulisan artikel SEO. Tim pengabdian telah melakukan bimbingan teknis dengan mengajak mitra praktik menulis artikel SEO secara langsung. Kegiatan tersebut dilakukan pada tanggal 5, 8, 10, 12 Agustus 2023.

Tahapan terakhir yaitu kegiatan evaluasi kegiatan. Tim pengusul telah melakukan evaluasi terhadap rangkaian kegiatan pelatihan, serta meninjau ulang pemahaman pesertapelatihan. Kegiatan ini dilaksanakan sebagai bentuk indikator untuk mengecek pemahaman peserta pelatihan terhadap keberhasilan kegiatan ini.

Berikut beberapa dokumentasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat:



Gambar 4. Dokumentasi kegiatan pelatihan

Pada gambar 4 dapat dilihat bahwa Pelatihan SEO (Search Engine Optimization) untuk produk kuliner dirancang untuk membantu pelaku industri kuliner meningkatkan visibilitas online mereka dan menarik lebih banyak pengunjung ke media sosial kedai monica. Peserta mempelajari teknik-teknik

SEO yang khusus diterapkan untuk produk kuliner, guna memaksimalkan peringkat situs di mesin pencari seperti media sosial. Pelatihan fokus pada pengantar SEO, di mana peserta akan memahami dasar-dasar SEO, algoritma mesin pencari, dan bagaimana perilaku konsumen mempengaruhi pencarian. Selain itu, peserta akan belajar tentang riset kata kunci, yaitu cara menemukan dan menggunakan kata kunci yang relevan untuk produk kuliner mereka, serta pentingnya optimasi elemen halaman seperti judul, meta deskripsi, dan tag header.



Gambar 5. Dokumentasi kegiatan pelatihan

Pada gambar 5, pesertatelah terlibat dalam sesi praktis di mana mereka dapat menerapkan teknik-teknik yang dipelajari langsung pada sosial media Kedai Monica. Diskusi kasus nyata dan pemecahan masalah juga menjadi bagian dari sesi ini, memungkinkan peserta untuk berbagi pengalaman dan mendapatkan solusi atas tantangan yang mereka hadapi. Untuk mendukung pemahaman lebih lanjut, peserta akan diberikan materi pelatihan dalam bentuk presentasi, panduan praktis, serta akses ke forum diskusi.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian di kedai Monica ini memberikan respon positif bagi pemilik dan peserta pelatihan dan praktik dari Kedai Monica. Mitra menginginkan adanya pelatihan lanjutan terkait pelatihan pembuatan artikel SEO untuk media promosi. Mereka merasa perlu untuk mendapatkan bimbingan intensif terkait pelatihan tersebut.

Mitra ingin bekerjasama dengan tim pengabdian pada kesempatan selanjutnya. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan promosi usaha mereka. Hal itu didasari dari manfaat yang diperoleh mitra terkait tentang Kedai Monica yang lebih dikenal masyarakat setelah kegiatan pengabdian ini dilakukan.

Efek dari pelatihan dan praktik SEO yaitu kedai monica mengalami peningkatan penjualan. Mediasosial merekabanyak dikunjungi oleh pelanggan baru. Promosi produk kuliner dengan menggunakan SEO menunjukkan peluang yang sangat besar dimasa depan. Hal itu dibuktikan dengan pencarian lokal kedai monica Ketika user sosial media mencari produk makanan

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Politeknik Negeri Malang yang telah memberikan dukungan penuh terhadap kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Angga Buana, P., Winarti, T., & Widodo, E. (2024). OPTIMASI INSTAGRAM DENGAN SEO SEBAGAI MEDIA PENUNJANG PEMASARAN DAN INTERAKSI UMKM DENGAN PELANGGAN. *DIMASTIK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1).
- Bangun, C. S., & Purnama, S. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Digital Marketing untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 89–98. <https://doi.org/10.34306/adimas.v3i2.826>
- Hakim, L., Ardiansyah, M., & Erlina, dan B. (2024). PEMBERDAYAAN KELOMPOK WANITA NELAYAN MELALUI PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK OLAHAN KERUPUK CUMI NONA PESISIR CUNGKENG. In *Jurnal Pengabdian UMKM* (Vol. 3). <https://jpu.ubl.ac.id/index.php/jpu>
- Isbandi, I., Zatinika, Z., & Triyatna, E. (2023). IMPLEMENTASI TEKNIK SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) UNTUK OPTIMASI WEBSITE PENJUALAN DI LESTARI JAYA MEBEL. *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 10(3), 1047–1060. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i3.867>
- Martiyanti, D., Alghifari, M. F., & Aisyah, S. (2024). Pelatihan Pembuatan Search Engine Optimization (SEO) sebagai Upaya Mengoptimalkan Pemasaran Digital UMKM. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 5(2), 181. <https://doi.org/10.33394/jpu.v5i2.10938>
- Purnomo, A. (2024). Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek Dan Keunggulan Kompetitif Bagi UMKm Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(2), 72–76.
- Sasmianingtias, R., & Nirawati, L. (2023). Upaya Peningkatan Penjualan Terhadap Produk UMKM “Mama Ni” Yang Tersedia Di Transmart Rungkut. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(4), 69–77. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i4.739>
- Sintha Erika Putri, & Budi Prabowo. (2023). Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Pada Strategi Digital Marketing UMKM. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 123–131. <https://doi.org/10.55606/nusantara.v3i3.1452>
- Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyaadah, E. (2023). PENINGKATAN KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN UMKM UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3782. <https://doi.org/10.31764/jmm.v7i4.16383>

- Suharto, R. (2023). Identifying Students' Perceptions of YouTube Media in English Learning for MICE. In *Asshika: Journal of English Language Teaching & Learning*. Pages (Vol. 1, Issue 1).
- Suharto, R. P., Dhony, D., Putra, M., Inggris, B., Bisnis, V., & Produk, P. (2024). PELATIHAN DAN PRAKTIK PEMBUATAN VLOG BISNIS BERBAHASA INGGRIS UNTUK Mendukung Promosi Produk UMKM Pasca COVID-19 di Malang Kata Kunci. In *Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (DEPATI)* (Vol. 4, Issue 1). <http://journal.ubb.ac.id/index.php/depati/indexHalaman|80>
- Suharto, R. P., Zubaidi, Z., Maulidiyah, F., Wahyuningsih, N., Suryanto, B., & Putra, D. M. (2023). Pelatihan Manajemen Event untuk Mengoptimalkan Potensi Desa Seni Budaya di Desa Tulusbesar, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. *Pamasa : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(2), 72. <https://doi.org/10.20884/1.pamasa.2023.1.2.10160>
- Suharto, R. P., Zubaidi, Z., Novitasari, A. F., Suryanto, B., Setiawan, A. W., & Putri, A. N. (2023). PELATIHAN MENJADI PEMANDU WISATA DI DESA WRINGINSONGO, KECAMATAN TUMPANG, KABUPATEN MALANG. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 723–729. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i7.732>
- Surjadi, J., Dicky Supriatna, Deasy Ariyanti Rahayuningsih, & Astrid Rudyanto. (2023). Training Search Engine Optimization: Introduce Digital Marketing to MSME Players. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 192–200. <https://doi.org/10.25170/mitra.v7i2.4935>
- Widiyono, Y., Jatmoko, D., Isbakhi, A. F., Purwoko, R. Y., Primartadi, A., & Nafus, N. M. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Database Produk UMKM Sebagai Sarana Promosi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(4), 5053–5058. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4>
- Zubaidi, Z., Maulidiyah, F., Suharto, R. P., Suyono, A., Suryanto, B., & Hariyanto, S. (2023). PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI BERBAHASA INGGRIS DI RUMAH KINASHI (REHABILITASI PEMBERDAYAAN ORANG DENGAN GANGGUAN JIWA ATAU ODGJ) KABUPATEN BLITAR. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 730–736. <https://doi.org/10.55681/swarna.v2i7.733>