

Pelatihan Strategi Search Engine Optimization (SEO) dan Google My Business untuk Pelaku Usaha Mikro di Daerah Tertinggal

Reza Koto¹, Andini Piliang²

^{1,2}Universitas Hasan Solok, Indonesia

e-mail: ¹rezakoto810@yahoo.com, ²andinipiliang118@gmail.com

Abstrak

Keterbatasan akses pasar dan rendahnya literasi digital menjadi tantangan utama bagi pelaku usaha mikro di daerah tertinggal dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha mikro dalam memanfaatkan strategi Search Engine Optimization (SEO) dan Google My Business (GMB) guna memperluas jangkauan promosi usaha secara online. Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di salah satu desa tertinggal di wilayah Kabupaten Solok Selatan, yang mayoritas masyarakatnya bergantung pada usaha kecil dan menengah berskala rumah tangga. Metode pelaksanaan terdiri atas pendekatan partisipatif melalui pemetaan kebutuhan, pelatihan teori dan praktik, serta pendampingan intensif. Materi pelatihan mencakup konsep dasar SEO, optimasi konten digital agar mudah ditemukan di mesin pencari, serta cara mendaftar dan memaksimalkan fitur Google My Business untuk menampilkan profil usaha di Google Search dan Maps. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pemahaman peserta terhadap teknik SEO dan penggunaan GMB, serta adanya tindak lanjut berupa pengelolaan konten digital secara mandiri oleh para pelaku usaha. Beberapa peserta bahkan mengalami peningkatan jumlah kunjungan pelanggan dan interaksi melalui platform digital setelah pelatihan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis literasi digital praktis sangat penting dalam mendorong transformasi pemasaran usaha mikro di daerah tertinggal, sehingga lebih kompetitif dan berdaya saing di era digital.

Kata kunci: Pelatihan Strategi, Search Engine Optimization, Google My Business, Daerah Tertinggal.

Abstract

Limited market access and low digital literacy are the main challenges for micro-enterprises in disadvantaged areas in facing competition in the digital economy era. This community service aims to increase the capacity of micro-businesses in utilizing Search Engine Optimization (SEO) and Google My Business (GMB) strategies to expand the reach of online business promotion. This training activity was carried out in one of the underdeveloped villages in South Solok Regency, where the majority of the people depend on small and medium-scale household businesses. The implementation method consists of participatory approach through needs mapping, theoretical and practical training, and intensive assistance. The training material covers the basic concepts of SEO, digital content optimization to be easily found in search engines, and how to register and maximize the Google My Business feature to display business profiles on Google Search and Maps. The evaluation results showed a significant increase in participants' understanding of SEO techniques and the use of GMB, as well as follow-up in the form of independent digital content management by business actors. Some participants even experienced an increase in the number of customer visits and interactions via digital platforms after the training. This activity shows that interventions based on practical digital literacy are very important in driving the marketing transformation of micro-enterprises in disadvantaged areas, so that they are more competitive and competitive in the digital age.

Keywords: Strategy Training, Search Engine Optimization, Google My Business, Disadvantaged Areas.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis, khususnya dalam hal strategi pemasaran. Di era digital saat ini, pelaku usaha dituntut untuk mampu memanfaatkan berbagai platform digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Salah satu strategi yang terbukti efektif dalam memperkuat visibilitas usaha secara daring adalah melalui Search Engine Optimization (SEO) dan

pemanfaatan layanan Google My Business (GMB). [1] SEO memungkinkan konten atau profil usaha muncul di peringkat atas hasil pencarian Google, sementara GMB memberikan ruang bagi pelaku usaha untuk menampilkan informasi bisnis secara lengkap dan interaktif melalui Google Search dan Maps. [2]

Namun demikian, pemanfaatan strategi digital ini masih belum merata, khususnya di wilayah-wilayah yang tergolong daerah tertinggal. [3] Kabupaten Solok Selatan sebagai salah satu daerah di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki potensi ekonomi lokal melalui pelaku usaha mikro, masih menghadapi sejumlah kendala dalam proses digitalisasi usaha. Rendahnya literasi digital, keterbatasan akses pelatihan, dan minimnya pendampingan teknis menjadi penghambat utama bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi secara optimal. Sebagian besar pelaku usaha mikro di wilayah ini masih mengandalkan metode promosi konvensional dan belum memiliki profil usaha digital yang mudah ditemukan oleh konsumen melalui internet. [4]

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian dari institusi pendidikan tinggi merasa perlu untuk melakukan intervensi melalui kegiatan pelatihan yang terfokus pada pengenalan dan implementasi strategi SEO serta penggunaan Google My Business. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha mikro dalam mengelola promosi secara digital, sehingga mereka mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain memberikan materi secara teori, kegiatan ini juga menekankan praktik langsung agar peserta mampu membuat, mengoptimalkan, dan mengelola sendiri konten digital bisnis mereka. [5]

Diharapkan, melalui kegiatan ini, para pelaku usaha mikro di Kabupaten Solok Selatan dapat meningkatkan eksistensi bisnis mereka di platform digital, menjangkau konsumen lebih luas, serta berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Pengabdian ini juga diharapkan menjadi langkah awal untuk memperkuat ekosistem digital UMKM di daerah tertinggal, sebagai bagian dari upaya pemerataan literasi digital di Indonesia. [6]

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif, yang menekankan pada keterlibatan aktif peserta dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga praktik langsung. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga hari di Kabupaten Solok Selatan, yang merupakan salah satu daerah tertinggal dengan konsentrasi pelaku usaha mikro berbasis rumah tangga. [7]

Metode pelaksanaan dibagi ke dalam beberapa tahapan, yaitu: (1) tahap persiapan, (2) tahap pelaksanaan pelatihan, dan (3) tahap evaluasi dan pendampingan lanjutan.

1. Tahap Persiapan

Tahap awal dimulai dengan survei lapangan dan identifikasi kebutuhan melalui wawancara singkat dan observasi terhadap pelaku usaha mikro setempat. Survei ini bertujuan untuk menggali pemahaman awal peserta terhadap digital marketing, serta kesiapan infrastruktur seperti kepemilikan perangkat, koneksi internet, dan kemampuan dasar penggunaan teknologi. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum mengetahui konsep SEO

dan belum memiliki akun Google My Business. Berdasarkan temuan ini, tim merancang modul pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta serta kondisi daerah.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan pendekatan workshop, agar peserta dapat langsung mempraktikkan materi yang diberikan. Materi pelatihan terdiri dari dua sesi utama:

Sesi I: Pengenalan dan Strategi Dasar SEO

Pada sesi ini, peserta dikenalkan dengan konsep dasar SEO, pentingnya penggunaan kata kunci (keywords), struktur konten ramah mesin pencari, dan tips optimasi sederhana untuk meningkatkan visibilitas bisnis di internet.

Sesi II: Praktik Penggunaan Google My Business

Peserta dibimbing untuk membuat akun Google My Business, mengisi profil usaha secara lengkap, mengunggah foto produk, menambahkan jam operasional, serta mengelola ulasan pelanggan. Peserta juga dibekali cara mempromosikan tautan GMB melalui media sosial.

Selama pelatihan, peserta dibagi dalam kelompok kecil agar pendampingan dapat dilakukan secara intensif. Tim pengabdian terdiri dari fasilitator dan tenaga pendamping teknis yang membantu peserta secara langsung ketika menemui kendala.

3. Tahap Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan

Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi melalui kuisioner dan wawancara terbuka untuk mengetahui peningkatan pemahaman serta kendala yang masih dihadapi peserta. Selain itu, tim juga melaksanakan pendampingan daring melalui grup WhatsApp selama dua minggu pascapelatihan untuk memantau progres peserta, memberikan bimbingan tambahan, dan menjawab pertanyaan yang muncul dalam proses implementasi.

Evaluasi keberhasilan program diukur melalui indikator seperti: (a) jumlah peserta yang berhasil membuat dan mengelola akun Google My Business, (b) peningkatan skor pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan, dan (c) testimoni peserta mengenai dampak pelatihan terhadap promosi usaha mereka.

Metode yang diterapkan dalam pengabdian ini dirancang agar tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga membangun kemandirian pelaku usaha mikro dalam mengelola strategi pemasaran digital yang sederhana namun efektif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kabupaten Solok Selatan memperoleh respons positif dari para pelaku usaha mikro yang menjadi peserta. Pelatihan ini diikuti oleh 25 peserta dari berbagai jenis usaha, seperti kuliner rumahan, kerajinan tangan, jasa laundry, dan penjualan produk pertanian lokal. Evaluasi pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui observasi langsung, pre-test dan post-test, serta kuesioner kepuasan dan wawancara terbuka dengan peserta.

1. Peningkatan Pemahaman Peserta

Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami konsep dasar SEO maupun cara penggunaan Google My Business. Hal ini terlihat dari nilai pre-test yang menunjukkan rata-rata skor sebesar 42,8. Setelah pelatihan, terjadi peningkatan signifikan pada nilai post-test dengan rata-rata 83,2, yang mencerminkan peningkatan pemahaman terhadap materi yang disampaikan.

Tabel 1. Perbandingan Skor Rata-Rata Pre-Test dan Post-Test Peserta

Aspek Penilaian	Rata-rata Pre-Test	Rata-rata Post-Test
Pemahaman tentang SEO	40,2	82,1
Pengetahuan penggunaan Google My Business	45,3	84,3

Kemampuan mengisi profil usaha secara digital	43,0	83,2
Rata-rata keseluruhan	42,8	83,2

2. Implementasi Google My Business

Sebanyak 22 dari 25 peserta (88%) berhasil membuat dan mengaktifkan akun Google My Business mereka dengan bimbingan dari fasilitator. Peserta telah mengisi data profil usaha secara lengkap, termasuk alamat usaha, jam operasional, foto produk, serta lokasi peta. Beberapa peserta bahkan langsung mendapatkan notifikasi kunjungan ke profil usaha mereka dalam waktu kurang dari 48 jam setelah aktivasi.

3. Respons Peserta dan Dampak Awal

Wawancara singkat yang dilakukan pascapelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa pelatihan sangat bermanfaat dan aplikatif. Beberapa peserta menyatakan bahwa setelah membuat profil GMB, mereka mulai mendapatkan pertanyaan dari calon pelanggan melalui fitur Google Maps. Hal ini menjadi indikator awal bahwa visibilitas digital usaha mereka mulai meningkat. Selain itu, peserta juga menunjukkan antusiasme untuk mempelajari lebih lanjut teknik lanjutan SEO, seperti pemanfaatan kata kunci lokal dan pembuatan konten promosi digital. Ini mengindikasikan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga mendorong motivasi peserta untuk mengembangkan usaha secara digital.

4. Tantangan dalam Pelaksanaan

Beberapa tantangan yang dihadapi selama kegiatan meliputi:

- Keterbatasan sinyal internet di beberapa titik lokasi pelatihan, sehingga menghambat akses ke platform digital.
- Perbedaan tingkat literasi digital peserta, sehingga pendampingan harus dilakukan lebih personal dan bertahap.
- Kurangnya perangkat (smartphone/laptop) milik pribadi bagi sebagian peserta, sehingga harus berbagi dengan peserta lain selama praktik. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pengabdian melakukan pendampingan tambahan di luar sesi pelatihan formal dan membuka akses konsultasi melalui grup WhatsApp pascapelatihan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung pelatihan strategi Search Engine Optimization (SEO) dan pemanfaatan Google My Business (GMB) bagi pelaku usaha mikro di Kabupaten Solok Selatan telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan literasi digital peserta dan kapasitas promosi usaha secara daring. Berdasarkan hasil evaluasi pre-test dan post-test, terlihat adanya peningkatan pemahaman peserta yang cukup signifikan terhadap konsep dan praktik digital marketing, terutama terkait visibilitas usaha di mesin pencari Google.

Sebagian besar peserta berhasil membuat dan mengelola akun Google My Business secara mandiri dengan bimbingan fasilitator. Dalam waktu singkat, beberapa pelaku usaha mulai menerima interaksi dari calon pelanggan melalui platform digital tersebut, yang menjadi indikator awal keberhasilan pelatihan dalam meningkatkan jangkauan pemasaran mereka. Selain itu, kegiatan ini juga berhasil membangkitkan semangat dan motivasi peserta untuk terus mengembangkan strategi pemasaran berbasis digital.

Meskipun terdapat beberapa kendala teknis seperti keterbatasan akses internet dan perangkat, pendekatan yang digunakan—yakni pelatihan berbasis praktik langsung, diskusi interaktif, serta pendampingan pascapelatihan—terbukti efektif dalam membantu peserta

memahami dan menerapkan materi secara nyata. Secara umum, pelatihan ini telah mencapai tujuannya, yaitu:

1. Meningkatkan pemahaman pelaku usaha mikro tentang pentingnya SEO dan kehadiran digital melalui GMB.
2. Membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam membuat dan mengelola profil usaha di platform Google.
3. Memberikan dampak langsung terhadap eksistensi digital pelaku usaha di daerah tertinggal. Keberlanjutan dari kegiatan ini memerlukan dukungan lebih lanjut melalui pelatihan lanjutan, penyediaan sarana digital, serta kemitraan dengan pemerintah daerah atau lembaga terkait untuk memperluas cakupan dan kebermanfaatannya bagi komunitas UMKM lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. K. Ghiffary, "EKSPLORASI MODEL UMUM PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN PENDEKATAN KEPUSTAKAAN ARTIKEL INTERNET BERDASARKAN PERFORMA SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) MELALUI GOOGLE," *Jurnal Tagalaya Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 165–172, May 2024, doi: 10.71315/JTPKM.V1I2.26.
- [2] F. Farhan Mobarok, H. H. Sihab, T. N. Nurfadillah, N. Asri, N. Azizah, and R. R. Srimurni, "Sinergi Digitalisasi dan Kesadaran K3 sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM di Desa Lebakwangi," *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 2, pp. 531–538, Nov. 2024, doi: 10.54259/PAKMAS.V4I2.3237.
- [3] S. M. Tanjung, M. O. Abdillah, M. J. Rayhannur, L. Melsya, F. R. A. Lubis, and Usiono, "Pemanfaatan Google My Business Sebagai Alat Promosi UMKM pada Pembuatan Tempe di Desa Paya Gambar," *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, vol. 4, no. 3, pp. 549–556, Sep. 2023, doi: 10.35870/JPNI.V4I3.443.
- [4] A. S. Egim and R. Fermayani, "Pendampingan UMKM Makanan Ringan di Kelurahan Lubuk Minturun dalam Memajukan Bisnis Melalui Digital Marketing," *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, vol. 1, p. 2023, Dec. 2023, doi: 10.61142/PSNPM.V1.102.
- [5] S. H. N. Ginting, and S. T. Thania, "Pelatihan Desain Produk Keripik UD.Kreasi Lutvi Menggunakan Canva," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 66–72, Feb. 2025, Accessed: May 01, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/40>
- [6] S. H. N. Ginting, and N. Sridewi, "Pelatihan Penggunaan Teknologi Digital untuk Peningkatan Produktivitas UMKM di Desa Ujung Batu III Padang Lawas," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 8–13, Feb. 2025, Accessed: May 01, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/32>
- [7] S. H. N. Ginting, and D. Wahyuni, "Implementasi Program Edukasi Gadget pada Anak Usia Dini Berbasis Multimedia di Sanggar Keadilan SMH-Indonesia," *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 1, no. 2, pp. 15–20, Aug. 2024, Accessed: May 01, 2025. [Online]. Available: <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/8>