

Strategi Digital *Marketing* Untuk Membantu UMKM Mampu Bersaing Di Era 5.0 Pada Karangtaruna IKAMUSA

Annida Purnamawati^{1*}, Eko Saputro², Yulianto³, Umi Khultsum⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Ringroad Barat, Gamping Kidul, Ambarketawang, Gamping, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

e-mail: ¹annida.npr@bsi.ac.id, ²eko.eto@bsi.ac.id, ³yulianto.ylt@bsi.ac.id, ⁴umikhultsum.ukm@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
17-06-2025	16-06-2025	30-06-2025

Abstrak - Desa Banyusoco terletak di Kecamatan Playen, Kabupaten Gunung Kidul, memiliki banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat setempat. Namun, dalam menghadapi tantangan era Society 5.0, para pelaku UMKM di desa masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal, khususnya dalam strategi pemasaran produk. Kendala utama yang dihadapi antara lain kurangnya pemahaman tentang digital marketing, keterbatasan dalam pengelolaan media sosial dan *platform marketplace*, serta minimnya akses terhadap pelatihan dan pendampingan digital. Akibatnya, produk-produk UMKM kurang dikenal di pasar yang lebih luas, memiliki daya saing yang rendah, dan belum mampu mencapai potensi peningkatan pendapatan secara maksimal. Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, telah dilaksanakan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berfokus pada peningkatan kapasitas digital marketing dengan pendekatan *Search Engine Optimization* (SEO) bagi anggota Karangtaruna IKAMUSA di Desa Banyusoco. Melalui pelatihan yang terstruktur dan berbasis praktik langsung, peserta diberikan pemahaman tentang strategi SEO, mulai dari riset kata kunci, pembuatan konten yang ramah mesin pencari, hingga optimalisasi *Google Business Profile*. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan digital peserta, tetapi juga mendorong UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat memperkuat daya saing UMKM dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Banyusoco secara berkelanjutan.

Kata kunci: Digital Marketing, SEO, Era 5.0, UMKM, Karangtaruna

Abstract - Banyusoco Village, located in Playen Subdistrict, Gunung Kidul Regency, is home to a significant number of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that serve as the backbone of the local economy. However, in facing the challenges of the Society 5.0 era, many MSME actors in the village continue to struggle with leveraging digital technology effectively—particularly in product marketing strategies. The main obstacles include a lack of understanding of digital marketing, limited skills in managing social media and marketplace platforms, and insufficient access to digital training and mentoring. As a result, MSME products remain relatively unknown in broader markets, suffer from low competitiveness, and have yet to reach their full income potential. To address these challenges, a Community Service Program was implemented with a focus on enhancing digital marketing capabilities through a *Search Engine Optimization* (SEO) approach, for members of the IKAMUSA Youth Organization in Banyusoco Village. Through a structured and hands-on training format, participants gained practical knowledge in SEO strategies, including keyword research, the creation of search engine-friendly content, and the optimization of *Google Business Profiles*. This approach not only improved participants' digital skills but also encouraged MSMEs to become more adaptive to technological developments and capable of expanding their market reach. Therefore, the program is expected to strengthen the competitiveness of local MSMEs and contribute to the sustainable improvement of the community's economic well-being in Banyusoco Village.

Keywords: Digital Marketing, SEO, Society 5.0, MSMEs, Youth Organization

Pendahuluan

Era Society 5.0, integrasi teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan menjadi krusial, termasuk dalam sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, namun banyak yang masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing mereka (Kadarsih & Andrianto, 2022). Salah satu kendala UMKM lokal kurangnya pemahaman dan keterampilan dalam strategi pemasaran digital (Silamat et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan



upaya pemberdayaan melalui pelatihan literasi digital yang berkelanjutan guna mempercepat adopsi teknologi dalam kegiatan usaha (Rauf et al., 2024).

Optimalisasi dalam penerapan digital *marketing* terbukti secara signifikan memperluas pasar yang dapat dijangkau oleh UMKM (Susanto et al., 2020), sebagaimana ditunjukkan dalam berbagai studi. Ratnasari et al. (2024) menekankan pentingnya pelatihan dan pendampingan dalam penerapan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas *online* UMKM (Ratnasari et al., 2024). Dengan penerapan SEO yang tepat, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk (Bakhri & Futiah, 2020). Selain itu, peran organisasi pemuda seperti Karangtaruna dalam pengembangan ekonomi desa melalui platform digital juga sangat penting. Rosdiana et al. (2023) mengidentifikasi bahwa Karangtaruna dapat memanfaatkan media sosial dan *website* desa untuk memasarkan produk potensial ekonomi, sehingga meningkatkan dan mengembangkan ekonomi desa (Rosdiana et al., 2023). Pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan media sosial untuk pemasaran produk dapat meningkatkan kemampuan Karangtaruna dalam memasarkan produk ekonomi desa secara mandiri (Sihotang et al., 2023).

Meskipun berbagai studi telah banyak membahas pemberdayaan UMKM melalui digitalisasi, keterlibatan organisasi pemuda lokal sebagai agen transformasi digital masih relatif kurang dieksplorasi. Untuk itu, diperlukan pembaruan pendekatan pengabdian masyarakat yang tidak hanya membekali UMKM dengan keterampilan digital, tetapi juga memberdayakan organisasi pemuda sebagai pendukung aktif dalam ekosistem pemasaran digital desa. Karangtaruna IKAMUSA di Desa Banyusoco, Kecamatan Playen, Kabupaten Gunung Kidul, memiliki potensi besar untuk berperan sebagai motor penggerak dalam membantu UMKM lokal bersaing di era 5.0. Dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam strategi digital *marketing*, Karangtaruna IKAMUSA dapat membantu UMKM meningkatkan keterampilan pemasaran digital mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Luthfi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kemitraan antara pelaku UMKM dan pemuda Karangtaruna dapat mengatasi kendala kurangnya keterampilan pemasaran dengan memanfaatkan teknologi, sehingga UMKM dapat bersaing dengan memanfaatkan digitalisasi (Luthfi et al., 2023).

Melihat kondisi tersebut, program pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas digital *marketing* Karangtaruna IKAMUSA Desa Banyusoco sekaligus memperkuat kolaborasi mereka dengan pelaku UMKM lokal. Pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan media sosial, marketplace, dan teknik SEO dirancang untuk membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan ekonomi desa secara mandiri. Dengan keterlibatan aktif Karangtaruna IKAMUSA, diharapkan tercipta ekosistem digitalisasi pemasaran yang berkelanjutan di Desa Banyusoco, sehingga kesejahteraan ekonomi masyarakat dapat meningkat secara signifikan.

Metode

Kegiatan PkM mengusung pelatihan optimalisasi SEO sebagai strategi digital untuk memperkuat daya saing UMKM lokal di ranah daring. Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara partisipatif, dimulai dari pengenalan konsep dasar SEO, riset kata kunci, hingga praktik mengelola konten *website* dan media sosial agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui pencarian Google. Metode pelaksanaan menekankan pada pendekatan berbasis praktik langsung (*learning by doing*), sehingga peserta dapat menerapkan teknik SEO secara mandiri, baik dalam membangun branding usaha maupun memperluas jangkauan pemasaran secara digital (Murdiani et al., 2023). Upaya ini diharapkan mendorong transformasi digital masyarakat yang adaptif dan produktif di era ekonomi berbasis internet. Poin penting dalam penerapan SEO pada kegiatan PkM:

1. Pengenalan Dasar SEO dan Manfaatnya

Langkah awal dalam kegiatan adalah memberikan pemahaman kepada peserta mengenai apa itu SEO, bagaimana cara kerjanya, dan manfaat langsung yang bisa dirasakan, terutama dalam meningkatkan visibilitas usaha atau informasi komunitas di internet. Ini penting agar peserta memiliki kesadaran akan nilai strategis SEO dalam era digital.

2. Pelatihan Riset Kata Kunci (*Keyword Research*)

Peserta diajarkan cara mencari dan memilih kata kunci yang tepat dan relevan dengan produk, jasa, atau informasi yang ingin mereka tampilkan di mesin pencari. Ini dilakukan menggunakan alat bantu gratis seperti *Google Trends* atau *Ubersuggest*, agar masyarakat mampu memproduksi konten yang lebih mudah ditemukan audiens.

3. Optimalisasi Konten Digital

Fokus pada pembuatan dan pengeditan konten yang *SEO-friendly*, seperti judul yang menarik, penggunaan heading yang tepat, struktur artikel yang jelas, dan penempatan kata kunci secara alami. Konten bisa berupa artikel website, deskripsi produk, atau posting media sosial. Ini mendorong kualitas konten yang informatif dan mudah dijangkau mesin pencari.

4. Pemanfaatan *Google Business Profile*

Pengabdian juga membimbing peserta untuk membuat atau mengoptimalkan profil Google Bisnisku agar bisnis lokal mereka muncul di hasil pencarian *Google Maps* dan pencarian lokal. Ini strategi sederhana namun berdampak besar bagi pelaku UMKM yang ingin menjangkau konsumen di sekitarnya.

5. Monitoring dan Evaluasi Kinerja SEO

Peserta dikenalkan pada cara memantau perkembangan hasil optimasi mereka melalui alat seperti *Google Search Console* atau *Google Analytics*. Tujuannya agar masyarakat mampu mengevaluasi strategi kontennya dan melakukan perbaikan berkelanjutan untuk hasil yang lebih maksimal.

PkM dilaksanakan oleh 4 dosen dan 5 mahasiswa yang bertugas untuk mendampingi peserta Karangtaruna IKAMUSA, berikut tahapan yang dilakukan dalam kegiatan PkM disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan PkM

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan PkM yang mengusung tema “Strategi Digital Marketing untuk Membantu UMKM Mampu Bersaing di Era 5.0” dilaksanakan bersama Karangtaruna IKAMUSA di Desa Banyusoco, Kecamatan Playen, Kabupaten Gunung Kidul. Kegiatan difokuskan pada pelatihan dan pendampingan UMKM lokal dengan pendekatan SEO sebagai strategi utama.

Tahapan pelaksanaan kegiatan disampaikan pada Gambar 2. berupa diagram alur sehingga memudahkan untuk dibaca.



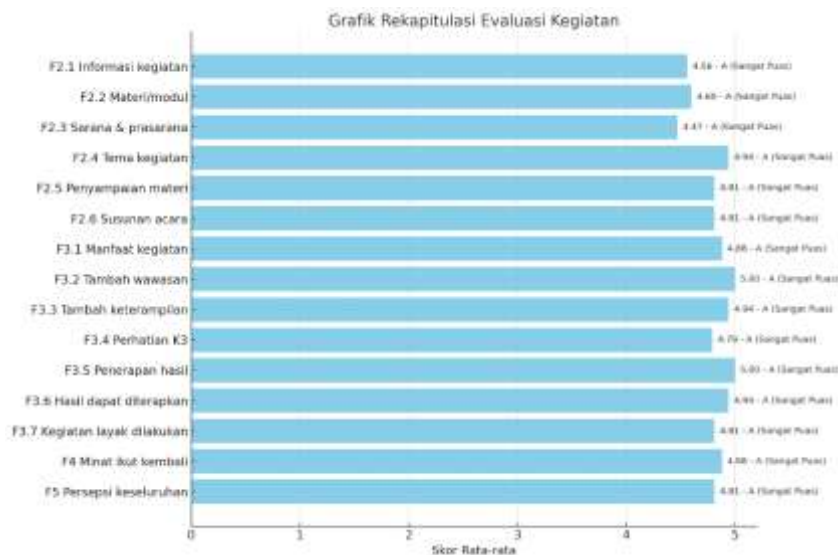
Gambar 2. Tahap Pelaksanaan PkM

Rencana dan terget kegiatan PkM dapat dilihat pada indicator keberhasilan dan target capaian dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rencana dan Target Kegiatan

Tujuan	Indikator Keberhasilan	Target Capaian
Meningkatkan wawasan peserta tentang strategi pemasaran digital berbasis SEO di era industri 5.0	Pemahaman peserta tentang SEO dalam digital marketing (minimal 90%)	Kemampuan peserta memahami konsep dasar SEO dalam pemasaran digital (95%)
Membantu UMKM lokal memiliki identitas digital	Peserta mampu membuat akun Google dan mendaftarkan bisnis di Business Profile	Seluruh peserta (100%) telah memiliki akun Google dan profil bisnis aktif
Mengoptimalkan visibilitas bisnis UMKM secara lokal melalui mesin pencari	Peserta mampu memunculkan bisnisnya di hasil pencarian dan Google Maps	Bisnis peserta dapat muncul di Google Maps dan hasil pencarian lokal (100%)
Meningkatkan keterampilan peserta dalam mengelola informasi digital bisnis	Peserta mampu mengedit tampilan Google Maps	Peserta mampu memperbarui data di bisnis secara mandiri di Google Maps (100%)

Peserta kegiatan PkM yang hadir dan mengikuti pelatihan sebanyak 16 peserta, berikut rekapitulasi kuesioner dibuat dalam bentuk grafik agar mudah untuk dipahami, Disajikan pada Gambar 3 menyajikan penilaian peserta secara ringkas dan mudah dipahami, dengan semua aspek memperoleh nilai sangat baik (rata-rata di atas 4.5)



Gambar 3. Rekapitulasi Kuesioner Peserta PkM

Gambar 4 dan Gambar 5 menyajikan dokumentasi kegiatan PkM berupa foto-foto pada saat kegiatan berlangsung bersama peserta karangtaruna IKAMUSA.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan PkM berlangsung



Gambar 5. Dokumentasi Bersama Tim PkM Universitas Bina Sarana Informatika dan Karangtaruna IKAMUSA

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep digital marketing dan pentingnya keberadaan di dunia digital meningkat secara signifikan. Para peserta mampu memahami bagaimana mesin pencari bekerja dan bagaimana mereka dapat memanfaatkan teknik SEO sederhana untuk meningkatkan visibilitas produk mereka secara *online*. Pelatihan ini mencakup materi riset kata kunci, pembuatan konten produk yang ramah SEO, serta penggunaan *Google Business Profile* untuk menjangkau pasar lokal. Para peserta tidak hanya mendapatkan teori, tetapi juga melakukan praktik langsung yang relevan dengan produk atau jasa yang mereka miliki. Selain itu, kegiatan ini turut mendorong transformasi digital pada UMKM dengan membekali mereka keterampilan untuk memonitor performa digital secara mandiri, baik melalui *Google Analytics* maupun fitur insight di media sosial. Secara keseluruhan, pendekatan SEO terbukti efektif, efisien, dan dapat diterima dengan baik oleh komunitas, bahkan dalam lingkungan masyarakat yang belum sepenuhnya familiar dengan teknologi digital. Dengan bekal ini, UMKM mitra binaan Karangtaruna IKAMUSA kini lebih siap bersaing di era Society 5.0 melalui strategi pemasaran digital yang terarah dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Kegiatan PkM Pelatihan Strategi Digital Marketing untuk Membantu UMKM Mampu Bersaing di Era 5.0 telah memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM di Desa Banyusoco. Melalui pendekatan partisipatif dan metode *learning by doing*, peserta pelatihan yang merupakan anggota Karangtaruna IKAMUSA berhasil memahami dan menerapkan konsep-konsep dasar, termasuk teknik riset kata kunci, pembuatan konten yang *SEO-friendly*, dan pengelolaan profil *Google Business*. Pelatihan ini secara efektif meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya visibilitas digital sebagai strategi bersaing di era Society 5.0. Selain itu, kegiatan ini berhasil menciptakan kolaborasi strategis antara pemuda Karangtaruna dengan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk promosi produk secara mandiri. Adanya peningkatan keterampilan praktis serta kemunculan identitas digital bisnis di *Google Maps* menunjukkan keberhasilan program dalam mendorong transformasi digital UMKM lokal secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Bakhri, S., & Futiah, V. (2020). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Melalui Teknologi Digital Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.32493/jls.v2i2.p59-70>
- Kadarsih, K., & Andrianto, S. (2022). Penerapan Metode Clustering K-Means Dalam Pengelompokan Penerima Kwh Metergratis Dengan Bahasa Pemrograman Python. *JTIM: Jurnal Teknik Informatika Mahakarya*, 03(2), 37–44.
- Luthfi, M., Suryani, E. T., Ulya, Z. I., & Putri, V. W. (2023). Jurnal Bina Desa Membangun Kemitraan Pelaku UMKM Konveksi dengan Pemuda Karangtaruna dalam Upaya Mengembangkan Usaha di Desa Ambokulon. *Jurnal Bina Desa*, 5(3), 390–399.
- Murdiani, T., Asnusa, S., & Herawati, H. (2023). Pemberdayaan UMKM Simuley dalam Pemasaran Digital Melalui Pelatihan Menulis Copywriting yang SEO-Friendly. 25–31.
- Ratnasari, A., Haji, W. H., Ayumi, V., & Asri, S. D. (2024). STRATEGI OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING BAGI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN JANGKAUAN PASAR DI ERA INDUSTRI 4.0. 6(2).
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Indonesia. 7, 95–102.
- Rosdiana, H., Darmastuti, S., & Kurniawan, A. (2023). Peran Karangtaruna Dalam Pengembangan Ekonomi Desa

- Sukmajaya Melalui Platform Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ilmu Komputer (ABDIKOM)*, 2(1), 2964–3759. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/abdikom>
- Sihotang, E. T., Supriyati, Murdiawati, D., & Nita, R. A. (2023). *PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BAGI GENERASI MUDA DAN IBU-IBU DESA WIDANG KABUPATEN TUBAN DALAM UPAYA PENGUATAN POTENSI DESA*. 06(02), 151–161.
- Silamat, E., Chusumastuti, D., Hidayat, R. Al, Hadi, A. J., Sucipto, B., & Rijal, S. (2023). *Pelatihan dan Strategi Pemasaran Inovatif untuk Meningkatkan Awareness Produk UMKM di Pasar Lokal*. 2(04), 264–270.
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>