

Mengevaluasi Efektivitas Strategi SEO *On-Page* dan *Off-Page* untuk Peningkatan Peringkat Mesin Pencari

**Pandu Sapto Desmanty* , Delfta Tunjung Baswarani, Agastya Pandu Satriya Utama,
Reisa Nur Hasanah**

Email: pandusapto@unisa-bandung.ac.id

Prodi SI Pariwisata, Universitas 'Aisyiyah Bandung, Indonesia

Jl. Terusan Rancagoong II, Gumuruh, Kec. Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat 40275

No.HP: 082111972243

Abstrak

Kegiatan pelatihan Search Engine Optimization (SEO) dilakukan di Desa Wisata Cibiru Wetan dengan alasan desa wisata cibiru wetan ingin berpartisipasi dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia dalam kategori desa digital, dan salah satu indikatornya adalah peningkatan *traffic* kunjungan website desa wisata cibiru wetan dan pengoptimalan *Search Engine Optimization* (SEO) adalah solusinya, terbukti pendampingan ini berhasil meningkatkan pemahaman perangkat desa tentang pemasaran digital. Dengan melibatkan 21 peserta, pelatihan ini berfokus pada konsep dasar SEO, optimasi kata kunci, pembuatan konten, dan analisis situs web. Sebelum pelatihan, pengetahuan SEO hanya dimiliki oleh satu individu, namun setelahnya, semua peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kompetensi mereka, dengan skor *post-test* meningkat dari 20% menjadi 70%. Program ini juga mendukung target desa dalam berpartisipasi di Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) dan membantu mewujudkan visinya sebagai destinasi wisata digital. Melalui pengembangan kapasitas di bidang SEO, desa dapat memperluas visibilitasnya di *platform* digital, dan menarik wisatawan. Kegiatan ini menekankan pentingnya digitalisasi dalam memajukan pariwisata berkelanjutan, memberdayakan komunitas lokal, dan menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Hasil dari pelatihan ini tidak hanya menguntungkan Desa Cibiru Wetan tetapi juga menjadi model yang dapat diterapkan oleh desa-desa lain yang ingin mengembangkan sektor pariwisata mereka secara berkelanjutan.

Kata kunci: pelatihan SEO; digitalisasi pariwisata; pemberdayaan masyarakat lokal.

DOI:

[10.37402/abdimaship.vol6.iss1.364](https://doi.org/10.37402/abdimaship.vol6.iss1.364)

History artikel:

Diterima
2024-10-17
Direvisi
2025-02-14
Diterbitkan
2025-02-24

Pandu Sapto Desmantyo*
Delfta Tunjung Baswarani
Agastya Pandu Satriya Utama
Reisa Nur Hasanah

Abstract

Search Engine Optimization (SEO) training activities were carried out in the Cibiru Wetan Tourism Village for the reason that the Cibiru Wetan tourist village wanted to participate in the Indonesian Tourism Village Award in the digital village category, and one of the indicators was an increase in traffic visiting the Cibiru Wetan tourist village website and optimization of Search Engine Optimization (SEO) was the solution. It was proven that this assistance was successful in increasing village officials' understanding of digital marketing. Involving 21 participants, this training focused on basic SEO concepts, keyword optimization, content creation and website analysis. Before the training, SEO knowledge was only possessed by one individual, but afterward, all participants showed significant improvements in their understanding and competency, with post-test scores increasing from 20% to 70%. This program also supports target villages in participating in the Indonesian Tourism Village Award (ADWI). This activity emphasizes the importance of digitalization in advancing sustainable tourism, empowering local communities. The results of this training will not only benefit Cibiru Wetan Village but also become a model that can be applied by other villages who want to develop their tourism sector in a sustainable manner.

Keywords: *SEO training; digitalization of tourism; empowerment of local communities.*

1. Pendahuluan

Pariwisata dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan, tantangan terkait keberlanjutan dan pengelolaan yang bijaksana juga perlu diperhatikan, penting bagi industri pariwisata untuk mengembangkan praktik-praktik yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial agar dapat berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan di mana mereka beroperasi.⁽¹⁾

Masyarakat adalah inti dari struktur sosial setiap negara, menjadi tulang punggung pembangunan dan kemajuan yang dalam konteks sosial, masyarakat membentuk jaringan hubungan yang kompleks, meliputi interaksi antarindividu, kelompok, dan lembaga.⁽²⁾

Mereka menggambarkan keragaman budaya, norma, dan nilai yang membentuk identitas kolektif suatu tempat, sebagai entitas dinamis masyarakat yang terus berubah dan berkembang seiring waktu.⁽³⁾

Melalui pariwisata, keberagaman budaya, norma, dan nilai yang membentuk identitas menjadi daya tarik bagi masyarakat luas untuk mengenalnya, cara yang paling mudah memperkenalkan pariwisata secara luas adalah dengan cara digitalisasi pariwisata.⁽⁴⁾ Digitalisasi telah mengubah lanskap industri pariwisata secara signifikan, dengan semakin meluasnya akses internet dan perkembangan teknologi, pengguna dapat dengan mudah mencari informasi tentang destinasi wisata, memesan akomodasi, dan merencanakan perjalanan mereka melalui platform online.⁽⁵⁾ Digitalisasi juga memungkinkan para pelaku pariwisata, seperti hotel, restoran,

dan operator tur, untuk mengelola operasi mereka dengan lebih efisien dan memperluas jangkauan pemasaran mereka secara global melalui media sosial dan situs web sehingga menghasilkan pariwisata maju.⁽⁶⁾

Pariwisata maju tidak hanya melibatkan peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi, tetapi juga mencakup aspek-aspek inovatif dan berkelanjutan dalam pengelolaan destinasi tersebut.⁽⁷⁾ Pariwisata maju juga berfokus pada pemberdayaan masyarakat lokal, penggunaan teknologi canggih dalam pengelolaan dan pemasaran destinasi, serta pemeliharaan kelestarian lingkungan dan budaya setempat dengan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan.⁽⁸⁾

Pariwisata maju tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi destinasi tersebut, tetapi juga menciptakan dampak positif bagi masyarakat lokal dan lingkungan sekitar, sambil memastikan kelestarian dan keberlanjutan pariwisata untuk generasi mendatang.⁽⁹⁾

Desa Wisata Cibiru Wetan adalah sebuah desa yang berada di timur kota Bandung tepatnya di Jl. Cibangkonol No.28, Cibiru Wetan, Kec. Cileunyi, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Desa Cibiru Wetan artinya Desa Cibiru bagian timur (Wetan) nama Cibiru itu sendiri diambil dari nama sebuah pohon yaitu "Pohon Biru" yang konon katanya pernah tumbuh disebuah tempat yang sekarang berlokasi di RT 04 RW 07 Kampung Cibiru Tonggoh Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung. Dari akar pohon Biru tersebut keluar mata air yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat setempat dan sekitarnya.

Cibiru adalah kata mudah dari Cai – biru berarti air yang keluar dari mata air pohon Biru bukan berarti air yang berwarna biru. Karena keberadaan mata air dari Tangkal/Pohon Biru tersebut dinamakanlah Kampung Cibiru (yang sekarang disebut Cibiru Tonggoh) sedangkan nama Cibiru selanjutnya berkembang menjadi nama desa yaitu Desa Cibiru yang masuk wilayah Kecamatan Ujung Berung Kabupaten Bandung. Sedangkan kata wetan berasal dari pemekaran desa di tahun 1984 dimana desa cibiru resmi dimekarkan menjadi dua desa yaitu desa cibiru kulon sebagai desa induk dan desa cibiru wetan sebagai desa hasil pemekaran.

Saat ini desa cibiru sudah menjadi desa wisata yang berfokus pada edukasi dimana lebih fokus terhadap *experience* wisatawan yang datang ke desa wisata edukasi cibiru wetan, dimana wisatawan dapat merasakan langsung pengalaman wisata berbasis masyarakat lokal yang berada di desa cibiru wetan sehingga pengalaman yang di dapatkan oleh wisatawan akan menjadi sebuah pengalaman yang luar biasa untuk menjadi bekal cerita di hari yang akan datang.

Fokus wisata edukasi desa wisata cibiru wetan lebih berfokus pada wisata atraksi dimana wisata tidak hanya berfokus pada wisata destinasi saja, melainkan lebih fokus terhadap keragaman atraksi yang di suguhkan seperti Culture Trip, Ulin dilembur, Ulin sampah, Ngaleuweung G.n Manglayang, Ngendong dilembur, Kampung Industri dan banyak lagi.

Wisata edukasi Cibiru wetan bukan hanya sekedar kegiatan wisata saja, melainkan memberikan beribu pengalaman yang luar biasa serta menambah wawasan bagi

wisatawan dalam berbagai hal yang telah dilakukan selama berada di desa wisata edukasi cibiru wetan.

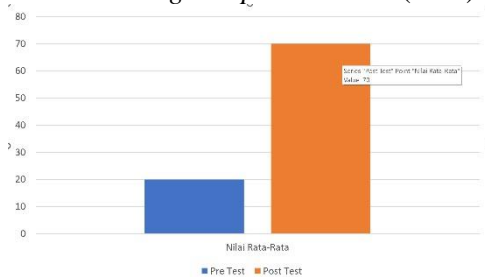
Pada observasi awal yang dilakukan oleh pengabdian dan bertemu dengan salah seorang pengurus desa bernama Pak Mpey, beliau mengatakan desa wisata cibiru wetan ini sudah masuk dalam desa digital yang saat ini sedang di tahap berkembang dan terus ingin berkembang. Ada beberapa program yang ingin dilakukan dan salah satunya target adalah untuk berpartisipasi dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Disinilah permasalahan mereka, desa wisata cibiru wetan merasa masih banyak yang harus di persiapkan, oleh karena itu berkaitan dengan pengmas pengabdian, pengabdian menawarkan untuk membantu mereka dalam pendampingan kegiatan ini sehingga akhirnya atau luarannya mereka dapat berpartisipasi dalam kegiatan ADWI.

2. Metode

Kegiatan ini dilakukan di desa wisata Cibiru Wetan pada bulan September 2024 dengan melibatkan 21 peserta yang terdiri dari, pengurus desa wisata Cibiru Wetan, perangkat desa, masyarakat, dan mahasiswa yang sedang KKN dari kampus lain. Metode yang digunakan meliputi pemahaman materi tentang *search engine optimalitation* (SEO) untuk memberikan wawasan tentang SEO kemudian dilanjutkan dengan bimtek dan pelatihan secara langsung. Pengukuran tingkat keberhasilan dilakukan dengan menggunakan *pre-test* dan *post-test* setelah kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan di desa wisata cibiru wetan pada bulan september 2024. Tema yang dilakukan adalah berkaitan dengan *search engine optimalitation* (SEO).



Grafik 1. Nilai rata-rata Pre-test dan Post Test.

Kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan *Search Engine Optimization* (SEO) kepada para peserta menunjukkan hasil yang luar biasa, mengindikasikan adanya antusiasme dan peningkatan pemahaman yang signifikan di antara para peserta. Awalnya, para peserta memiliki pemahaman yang terbatas mengenai topik ini, seperti yang ditunjukkan oleh nilai *pre-test* yang rata-rata hanya mencapai 20%. Nilai rendah ini terutama disebabkan oleh materi yang masih baru dan asing bagi sebagian besar peserta. Sebelum kegiatan ini dilakukan, pengetahuan tentang SEO hanya dimiliki oleh satu individu dalam kelompok, yaitu seorang yang bekerja di bagian IT, yang menyoroti perlunya pengenalan SEO yang lebih luas untuk tim lainnya. Setelah dilakukan kegiatan dampak positif langsung dapat dirasakan dimana nilai *post test* mencapai 70% pengetahuan dan pemahaman tentang SEO.

Tujuan dari kegiatan ini sangat jelas: memperluas pemahaman tentang SEO tidak hanya terbatas pada satu orang, tetapi juga untuk membekali seluruh perangkat desa

dengan pengetahuan yang diperlukan guna mengubah komunitas mereka menjadi desa wisata yang berorientasi digital. Fokus utamanya adalah memastikan bahwa setiap peserta, terlepas dari latar belakang teknis mereka, mampu memahami prinsip-prinsip dasar dan teknik-teknik yang terlibat dalam SEO. Tujuan akhir dari kegiatan ini adalah membentuk tim yang kompak dan terinformasi yang dapat secara aktif berkontribusi dalam meningkatkan kehadiran digital desa dan visibilitasnya sebagai destinasi wisata.

Sepanjang PKM, para peserta secara aktif terlibat dalam mempelajari dasar-dasar SEO, termasuk optimasi kata kunci, strategi pembuatan konten, teknik *link-building*, serta pentingnya analisis situs web. Konsep-konsep dasar ini sangat penting karena memberikan landasan yang kuat bagi peserta untuk membangun pemahaman mereka tentang bagaimana mesin pencari merangking situs web dan bagaimana mereka dapat meningkatkan jejak digital mereka sendiri untuk menarik lebih banyak pengunjung ke *platform online* desa mereka.

Setelah pelatihan, hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan. Nilai *post-test* meningkat tajam hingga rata-rata 70%, yang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kompetensi yang signifikan dalam topik-topik yang berkaitan dengan SEO. Peningkatan ini menunjukkan bahwa PKM tersebut berhasil mencapai tujuannya: tidak hanya memperkenalkan SEO kepada audiens yang lebih luas dalam administrasi desa, tetapi juga secara substansial meningkatkan kemampuan mereka untuk

menerapkan pengetahuan ini dalam skenario praktis. Hasil positif ini mencerminkan efektivitas metode pelatihan dan relevansi materi yang disampaikan.

Peserta menyatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat karena memberikan perspektif baru tentang pemasaran digital dan strategi SEO yang sebelumnya belum mereka ketahui. Mereka menyoroti pentingnya SEO dalam meningkatkan visibilitas digital desa mereka, pemahaman tentang cara kerja mesin pencari, dan teknik-teknik praktis untuk mengoptimalkan konten yang dapat menarik lebih banyak wisatawan ke desa mereka. Keterampilan baru yang diperoleh dari pelatihan ini diharapkan dapat memberdayakan mereka untuk menerapkan strategi digital yang lebih efektif, mengubah desa mereka menjadi destinasi wisata digital yang kompetitif.

Implikasi praktis dari pelatihan ini melampaui PKM itu sendiri. Dengan membekali perangkat desa dengan pengetahuan tentang SEO, desa tersebut dapat memanfaatkan keterampilan ini untuk membangun kehadiran online yang lebih kuat. Pendekatan yang berbasis digital ini akan memungkinkan mereka untuk mempromosikan daya tarik budaya dan alam desa kepada audiens global, menggunakan alat seperti media sosial, optimasi situs web, dan periklanan digital. Dalam era transformasi digital, di mana visibilitas online menjadi sangat penting, pemahaman tentang SEO sangatlah penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam industri pariwisata.

Lebih jauh lagi, inisiatif ini merupakan langkah penting menuju pencapaian visi desa sebagai destinasi wisata digital. Dengan menyelaraskan strategi mereka

dengan praktik pemasaran digital, desa dapat meningkatkan daya tariknya bagi wisatawan yang paham teknologi yang mengandalkan mesin pencari dan sumber daya online untuk merencanakan perjalanan mereka. Pendekatan ini juga mendukung tujuan desa untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dengan menciptakan peluang bagi bisnis lokal untuk menarik lebih banyak pengunjung, yang pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian lokal.

Keberhasilan pelatihan ini juga menjadi model bagi daerah-daerah pedesaan lainnya yang ingin merangkul transformasi digital. Hal ini menekankan pentingnya pengembangan kapasitas di bidang pemasaran digital dan menunjukkan bagaimana pelatihan yang ditargetkan dapat memberdayakan komunitas untuk mengambil kendali atas pengembangan ekonomi mereka sendiri. Dengan mendorong budaya pembelajaran berkelanjutan dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi, komunitas pedesaan dapat secara signifikan meningkatkan prospek mereka di bidang pariwisata yang kompetitif.

Pemahaman yang komprehensif tentang SEO di antara perangkat desa ini menjadi dasar yang kuat untuk inisiatif-inisiatif di masa depan yang ditujukan pada inovasi digital dan pemasaran. Peningkatan keterampilan dalam strategi SEO memungkinkan desa tersebut tidak hanya menarik lebih banyak wisatawan tetapi juga berinteraksi dengan mereka secara lebih efektif, menciptakan pengalaman pengunjung yang lebih baik yang mendorong masa tinggal lebih lama dan peningkatan pengeluaran. Peningkatan ini sangat penting untuk mendorong

pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, karena mereka secara langsung berdampak pada pendapatan desa dari sektor pariwisata.

Sebagai kesimpulan, kegiatan untuk memperkenalkan dan mendidik perangkat desa tentang SEO adalah sebuah kesuksesan yang luar biasa. Kegiatan ini secara signifikan meningkatkan pemahaman para peserta tentang prinsip-prinsip pemasaran digital, membekali mereka dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengubah desa mereka menjadi destinasi wisata digital terkemuka. Peningkatan skor *post-test* dari 20% menjadi 70% adalah bukti efektivitas pelatihan dan komitmen peserta untuk belajar. Dengan demikian, desa tersebut kini berada pada posisi yang lebih baik untuk memanfaatkan alat dan strategi digital untuk mencapai tujuannya menjadi pemain yang lebih terhubung dan kompetitif di sektor pariwisata. Inisiatif ini tidak hanya mendorong pengembangan ekonomi lokal tetapi juga menjadi cetak biru bagi komunitas pedesaan lainnya yang ingin merangkul transformasi digital dan praktik-praktik pariwisata berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Pelatihan SEO untuk perangkat desa menunjukkan hasil yang positif, meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan SEO untuk memperkuat kehadiran digital desa. Pelatihan ini bertujuan agar seluruh tim mampu berkontribusi aktif dalam mempromosikan desa sebagai destinasi wisata digital. Selain meningkatkan keterampilan teknis, pelatihan ini juga menjadi langkah penting dalam mencapai visi desa

sebagai komunitas wisata yang terhubung digital, dengan potensi ekonomi yang lebih besar. Keberhasilan ini menciptakan dasar kuat bagi pengembangan strategi digital jangka panjang, sekaligus menjadi model transformasi digital yang dapat diadopsi oleh desa lain untuk pembangunan ekonomi berkelanjutan.

5. Daftar Pustaka

- [1] Akmal M, Purnamasari N. Implementasi Search Engine Optimization (SEO) untuk Peningkatan Promosi Produk UMKM Desa. *J Pengabdian Masyarakat Indones.* 2023;5(2):234-45.
- [2] Sutrisno T, Pratama R. Peningkatan Daya Saing Desa Wisata Melalui Optimalisasi SEO pada Situs Web Desa. *J Abdimas Nusantara.* 2022;3(4):189-200.
- [3] Fauzan R, Wulandari S. Pelatihan SEO untuk Pemasaran Digital pada Komunitas Bisnis Kreatif di Kota Bandung. *J Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat.* 2021;7(3):101-10.
- [4] Irawan B, Santoso E. Strategi Pengembangan UMKM melalui Penerapan Search Engine Optimization (SEO). *J Ilmiah Pengabdian Masyarakat.* 2020;8(1):56-67.
- [5] Maulana H, Widodo A. Optimalisasi SEO sebagai Media Promosi Digital pada Desa Wisata. *J Dedikasi Masyarakat.* 2019;2(5):215-23.
- [6] Ramadhani I, Syafrudin N. Penggunaan SEO dalam Strategi Pemasaran Online untuk Produk Pertanian Desa. *J Abdimas Terapan.* 2024;4(2):122-34.

- [7] Yulianto S, Kartika A. Pelatihan SEO untuk Usaha Mikro di Lingkungan Desa Digital. *J Teknologi dan Pengabdian Masyarakat*. 2023;6(3):175-87.
- [8] Ningsih D, Rahmawati T. Implementasi Search Engine Optimization (SEO) untuk Meningkatkan Visibilitas Situs Web UMKM. *J Pengabdian dan Inovasi Masyarakat*. 2022;4(4):95-106.
- [9] Saputra M, Kusuma R. Pelatihan dan Penerapan SEO pada Sektor Pariwisata Desa untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *J Pengabdian Masyarakat Teknologi*. 2021;5(2):143-53.
- [10] Utami, N. P. C. P., Maharani, P. D., & Candra, K. D. P. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Lokal dalam Pengembangan Paket Wisata di DTW Jatiluwih. *Bina Cipta*, 2(2), 91–102.
- [11] Mahdi Raka A. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal. *Skripsi*, Universitas Airlangga.
- [12] Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Medan Area. (2024). Inovasi untuk Pemberdayaan Komunitas Lokal.
- [13] Almukhtar, F., Mahmood, N., & Kareem, S. (2021). Search engine optimization: a review. *Applied computer science*, 17(1), 70-80.
- [14] Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96-102.
- [15] Dewi, D. F. F. (2024). Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah. *Jurnal Visi Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 6(2), 110-114.