

WORKSHOP COPYWRITING DAN SEO UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL UMKM PURI AREN CAIR

Muharrina Harahap^{1*}, Heny Anggreini¹, Jakaria¹, Abdillah Menri Munthe²

¹*Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Medan*

²*Manajemen Universitas Labuhanbatu*

¹*Jalan Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate, Percut Sei Tuan, Deli Serdang*

²*Jalan Sisingamangaraja No. 126 A, Aek Tapa, Rantauprapat, Kab. Labuhanbatu, Sumatera Utara*

Korespondensi : muhammad@unimed.ac.id

Artikel history :	Received	: 15 Agustus 2025	DOI : https://doi.org/10.29303/pepadu.v6i3.8323
	Revised	: 03 September 2025	
	Published	: 30 September 2025	

ABSTRAK

Modernisasi dan perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui e-commerce. Namun, UMKM Puri Aren Cair masih menghadapi kendala dalam strategi pemasaran digital sehingga penjualan daring belum optimal meskipun memiliki produk unggulan yang potensial di pasar nasional dan internasional. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi digital dan kapasitas pemasaran mitra melalui pelatihan copywriting, SEO, serta pemanfaatan e-commerce secara profesional. Metode kegiatan dilaksanakan secara partisipatif pada Juli 2025 dengan melibatkan sepuluh karyawan UMKM Puri Aren Cair. Tahapan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan, evaluasi, dan keberlanjutan program. Peserta mengikuti workshop dua hari yang berfokus pada strategi copywriting, SEO, serta pengelolaan toko daring di marketplace. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada literasi digital peserta, keterampilan mengelola toko daring, serta kemampuan mengoptimalkan konten promosi berbasis strategi digital marketing. Implementasi strategi digital melalui e-commerce berpotensi memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding, dan meningkatkan penjualan. Kesimpulannya, kegiatan pengabdian ini berhasil menjawab permasalahan utama mitra, yakni keterbatasan strategi pemasaran digital, dengan memberikan solusi praktis yang mendukung peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0.

Kata Kunci: *copywriting*, pemasaran digital, *e-commerce*, SEO, UMKM

ABSTRACT

Modernization and the development of digital technologies provide great opportunities for UMKM to expand their market through e-commerce. However, UMKM Puri Aren Cair still faces obstacles in its digital marketing strategy so that online sales are not optimal despite having a potential flagship product in the national and international markets. The purpose of this devotional activity is to increase the digital literacy and marketing capacity of partners through training in copywriting, SEO, as well as the professional use of e-commerce. The method of the activity was implemented on a participatory basis in July 2025 involving ten employees of UMKM Puri Aren Cair. The stages of the activities included socialization, training, application of technology, mentoring, evaluation, and sustainability of the program. Participants attended a two-day workshop focused on copywriting strategies, SEO, and managing online stores in the marketplace. The results of the activity show a

significant improvement in the digital literacy of the participants, the skills of managing online stores, as well as the ability to optimize promotional content based on digital marketing strategies. Implementing digital strategies through e-commerce has the potential to expand market reach, strengthen branding, and increase sales. In conclusion, this dedicated activity is successful in addressing the main problem of the partners, namely the limitations of the digital marketing strategy, by providing practical solutions that support the improvement of the competitiveness of UMKM in the era of industry 4.0.

Keywords: copywriting, digital marketing, e-commerce, SEO, UMKM

PENDAHULUAN

Saat ini modernisasi sangat mendukung perkembangan usaha masyarakat terutama di bidang media elektronik/digital. Media digital membantu usaha masyarakat untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Bahkan, lebih efisien dalam penggunaan biaya dan waktu pemasarannya. Salah satu jenis media digital yang sering digunakan oleh pengusaha adalah e-commerce atau marketplace. E-commerce adalah wadah bagi para penjual untuk menampilkan dan menjual produknya secara langsung dengan jangkauan pasar yang luas (Asf dkk., 2025; Manap dkk., 2023). Seperti Shopee dan Tiktokshop. E-commerce di masa sekarang ini sangat diminati oleh konsumen karena konsumen tidak harus langsung ke toko untuk melihat produk hingga memutuskan untuk membeli. Ini juga menghemat waktu dan biaya yang harus dikeluarkan oleh konsumen.

E-commerce menjadi tempat penjualan yang sangat menguntungkan bagi para pelaku usaha, tetapi nyatanya tidak digunakan oleh UMKM Puri Aren Cair. Jika dilihat dari sejarahnya, Pendiri usaha ini melakukan enam kali percobaan produksi hingga menemukan resep dan teknik yang menghasilkan gula aren cair berkualitas. Keberhasilan tersebut membuat Puri Aren Cair menetapkan Desa Mangga, Kabupaten Langkat, sebagai lokasi dapur utama produksi. Dari 34 desa penghasil air nira yang tersebar di 3 kecamatan, Desa Mangga dipilih sebagai pusat produksi karena menjadi lokasi dapur utama Puri Aren Cair. Desa Mangga itu sendiri pada 6 Mei 2025 resmi ditetapkan sebagai Desa Devisa oleh Kementerian Keuangan melalui Lembaga Pembiayaan Ekspor Indonesia (LPEI), berdasarkan potensi ekspor nira aren yang tinggi. Dengan kualitas produk yang sudah terbukti, Puri Aren Cair memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional.

UMKM Puri Aren Cair sudah mencoba penjualan melalui e-commerce sejak 2022 khususnya di Shopee namun pengelolaan toko daring belum profesional karena belum ada admin khusus. Akibatnya, konten dan tampilan toko kurang menarik, sehingga penjualan daring belum maksimal. Untuk menjawab tantangan tersebut, program pengabdian masyarakat ini merancang beberapa intervensi strategis. Dampak yang diharapkan dari seluruh rangkaian kegiatan ini adalah peningkatan pangsa pasar daring Puri Aren Cair, baik melalui marketplace maupun kehadiran merek di media sosial, yang pada akhirnya akan meningkatkan omset dan memperluas cakupan konsumen. Transformasi digital akan mendorong Puri Aren Cair lebih siap bersaing di era industri 4.0, sekaligus menciptakan lapangan kerja tambahan baik di sektor produksi maupun di bidang digital dan administrasi. Lebih jauh, program ini memiliki keterkaitan erat dengan tujuan Sustainable Development Goals (SDG's): mendukung SDG 8 (Decent Work and Economic Growth) dengan mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis UMKM dan menciptakan peluang kerja bagi petani binaan atau tenaga kerja produksi, serta mendukung SDG 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure) melalui penguatan infrastruktur digital UMKM dan inovasi dalam pola produksi hingga pemasaran.

Salah satu kendala utama yang dihadapi mitra ada pada aspek pemasaran. Minimnya pemanfaatan platform online dan media digital menyebabkan jangkauan pasar menjadi terbatas. Lebih lanjut, Puri Aren Cair belum mampu merancang strategi promosi yang relevan

dengan tren pasar saat ini, sehingga branding usaha belum terbentuk secara kuat. Di sisi lain, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, serta pengelolaan media sosial yang belum optimal, turut menghambat upaya perluasan pasar. Kondisi ini diperparah oleh sistem transaksi dan distribusi yang masih mengandalkan metode manual, sehingga daya saing UMKM melemah di tengah persaingan global yang semakin ketat. Dampak yang diharapkan dari program ini tidak hanya meningkatkan jangkauan pasar Puri Aren Cair secara signifikan baik di tingkat lokal maupun internasional tetapi juga mendorong pertumbuhan pendapatan usaha. Dengan penguatan strategi pemasaran digital, peluang lapangan kerja baru akan terbuka, sementara keterampilan manajerial mitra akan semakin berkembang. Secara sosial-ekonomi, optimalisasi pemasaran digital ini akan mempercepat transformasi digital UMKM dan memperkuat daya saing di era industri 4.0. Untuk memastikan keberlanjutan hasil program, kolaborasi akan dijalin dengan lembaga pelatihan dan perguruan tinggi sehingga UMKM dapat terus mengembangkan inovasi serta beradaptasi dengan dinamika pasar global demi mencapai pertumbuhan usaha yang lebih stabil dan berkelanjutan.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juli 2025 di Kantor Sekretariat UMKM Puri Aren Cair, Komplek Tasbih I Blok YY No. 146, Setia Budi, Medan. UMKM Puri Aren Cair dipilih sebagai mitra karena produknya yang berkualitas hanya dipasarkan secara manual, seperti didistribusikan ke gerai ritel dan supermarket. Kemudian, didistribusikan ke pasar internasional di Malaysia (Kuala Lumpur dan Pulau Pinang), Belanda, Jepang, dan Arab Saudi. Padahal, UMKM Puri Aren Cair memiliki e-commerce, Shopee. Akan tetapi, toko online ini belum dikelola secara profesional karena belum ada admin khusus yang bisa memegangnya sehingga konten dan tampilan toko kurang menarik. Akibatnya, penjualan online tidak maksimal. Oleh karena itu, 10 karyawan UMKM Puri Aren Cair diberikan pelatihan selama dua hari untuk mendapatkan pemahaman dan praktik langsung mengelola e-commerce.

Metode yang digunakan dalam workshop ini adalah partisipatif, yang berorientasi pada praktik langsung. Seperti yang dilakukan oleh (Fikri dkk., 2025), metode praktik mampu meningkatkan keterlibatan dan pemahaman peserta workshop secara lebih efektif. Metode ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital karyawan Puri Aren Cair dan berdampak terhadap jangkauan pemasaran produk mereka ke masyarakat yang lebih luas. Berikut tahapan pelaksanaan pengabdian ini.

1. Sosialisasi

Tahap sosialisasi dimulai dengan persiapan yang mencakup penyusunan undangan resmi, materi presentasi berupa slide, serta lembar umpan balik dalam bentuk kuesioner. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan perangkat desa atau kelurahan.

2. Pelatihan

Tahap pelatihan berlangsung selama dua hari dan mencakup dua topik utama yang dirancang untuk meningkatkan kapabilitas digital marketing dan e-commerce para peserta

3. Penerapan Teknologi

Tahap penerapan teknologi berfokus pada integrasi platform digital, praktik langsung, serta penyediaan peralatan dan infrastruktur yang mendukung operasional bisnis berbasis ecommerce dan pemasaran digital.

4. Pendampingan dan Evaluasi

Tahap pendampingan dan evaluasi bertujuan untuk memastikan efektivitas implementasi strategi digital marketing dan e-commerce yang telah diberikan dalam pelatihan.

Pendampingan intensif dilakukan melalui kunjungan lapangan oleh tim pendamping yang terdiri dari dosen dan mahasiswa.

5. Keberlanjutan Program

Tahap keberlanjutan program dirancang untuk memastikan dampak jangka panjang dari pelatihan dan penerapan strategi digital yang telah diberikan kepada mitra UMKM.

6. Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam program ini berlangsung melalui empat tahapan utama yang memastikan keterlibatan aktif serta penerapan strategi digital yang telah dipelajari. 1) Tahap pra-pelatihan, mitra diharapkan hadir dalam sesi sosialisasi untuk memahami tujuan program serta menyampaikan kebutuhan mereka. 2) Selama pelatihan, mitra berperan aktif dengan mengajukan pertanyaan, mengikuti praktik langsung, serta berpartisipasi dalam studi kasus lapangan. 3) Tahap implementasi menjadi momentum bagi mitra untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh, termasuk dalam membuka dan mengelola toko daring, mengunggah produk, serta mempublikasikan konten promosi secara mandiri. 4) Evaluasi dan feedback dilakukan melalui pengisian kuesioner pasca-sesi serta pemberian saran perbaikan secara rutin. Langkah ini penting untuk menilai efektivitas program dan memberikan rekomendasi bagi penyempurnaan strategi di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh UMKM Puri Aren Cair, yaitu keterbatasan strategi pemasaran digital, maka kegiatan pengabdian ini menawarkan dan memberikan solusi, yaitu menyusun strategi pemasaran digital melalui e-commerce.

A. Sosialisasi Program dan Kegiatan

Sebelum melaksanakan pelatihan, tim dosen dan mahasiswa melakukan sosialisasi, yaitu menyusun undangan, materi presentasi berupa slide, serta lembar umpan balik dalam bentuk kuesioner. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan perangkat desa atau kelurahan. Selanjutnya, tim pelaksana memaparkan latar belakang program serta tujuan yang ingin dicapai, yaitu peningkatan kapabilitas dalam digital marketing, e-commerce, dan produksi konten promosi. Kemudian, diadakan diskusi terbuka untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik mitra, termasuk hambatan teknis, target pasar, serta tantangan yang dihadapi. Selanjutnya, rencana kerja yang mencakup timeline dan modul pelatihan difinalisasi berdasarkan masukan yang telah diperoleh. Kemudian, dilakukan penandatanganan surat komitmen bersama dalam bentuk Memorandum of Understanding (MoU) singkat.

B. Pelatihan Copywriting/ SEO dan Penggunaan Platform E-Commerce

Pelaksanaan pelatihan berlangsung selama dua hari yang dibimbing oleh Deddy Pranata, seorang praktisi pemasaran digital dari Kampung Digital. Beliau dikenal luas sebagai instruktur nasional dalam berbagai pelatihan digital yang diselenggarakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Hari pertama adalah memahami dua materi untuk meningkatkan kapabilitas digital marketing dan e-commerce para peserta. Materi pertama adalah *copywriting*, yang mencakup penerapan teknik AIDA dan PAS, penentuan tone of voice, penulisan artikel blog dan landing page yang SEO-friendly, serta penyusunan caption dan naskah iklan media sosial/email dengan call-to-action yang memicu konversi. Materi kedua adalah SEO, peserta akan mempelajari riset kata kunci, optimasi onpage (judul, meta description, struktur heading, internal linking), off-page (strategi backlink dan guest posting), hingga technical SEO (page speed, mobile-friendly, schema markup) serta monitoring lewat Google Analytics dan Search Console.

Hari kedua adalah pelatihan penggunaan platform e-commerce (Tokopedia, Shopee), seperti pengabdian yang dilakukan oleh (Nasution dkk., 2022). Pelatihan ini membekali mitra dengan praktik pengelolaan toko daring profesional dan teknik optimasi SEO di marketplace, termasuk penggunaan fitur iklan berbayar. Penggunaan e-commerce mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan efisiensi bisnis, mengendalikan biaya operasional, serta memungkinkan aktivitas tanpa batasan ruang dan waktu, sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan. Peserta belajar mengunggah produk, menyusun judul produk berbasis kata kunci, mengelola katalog, serta memantau performa penjualan melalui dashboard platform.



Gambar 1. Workshop Pemasaran Digital, Copywriting, Hari ke-1



Gambar 2. Workshop Pemasaran Digital, SEO, Hari ke-2



Gambar 3. Narasumber Menjelaskan tentang Copywriting dan SEO

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bersama UMKM Puri Aren Cair telah berhasil menjawab tantangan utama, yaitu keterbatasan strategi pemasaran digital. Program berupa pelatihan copywriting, SEO, dan pemanfaatan e-commerce mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas mitra. Pertama, kegiatan pelatihan dan praktik langsung terbukti meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam pengelolaan toko daring, optimalisasi konten promosi, dan pemanfaatan strategi digital marketing yang relevan dengan dinamika pasar. Kedua, implementasi strategi pemasaran digital melalui platform e-commerce berpotensi memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding, sekaligus mendorong peningkatan penjualan di skala lokal, nasional, bahkan internasional. Ketiga, program ini sejalan dengan pencapaian SDG's 8 (Decent Work and Economic Growth) melalui penciptaan peluang kerja baru di bidang produksi maupun administrasi, serta SDG's 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure) melalui penguatan infrastruktur digital UMKM. Keempat, dengan adanya proses pendampingan dan evaluasi, mitra mulai menunjukkan kemandirian dalam menerapkan strategi digital marketing, sehingga keberlanjutan usaha lebih terjamin serta daya saing semakin meningkat di era industri 4.0.

Untuk mendukung keberlanjutan dan penguatan program, terdapat beberapa hal yang direkomendasikan. Pertama, UMKM Puri Aren Cair perlu menunjuk admin khusus dalam pengelolaan e-commerce agar konsistensi operasional toko daring tetap terjaga. Kedua, mitra juga didorong untuk mengembangkan branding yang lebih kuat melalui pemanfaatan konten kreatif seperti foto produk, video promosi, dan narasi storytelling yang menarik sehingga citra usaha semakin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian ini didukung oleh Program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat DPPM KEMDIKTISAINTEK dan LPPM Universitas Negeri Medan, melalui dana DIPA Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Tahun Anggaran 2025. Penulis mengucapkan terima kasih kepada DPPM KEMDIKTISAINTEK dan LPPM Universitas

Negeri Medan yang telah mendanai penelitian ini. Kemudian, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada UMKM Puri Aren Cair yang telah menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asf, N. S., Burhan, R. R., & Muhlis. (2025). Workshop Pemasaran Berbasis E-Commerce untuk Mengembangkan Pasar Global Produk UMKM. *Journal of Human And Education*, 5(1), 643–649.
- Fikri, M., Destikarini, F., Putra, H. P., Wibowati, J. I., Martini, & Alam, Y. (2025). Workshop Pemasaran Berbasis E-Commerce untuk Mengembangkan Produk UMKM di Kota Palembang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(2), 2092–2100.
- Manap, A., Lubis, A., Mustangin, Hawari, Y., Suyadi, Julina, S., & Lubis, Z. (2023). WORKSHOP PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE PADA UMKM DI JASINGA KABUPATEN BOGOR. *Community Development Journal*, 4(2), 2277–2281.
- Nasution, N., Nasution, F. B., & Hasan, M. A. (2022). Pelatihan Marketing Online dan Workshop E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran pada Kelompok Pengrajin Rotan Kota Pekanbaru. *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 1591–1601.