

LAPORAN AKHIR PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)



PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEO, SEM DAN INSTAGRAM BOOST POST UNTUK MENINGKATKAN PRODUCT AWARNESS PADA UMKM

Tim Pengusul :

Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M. (NIDN : 0326039602)

Johan Mohammad Palah, S.Kom., M M.S.I. (NIDN : 0323039701)

Putri Ambarwati, S.Kom., M M.S.I. (NIDN : 0316129601)

Kartika Nurhikamayanti (202202110002)

Dewi Kartika (202202110001)

**UNIVERSITAS IPWIJA
2025**



SURAT TUGAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

No: 205/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2025

Berdasarkan Surat Edaran Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Semester Ganjil 2025/2026 No.148/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2025 tanggal 1 September 2025 dan surat permohonan dari Prismo (Prestige Mobiell) No.05/SPP/PRM/XI/2025 tanggal 20 November 2025 perihal permohonan Narasumber, Pendamping dan Pemberi Materi, dengan ini Kepala LP2M Universitas IPWIJA menugaskan:

1. Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M (NIDN: 0326039602)
2. Johan Mohammad Palah, S.Kom., M.S.I. (NIDN: 0323039701)
3. Putri Ambarwati, S.Kom., M M.S.I. (NIDN: 0316129601)

Untuk menjadi Narasumber dalam kegiatan yang akan dilaksanakan pada:

Hari / tanggal : Sabtu, 29 November 2025
Waktu : 10:00 – 12:30 WIB
Media : Online/Daring (Google Meet)
Tema : “Pelatihan Digital Marketing SEO, SEM dan Instagram Boost Post Untuk Meningkatkan Product Awarness Pada UMKM.”

Setelah pelaksanaan kegiatan Dosen yang ditugaskan diwajibkan membuat Laporan Pelaksanaan Kegiatan kepada pemberi tugas (LP2M Universitas IPWIJA). Mohon bantuan penanggungjawab kegiatan membantu menyediakan berkas yang diperlukan untuk pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan.

Demikian Surat Tugas ini disampaikan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Bogor, 21 November 2025



Drs. Jayadi, M.M.
Kepala LP2M

Nomor : 05/SPP/PRM/XI/2025
Perihal : Permohonan Pelatihan Digital Marketing
Lampiran : -

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Dosen Universitas IPWIJA
di-
Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan kebutuhan peningkatan kompetensi dalam pengelolaan dan pemasaran usaha, kami dari Prismo (Prestige Mobiel) bermaksud mengajukan permohonan pelatihan Digital Marketing kepada Bapak/Ibu. Pelatihan ini kami harapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, sehingga dapat kami terapkan dalam pengembangan usaha yang sedang kami jalankan.

Kami sangat berharap agar permohonan ini dapat diterima dan mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pelatihan tersebut.

Hari/Tanggal : Sabtu, 29 November 2025
Waktu : 10:00 – 12:30 WIB
Tempat : Online/Daring (Google Meet)
Peserta : Founder & Co-Founder Prismo (4 Orang)
Kegiatan : Pelatihan Digital Marketing

Demikian permohonan ini kami sampaikan. Besar harapan kami untuk dapat mengikuti pelatihan tersebut. Atas perhatian dan kesempatan yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cikeas, 20 November 2025

Operational Manager



Abdul Faqih Raihan

Nomor : 06/SUT/PRM/XI/2025

Perihal : Ucapan Terima Kasih

Lampiran : -

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Dosen Universitas IPWIJA

di-

Tempat

Dengan hormat,

Kami dari Prismo (Prestige Mobiel) menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu atas kesempatan yang diberikan kepada kami untuk mengikuti Pelatihan Digital Marketing. Pelatihan tersebut memberikan wawasan serta pemahaman yang sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha yang sedang kami jalankan.

Materi yang disampaikan serta bimbingan yang diberikan selama pelatihan sangat membantu kami dalam memahami strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan bisnis saat ini. Kami merasa memperoleh banyak pengetahuan baru yang dapat segera kami terapkan dalam kegiatan operasional dan pengembangan usaha. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak / Ibu Dosen:

1. Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M. (NIDN : 0326039602)
2. Johan Mohammad Palah, S.Kom., M M.S.I. (NIDN : 0323039701)
3. Putri Ambarwati, S.Kom., M M.S.I. (NIDN : 0316129601)
4. Kartika Nurhikamayanti (202202110002)
5. Dewi Kartika (202202110001)

Demikian ucapan terima kasih ini kami sampaikan sebagai bentuk penghargaan atas waktu, ilmu, dan kesempatan yang diberikan kepada kami. Semoga kerja sama dan hubungan baik ini dapat terus terjalin di masa mendatang. Atas perhatian dan bimbingan Bapak/Ibu, kami sekali lagi mengucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Cikeas, 30 November 2025

Operational Manager



Abdul Faqih Raihan



PENGESAHAN
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT DOSEN
UNIVERSITAS IPWIJA
No. 218/IPWIJA.LP2M/PkM-00/2025

- | | | |
|---------------------------|---|---|
| 1. Nama Kegiatan | : | Pelatihan Digital Marketing SEO, SEM dan Instagram Boost Post untuk meningkatkan product awarness pada UMKM |
| 2. Jenis Kegiatan | : | Insidental |
| 3. Tema | : | Pelatihan Digital Marketing UMKM |
| 4. Mitra | : | Prismo (Prestige Mobiel) |
| 5. Cakupan wilayah | : | Lokal |
| 6. Narasumber/Pendamping | : | |
| a. Ketua | : | Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M
NIDN: 0326039602 |
| b. Anggota 1 | : | Johan Mohammad Palah, S.Kom.,
M.S.I.
NIDN: 0323039701 |
| c. Anggota 2 | : | Putri Ambarwati, S.Kom., M M.S.I.
NIDN: 0316129601 |
| d. Anggota 3 | : | Kartika Nurhikamayanti
NIM: 202202110002 |
| e. Anggota 4 | : | Dewi Kartika
NIM: 202202110001 |
| 7. Waktu Pelaksanaan | : | Semester Ganil TA 2025/2026 |
| 8. Jangka Waktu Penugasan | : | 1 Hari (29 November 2025) |
| 9. Lokasi | : | Jl. Teluk Langsa Blok F1 No. 13 RT 02 RW
19, Ciangsana, Gunung Putri, Kabupaten
Bogor (Online) |
| 10. Dana | : | |
| a. Jumlah | : | Rp. 1.500.000 (Satu Juta Lima ratus Ribu
Rupiah) |
| b. Sumber | : | Dana (dana institusi) |
| 11. Hasil Kegiatan | : | Laporan kegiatan |

Bogor, 1 Desember 2025

Menyetujui dan Mengesahkan



Drs Jayadi, M.M.
Kepala LP2M

IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

Judul PKM : PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEO, SEM DAN INSTAGRAM BOOST POST UNTUK MENINGKATKAN PRODUCT AWARNESS PADA UMKM

Identitas Pengusul

No	Nama	Jabatan	Program Studi	Bidang Tugas
1	Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M	Dosen	Kewirausahaan	Kewirausahaan
2	Johan Mohammad Palah, S.Kom., M.S.I.	Dosen	Sistem Informasi	Sistem Informasi
3	Putri Ambarwati, S.Kom., M M.S.I.	Dosen	Sistem Informasi	Sistem Informasi
4	Kartika Nurhikamayanti	Mahasiswa	Sistem Informasi	Sistem Informasi
5	Dewi Kartika	Mahasiswa	Sistem Informasi	Sistem Informasi

Mitra PKM : Prismo (Prestige Mobiel)

Lokasi PKM : Jl. Teluk Langsa Blok F1 No. 13 RT 02 RW 19,
Ciangsana, Gunung Putri, Kabupaten Bogor (Online)

Masa Pelaksanaan : 1 Hari

Luaran dan Target Capaian : Laporan kegiatan dan dokumentasi foto yang dapat Digunakan UNIVERSITAS IPWIJA untuk keperluan pelaporan internal.

Usulan Anggaran : Rp. 1.500.000

RINGKASAN

UMKM Prismo (Prestige Mobiel), sebuah entitas usaha yang bergerak di bidang layanan aplikasi cuci steam, menghadapi tantangan signifikan terkait rendahnya product awareness akibat keterbatasan pemanfaatan saluran pemasaran digital yang strategis. Kondisi ini diperburuk oleh rendahnya visibilitas organik di mesin pencari dan belum optimalnya penggunaan fitur iklan berbayar.

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing Intensif yang berfokus pada tiga pilar utama: Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), dan Instagram Boost Post. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman SDM Prismo mengenai strategi pemasaran digital terintegrasi dan mendorong peningkatan product awareness secara terukur.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dilaksanakan secara daring pada tanggal 29 November 2025, melibatkan tujuh peserta dari tim inti UMKM Prismo. Metode yang digunakan adalah pendekatan hands-on berbasis case study, di mana materi teoritis diimbangi dengan simulasi pengaturan iklan dan guideline praktis, yang didukung oleh transfer Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) di bidang Manajemen Pemasaran Digital dan Sistem Informasi.

Hasilnya, kegiatan ini berhasil meningkatkan kompetensi SDM mitra dalam mengaplikasikan tools dan strategi pemasaran digital secara efektif. Luaran non-fisik berupa modul pelatihan dan video guideline praktis juga telah tersedia bagi mitra sebagai referensi kerja berkelanjutan. Secara institusional, kegiatan ini telah memenuhi kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi serta memperkuat kemitraan antara Universitas IPWIJA dan UMKM Prismo. Disarankan agar mitra konsisten dalam mengimplementasikan strategi yang telah diajarkan untuk mencapai dampak jangka panjang pada peningkatan product awareness dan omzet penjualan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta’ala atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga Tim Pengusul dari Universitas IPWIJA dapat menyelesaikan Laporan Akhir Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul “Pelatihan Digital Marketing SEO, SEM dan Instagram Boost Post untuk meningkatkan product awareness pada UMKM Prismo (Prestige Mobiell)” ini dengan baik dan tepat waktu.

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam bidang Pengabdian kepada Masyarakat, yang bertujuan untuk mentransfer ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) kepada masyarakat, dalam hal ini kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Prismo.

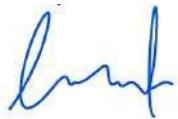
Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pelatihan ini tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan kerja sama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Tim Pengusul mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas IPWIJA beserta jajaran yang telah memberikan izin, dukungan institusional, dan fasilitas, serta memberikan amanah dalam pelaksanaan kegiatan ini.
2. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas IPWIJA yang telah memfasilitasi dan memonitor seluruh tahapan kegiatan PKM ini.
3. Tim Digital Marketing Romeesa Design yang telah berkontribusi aktif sebagai pemateri dan pendukung teknis dalam sesi pelatihan.
4. Bapak/Ibu/Saudara (Founder, Co-Founder, dan Karyawan) UMKM Prismo (Prestige Mobiell) atas partisipasi aktif, keterbukaan, dan kerjasama yang sangat baik selama proses analisis kebutuhan hingga pelaksanaan pelatihan.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi dan bantuan dalam bentuk apapun demi kelancaran kegiatan ini.

Tim Pengusul menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan kualitas laporan dan pelaksanaan kegiatan pengabdian di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi penting bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya.

Bogor, 1 Desember 2025

Ketua Tim Pengusul



Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M.

DAFTAR ISI

JUDUL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM).....	1
IDENTITAS DAN URAIAN UMUM.....	4
RINGKASAN	5
KATA PENGANTAR	6
BAB 1 PENDAHULUAN.....	9
1.1Analisis Situasional.....	9
1.2 Permasalahan	9
BAB 2	12
SOLUSI DAN TARGET LUARAN.....	12
BAB 3	13
METODE PELAKSANAAN.....	13
BAB 4	15
PELAKSANAAN KEGIATAN.....	15
4.1 Jadwal Kegiatan	15
4.2 Peta Lokasi Mitra Sasaran.....	15
4.3 Gambaran IPTEK.....	15
4.4 Biaya	16
4.5 Hasil	17
BAB 5	19
KESIMPULAN DAN SARAN.....	19
LAMPIRAN.....	21

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasional

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional yang memiliki peran vital dalam penyerapan tenaga kerja dan pemerataan pendapatan. Dalam era digital saat ini, kemampuan UMKM untuk beradaptasi dan bertransformasi secara digital telah menjadi faktor penentu keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Pergeseran perilaku konsumen menuju pembelian daring (online) menuntut UMKM untuk tidak hanya hadir, tetapi juga mampu bersaing secara efektif di ruang digital.

UMKM Prismo (Prestige Mobiell) merupakan salah satu entitas usaha yang bergerak di bidang aplikasi layanan penyedia jasa cuci steam. Meskipun memiliki produk dan layanan yang kompetitif dari segi kualitas, Prismo menghadapi tantangan signifikan terkait jangkauan pasar dan penetrasi produk. Berdasarkan analisis awal, didapatkan bahwa product awareness (kesadaran produk) Prismo masih berada pada tingkat yang relatif rendah. Hal ini disebabkan oleh bisnis ini tergolong baru, lalu adanya keterbatasan dalam memanfaatkan saluran pemasaran digital yang strategis dan bertarget. Pemanfaatan media sosial dan mesin pencari (Google) seringkali masih bersifat pasif dan belum terintegrasi dengan strategi promosi berbayar yang efektif.

Oleh karena itu, diperlukan intervensi spesifik untuk mengatasi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran digital yang canggih. Pelatihan yang berfokus pada Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), dan Instagram Boost Post diyakini menjadi solusi krusial. Kombinasi ketiga strategi ini memungkinkan Prismo untuk : mencapai visibilitas organik jangka panjang melalui SEO, mendapatkan visibilitas instan dan tertarget melalui SEM dan meningkatkan interaksi serta kesadaran merek di platform media sosial yang paling populer melalui Instagram Boost Post. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini bertujuan secara langsung untuk membekali mitra dengan kapabilitas tersebut, sehingga dapat meningkatkan product awareness secara signifikan dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan omzet penjualan Prismo.

1.2 Permasalahan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal dengan pengelola UMKM Prismo (Prestige Mobiell), ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra terkait upaya peningkatan product awareness dan perluasan jangkauan pasar di era digital, yaitu:

1. Kurangnya Visibilitas Organik di *search engine* Mitra belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai teknik Search Engine Optimization (SEO) untuk memastikan bahwa produk dan layanan mereka muncul di halaman pertama hasil pencarian Google secara alami (organik). Hal ini mengakibatkan potensi pelanggan yang mencari produk terkait sulit menemukan Prismo.
2. Keterbatasan Pemanfaatan Iklan Berbayar Pengelola Prismo belum memanfaatkan Search Engine Marketing (SEM) dan fitur Instagram Boost Post.
3. Rendahnya Engagement Media Sosial Konten yang disajikan di platform Instagram belum sepenuhnya dirancang untuk mendorong engagement (interaksi) dan awareness secara maksimal. Mitra memerlukan panduan praktis tentang cara menggunakan fitur berbayar Instagram untuk menjangkau audiens baru di luar pengikut yang sudah ada, guna meningkatkan kesadaran merek secara cepat.
4. Kesenjangan Pengetahuan Digital Secara umum, terdapat kesenjangan pengetahuan dan keterampilan di antara SDM mitra dalam mengaplikasikan tools dan strategi digital marketing terintegrasi yang mampu mengombinasikan kekuatan SEO, SEM, dan media sosial untuk mencapai tujuan product awareness.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini secara umum bertujuan untuk memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Prismo (Prestige Mobiel) terkait optimalisasi pemasaran dan peningkatan product awareness di ruang digital.

Secara lebih spesifik, tujuan dari kegiatan Pelatihan Digital Marketing SEO, SEM, dan Instagram Boost Post ini adalah:

1. Meningkatkan Pemahaman Strategis: Memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada sumber daya manusia (SDM) UMKM Prismo mengenai strategi komprehensif pemasaran digital, khususnya dalam mengintegrasikan Search Engine Optimization (SEO), Search Engine Marketing (SEM), dan promosi melalui media sosial.
2. Mencapai Visibilitas Organik: Membekali mitra dengan teknik-teknik SEO dasar dan lanjutan agar produk dan layanan Prismo dapat mencapai visibilitas organik yang lebih tinggi di mesin pencari, sehingga memudahkan calon pelanggan menemukan usaha mereka.
3. Mengoptimalkan Anggaran Iklan Berbayar: Melatih mitra dalam menyusun, mengelola, dan

menevaluasi kampanye iklan berbayar (SEM) yang efektif, termasuk penentuan target audiens yang spesifik dan penggunaan fitur Instagram Boost Post, dengan tujuan akhir menekan biaya dan meningkatkan efektivitas promosi.

4. Meningkatkan Product Awareness: Sebagai tujuan utama, kegiatan ini ditargetkan mampu meningkatkan product awareness UMKM Prismo di mata konsumen digital, yang akan diukur melalui peningkatan jumlah traffic (kunjungan) ke platform online mereka dan peningkatan engagement rate di media sosial.

BAB 2

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Target luaran (output) dari kegiatan pengabdian ini disusun berdasarkan dampak spesifik yang harus dicapai, dibagi menjadi Luaran bagi Mitra, Luaran bagi Universitas, dan Luaran Publikasi.

Target Luaran bagi Mitra UMKM (Prismo) :

1. Peningkatan Kompetensi SDM UMKM Prismo yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang teruji dalam menjalankan strategi *SEO*, *SEM*, dan *Instagram Boost Post*.
2. Tercapainya kenaikan tingkat product awareness (kesadaran produk) UMKM Prismo, yang terukur dari peningkatan traffic kunjungan ke *platform online* mitra dan/atau peningkatan engagement rate media sosial pasca pelatihan.
3. Tersedianya materi *SEO*, *SEM* dan video guideline praktis *Instagram Boost Post* yang dapat digunakan oleh mitra sebagai referensi kerja berkelanjutan.

Target Luaran bagi Universitas dan Mitra UMKM :

1. Terimplementasikannya ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang relevan dari Perguruan Tinggi (ilmu digital marketing) untuk memecahkan masalah nyata di masyarakat (UMKM).
2. Terjalinnya hubungan kemitraan yang berkelanjutan antara Universitas dengan UMKM Prismo, yang berkontribusi pada peningkatan citra positif dan relevansi Perguruan Tinggi di mata publik.

Target Luaran Publikasi :

1. Laporan kegiatan dan dokumentasi foto yang dapat digunakan UNIVERSITAS IPWIJA untuk keperluan pelaporan internal.

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan yang bersifat praktis (*hands-on*), yang difokuskan pada peningkatan keterampilan spesifik tim UMKM Prismo (Prestige Mobiel) dalam Digital Marketing. Metode ini dibagi menjadi tiga tahapan utama:

A. Tahap Koordinasi dan Persiapan:

1. **Analisis Awal dan Kebutuhan Mitra:** Tim pelaksana melakukan diskusi intensif dengan *founder*, *co-founder* dan beberapa karyawan UMKM Prismo untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman mereka saat ini mengenai SEO, SEM, dan Instagram *Boost Post*, serta meninjau aset digital mereka yang sudah ada. Hasil analisis ini menjadi dasar penyesuaian kedalaman dan fokus materi.
2. **Penyusunan Materi Ajar:** Tim PKM, yang dipimpin oleh dosen dan dibantu oleh tim digital marketing Romeesa Design serta mahasiswa sistem informasi, menyusun Materi Pelatihan *Digital Marketing* yang terstruktur. Materi ini dirancang agar mudah dipahami, relevan dengan sektor *mobile/gadget* Prismo, dan menyertakan *step-by-step guide* untuk implementasi.
3. **Persiapan Teknis Daring:** Mengingat kegiatan dilaksanakan secara Daring (Online) melalui Google Meet, tim melakukan pemembuatan *link* pertemuan, serta menyebarkan *link* materi dan *video guideline* untuk peserta UMKM Prismo.

B. Tahap Pelaksanaan Pelatihan (29 November 2025) :

Pelaksanaan inti dilakukan selama 1 hari pada tanggal yang telah ditetapkan, dengan alokasi waktu yang berimbang antara penyampaian teori dan praktik.

1. **Penyampaian Materi Komprehensif:** Pemateri (Tim PKM) menyampaikan materi secara terfokus pada tiga pilar solusi:
 - a. **SEO:** Memberikan pemaparan tentang riset kata kunci yang efektif dan optimasi dasar pada deskripsi produk digital.
 - b. **SEM:** Memberikan pemaparan pengaturan iklan di platform Google Ads, penentuan budget ads yang optimal dan pemilihan demografi target audiens.
 - c. **Instagram Boost Post:** Menjelaskan strategi visual dan copywriting persuasif untuk konten Instagram, serta panduan praktis penggunaan fitur Boost Post untuk memaksimalkan product awareness.
2. **Sesi *Hands-on* dan Diskusi:** Peserta didorong untuk segera mencoba dan menerapkan materi

yang baru saja diajarkan pada akun digital Prismo. Sesi ini diisi dengan studi kasus nyata dan sesi tanya jawab interaktif, di mana Tim PKM memberikan konsultasi langsung dan koreksi terhadap praktik mitra.

C. Tahap Evaluasi dan Pelaporan

Tahap terakhir dilakukan untuk mengukur keberhasilan dan mendokumentasikan hasil.

1. Pengukuran Tingkat Pemahaman: Melaksanakan tanya jawab secara verbal kepada seluruh peserta. Untuk mengetahui peningkatan pemahaman mitra sebelum dan sesudah pelatihan.
2. Pengumpulan Umpam Balik: Menanyakan secara verbal kepada audiens sebagai evaluasi pelatihan untuk mendapatkan feedback dari peserta mengenai kepuasan terhadap materi, penyajian, dan relevansi solusi.
3. Dokumentasi Luaran: Tim PKM melakukan dokumentasi kegiatan (*Screenshoot Google Meet*), dikumpulkan sebagai lampiran laporan.

BAB 4

PELAKSANAAN KEGIATAN

4.1 Jadwal Kegiatan

Pelaksanaan

Tanggal : 29 November 2025
Durasi : 1 hari dari pukul 10:00 WIB hingga 13:30 WIB
Jumlah Peserta : 1 Founder, 3 Co-Founder, 3 Karyawan

4.2 Peta Lokasi Mitra Sasaran

Lokasi : Jl. Teluk Langsa Blok F1 No. 13 RT 02 RW 19, Ciangsana, Gunung Putri, Kabupaten Bogor
(https://maps.app.goo.gl/nWgerqQgYe3vCN4MA?g_st=ipc)

4.3 Gambaran IPTEK

Kegiatan pelatihan ini merupakan implementasi langsung dari disiplin ilmu Manajemen Pemasaran Digital (Digital Marketing) dan Sistem Informasi, yang merupakan bagian dari transfer Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dari Perguruan Tinggi ke UMKM Prismo (Prestige Mobiell). IPTEK yang diaplikasikan berfokus pada teknik-teknik terkini untuk meningkatkan product awareness di platform digital.

1. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam transfer IPTEK adalah pendekatan Pelatihan Hands-on Berbasis Case Study, yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Materi yang disampaikan berfokus pada teknologi yang paling sering digunakan oleh konsumen digital saat ini, yaitu mesin pencari (Google) dan media sosial (Instagram).
2. Transfer pengetahuan tidak hanya bersifat teoritis, melainkan berorientasi pada praktik implementasi. Peserta didorong untuk segera mencoba teknik memanfaatkan fitur Instagram Boost Post secara langsung.
3. Penyelesaian Masalah: IPTEK diterapkan sebagai solusi langsung terhadap permasalahan rendahnya product awareness yang dihadapi mitra.

2. Materi

Materi yang disampaikan dalam pelatihan adalah teknologi dan strategi digital marketing yang terintegrasi. Materi ini disajikan secara berurutan pada tanggal 29 November 2025 melalui platform Google Meet, dengan rincian sebagai berikut:

1. Materi *Search Engine Optimization (SEO)* pada *platform google*
2. Materi *Search Engine Marketing (SEM)* pada *platform google*
3. Pemanduan tata cara memanfaatkan fitur *instagram boost post*

Rangkaian kegiatan nya meliputi :

A. Pembukaan

Kegiatan dimulai dengan sambutan oleh Ketua Tim Pengusul, Bapak Aditya Nugraha Pratamahanu, S.E., M.M. Sambutan juga disampaikan oleh Bapak Johan Mohammad Palah, S.Kom., M M.S.I. dan Ibu Putri Ambarwati, S.Kom., M M.S.I. selaku anggota tim pengusul (abdimas)

B. Sesi Materi

1. Pemaparan materi gambaran umum digital marketing oleh Kartika Nurhikamayanti dan Dewi Kartika
2. Pemaparan materi tentang tugas dan tanggung jawab digital marketing spesialis oleh tim digital marketing Romeesa Design
3. Pemaparan materi tentang Search Engine Optimization (SEO) pada google oleh tim digital marketing Romeesa Design
4. Pemaparan materi tentang Search Engine Marketing (SEM) pada google oleh tim digital marketing Romeesa Design
5. Pemaparan materi tentang Search Engime Marketing Sosial Media Instagram Kartika Nurhikamayanti dan Dewi Kartika
6. Pemanduung langkah langkah atau tatacara menggunakan fitur boospost pada instagram secara maksimal oleh tim digital marketing Romeesa Design

C. Penutup

Kegiatan diakhiri dengan sesi tanya jawab antara peserta dengan pemateri PKM dan salam penutup dari tim pelaksana abdimas.

4.4 Biaya

Anggaran yang digunakan pada kegiatan ini merupakan anggaran yang dibebankan kepada Universitas IPWIJA sebesar Rp. 1.500.000 dan Kami sangat berterimakasih telah diberikan kesempatan untuk melaksanakan salah satu kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat.

4.5 Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan sesuai jadwal pada tanggal 29 November 2025 secara daring via Google Meet, dengan durasi 3,5 jam (pukul 10:00 hingga 13:30 WIB). Pelaksanaan ini melibatkan 7 peserta dari UMKM Prismo (Prestige Mobiell), yang terdiri dari Founder, Co-Founder, dan Karyawan, menunjukkan komitmen tinggi dari pihak mitra.

Hasil utama dari pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah terlaksananya transfer pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang berfokus pada tiga pilar Digital Marketing kepada mitra.

1. Realisasi Transfer IPTEK:

- a. Materi Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM) pada Google telah disampaikan secara komprehensif oleh tim digital marketing Romeesa Design.
- b. Materi Instagram Boost Post dan gambaran umum Digital Marketing telah disampaikan oleh anggota tim mahasiswa (Kartika Nurhikamayanti dan Dewi Kartika).
- c. Materi ini disajikan dalam format yang praktis dan relevan dengan UMKM Prismo, yang bergerak di bidang layanan penyedia jasa cuci steam aplikasi mobile.

2. Ketersediaan *Output* :

- a. Telah tersedia materi pelatihan (PPT/PDF) dan video guideline praktis mengenai tatacara penggunaan fitur Instagram Boost Post yang disebarluaskan kepada peserta (sebagai luaran Modul Pelatihan).

3. Partisipasi Aktif Mitra:

- a. Tingkat kehadiran (7 peserta) menunjukkan antusiasme yang tinggi dari mitra. Pelaksanaan sesi simulasi, studi kasus, dan tanya jawab berjalan interaktif, yang didukung oleh penekanan Tim PKM pada pendekatan hands-on (case study). Sesi tanya jawab secara verbal di akhir kegiatan berfungsi sebagai metode pengukuran tingkat pemahaman mitra, di mana peserta mampu merefleksikan konsep yang diajarkan dengan kebutuhan bisnis mereka (prinsip-prinsip SEO untuk layanan jasa, efisiensi anggaran SEM).

4. Pencapaian luaran (output) program dievaluasi berdasarkan target yang telah ditetapkan dalam Bab

2:

- a. Melalui pelatihan terstruktur, SDM Prismo kini memiliki landasan pengetahuan yang memadai mengenai:
 - i. Pentingnya riset kata kunci SEO
 - ii. Langkah-langkah pengaturan iklan SEM
 - iii. Cara memaksimalkan fitur Boost Post Instagram untuk mencapai target awareness.
5. Meskipun pengukuran traffic dan engagement rate membutuhkan waktu monitoring pasca-pelatihan, diskusi dan feedback verbal dari mitra menunjukkan bahwa mereka telah mengidentifikasi langkah-langkah implementasi pertama. Mitra telah memahami cara mengalokasikan dana (Rp 900.000) secara optimal untuk campaign iklan berbayar pertama yang berfokus pada peningkatan awareness di wilayah geografis target (Kabupaten Bogor).
6. Laporan Kegiatan dan Dokumentasi Foto (Screenshot Google Meet) telah dikumpulkan sebagai bukti pelaksanaan dan luaran wajib bagi Universitas IPWIJA.
7. Terimplementasikannya IPTEK dan Terjalinya Hubungan Kemitraan juga tercapai, yang merupakan kontribusi langsung kepada Tri Dharma Perguruan Tinggi dan meningkatkan relevansi Universitas di kancah pengabdian masyarakat.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan :

Berdasarkan seluruh tahapan pelaksanaan yang dilakukan pada tanggal 29 November 2025 secara daring melalui Google Meet, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk "Pelatihan Digital Marketing SEO, SEM dan Instagram Boost Post untuk meningkatkan product awareness pada UMKM Prismo (Prestige Mobiel)" dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan pelatihan berhasil dilaksanakan 100% dan mencapai tujuan utamanya, yaitu memberikan pemahaman dan keterampilan praktis kepada sumber daya manusia (SDM) UMKM Prismo dalam mengaplikasikan strategi Digital Marketing (SEO, SEM, dan Instagram Boost Post) sebagai solusi untuk meningkatkan product awareness mereka.
2. Tingkat partisipasi mitra yang tinggi dan sesi diskusi yang interaktif menunjukkan adanya transfer Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) yang efektif. SDM mitra kini memiliki kerangka kerja yang siap diimplementasikan untuk mengelola pemasaran digital mereka, yang dibuktikan dengan kesediaan modul materi dan video guideline praktis sebagai luaran wajib.
3. Kegiatan ini telah memenuhi kewajiban pengabdian kepada masyarakat dan memperkuat hubungan kemitraan antara Universitas IPWIJA dan UMKM Prismo, yang menjadi fondasi bagi kolaborasi berkelanjutan di masa depan.

Saran :

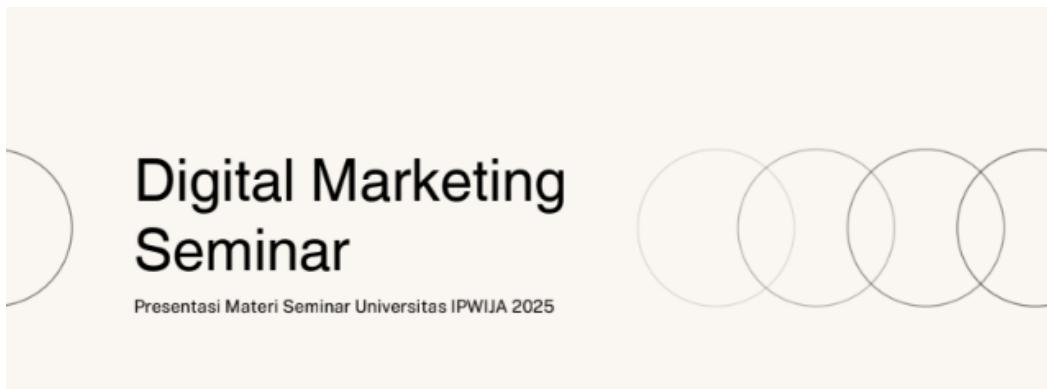
1. Saran bagi Mitra UMKM :
 - a. Mitra disarankan untuk segera dan secara konsisten menerapkan seluruh strategi yang telah diajarkan, khususnya dalam melakukan keyword research dan menjalankan campaign iklan berbayar (SEM dan Boost Post) dengan anggaran yang efisien untuk mencapai target product awareness yang terukur.
 - b. Prismo dianjurkan untuk rutin memantau metrik kunci (traffic website, engagement rate, dan konversi) untuk mengevaluasi efektivitas strategi Digital Marketing yang telah mereka jalankan, sehingga dapat melakukan optimasi berkelanjutan.

2. Saran bagi Tim Pelaksana dan Universitas

- a. Tim pengusul disarankan untuk melanjutkan program dengan skema pendampingan pasca-pelatihan, minimal dalam periode satu bulan, untuk memonitor hasil implementasi awal mitra dan memberikan bimbingan teknis jika terjadi kendala.
- b. Untuk kegiatan PKM berikutnya, luaran publikasi ilmiah (jurnal/prosiding) perlu ditingkatkan dan dijadikan target utama selain laporan internal, guna meningkatkan kualitas dan penyebarluasan hasil pengabdian di bidang akademis.

LAMPIRAN

Materi :



Pembahasan Materi

(1) Pembukaan	(6) Jobdesk Social Media Specialist
(2) Apa itu Digital Marketing ?	(7) A/B Testing
(3) SEO	(8) SEM
(4) Social Media Term	(9) Contoh Real Implementasi di Dunia Industri
(5) Perception Social Media Specialist	(10) Penutup

2

Apa itu Digital Marketing?

Definisi Digital Marketing

Digital marketing adalah strategi pemasaran yang menggunakan perangkat digital dan internet untuk mempromosikan produk, layanan, atau brand. Fokusnya adalah menjangkau audiens yang tepat melalui berbagai kanal online, dengan data sebagai fondasinya.

Tujuan Digital Marketing :

- Meningkatkan brand awareness
- Menarik calon pelanggan secara lebih efektif
- Mengukur performa kampanye secara real time
- Memperkuat loyalitas pelanggan
- Menghasilkan penjualan (conversion)

SEO (Search Engine Optimization)

Apa Itu SEO?

SEO adalah proses mengoptimalkan website agar lebih mudah ditemukan di hasil pencarian Google secara organik (tanpa biaya iklan). Semakin tinggi peringkat website, semakin besar potensi trafik yang masuk.

Tujuan SEO

- Muncul di halaman pertama Google
- Mendapat trafik berkualitas
- Meningkatkan kepercayaan pengguna
- Mengurangi biaya promosi jangka panjang

Jenis-Jenis SEO

1. On-Page SEO
Optimasi yang dilakukan di dalam website, seperti:
Judul halaman (title)

- Meta description
- Penggunaan kata kunci
- Struktur H1-H6
- Kecepatan website
- Struktur URL
- Internal linking
- Kualitas konten

2. Off-Page SEO
Optimasi di luar website untuk meningkatkan otoritas melalui :

- Backlink
- Social signals
- Brand mentions
- Cara Kerja SEO (Singkat dan Jelas)
- Crawling - Google mengunjungi halaman website
- Indexing - Google menyimpan dan memahami konten
- Ranking - Google menampilkan halaman paling relevan kepada pengguna

SEM (Search Engine Marketing)

Apa Itu SEM?

SEM adalah pemasaran berbayar di mesin pencari, terutama Google Ads. Berbeda dengan SEO yang organik, SEM menggunakan sistem PPC (pay-per-click) untuk tampil di posisi atas hasil pencarian.

Tujuan SEM

- Mendapatkan trafik cepat
 - Menjangkau audiens dengan niat membeli tinggi
 - Menguji kata kunci sebelum dioptimasi secara SEO
 - Mempromosikan kampanye tertentu (event, promo, product launch)
- Komponen SEM**
- Keyword Research — menentukan kata kunci dengan intent kuat
 - Pembuatan iklan (Ad Copy) — headline dan deskripsi menarik
 - Landing Page Optimization
 - Bid Strategy
 - Monitoring & Optimization — CTR, CPC, Conversion, Quality Score

Perbedaan SEO vs SEM

Aspek	SEO	SEM
• Biaya	• Gratis (organik)	• Berbayar (CPC)
• Hasil	• Jangka panjang	• Cepat
• Posisi	• Tergantung ranking	• Bisa langsung di top page
• Cocok untuk	• Brand building	• Kampanye cepat & penjualan langsung

Social Media Objective

Awareness

Strategi untuk meningkatkan awareness:

1. Konten edukatif yang relevan
2. Kolaborasi dengan influencer
3. Konsisten posting di prime time

Interest

Cara membangun interest:

1. Konten behind the scene
2. Interactive content (polls, quiz)
3. User-generated content

Consideration

Strategi mendorong consideration:

1. Testimonial dari customer
2. Perbandingan produk
3. FAQ section

Conversion

Taktik meningkatkan conversion:

1. Clear call-to-action
2. Promo yang menarik
3. Easy checkout process
4. After-sales support

Pelaksanaan :

The screenshot shows a Google Meet interface. On the left, a slide titled "Understand the Audience" is displayed. The slide has three main sections: Demographics, Psychographic, and Behavioural. The Demographics section states: "Grouping customer based on customer personal attributes". The Psychographic section states: "Grouping audience according to lifestyle". The Behavioural section states: "Grouping audience based on actual customer behaviour toward products and service". Below these sections, there are examples for each category. The "Demographics" example includes: 1. Age, 2. Gender, 3. Country, 4. Income, 5. Social class, 6. Education. The "Psychographic" example includes: 1. Lifestyle, 2. Personality, 3. Values, 4. Attributes, 5. Opinions, 6. Interest. The "Behavioural" example includes: 1. Brand loyalty, 2. Benefit sought, 3. Purchase rates, 4. User rates, 5. Occasion, 6. Readiness to buy. To the right of the slide, a video feed of a participant named "Romeesa Design" is shown. In the top right corner of the video feed, there is a "People" panel listing 42 contributors. The list includes names such as Kewirausahaan IPB (You), Adhira sehat Widya, Adinda Devina R, Aditya Nugraha Pratama, afwan deirickywibowo, Arin 04, Aryan Taka Veda Apta, Bagas Karmo, Destina Antarini, Dewi Kartika, and others.

The screenshot shows a Google Meet interface. On the left, a slide titled "SEM (Search Engine Marketing)" is displayed. The slide contains text about SEM being a form of marketing that uses search engines to drive traffic to websites. It also lists components of SEM: Pay-per-Click (PPC) advertising, SEO (Search Engine Optimization), and SMM (Social Media Marketing). To the right of the slide, a video feed of a participant named "Romeesa Design" is shown. In the top right corner of the video feed, there is a "People" panel listing 35 contributors. The list includes names such as Kewirausahaan IPB (You), Adinda Devina R, Aditya Nugraha Pratama, afwan deirickywibowo, Aryan Taka Veda Apta, Bagas Karmo, Destina Antarini, Dewi Kartika, Dines Anugrah, and Dinda Nurul Saige.

The screenshot shows a Google Meet interface with a grid of participant video feeds. The grid consists of six rows and three columns. The participants visible in the grid are: Aditya Nugraha Pratama (blue circle), SEO Romeesa Design (brown circle), Romeesa Design (dark blue circle), Riefa Raehanda (purple circle), Yaku (yellow circle), and Kewirausahaan IPWJA (orange circle). To the right of the video grid, there is a "People" panel listing 6 contributors: Kewirausahaan IPB (You), Aditya Nugraha Pratama, Riefa Raehanda, Romeesa Design, SEO Romeesa Design, and Yaku.

Link Materi : https://drive.google.com/drive/folders/1Ch2ExduVoIWXSJJ72C9HL6-p8FK9UuG?usp=drive_link

Link Video Guideline : https://drive.google.com/drive/folders/1pnB95c1OO-CAsSEULOlsa8FlzVyCtNt1?usp=drive_link