BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***e*-ISSN : 2807-6907**

SOSIALISASI DIGITAL MARKETING MELALUI GOOGLE KEYWORD PLANNER KEPADA MASYARAKAT DESA KEMIRI, KECAMATAN PUSPO, KABUPATEN PASURUAN

Nurfarisa Yuristya[1], Rico Yanuar Ardiansyah[2], Noor Rizkiyah [3]

[1,2,3]Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya No.1 Gunung Anyar, Surabaya, Jawa Timur

e-mail: [3]noor.rizkiyah.agribis@upnjatim.ac.id

Abstrak

Program Bina Desa dalam kegiatan Kuliah Kerja Mandiri (PKKM) Agribisnis oleh UPN "Veteran" Jawa Timur bertujuan untuk memberdayakan masyarakat desa dengan mengoptimalkan potensi lokal melalui penerapan ilmu dan teknologi agribisnis. Program ini mengikutsertakan mahasiswa sebagai fasilitator, yang mendampingi masyarakat dalam pelatihan serta penerapan teknologi, khususnya pemasaran digital. Seiring perkembangan teknologi, pemasaran digital menjadi strategi penting untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk desa hingga ke pasar nasional dan global. Desa Kemiri di Kabupaten Pasuruan, yang memiliki potensi agribisnis unggulan seperti durian, kopi, dan susu, mendapat manfaat besar dari program ini, terutama melalui pelatihan penggunaan Google Keyword Planner. Alat ini membantu masyarakat dalam merencanakan strategi pemasaran dengan memilih kata kunci yang tepat guna meningkatkan visibilitas produk secara online. Program ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan pasar produk lokal sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi desa yang lebih berkelanjutan. Pendampingan intensif juga diberikan untuk mempermudah pemahaman masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital sebagai bagian dari upaya memajukan ekonomi lokal mereka.

***Kata kunci**: Bina Desa, Google Keyword Planner, Digital marketing*

1. PENDAHULUAN

Program Bina Desa dalam Pelaksanaan Kegiatan Kuliah Kerja Mandiri (PKKM) Agribisnis yang digagas oleh UPN "Veteran" Jawa Timur bertujuan untuk memberdayakan masyarakat desa dengan mengoptimalkan potensi lokal melalui penerapan ilmu dan teknologi di bidang agribisnis. Program ini melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator yang mendampingi masyarakat dalam berbagai kegiatan pemberdayaan, seperti pelatihan, sosialisasi, dan penerapan teknologi tepat guna. Melalui keterlibatan ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk menerapkan pengetahuan akademis secara langsung di lapangan, sambil membantu desa mitra meningkatkan produktivitas serta nilai tambah produk lokal. PKKM bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan tinggi di Indonesia agar lebih relevan dengan kebutuhan industri dan masyarakat, serta mampu menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tantangan global (Kemdikbud, 2021). Perkembangan teknologi digital telah membawa dampak yang sangat signifikan dalam berbagai bidang, termasuk dalam sektor ekonomi dan pemasaran. Di era modern ini, pemasaran digital atau digital marketing menjadi salah satu strategi yang krusial untuk memperluas jangkauan produk serta meningkatkan daya saing di pasar, baik di tingkat lokal maupun global. Dalam konteks masyarakat pedesaan yang memiliki komoditas unggulan, penerapan strategi pemasaran digital membuka peluang yang sangat besar untuk memperluas akses pasar secara lebih luas. Dengan demikian, produk-produk dari desa tidak hanya dikenal di kalangan lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk menembus pasar nasional hingga internasional. Pemasaran digital

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***e*-ISSN : 2807-6907**

memungkinkan masyarakat desa memanfaatkan berbagai platform online untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk mereka, sehingga nilai jual produk dapat meningkat (Hidayat, 2020). Melalui pemanfaatan teknologi ini, desa-desa yang memiliki potensi unggulan di bidang pertanian, perkebunan, maupun peternakan, dapat meraih pasar yang lebih luas, menghubungkan produsen dengan konsumen secara lebih efisien, dan menciptakan peluang pertumbuhan ekonomi yang lebih baik (Kusuma & Riyanto, 2019).

Desa Kemiri, yang terletak di Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, memiliki potensi agribisnis yang sangat besar dengan komoditas unggulan seperti durian, alpukat, nangka, kopi, serta peternakan sapi perah yang menghasilkan susu. Potensi ini menjanjikan peluang ekonomi yang signifikan, baik untuk kesejahteraan masyarakat setempat maupun untuk pengembangan pasar yang lebih luas. Namun, meskipun desa ini memiliki sumber daya alam yang melimpah, potensi tersebut belum sepenuhnya tereksplorasi dan teroptimalkan. Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM di desa ini adalah terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas dan kurangnya penerapan strategi pemasaran yang efektif. Dalam konteks ini, penerapan teknologi digital, khususnya platform pemasaran online, dapat menjadi solusi penting untuk membuka peluang pasar baru, meningkatkan visibilitas produk, serta memperluas jangkauan pasar (Suryanto, 2023). Oleh karena itu, penting untuk melakukan pemberdayaan masyarakat desa, memberikan pelatihan kepada petani dan pelaku agribisnis lokal mengenai penggunaan teknologi digital untuk pemasaran produk mereka. Pemanfaatan alat digital seperti media sosial, website, dan aplikasi e-commerce dapat membantu produk lokal lebih dikenal oleh konsumen dari luar daerah, bahkan skala nasional maupun internasional. Dengan adanya pendampingan yang tepat, diharapkan masyarakat Desa Kemiri dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas dan memperoleh keuntungan yang lebih optimal (Yusuf et al., 2022).

Era digital saat ini, kehadiran online menjadi sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Salah satu elemen utama dalam pemasaran digital adalah Search Engine Optimization (SEO), yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas situs web di mesin pencari seperti Google. Dengan menggunakan strategi SEO yang tepat, bisnis dapat memastikan bahwa situs web UMKM lebih mudah ditemukan oleh pengguna yang mencari produk atau layanan terkait. Salah satu cara yang efektif untuk mengoptimalkan SEO adalah dengan menggunakan kata kunci yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Kata kunci ini berfungsi untuk menarik lebih banyak pengunjung ke situs web dan meningkatkan lalu lintas organik. Salah satu alat yang sangat berguna untuk menemukan kata kunci yang tepat adalah Google Keyword Planner. Alat ini memungkinkan pemilik usaha untuk melakukan riset kata kunci yang tepat, mengetahui volume pencarian, dan mengidentifikasi kata kunci yang kompetitif. Penggunaan kata kunci yang tepat dan relevan dapat membantu situs web untuk muncul di hasil pencarian teratas di Google, yang pada gilirannya dapat meningkatkan potensi konversi dan penjualan.

Sebagai bagian dari program Bina Desa PKKM Agribisnis UPN "Veteran" Jawa Timur, telah dilakukan kegiatan "Sosialisasi Digital Marketing Melalui Google Keyword Planner" bagi masyarakat Desa Kemiri. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai pentingnya pemasaran digital. Google Keyword Planner dipilih sebagai alat bantu karena membantu pengguna menganalisis dan menentukan kata kunci yang relevan bagi produk mereka. Dengan strategi kata kunci yang tepat, masyarakat Desa Kemiri diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara online dan menjangkau calon konsumen lebih luas.

Dengan penerapan strategi digital yang tepat, pelaku UMKM di Desa Kemiri diharapkan mampu meningkatkan visibilitas produk lokal mereka di pasar digital, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan peluang bisnis baru yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi desa. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk menciptakan lapangan kerja baru yang dapat mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dengan adanya pendampingan yang tepat dan pemanfaatan teknologi yang efektif, diharapkan UMKM di Desa Kemiri dapat bersaing di pasar global, meningkatkan daya saing

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***e*-ISSN : 2807-6907**

produk, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa yang lebih dinamis dan berkelanjutan.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing di Desa Kemiri dimulai dengan sosialisasi tentang konsep dasar pemasaran digital, di mana masyarakat diperkenalkan pada manfaat pemasaran online dan potensinya untuk menjangkau pasar yang lebih luas dibandingkan metode pemasaran tradisional. Setelah sosialisasi, peserta dikenalkan dengan alat-alat digital, terutama Google Keyword Planner, yang berguna untuk merencanakan strategi pemasaran dengan memilih kata kunci yang relevan agar produk lebih mudah ditemukan secara online. Kegiatan pelatihan ini mencakup praktik langsung penggunaan Google Keyword Planner, seperti cara mengakses, memasukkan kata kunci, dan menganalisis hasil pencarian untuk memilih kata kunci dengan volume tinggi dan persaingan rendah yang sesuai dengan pasar yang ditargetkan. Mengingat masyarakat masih relatif baru dalam penggunaan alat digital, program ini disertai dengan pendampingan intensif, memungkinkan peserta untuk terbiasa dan merasa percaya diri dalam menerapkan pengetahuan yang diperoleh. Setelah pelatihan, masyarakat diarahkan untuk mengimplementasikan kata kunci pilihan mereka ke dalam konten pemasaran produk lokal, serta melakukan pemantauan hasil untuk menilai efektivitas kata kunci dalam meningkatkan visibilitas produk di media digital seperti media sosial atau marketplace. Program ini juga mencakup bimbingan berkelanjutan dalam menyusun konten pemasaran yang menarik dan relevan dengan audiens target. Sebagai langkah akhir, evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelatihan dan dampaknya terhadap visibilitas produk lokal Desa Kemiri, serta untuk menentukan kebutuhan akan pelatihan lanjutan atau bimbingan tambahan jika diperlukan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelatihan *Digital Marketing*

Kegiatan sosialisasi tentang pemasaran digital yang dilakukan kepada masyarakat Desa Kemiri menjadi sebuah langkah strategis dalam memperkenalkan metode pemasaran berbasis online. Selama ini, masyarakat setempat masih cenderung mengandalkan cara-cara tradisional dalam menjual produk mereka, seperti melalui transaksi langsung dengan pembeli atau menggunakan jasa perantara. Meskipun metode tersebut sudah menjadi bagian dari kebiasaan sehari-hari dan terbukti berhasil dalam konteks lokal, cara ini memiliki keterbatasan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Melihat hal tersebut, hadirnya edukasi tentang pemasaran digital menjadi sangat relevan untuk membuka wawasan baru. Edukasi ini diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sehingga mereka menyadari bahwa strategi pemasaran berbasis digital bukan hanya ditujukan untuk pasar global, tetapi juga sangat efektif dalam meningkatkan daya saing produk lokal di era modern.

Melalui program ini, masyarakat diperkenalkan dengan berbagai keuntungan yang bisa diperoleh dari pemasaran digital. Salah satunya adalah kemampuan untuk memperluas jaringan pemasaran secara signifikan tanpa terbatas oleh jarak geografis. Sosialisasi ini memberikan pemahaman bahwa dengan memanfaatkan teknologi, mereka dapat memperkenalkan produk-produk unggulan lokal, seperti hasil pertanian dan peternakan, kepada audiens yang lebih luas. Hal ini tentunya menjadi peluang besar bagi masyarakat Desa Kemiri untuk memajukan perekonomian desa mereka melalui akses pasar yang lebih luas. Di samping itu, penggunaan platform digital juga membantu meminimalkan ketergantungan pada perantara, sehingga masyarakat dapat memperoleh keuntungan yang lebih optimal dari hasil jerih payah mereka.

Selain memperkenalkan konsep pemasaran digital, kegiatan ini juga fokus pada pelatihan praktis tentang penggunaan alat-alat yang relevan, salah satunya adalah Google Keyword Planner. Alat ini diperkenalkan sebagai media yang efektif untuk merencanakan strategi

Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***p*-ISSN : 2807-7792** ***e*-ISSN : 2807-6907**

pemasaran dengan memilih kata kunci yang tepat dan relevan. Melalui pelatihan ini, masyarakat diajarkan cara mengenali preferensi pasar dan bagaimana memilih kata kunci yang dapat meningkatkan visibilitas produk mereka secara signifikan. Pengetahuan ini menjadi nilai tambah yang sangat penting karena membantu mereka untuk memanfaatkan teknologi digital secara strategis. Dengan memahami cara kerja alat ini, masyarakat dapat lebih percaya diri untuk bersaing di pasar digital.

Kegiatan sosialisasi ini tidak hanya memberikan wawasan baru kepada masyarakat, tetapi juga membekali mereka dengan keterampilan yang dapat langsung diterapkan. Dengan memahami pentingnya pemasaran digital, masyarakat Desa Kemiri mulai menyadari bahwa teknologi bisa menjadi alat yang sangat berguna untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Di sisi lain, dukungan terhadap produk lokal melalui strategi pemasaran yang lebih modern ini juga diharapkan dapat memberikan dampak positif pada pengembangan ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh, masyarakat diharapkan mampu mengembangkan usaha mereka secara lebih mandiri dan berkelanjutan.

Gambar 1. Penyampaian Materi *Digital Marketing*

Pendampingan dan bimbingan memainkan peran yang sangat krusial dalam menentukan keberhasilan suatu program sosialisasi, terutama dalam konteks pengenalan teknologi digital kepada masyarakat pedesaan. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa masyarakat di pedesaan, yang umumnya kurang terbiasa atau bahkan belum pernah berinteraksi dengan alat-alat teknologi digital, memerlukan waktu yang cukup panjang serta dukungan yang konsisten untuk memahami dan menguasai penggunaannya. Melalui pendampingan yang dilakukan secara intensif dan berkelanjutan, masyarakat dapat lebih mudah memahami konsep-konsep dasar sekaligus praktik dari pemasaran online. Proses ini juga membantu meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menerapkan ilmu dan keterampilan baru yang telah diajarkan. Selain itu, bimbingan yang terus-menerus memungkinkan mereka untuk mendapatkan solusi atas berbagai kendala yang mungkin dihadapi selama proses belajar dan implementasi.

3.2 Penggunaan *Google Keyword Planner* dalam Pemasaran Produk Lokal

Google Keyword Planner adalah alat yang sangat penting dalam strategi pemasaran digital, khususnya dalam optimasi mesin pencari (SEO). Alat ini membantu pengguna untuk menemukan kata kunci yang relevan dan strategis yang dapat meningkatkan visibilitas situs web

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***e*-ISSN : 2807-6907**

di hasil pencarian *Google*. Dengan menggunakan *Google Keyword Planner*, pengguna dapat menganalisis volume pencarian untuk kata kunci tertentu, sehingga mereka dapat memilih kata kunci dengan potensi traffic tinggi. Selain itu, alat ini juga memfasilitasi perencanaan konten yang lebih baik, memungkinkan pemilik bisnis untuk menyesuaikan materi mereka sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens. Meskipun memiliki kelebihan seperti akses gratis dan data akurat, *Google Keyword Planner* juga memiliki beberapa kelemahan, termasuk keterbatasan data dan kompleksitas penggunaan bagi pemula.

Google Keyword Planner memiliki peran yang sangat signifikan dalam upaya pemasaran produk lokal, terutama bagi masyarakat Desa Kemiri yang dikenal dengan berbagai komoditas unggulan, seperti durian, alpukat, nangka, kopi, cengkeh, dan susu sapi perah. Melalui penggunaan alat ini, masyarakat dapat melakukan analisis mendalam terhadap kata kunci yang relevan dengan produk-produk tersebut. Kata kunci ini mencerminkan istilah atau frasa yang sering dicari oleh konsumen melalui mesin pencari seperti Google, sehingga memberikan wawasan berharga mengenai pola pencarian konsumen. Pemahaman yang baik tentang kata kunci yang tepat tidak hanya mendukung strategi pemasaran online yang lebih terarah, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk menjangkau target pasar secara lebih efektif. Dengan menargetkan kata kunci yang memiliki volume pencarian tinggi dan relevansi kuat terhadap produk lokal, pelaku usaha di Desa Kemiri dapat meningkatkan visibilitas produk mereka di platform digital. Strategi ini membantu mereka menarik perhatian konsumen yang benar-benar membutuhkan atau mencari produk yang mereka tawarkan. Selain itu, riset kata kunci yang terencana dapat menjadi panduan untuk menyusun konten pemasaran yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens, sehingga memperbesar peluang keberhasilan dalam memasarkan komoditas lokal secara online.

Google Keyword Planner memberikan kesempatan kepada masyarakat Desa Kemiri untuk memanfaatkan tren pencarian yang sedang populer sebagai strategi pemasaran yang lebih efektif. Melalui fitur yang menyediakan informasi tentang volume pencarian serta tingkat persaingan kata kunci, masyarakat dapat mengidentifikasi kata kunci yang memiliki potensi besar untuk menarik perhatian konsumen secara maksimal. Data ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi konten pemasaran yang digunakan pada berbagai platform digital, seperti website, media sosial, atau marketplace, sehingga menjadi lebih relevan dengan kebutuhan dan minat audiens. Dengan pendekatan ini, produk lokal seperti durian berkualitas tinggi yang matang sempurna atau kopi dengan cita rasa khas daerah dapat dipromosikan secara lebih menarik, meningkatkan daya tarik bagi calon pembeli dan memperluas jangkauan pasar. Hal ini diharapkan dapat mendukung pengembangan ekonomi lokal Desa Kemiri secara berkelanjutan.

Dengan penerapan kata kunci yang tepat, produk dari Desa Kemiri akan lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen di internet, yang pada akhirnya dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk tersebut. Pemasaran berbasis kata kunci ini juga dapat memperluas jangkauan pasar, baik lokal maupun global, karena konsumen yang mencari produk serupa dapat dengan mudah menemukan informasi yang dibutuhkan. Dengan demikian, penggunaan *Google Keyword Planner* akan sangat bermanfaat dalam mendukung pemasaran digital produk unggulan Desa Kemiri.

3.3 Praktik Penggunaan *Google Keyword Planner*

Pemanfaatan Google Keyword Planner menjadi salah satu langkah krusial dalam upaya mengoptimalkan strategi pemasaran digital, khususnya bagi masyarakat yang berkeinginan untuk mempromosikan produk lokal mereka secara lebih luas. Alat ini dirancang dengan tujuan untuk membantu pengguna dalam mengidentifikasi kata kunci yang tepat, relevan, dan memiliki potensi strategis, sehingga dapat meningkatkan daya saing serta visibilitas produk mereka di mesin pencari seperti Google. Dengan menggunakan Google Keyword Planner, pelaku usaha dapat menyusun kampanye digital yang lebih efektif, menjangkau target audiens secara lebih akurat, dan pada akhirnya meningkatkan peluang penjualan produk lokal. Strategi ini sangat

Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***p*-ISSN : 2807-7792** ***e*-ISSN : 2807-6907**

relevan di era digital saat ini, di mana pemasaran online menjadi salah satu kunci utama keberhasilan dalam memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas.

Masyarakat yang tinggal di Desa Kemiri, yang memiliki potensi agribisnis yang sangat melimpah, dapat memanfaatkan Google Keyword Planner sebagai alat yang sangat berguna untuk melakukan riset kata kunci yang relevan dengan produk unggulan yang mereka miliki, seperti durian, kopi, dan komoditas lainnya. Dengan memanfaatkan alat ini, mereka dapat menggali kata kunci yang sering dicari oleh konsumen di internet, sehingga dapat mengetahui apa yang dibutuhkan dan dicari oleh pasar. Pemahaman yang mendalam tentang kata kunci yang populer dan banyak dicari akan memungkinkan mereka untuk menyesuaikan dan merancang konten pemasaran yang lebih tepat sasaran di berbagai platform digital. Hal ini akan membuat promosi produk mereka lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan audiens yang menjadi target pasar. Dengan kata lain, riset kata kunci ini akan memberikan peluang besar bagi masyarakat Desa Kemiri untuk meningkatkan visibilitas produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan daya saing produk unggulan mereka di dunia digital yang terus berkembang pesat.

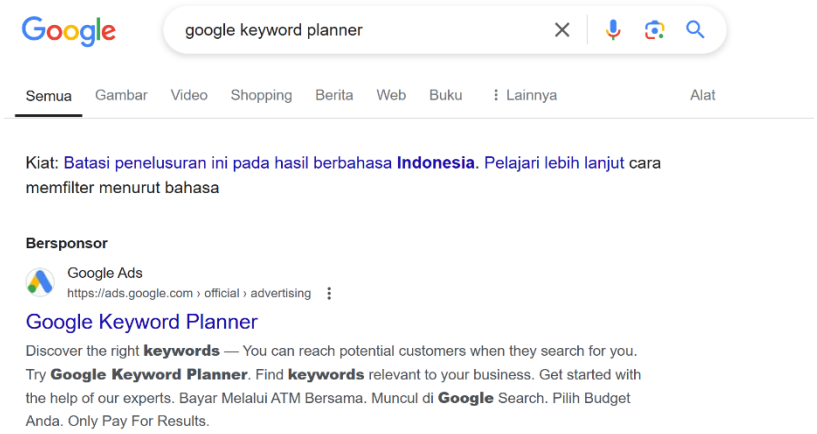
Gambar 2. Praktik Penggunaan Google Keyword Planner

Dalam praktik penggunaannya, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah membuka browser dan mengetikkan "Google Keyword Planner" pada kolom pencarian. Setelah itu, pengguna dapat memilih link yang mengarah ke halaman resmi Google Keyword Planner untuk memulai proses lebih lanjut. Hal ini merupakan langkah awal yang penting sebelum melanjutkan ke tahap-tahap berikutnya dalam menggunakan alat tersebut untuk riset kata kunci secara efektif.

BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)

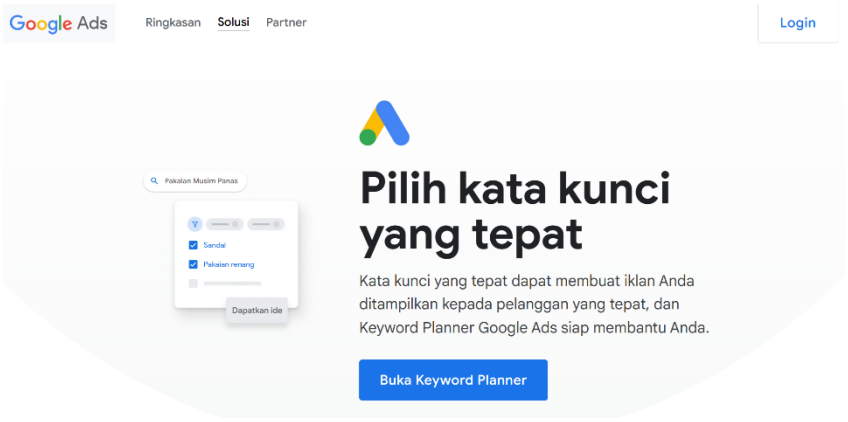
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239

***p*-ISSN : 2807-7792**
***e*-ISSN : 2807-6907**



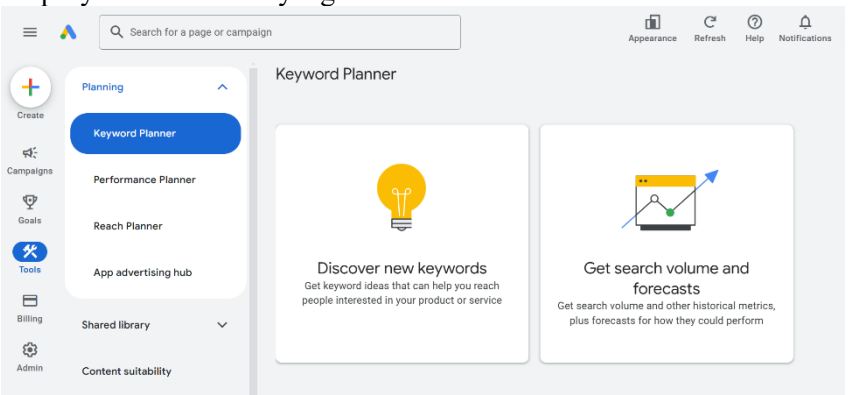
Gambar 3. Pencarian Google Keyword Planner pada Browser

Setelah pengguna berhasil mendaftar dan masuk ke dalam akun mereka, langkah selanjutnya adalah mengakses Google Keyword Planner. Hal ini dapat dilakukan dengan menuju ke menu "Tools" atau "Alat" yang terdapat di dalam akun Google Ads. Di dalam menu tersebut, pengguna akan menemukan pilihan untuk membuka Google Keyword Planner yang dapat digunakan untuk memulai riset kata kunci dan merencanakan strategi pemasaran digital.



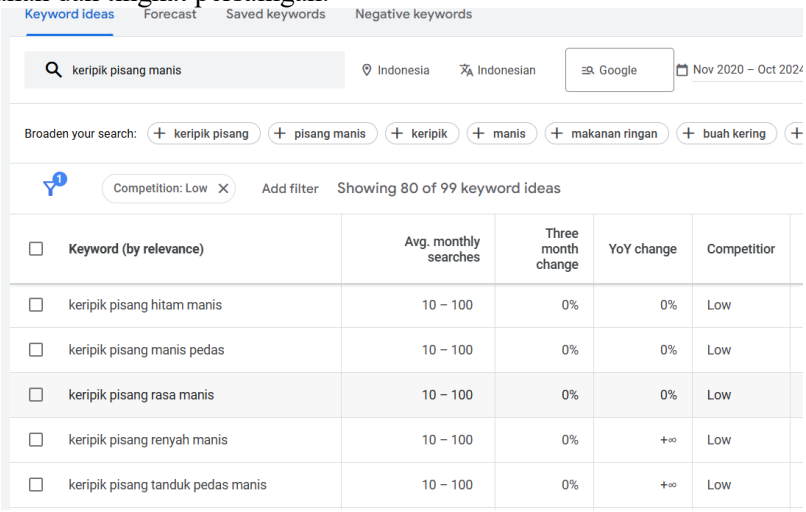
Gambar 4. Halaman Depan *Google keyword Planner*

Di dalam Google Keyword Planner, terdapat dua opsi utama yang dapat digunakan oleh pengguna. Pertama, opsi "Discover new keywords" yang berguna untuk menemukan kata kunci baru yang relevan dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Opsi kedua adalah "Get search volume and forecasts", yang memungkinkan pengguna untuk mendapatkan data tentang volume pencarian serta proyeksi kata kunci yang sudah ada.



Gambar 5. Menu Tools Google keyword Planner

Untuk memulai, pengguna dapat memasukkan kata kunci yang relevan dengan produk atau layanan. Sebagai contoh pencarian kata kunci "keripik pisang". Setelah itu, alat ini akan memberikan saran kata kunci tambahan yang serupa beserta informasi terkait, seperti volume pencarian bulanan dan tingkat persaingan.



Gambar 6. Hasil Pencarian Kata Kunci Keripik Pisang di *Google keyword Planner*

Setelah mendapatkan daftar kata kunci, langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diberikan oleh Google Keyword Planner. Pengguna harus memperhatikan volume pencarian, di mana kata kunci dengan volume tinggi menunjukkan minat yang lebih besar dari pengguna internet. Selain itu, penting untuk mempertimbangkan tingkat persaingan kata kunci dengan persaingan rendah mungkin lebih mudah untuk dijadikan target dalam strategi SEO. Pengguna juga dapat menggunakan filter untuk menyaring hasil berdasarkan lokasi atau bahasa, sehingga mendapatkan data yang lebih spesifik sesuai dengan audiens target mereka. Dengan pemahaman yang baik tentang kata kunci yang relevan, pengguna dapat merencanakan konten yang lebih tepat sasaran dan menarik bagi pengunjung situs web mereka.

Setelah menentukan kata kunci yang tepat, pengguna harus mengimplementasikannya dalam strategi pemasaran mereka. Ini termasuk penggunaan kata kunci dalam konten situs web, judul, deskripsi produk, dan postingan media sosial. Selain itu, juga disarankan untuk memantau performa kata kunci secara berkala menggunakan alat analitik untuk melihat bagaimana perubahan dalam strategi pemasaran berdampak pada lalu lintas situs web dan konversi penjualan. Dengan mengikuti melakukan pemantauan performa ini, pengguna dapat memanfaatkan Google Keyword Planner secara efektif untuk meningkatkan visibilitas online dan daya saing produk mereka di pasar digital.

3.4 Kelebihan dan Kelemahan Penggunaan *Google Keyword Planner*

Penggunaan Google Keyword Planner memiliki beberapa keunggulan yang menjadikannya alat yang populer di kalangan pebisnis dan pemasar digital. Salah satu kelebihan utamanya adalah akses gratis, di mana semua pengguna dengan akun Google Ads dapat mengakses alat ini tanpa biaya tambahan, sehingga memberikan kemudahan bagi pemula maupun profesional dalam melakukan riset kata kunci. Selain itu, Google Keyword Planner menyediakan rekomendasi kata kunci potensial berdasarkan tren dan popularitas pencarian, yang dapat membantu bisnis untuk menemukan kata kunci yang relevan dengan audiens targetnya. Alat ini juga dikenal memberikan data yang akurat dan terkini terkait volume pencarian dan tingkat persaingan kata kunci, yang sangat penting untuk merencanakan strategi pemasaran yang

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***e*-ISSN : 2807-6907**

efektif. Terlebih lagi, alat ini menawarkan fleksibilitas tinggi karena dapat digunakan oleh berbagai jenis bisnis dan industri, serta memberikan opsi penyesuaian sesuai kebutuhan spesifik pengguna dalam menyusun konten yang sesuai dengan pasar

Google Keyword Planner juga memiliki sejumlah keterbatasan. Salah satunya adalah keterbatasan data, di mana alat ini hanya memberikan estimasi volume pencarian tanpa angka pasti, sehingga pengguna tidak mendapatkan gambaran yang sepenuhnya akurat. Selain itu, kompleksitas penggunaan dapat menjadi hambatan, terutama bagi pemula yang merasa antarmuka dan fitur-fitur di dalamnya cukup membingungkan dan memerlukan waktu untuk dikuasai. Alat ini juga sangat bergantung pada koneksi internet, sehingga pengguna membutuhkan koneksi yang stabil agar bisa mengakses dan memanfaatkan fitur-fiturnya secara optimal.

4. SIMPULAN

Pelaksanaan program Sosialisasi *Digital Marketing* melalui *Google Keyword Planner* di Desa Kemiri, Kecamatan Puspo, Kabupaten Pasuruan, telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pemasaran digital dalam pengembangan produk lokal. Melalui kegiatan ini, masyarakat diajarkan untuk memanfaatkan teknologi digital, khususnya alat seperti *Google Keyword Planner*, untuk merencanakan dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Dengan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh, masyarakat dapat meningkatkan visibilitas produk unggulan mereka seperti durian, alpukat, kopi, dan produk lainnya di pasar digital. Penggunaan kata kunci yang relevan dalam strategi pemasaran akan membantu mereka menjangkau pasar yang lebih luas, baik lokal maupun global, dan meningkatkan daya saing produk.

Google Keyword Planner terbukti menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung upaya pemasaran produk lokal, dengan memberikan wawasan tentang volume pencarian dan tingkat persaingan kata kunci. Penggunaan alat ini memungkinkan masyarakat untuk menyusun konten pemasaran yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan audiens mereka. Namun, perlu dicatat bahwa alat ini juga memiliki beberapa keterbatasan, seperti keterbatasan data dan kompleksitas penggunaan bagi pemula, yang memerlukan bimbingan lebih lanjut untuk memaksimalkan potensi alat ini.

5. SARAN

Keberlanjutan program Sosialisasi Digital Marketing di Desa Kemiri, diperlukan pelatihan lanjutan, penyediaan panduan praktis, dan pembentukan komunitas digital marketing sebagai wadah berbagi ilmu. Kolaborasi dengan pihak eksternal, seperti universitas atau pelaku bisnis digital, dapat memberikan dukungan teknis dan mentoring. Monitoring rutin diperlukan untuk mengevaluasi dampak program, sementara diversifikasi alat pemasaran, seperti Google Ads dan media sosial, akan memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penyederhanaan penggunaan alat bagi pemula dan promosi produk secara kolektif melalui merek desa dapat meningkatkan visibilitas serta daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Masyarakat Desa Kemiri yang telah hadir dan berpartisipasi terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 4, Nomor 2, Desember 2024, Halaman : 230 - 239 ***e*-ISSN : 2807-6907**

Hidayat, R. (2020). *Pemasaran Digital di Era Modern: Strategi dan Implementasi*. Pustaka Ilmu.

Kusuma, A., & Riyanto, B. (2019). *Strategi Digital Marketing untuk Produk Desa*. Media Nusantara.

Masnita, Y., Nurhaida, D., & Arafah, W. (2024). *Pelatihan Pemanfaatan Marketplace Sebagai Strategi Memperluas Pangsa Pasar Bagi Komunitas Umkm Indonesia Terpadu (Duit)*. *Jurnal Abdikaryasakti*, *4*(1), 1-22.

Nasyrullah, S. R., & Abdullah, A. (2020). Implementasi Digital Marketing Bangbeli Apps Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Di Kalangan Umkm. *Jurnal Riset MAhasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, *2*(5), 236-254.

Ningsih, D. H. U., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). *Model Serach Engine Optimization (Seo) Bagi Umkm Untuk Meningkatkan Popularitas Dan Pengunjung Website*. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, *11*(3), 415-422.

Pinem, S., Darmanto, N., & Nainggolan, A. B. D. (2023). *Pkm: Pemberdayaan Digital Marketing Dengan Menggunakan Google Pada Umkm Di Desa Cihideung Udik.* In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat (SENPEDIA)* (Vol. 2, No. 1, pp. 62-69). Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarkat (P3M)-Politeknik Negeri Media Kreatif.

Putri, S. E., & Prabowo, B. (2023). Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Pada Strategi Digital Marketing UMKM. *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(3), 123-131.

Supriatna, D., Surjadi, J., & Rahayuningsih, D. A. (2022). Penerapan digital marketing melalui teknik copywriting dan SEO bagi UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, *5*(1), 83-94.

Suryanto, A. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pemasaran Produk Agribisnis*. Jurnal Agribisnis Indonesia, 15(2), 118-129.

Utari, T. (2022). Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *International Journal of Demos*, *4*, 677-685.

Yusuf, M., Hidayat, F., & Rahmawati, L. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pemasaran Digital untuk Produk Lokal*. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, 7(1), 52-64.