

Ketrampilan Digital Melalui SEO Facebook Fanpage Bagi Konveksi Topi Kampung Dunguslembu Bandung

Nurwati ^{1*}, Yudi Santoso ², Ravindra Safitra Hidayat ³

^{1,2} Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Budi Luhur Jakarta

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur Jakarta

* nurwati@budiluhur.ac.id

Abstrak

Pelaku usaha konveksi topi di Kampung Dunguslembu masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan media digital untuk pemasaran produk, sehingga promosi topi seragam belum menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan keterampilan digital pelaku usaha melalui pemanfaatan Facebook Fanpage yang dioptimalkan dengan teknik Search Engine Optimization (SEO). Metode pelaksanaan meliputi penyampaian materi sekaligus praktik langsung dan didampingi selama pelaksanaan kegiatan berlangsung, serta evaluasi kegiatan menggunakan kuesioner untuk mengukur pemahaman dan capaian peserta. Kegiatan diikuti oleh sembilan pelaku usaha konveksi topi. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta mampu membuat dan mengelola Facebook Fanpage, menyusun judul halaman dan memberikan deskripsi produk yang menerapkan prinsip SEO, dengan memanfaatkan Google Trends untuk mencari kata kunci yang relevan. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya optimasi informasi digital berupa kata dan kalimat dalam judul dan deskripsi produk untuk meningkatkan peluang produk ditemukan oleh calon konsumen. Meskipun terdapat kendala keterbatasan waktu pada proses praktik, kegiatan berlangsung dengan baik dan memberikan manfaat terhadap peningkatan kompetensi digital peserta. Kebaruan kegiatan ini terletak pada kombinasi pelatihan Facebook Fanpage dengan pemanfaatan SEO berbasis Google Trends sebagai strategi pemasaran digital bagi usaha konveksi topi sebagai bagian dari UMKM.

Kata Kunci: Facebook Fanpage, Google Trends, konveksi topi, SEO

Pendahuluan

Transformasi digital di berbagai bidang usaha sebagai dampak dari kemajuan teknologi dan komunikasi mendorong UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk berinovasi memanfaatkan teknologi digital sebagai media untuk memasarkan produk. Meskipun demikian, faktanya masih ada banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya optimal menggunakan teknologi digital guna meningkatkan daya saing usaha konveksi mereka termasuk industri konveksi topi,

Usaha konveksi topi untuk sekolah banyak dipengaruhi berbagai hal, salah satunya dipengaruhi jumlah siswa yang diterima di masing-masing sekolah. Namun kenyataannya, pasar untuk topi sekolah memiliki potensi yang sangat besar. Berdasarkan informasi dari Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah (Ahdiat, 2025), diperkirakan pada tahun

2024, terdapat sekitar 24,02 juta anak didik di Sekolah Dasar (SD) di Indonesia. Pada tahun yang sama, jumlah siswa di Sekolah Menengah Pertama (SMP) mencapai 10,11 juta. Selanjutnya, ada sekitar 5,40 juta siswa di Sekolah Menengah Atas (SMA), diikuti oleh sekitar 5,06 juta murid di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) (Ahdiat, 2025).

Usaha konveksi topi merupakan bagian dari industri kreatif yang memiliki peluang usaha cukup menjanjikan dalam memenuhi berbagai kebutuhan pasar, seperti pelengkap gaya berpakaian, media promosi perusahaan hingga atribut komunitas dan organisasi. Namun, kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebagian besar pelaku usaha masih bertumpu pada cara-cara tradisional, misalnya penjualan secara langsung kepada pelanggan dan promosi melalui rekomendasi antar konsumen. Pendekatan tersebut dinilai kurang optimal karena memiliki jangkauan pasar terbatas sehingga kesempatan untuk memperoleh konsumen dari wilayah yang lebih luas belum dimanfaatkan secara maksimal. Mengatasi kondisi tersebut, penerapan strategi pemasaran digital pada mitra konveksi topi di Kampung Dunguslembu, Bandung menjadi alternatif yang relevan dan mudah diterapkan, salah satunya melalui penggunaan Facebook Fanpage yang dioptimalkan dengan teknik Search Engine Optimization (SEO). Menurut Hermawan dalam (Bahri & K, 2025), UMKM yang mampu mengadopsi digital marketing cenderung memiliki daya saing lebih tinggi karena mereka dapat memanfaatkan berbagai platform online untuk memperkenalkan produk secara lebih luas.

Platform online yang dipakai adalah media sosial Facebook Fanpage. Facebook Fanpage menurut (Basri et al., 2025; Putra & Kho, 2021) merupakan fitur yang disediakan oleh Facebook sebagai media publik yang dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak, seperti pelaku usaha, organisasi, lembaga pendidikan, tokoh publik, seniman, komunitas, maupun pemilik merek untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Fanpage berfungsi sebagai halaman khusus yang memiliki karakteristik serupa dengan blog, sehingga pengelola dapat menyajikan beragam informasi sesuai dengan tujuan dan kebutuhan, mulai dari profil organisasi, layanan, promosi produk, hingga aktivitas komunitas. Melalui pengelolaan yang baik, Facebook Fanpage tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi dan promosi digital, tetapi juga menjadi media yang efektif dalam membangun citra, memperluas jangkauan pelanggan, serta mendukung implementasi strategi digital di berbagai sektor. Penerapan Search Engine Optimization (SEO) menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan keterlihatan produk pada platform digital sehingga lebih mudah ditemukan oleh calon konsumen (Kurniawan & Farida, 2025). Didukung dengan penerapan digital marketing yang dirancang secara tepat, upaya tersebut mampu memperkuat pengenalan merek (brand awareness), memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin dinamis (Kurniawan & Farida, 2025).

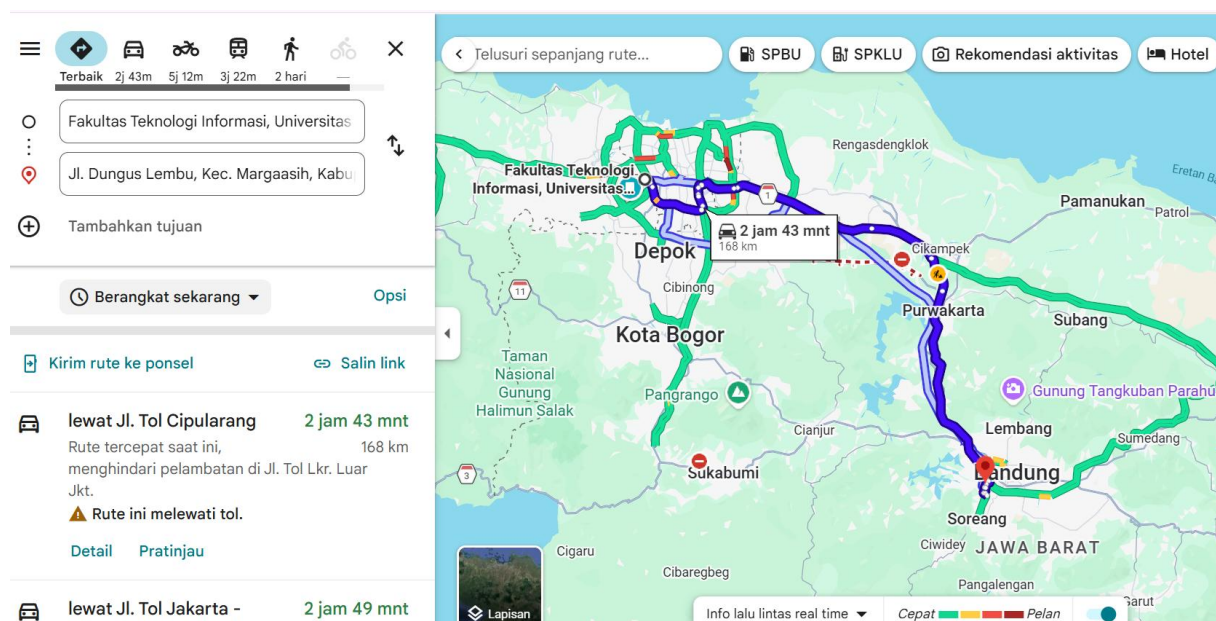
Pelaksanaan pelatihan mengenai pemanfaatan Facebook Fanpage bagi pelaku usaha konveksi topi di Kampung Dunguslembu menjadi suatu kebutuhan yang penting untuk dilakukan. Hal ini didasarkan pada besarnya peluang pengembangan usaha topi yang diperkirakan akan terus meningkat seiring dengan perkembangan pasar digital. Melalui penguasaan media promosi berbasis Facebook Fanpage, pelaku usaha diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan daya saing produk, serta memperkuat posisi konveksi topi dari Kampung Dunguslembu agar dapat bersaing dengan usaha sejenis di berbagai daerah di Indonesia.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha konveksi topi di Kampung Dunguslembu dalam memanfaatkan Facebook Fanpage sebagai media pemasaran digital yang didukung dengan penerapan Search Engine Optimization (SEO) sehingga mengoptimalkan visibilitas produk agar lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan (Hadiana & Krisna, 2023; Putri & Pratiwi, 2024). Kegiatan ini bermanfaat membantu memperluas jangkauan informasi produk, meningkatkan interaksi dengan calon pelanggan dan memperkuat identitas usaha di media digital.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Kampung Dunguslembu menerapkan metode pelatihan yang dipadukan dengan pendampingan secara langsung. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi sebagai dasar pemahaman peserta, kemudian dilanjutkan dengan praktik yang dilaksanakan secara tatap muka agar peserta dapat mengaplikasikan materi yang telah diperoleh dan disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi yang dihadapi peserta (Pratono & Soemaryono, 2025). Pendekatan ini memungkinkan setiap permasalahan yang muncul dapat didiskusikan dan diselesaikan secara langsung, sehingga peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik serta mampu menerapkan keterampilan yang dipelajari dalam kegiatan usahanya, dikenal dengan nama pendekatan Problem Based Learning yaitu salah satu metode yang dapat dimanfaatkan oleh pendidik untuk membantu siswa menjadi terampil dalam menyelesaikan masalah dan menghadapi tantangan di masa depan (Aziza et al., 2025).

Kegiatan ini dilaksanakan pada konveksi topi yang berada di lingkungan kampung/kp Dunguslembu, Bandung, Jawa Barat. Waktu pelaksanaan hari Minggu, 15 Maret 2026. Lokasi kegiatan pada gambar 1.



Gambar 1. Peta lokasi Kampung Dunguslembu, Bandung Jawa Barat

Mitra kegiatan adalah pemilik konveksi dilingkungan kampung Dunguslembu, Bandung. Rentang usia pemilik konveksi 27 tahun-30 tahun dengan jenjang pendidikan lulusan Sekolah Menengah Atas. Kegiatan pendampingan melibatkan dosen untuk memberikan materi pemanfaatan Facebook Fanpage dan pencarian serta pemilihan kata kunci SEO. Metode kegiatan dimulai dari tahap persiapan kemudian dilakukan tahap pendampingan dan terakhir tahap evaluasi. Kegiatan observasi dilakukan sebagai tahapan awal sebelum melaksanakan pendampingan berupa pelatihan peningkatan pengetahuan menurut Sitepu & Laijran dalam (Teguh et al., 2026). Tahap pendampingan berupa transfer pengetahuan dan praktik peningkatan (Sitepu et al., 2024). Untuk menilai efektivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan dilakukan tahap evaluasi melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh peserta pelatihan guna memperoleh masukan mengenai pelaksanaan kegiatan, tingkat pemahaman terhadap materi yang diberikan, serta manfaat yang dirasakan setelah mengikuti pelatihan. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar untuk mengukur capaian program sekaligus sebagai bahan perbaikan dalam pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

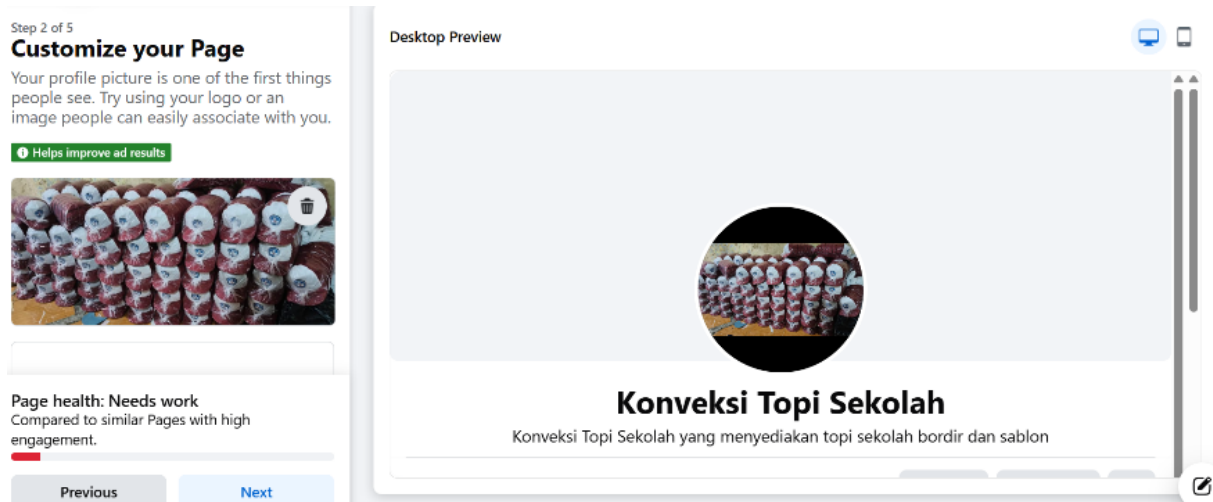
Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan keterampilan digital melalui penerapan SEO pada Facebook Fanpage bagi pelaku usaha konveksi topi di Kampung Dunguslembu, Bandung, telah diselenggarakan pada Minggu, 15 Maret 2026. Kegiatan ini diikuti oleh sembilan pemilik usaha konveksi topi dan berlangsung dengan baik sesuai dengan agenda yang telah direncanakan. Rangkaian kegiatan diawali tahapan pertama yaitu dengan pembukaan sebagai bentuk pengenalan program sekaligus penyampaian maksud dan tujuan pelaksanaan pelatihan kepada seluruh peserta. Tahap berikutnya diisi dengan penyampaian materi mengenai pemanfaatan Facebook Fanpage sebagai media pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat, memperluas jangkauan calon pelanggan, serta membangun komunikasi dua arah dengan konsumen.

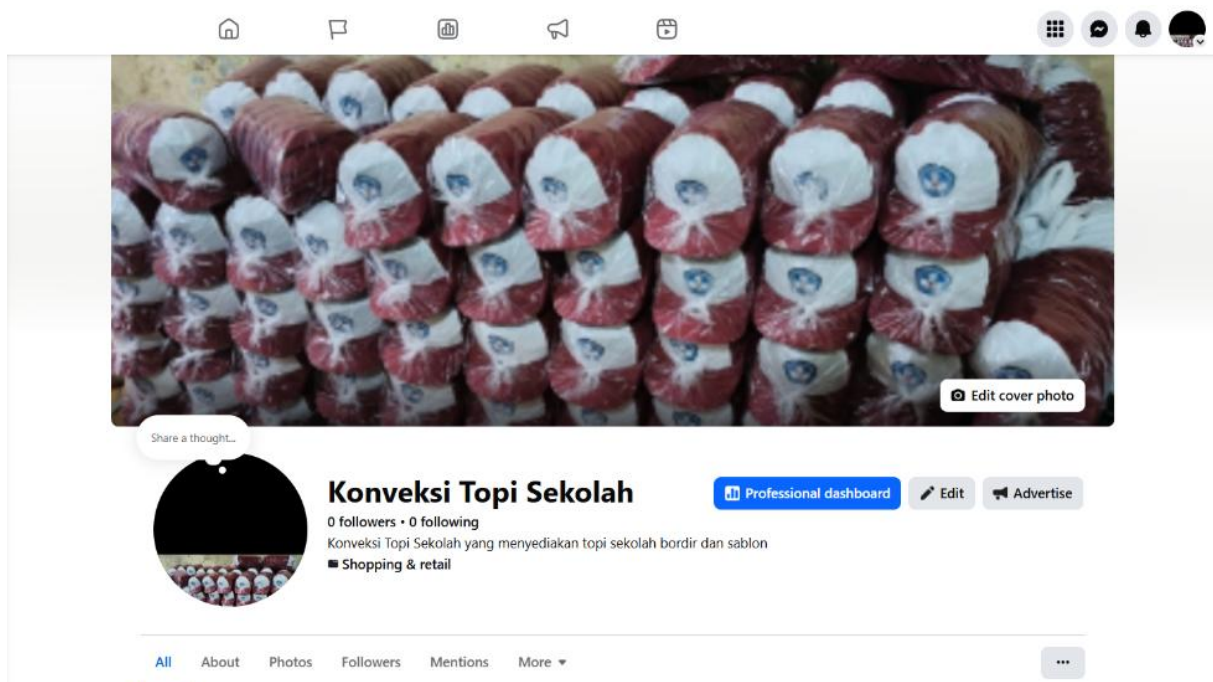
Selain memperoleh penjelasan mengenai fungsi Facebook Fanpage, peserta juga diberikan pemahaman tentang pentingnya penerapan teknik Search Engine Optimization (SEO) dalam mengoptimalkan keberadaan halaman bisnis di media sosial. Materi yang disampaikan menitikberatkan pada pengelolaan konten yang relevan berisi judul konten yang mengandung SEO dan deskripsi produk topi, menarik, dan mudah ditemukan oleh pengguna, sehingga Facebook Fanpage dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana promosi digital yang mendukung pengembangan usaha konveksi topi.

Syarat untuk membangun Facebook Fanpage adalah memiliki akun Facebook personal. Sebelum membangun Fanpage, dilakukan pencarian judul Fanpage yang mengandung SEO dengan memanfaatkan Google Trends untuk riset kata kunci SEO. Informasi yang diperoleh melalui Google Trends tidak hanya dimanfaatkan untuk menganalisis tren pencarian informasi saja, tetapi juga dapat digunakan untuk mengkaji tren penelitian yang dilakukan oleh para peneliti (Krismayani & Mafar, 2024). Kemudian mulai membangun Fanpage. Untuk judul Fanpage-nya menggunakan Topi Seragam Sekolah. Deskripsi Fanpage di isi dengan Konveksi Topi Sekolah yang menyediakan topi sekolah bordir dan sablon. Sertakan nomor telepon yang bisa dihubungi. Tampilan

Fanpage ditampilkan pada gambar 2 dan tampilan akhir Fanpage pada Gambar 3 di bawah ini.



Gambar 2. Tampilan Fanpage



Gambar 3. Tampilan akhir Fanpage

Gambar 3 tampilan hasil akhir Fanpage merupakan hasil dari peserta pelatihan ketrampilan digital melalui SEO Facebook FANPAGE. Selama pelaksanaan pelatihan, tidak seluruh peserta dapat menyelesaikan proses pembuatan dan pengaturan Facebook Fanpage hingga tahap akhir sesuai dengan waktu yang telah dijadwalkan. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh perbedaan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengikuti setiap tahapan praktik. Selain itu, peserta juga mengalami kendala ketika menentukan kata kunci SEO menggunakan Google Trends. Keterbatasan waktu pelatihan menyebabkan proses pencarian, analisis, dan pemilihan kata kunci yang sesuai belum

dapat dilakukan secara optimal. Oleh karena itu, beberapa peserta masih memerlukan pendampingan lanjutan agar mampu menerapkan teknik optimasi SEO pada Facebook Fanpage secara lebih efektif.

Tabel 1. *Capaian Kegiatan*

No.	Kegiatan	Indikator Capaian	Persentase
1	Menggunakan handphone	Peserta telah memiliki kemampuan dalam mengoperasikan handphone	90%
2	Menggunakan Facebook	Peserta telah memiliki kemampuan dasar dalam mengoperasikan aplikasi Facebook	80%
3	Memanfaatkan Facebook Fanpage	Peserta mampu memanfaatkan Facebook Fanpage sebagai media promosi digital	87%
4	Mencari kunci SEO dengan Google Trends	Peserta mampu memanfaatkan Google Trends untuk mengidentifikasi kata kunci SEO yang relevan	72%
Rata-rata capaian kegiatan			82%

Selain peningkatan ketrampilan menggunakan facebook fanpage dengan menggunakan SEO sebagai judul fanpage dan deskripsi produk, peserta juga mendapatkan pemahaman mengenai SEO untuk mendapatkan calon pelanggan dan kemudahan produk ditemukan pelanggan.

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan pelaku usaha konveksi topi di Kampung Dunguslembu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan digital peserta. Setelah mengikuti pelatihan, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik dalam memanfaatkan Facebook Fanpage sebagai media promosi usaha. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga menumbuhkan kepercayaan diri peserta dalam mengelola media sosial untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Penerapan teknik SEO pada Facebook Fanpage diharapkan mampu meningkatkan kemudahan produk untuk ditemukan oleh calon konsumen, sehingga peluang perluasan pasar dan pengembangan usaha menjadi semakin terbuka.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami haturkan kepada pelaku usaha konveksi topi seragam di lingkungan kampung Dunguslembu, Bandung atas kesediaan waktu, izin dan dukungannya untuk pelaksanaan pelatihan ketrampilan digital ini. Tim pengabdian juga tak lupa mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung kelancaran dan kesuksesan kegiatan ini.

Referensi

- Ahdiat, A. (2025). *Jumlah Murid SD, SMP, SMA, SMK Negeri dan Swasta di Indonesia Tahun 2024*. Katadata Media Network.
<https://databoks.katadata.co.id/pendidikan/statistik/683687f297303/jumlah-murid-sd-smp-sma-smk-negeri-dan-swasta-di-indonesia-tahun-2024>
- Aziza, R. S., Irfani, D. R., Saniyah, N. M., & Azzahra, T. F. (2025). Problem-Based Learning di MI. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 10(2), 641–657.
- Bahri, A. Y., & K, I. R. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Digital Untuk Mengoptimalkan Proses Bisnis Shoessimple. *Jurnal Sinabis*, 1(Nomor 4 Agustus), 1028–1035.
<https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/249/19>
- Basri, A. I., Asnawati, A. P., Dandi, A., Zahroni, A. B., Firdaus, R. N., & Puspitanigrum, F. D. (2025). Optimalisasi Eksposur Bisnis melalui Pelatihan Pemasaran Digital Berbasis Marketplace Shopee dan Fanpage Facebook. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 68–75. <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis/article/view/249/19>
- Hadiana, A., & Krisna, E. (2023). Optimasi SEO (Search Engine Optimization) sebagai Strategi Peningkatan Online Presence bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Journal of Informatics and Communications Technology (JICT)*, 5(1), 1–12.
https://ejournal.akademitelkom.ac.id/j_ict/index.php/j_ict/article/view/145/113
- Krismayani, I., & Mafar, F. (2024). Tren Pencarian Informasi Masyarakat Indonesia Menggunakan Google Search Engine. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 10(1), 53–60.
<https://doi.org/10.14710/lenpust.v10i1.55156>
- Kurniawan, O. F., & Farida, S. N. (2025). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Digital Untuk Mengoptimalkan Proses Bisnis Harmony Herbaltea. *Jurnal Sinabis*, 1(3), 770–777. <https://jsinabis.upnjatim.ac.id/index.php/jsinabis%0A>ISSN
- Pratono, R., & Soemaryono. (2025). Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan Fiscal dan SPT Tahunan pada UMKM Anggota Koperasi Usaha Kampung Berkah. *Potensi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 85–90.
https://ejournal.akademitelkom.ac.id/j_ict/index.php/j_ict/article/view/145/113
- Putra, E. Y., & Kho, V. (2021). Manfaat dan penggunaan fanpage facebook terhadap keinginan wisatawan untuk berkunjung ke batam. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 2(1), 164–182. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/jeam>
- Putri, D., & Pratiwi, N. M. I. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Graha Office: Meningkatkan Brand Awareness Melalui Social Media Optimization (SMO) Dan Search Engine Optimization (SEO) di PT Otak Kanan. *Gemah Ripah: Jurnal Bisnis*, 04(01), 14–21. <https://aksiologi.org/index.php/gemahripah/article/view/1500/1005>
- Sitepu, S. N. B., Sienatra, K. B., Teguh, M., & Efrata, T. C. (2024). Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Bisnis di Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. *Madaniya*, 5(1), 243–251.
- Teguh, M., Ongkowidjojo, S., Sitepu, S. N. B., Sidharta, H., & Kenang, I. H. (2026). Pelatihan Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Pada Karang Taruna Desa Glagaharum Pendahuluan. *Madaniya*, 7(2), 673–681.