



**IMPLEMENTASI *SEO* UNTUK STRATEGI
PENINGKATAN VISIBILITAS *WEB* UMKM GERAJ
MADU APIS PADA MESIN PENCARIAN**

SKRIPSI

Skripsi diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar sarjana



Disusun Oleh:

Ayas Syalsabillah
210312001006

**PRODI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA
2025**

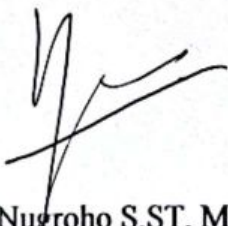
**IMPLEMENTASI *SEO* UNTUK STRATEGI PENINGKATAN
VISIBILITAS *WEB* UMKM GERAJ MADU APIS PADA MESIN
PENCARIAN**

Disusun Oleh:

Nama : Ayas Syalsabillah
NIM : 210312001006

**PRODI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS GLOBAL JAKARTA 2025**

Depok, 08 Agustus 2025
Menyetujui Pembimbing I



Ir. Feri Nugroho S.ST, M.I.T
NIDN S092019030003

Depok, 08 Agustus 2025
Menyetujui Pembimbing II



Nurul Aslamiah Istiqomah, S.Tr.Kom.,MIT
NIDN 0425059701

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Depok, 08 Agustus 2025
Mahasiswa,



Ayas Syalsabillah
NIM.210312001006

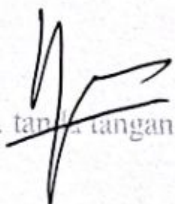
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

Skripsi ini diajukan oleh : Ayas Syalsabillah
Nama : Ayas Syalsabillah
NIM : 210312001006
Program Studi : Bisnis Digital
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI *SEO* UNTUK STRATEGI
PENINGKATAN VISIBILITAS *WEB* UMKM
GERAI MADU APIS PADA MESIN
PENCARIAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PEMBIMBING

Pembimbing 1 : Ir. Feri Nugroho S.ST, M.IT

( tanda tangan.....)

Pembimbing 2 : Nurul Aslamiah Istiqomah, S.Tr.Kom.,MIT

( tanda tangan.....)

Ditetapkan di : Universitas Global Jakarta

Tanggal : 08 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi ini diajukan oleh : Ayas Syalsabillah
Nama : Ayas Syalsabillah
NIM : 210312001006
Program Studi : Bisnis Digital
Judul Skripsi : IMPLEMENTASI *SEO* UNTUK STRATEGI
PENINGKATAN VISIBILITAS *WEB* UMKM
GERAI MADU APIS PADA MESIN
PENCARIAN

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Global Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Penguji 1 : Hadi Wijaya, S.ST, M.IT (..... tanda tangan.....)



Penguji 2 : Nora Listiana, S.S.T.,MIT (..... tanda tangan.....)



Penguji 3 : Febria Anjara, S.S.T., MIT (..... tanda tangan.....)



Ditetapkan di : Universitas Global Jakarta

Tanggal : 08 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW, atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan dan penelitian skripsi ini dengan judul "Implementasi *SEO* untuk Strategi Peningkatan Visibilitas *Web* Gerai Madu Apis Pada Mesin Pencarian" dengan menggunakan metode "*SEO on-page* dan *off-page*". Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Global Jakarta. Tanpa adanya dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, tahap penyusunan skripsi ini akan menjadi lebih sulit bagi penulis. Oleh karena itu, izinkan saya mengucapkan terima kasih saya dengan segenap hati yang tulus kepada:

1. Bapak Ir. Feri Nugroho S.ST, M.IT selaku dosen pembimbing satu, atas bantuan, dukungan, do'a, meluangkan waktu, energi, dan pemikiran untuk membimbing saya selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Nurul Aslamiah Istiqomah, S.Tr.Kom.,MIT, selaku dosen pembimbing dua, atas bantuan, dukungan, do'a, meluangkan waktu, energi, dan pemikiran untuk membimbing saya selama penulisan dan penyusunan skripsi ini.
3. Orang tua, kakak dan keluarga tercinta, terima kasih atas dukungan, do'a, nasehat dalam setiap langkah perjalanan, dan penyusunan skripsi ini
4. Teman-teman dan Sahabat saya Feby Choirunnisa Utami, Sakira Hallatu, dan Balqis Yudhi Putri, terima kasih selalu menghibur, mendukung dalam penyusunan skripsi ini, sehingga proses ini menjadi lebih berwarna.
5. Terima kasih kepada orang-orang yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu, yang senantiasa mendukung, mendo'akan, dan memberikan saya inspirasi dalam menyusun skripsi ini.

Depok, 08 Agustus 2025
Penulis,

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai mahasiswa Jakarta Global University, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayas Syalsabillah
NIM : 210312001006
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Jakarta Global University **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

IMPLEMENTASI *SEO* UNTUK STRATEGI PENINGKATAN VISIBILITAS *WEB* UMKM GERAJ MADU APIS PADA MESIN PENCARIAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Royalti Non Eksklusif ini Jakarta Global University berhak menyimpan, mengalih-mediakan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok
Pada Tanggal : 08 Agustus 2025


Ayas Syalsabillah

ABSTRAK

Kurangnya ilmu pengetahuan mengenai teknologi oleh para UMKM, salah satunya yaitu UMKM Gerai Madu Apis, yang dimana pada saat ini persaingan bisnis banyak dilakukan secara *digital*. Pengenalan terhadap sebuah produk dan jasa dilakukan secara *online*, salah satu cara yang dapat digunakan agar dapat bersaing adalah membuat media *marketing* yaitu dalam bentuk *website*. Namun, untuk dapat meningkatkan pemasaran pada *website* dibutuhkan waktu yang cukup lama dan harus menggunakan metode sebagai strategi dalam meningkatkan *website* agar lebih cepat meningkat. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *SEO on-page* dan *off-page* yang mencakup tahapan peningkatan visibilitas yaitu analisis kata kunci, implementasi *SEO on-page* dan *off-page* dengan *blogwalking*, dan *backlink*. Penelitian ini menyimpulkan bahwasanya di era digital ini teknologi penting untuk dimanfaatkan sebagai media *marketing* seperti *website*, guna meningkatkan visibilitas pada sebuah *brand*.

Kata kunci: Visibilitas, *SEO On-page* dan *Off-page*, *Website*, *Web Blog*, UMKM.

ABSTRAK

The lack of knowledge about technology among MSMEs, including MSME Gerai Madu Apis, is evident, especially in the current era where business competition largely takes place digitally. The marketing of products and services is conducted online, and one effective way to compete is by creating a marketing medium in the form of a website. However, improving marketing performance on a website takes considerable time and requires the application of specific methods as strategies to accelerate its growth. This research employs on-page and off-page SEO methods, which include several stages to enhance visibility, such as keyword analysis, implementing on-page and off-page SEO techniques (including blog walking and backlinks). The study concludes that, in this digital era, leveraging technology as a marketing medium, such as a website, is crucial to enhancing brand visibility.

Keywords: *Visibility, SEO On-page and Off-page, Website, Web Blog, UMKM.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM).....	11
2.2.2 Search Engine.....	13
2.2.3 Website.....	16
2.2.3.1 Landing Page.....	19

2.2.4	Visibilitas.....	20
2.2.5	Strategi Peningkatan Visibilitas	21
2.2.6	Digital Marketing	23
2.2.7	Search Engine Optimization (SEO).....	25
2.2.8	Teknis Search Engine Optimization(SEO).....	28
2.2.9	Keyword Research.....	29
2.2.10	Algoritma Search Engine	30
2.2.11	Tools Search Engine Optimization(SEO)	31
2.2.12	Extensible Markup Language.....	32
BAB III	METODOLOGI	34
3.1	Lokasi Penelitian	34
3.2	Alur Penelitian	35
3.3	Bahan Penelitian	37
3.4	Alat Penelitian	38
3.4.1	Perangkat Keras.....	38
3.4.2	Perangkat Lunak.....	39
3.5	Metode Penelitian.....	39
3.6	Tahapan Penelitian	40
3.6.1	Web Desain	40
3.6.1.1	Tampilan Web.....	40
3.6.1.2	Desain Responsif.....	40
3.6.2	SEO On-Page.....	41
3.6.2.1	Analisis Kata Kunci	41
3.6.2.2	Strategi Konten.....	43
3.6.3	Teknis SEO.....	44
3.6.4	SEO Off-Page.....	45
3.6.4.1	BlogWalking	45
3.6.4.2	Backlink	46
3.6.5	Alat Monitoring SEO	46

3.6.5.1	Google analytic	46
3.6.5.2	Google Console.....	47
3.6.5.3	Bing Master.....	47
3.6.5.4	SEO Site Checkup.....	48
3.6.6	Kinerja dan Analitik Web.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		50
5.1	Profil Gerai Madu Apis.....	50
5.2	Biodata Owner	51
5.3	Logo Gerai Madu Apis	52
5.4	Hasil Penelitian.....	52
4.4.1	Tampilan Web	52
4.4.2	SEO On-Page.....	58
4.4.2.1	Kata Kunci	58
Tabel 4. 1.....		58
4.4.2.2	Artikel	62
4.4.3	SEO Off-Page.....	63
4.4.3.1	Blog Walking	63
4.4.3.2	Backlink	64
4.4.4	Monitoring SEO	65
4.4.4.1	Google Analytic.....	65
4.4.4.2	Google Console.....	66
4.4.4.3	Bing Master.....	68
4.4.4.4	SEO Site Checkup.....	69
Tabel 4. 2.....		70
BAB V PENUTUP.....		81
5.1	Kesimpulan	81
5.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA.....		83
LAMPIRAN.....		xc

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini teknologi banyak digunakan sebagai sumber informasi dan sumber pendapatan (Muharam & Persada, 2020). Dalam perkembangan teknologi, masyarakat memanfaatkannya sebagai alat untuk kemajuan ekonomi, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial dan juga mesin pencarian *online*. Dengan adanya industri 5.0, pertumbuhan ekonomi dalam jangka panjang diharapkan akan terus meningkat karena inovasi, pengembangan produk, ide-ide kreatif, dan penciptaan paten dalam bisnis (A. T. Nugroho dkk., 2023). Salah satu contoh dari kemajuan industri 5.0 saat ini adalah AI, dimana dengan memanfaatkan AI dalam melakukan promosi dan menunjukan cara identifikasi, serta menggunakan *keyword* dalam melakukan peningkatan visibilitas pada *website* di *search engine* (Indriyatmoko dkk., 2024). Selain digunakan sebagai media dalam melakukan pemasaran, kita semua tahu bahwasanya mesin pencarian *online* juga digunakan sebagai sumber informasi dari seluruh dunia.

Informasi dapat ditemukan melalui media sosial dan mesin pencarian *online*, dimana mesin pencarian *online* adalah cara mendapatkan sumber informasi secara menyeluruh dari berbagai *web*. Dulu informasi didapat dari media seperti koran, majalah, dan radio. Saat ini informasi dapat diakses melalui media *online* seperti *web*, *blog*, dan jejaring media sosial yang sangat populer (Indrayani, 2022). Dengan mempertimbangkan tingginya penggunaan teknologi mesin pencarian informasi yang dilakukan masyarakat seperti *Google*, yang dimana *Google* adalah mesin pencarian yang terhubung dengan semua *smartphone* di pasaran saat ini (Krismayani dkk., 2024). Maka dari itu, banyak orang-orang terutama para pelaku usaha UMKM yang juga memanfaatkannya untuk sumber pendapatan dengan cara menggunakan media *online* sebagai media pemasaran. Salah satu media pemasaran yang banyak digunakan oleh para pelaku usaha UMKM selain media sosial adalah *blog* atau biasa disebut dengan *website*.

Teknik pemasaran berbasis *web* memanfaatkan halaman untuk mempromosikan produk dan memberikan informasi melalui sebuah portal *website* (Haryadi dkk., 2022). *Web* digunakan oleh para UMKM untuk memberikan detail mengenai produk yang dipromosikan (Utomo, 2023). Tingkat penggunaan internet di Indonesia tahun 2023 mencapai 78,1% menurut survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) (APJII, 2024). APJII merupakan badan penyelenggara komunikasi dan konsultasi jasa internet dan telekomunikasi tingkat nasional dan internasional yang didirikan sejak 1996 untuk mengembangkan penggunaan internet di Indonesia. Kemudian Kementerian perdagangan mengklaim bahwa 22 juta UMKM atau 33,6% dari total UMKM bergabung dalam ekonomi *digital* pada tahun 2023. UMKM menempati 97% tenaga kerja Indonesia. Tahun 2022, kontribusi UMKM mencapai 61% berdasarkan PDB Nasional, Indonesia berada pada sektor perdagangan dan retail (INDEF, 2024). Adapun masalah yang dihadapi UMKM, untuk bisa mengembangkan usahanya secara *online* seperti UMKM dalam bidang *fashion*, kuliner, perdagangan, retail, dan lain-lain (Arumsari dkk., 2022).

Salah satu UMKM yang bergerak di luar bidang teknologi adalah Gerai Madu Apis yang bergerak di bidang perdagangan kuliner. Produk yang ditawarkan oleh Gerai Madu Apis adalah madu murni akasia. Gerai Madu Apis menjual produk madunya dengan cara langsung menawarkannya kepada para pembeli dan mendistribusikannya langsung kepada toko-toko herbal yang ada di lingkungannya. Gerai Madu Apis masih berfokus untuk pengenalan produk kepada masyarakat secara lebih luas, namun produk tersebut belum banyak dikenal sehingga belum mampu mencapai tingkat visibilitas yang diharapkan. Gerai Madu Apis belum memiliki pengetahuan yang luas mengenai pemasaran secara *digital*, dimana saat ini persaingan antar UMKM banyak dilakukan melalui media *online*. Gerai Madu Apis juga memiliki masalah terhadap pesaing yang memiliki nilai jual lebih rendah dari pada produk madu Gerai Madu Apis, sedangkan banyak pembeli yang membandingkan harga paling murah, sehingga menimbulkan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap produk Gerai Madu Apis.

Dalam permasalahan tersebut hal yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan Gerai Madu Apis adalah dengan mengikuti perkembangan teknologi yang ada saat ini. Salah satu cara yang dapat digunakan yaitu dengan cara memperluas merek pada media *digital marketing* berupa sebuah *website*. Namun, untuk dapat meningkatkan visibilitas pada *website* baru seperti *website* Gerai Madu Apis dibutuhkan waktu yang cukup lama, maka dibutuhkan strategi yang dapat membantu *website* Gerai Madu Apis semakin dikenal oleh para pengguna mesin pencarian *online*, yaitu dengan menggunakan metode *SEO on page* dan *off page* untuk mencapai peringkat teratas. *SEO* merupakan langkah terstruktur yang digunakan untuk meningkatkan jumlah serta kualitas trafik yang diterima oleh mesin pencari melalui penggunaan cara kerja algoritma mesin pencari (Fitriasari dkk., 2020). *SEO* merupakan strategi berdasarkan pandangan bisnis. Fokus *SEO* yaitu mendapatkan rangking tertinggi pada mesin pencarian berdasarkan trafik. Strategi promosi *SEO* untuk mengoptimalisasi *web* dengan tujuan membuat situs *web* menjadi peringkat tertinggi dan mudah ditemukan oleh para pengguna dengan membuat konten organik (F. I. Halim dkk., 2020).

Dengan pembuatan *website* dan dibantu menggunakan metode *SEO on page* dan *off page*. *SEO on page* berfokus pada peningkatan otoritas situs melalui pemuatan link untuk meningkatkan kualitas halaman, *SEO off page* berfokus pada perbaikan dan penerapan internal situs dengan keinginan pengguna dan kebijakan atau algoritma pada mesin pencarian *online*. Kombinasi dari kedua metode *SEO on page* dan *off page* akan meningkatkan peringkat pada mesin pencarian dan *organic clicks* untuk situs *website* (Ivandi dkk., 2023). Dengan penggunaan metode *SEO*, UMKM akan mendapat pencapaian yang tinggi dengan mesin pencarian yang baik dan mendapat pengunjung organik yang meningkat (Dewanto dkk., 2023). Penggunaan metode *SEO on-page* dan *off-page* ini akan dapat membantu UMKM Gerai Madu Apis dalam mempromosikan produknya, sehingga dapat meningkatkan penjualan untuk mencapai target yang diinginkan. Pada penerapan *SEO on-page* dan *off-page* pada *website* Gerai Madu Apis dilakukan pada saat perancangan *website* dilakukan, karena beberapa alat monitoring harus disambungkan atau ditautkan dari *website* ke mesin pencarian.

Dengan menerapkan teknik *SEO on-page* dan *off-page* secara menyeluruh, penulis berharap situs *website* Gerai Madu Apis akan lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan melalui pencarian organik *Google*. Sehingga akan meningkatkan jumlah pengunjung ke *website* dan membuka peluang agar pengunjung *website* Gerai Madu Apis dapat menjadi pelanggan. Selain itu, pengoptimalan mesin pencarian yang konsisten akan membantu *website* tetap relevan dan kompetitif di tengah persaingan pasar digital yang semakin ketat. Secara tidak langsung, dengan strategi ini akan berpengaruh terhadap *brand awareness* dan Gerai Madu Apis menjadi lebih dikenal sebagai penyedia madu murni berkualitas yang dapat dipercaya.

Dalam masalah yang dihadapi oleh UMKM terutama UMKM Gerai Madu Apis ini adalah alasan penulis untuk memilih judul “Implementasi *SEO* Untuk Strategi Peningkatan Visibilitas *Website* UMKM Gerai Madu Apis Pada Mesin Pencarian”. Selain itu judul ini dipilih karena secara jelas mencerminkan fokus utama pada penelitian yang dilakukan, yaitu penerapan teknik *SEO on-page* dan *off-page* untuk meningkatkan visibilitas *website* Gerai Madu Apis pada mesin pencarian *online* terutama *Google*. Dengan menekankan penggunaan metode *SEO on-page* dan *off-page* sebagai strategi utama dan bagaimana pengoptimalan mesin pencarian *online* dapat membantu pertumbuhan bisnis Gerai Madu Apis di dunia digital.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah adalah pertanyaan yang timbul dari sebuah permasalahan yang ada, sehingga harus ditemukan solusi untuk menjawabnya. Dalam rumusan masalah yang dibuat dalam penelitian ini adalah mengenai pemasaran produk pada UMKM Gerai Madu Apis, di bawah ini adalah rumusan masalah yang akan diteliti.

1. Bagaimana meningkatkan visibilitas pemasaran *online* pada UMKM Gerai Madu Apis?
2. Bagaimana implementasi *SEO* pada *web* UMKM Gerai Madu Apis?

3. Apa perubahan yang terjadi setelah dilakukan pengenalan merek secara online pada UMKM Gerai Madu Apis?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan pengimplementasian *SEO* pada *web* UMKM Gerai Madu Apis adalah.

1. Meningkatkan visibilitas *website* Gerai Madu Apis pada mesin pencarian guna memperluas *brand awareness* secara *online*.
2. Menganalisis penerapan *SEO* untuk mengetahui efektivitas dan kendala yang dihadapi dalam proses optimasi *website* Gerai Madu Apis.
3. Membangun dan meningkatkan *brand awareness* Gerai Madu Apis sebagai langkah awal dalam mendukung efektivitas pemasaran.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan dirasakan dari pengimplementasian *SEO* pada *web* UMKM Gerai Madu Apis ini apabila terealisasi adalah.

1. Menambah visibilitas dan keterjangkauan informasi produk Gerai Madu Apis di mesin pencari *online*.
2. Memberikan wawasan bagi UMKM terkait efektivitas penerapan *SEO* dan tantangan dalam proses optimasi *website*.
3. Membantu meningkatkan kepercayaan konsumen serta membentuk *brand awareness* Gerai Madu Apis secara digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Prasetyo, Addis, A., & Masruri, A. (2021). Penerapan Information Retrieval Pada Search Engine. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian dan Pengembangan*, 1(no.1), 15–23.
- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Alfina, O., Siregar, E. T., & Angelina, A. P. (2022). PELATIHAN PEMBUATAN WEBSITE TOKO ONLINE DAN LANDING PAGE MENGGUNAKAN CANVA DI SMK TRITECH INDONESIA. 2(1), 32–37.
- Andayanj, S. (2020). Pentingnya Menulis Kata Kunci Dengan Benar Pada Mesin Pencarian Untuk Melakukan Pencarian Yang Akurat. *IQRA': Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi (e-Journal)*, 14(1), 111. <https://doi.org/10.30829/iqra.v14i1.7574>
- Andri, R. M. C. (2023). THE INFLUENCE OF DIGITAL BRANDING ON BRAND AWARENESS AND PURCHASE DECISIONS AMONG MSMES IN PALEMBANG: A CASE STUDY ON ZANAIA ACRYLIC. 4(2), 112–127.
- Andriani, C. (2022). Pemberdayaan Umkm Dengan Pendaftaran Nomor Induk Berusaha Melalui Oss Di Kelurahan Krembangan Selatan Surabaya. *PATIKALA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 406–413. <https://doi.org/10.51574/patikala.v2i1.487>
- Antonius, A., & Suteja, B. R. (2021). The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat Website sebagai Hasil Pencarian Google. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 7(1), 251–260. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v7i1.3428>
- APJII. (2024). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. APJII. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat)*, 11(1), 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>
- Bernadisman, D., Lesdiansyah, R., Muhammadiyah, U. S., & Coding, T. (2023). APLIKASI TEXT TO SPEECH BERBASIS ANDROID. 62–72.
- Brawijaya, U., Ristyanto, A. A., Hadi Wijoyo, S., Hayuhardhika, W., & Putra, N. (2017). Fakultas Ilmu Komputer Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Search Engine Result Page (SERP) Menggunakan Metode SEO On-page dan Off-page (Studi Kasus: Situs Ulasan CBD Oil Australia). 1(1), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Chandra, W., Sudirman, & Renny. (2023). Implementasi Metode on-Page Seo Untuk Meningkatkan Trafik Pengunjung Pada Website Waralabakita. *KHARISMA Tech*, 18(1), 165–177. <https://doi.org/10.55645/kharismatech.v18i1.314>
- Charli, C. O., & Js, S. (2024). Strategi Pemasaran Digital untuk Mengembangkan UMKM. 2(5), 1538–1542.

- <https://jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com/index.php/jpmmba/index>
- Destiny Priscillia Tandean, Gearen Wahyudi, Joseline Yap, Rayshellia Angelina Djifri, & Rahmi Yulia Ningsih. (2024). Strategi Fadil Jaidi dalam Meningkatkan Visibilitas Produk melalui Endorsement dan Teknik Pemasaran terhadap Followersnya. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 3(2), 01–17. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v3i2.1567>
- Dewanto, F. B., Febrian, M. H. P., Amir, M. R., & Prawira, I. F. A. (2023). Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(4), 709–715. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i4.1900>
- Fitriasari, N. A., Galih, S. T., & Prakoso, S. A. (2020). Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Website Hanger Kayu Berlogo Sebagai Media Promosi. 10(2), 519–533.
- Florencia Winata, A., & Adelia. (2023). Pembuatan Website Jasa Salon Mobil One Autocare di Karawang. *Jurnal Strategi*, 5, 2443–2229. www.merdeka.com,
- Halim, F. I., Suranto, B., & Paputungan, I. V. (2020). Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring. *Jurnal Automata*, 1(2), 1–6. <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/15331>
- Halim, M., Wijaya, G. M., Pertiwi, S., & Sandi, H. (2023). Penerapan Metode Digital Marketing Pada Mixue Rengasdengklok Pengguna Media Sosial Tahun 2023. 1(5), 541–546.
- Hamdi, F. S., & Maita, I. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Memanfaatkan Wix Untuk Blog Pribadi Pada Siswa SMAN 2 Gunung Talang. *CONSEN: Indonesian Journal of Community Services and Engagement*, 2(2), 64–69. <https://doi.org/10.57152/consen.v2i2.471>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial: Journal of Community Service in Humanities and Social Sciences*, 3(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jls.v3i2.p77-85>
- Haryadi, T., Ulumuddin, D. I. I., Prabowo, D. P., & Ihwan, A. M. (2022). Adaptasi Digital Marketing berbasis Website untuk Produk UMKM Fatikha Sweet Honey. *Jurnal Informatika Upgris*, 8(1). <https://doi.org/10.26877/jiu.v8i1.11524>
- Hermansyah, D., & Ida Astini, B. (2024). Penerapan Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Visibilitas dan Pertumbuhan Bisnis di Era Digital. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 3, 31–48.
- Hidayat, A. (2022). Peran Umkm (Usaha, Mikro, Kecil, Menengah) Dalam Pembangunan Ekonomi Nasional. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(6), 6707–6714.
- Hulwatunnisa, Hasanudin, R., Ariodutho, S. A., & Chandrawan, D. (2023). Strategi Pemasaran Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Warung Padasuka. *SENADA: Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 04(02), 123–134.
- INDEF. (2024). *PeranPlatformDigitalTerhadapPengembanganUmkmDiIndonesia*. 10–40.
- Indrayani, L. (2022). *PENGENALAN DAN PENGGUNAAN SECARA OPTIMAL MESIN PENCARI*. 1, 39–43.
- Indriyatmoko, T., Forbenius, A. claudy, & Diningrat, M. S. M. (2024). Strategi

- Optimisasi Kata Kunci dalam Meningkatkan Visibilitas di Mesin Pencari. *Intechno Journal (Information Technology Journal)*, 6(1), 66–72. <https://doi.org/10.24076/intechnojournal.2024v6i1.1693>
- Insani, J. A., Dan, M., Di, W., Cileungsi, S., & Cileungsi, S. (2025). *PELATIHAN DIGITAL MARKETING: PEMBUATAN CONTENT MARKETING DAN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Global Jakarta, 2 Fakultas Teknik dan Ilmu*. 12(April), 1386–1394.
- Irsandi, J. S., Fitri, I., & Nathasia, N. D. (2020). Sistem Informasi Pemasaran dengan Penerapan CRM (Customer Relationship Management) Berbasis Website menggunakan Metode Waterfall dan Agile. *Jurnal JTik (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, 5(4), 346. <https://doi.org/10.35870/jtik.v5i4.192>
- Ivandi, R., Mursityo, Y. T., & Putra, W. H. N. (2023). Implementasi Marketing Automation Menggunakan Metode Search Engine Optimization (SEO) On Page dan Off Page pada Website Berbasis Content Management System (CMS) pada PT. Eltama Prima Indo. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 10(1), 77–88. <https://doi.org/10.25126/jtiik.20231015120>
- Jaya, A. K., Pratiwi, D., & Adira, L. (2023). Implementasi Metode On Page SEO untuk Meningkatkan Peringkat Result Page Website INA Digi Export. *Journal of Business Technology, & Social Science*, 1a(VI), 1–20. <https://ojs.nitromks.ac.id/index.php/jurnal-bugis>
- Krismayani, I., Fiqru Mafar, ;, Kiai, U., Achmad, H., & Jember, S. (2024). Tren Pencarian Informasi Masyarakat Indonesia Menggunakan Google Search Engine. *Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 10(1), 53–60. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v10i1.55156>
- Kurniawan, W. B., Handayani, M., & Anggraini, N. (2025). Analisis Penerapan Strategi Search Engine Optimization (SEO) pada Website www.pbc.ac.id. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 1086–1090. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i1.7011>
- Kusumo, B. W., & Hermawan, A. (2024). Cultural Introduction Application in Lembata Regency, NTT Using Android-Based Augmented Reality. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 256–263. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.844>
- Lintang, D. M., & Sari, D. (2022). SEO Agar di Halaman Pertama. *Available at SSRN*, 1–32. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4286876
- Listiana, N., Anjara, F., & Wijaya, H. (2021). Rancang Bangun Aplikasi Doa-Doa Islam Dengan Antarmuka Yang Interaktif Untuk Anak Sekolah. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, 4, 2021–2621.
- Luky, M., Rosano, A., Prihati, Y., & Prakoso, S. A. (n.d.). *Implementasi Teknik SEO On-Page dan Off-Page dalam Meningkatkan Peringkat Website Klien PT. Deus Code (Studi Kasus greenmile . co . id)*. 1002–1013.
- Lutfi, M. (2023). “Jurnal TRANSFORMASI (Informasi & Pengembangan Iptek)” (STMIK BINA PATRIA) RANCANG BANGUN OTOMATISASI RISET KATA KUNCI DI MARKET PLACE. *Jurnal TRANSFORMASI*, 19(2), 12–25.
- Ma'mur, K. (2023). Optimasi Web Log Menggunakan Teknik SEO On Page dan Off Page untuk Meningkatkan Trafik Pengunjung Organik. *KAKIFIKOM (Kumpulan Artikel Karya Ilmiah Fakultas ...)*, 05(01), 6–15.

- <http://ejournal.ust.ac.id/index.php/KAKIFIKOM/article/view/2795%0Ahttps://ejournal.ust.ac.id/index.php/KAKIFIKOM/article/download/2795/2339>
- Maharani, D., Helmiah, F., & Rahmadani, N. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.25008/abdiformatika.v1i1.130>
- Masruri, H. N. (2022). Kajian Metode Seo Berbasis on-Page Sebagai. *Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*, 16(1), 39–49. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/JTI/article/download/3645/3079>
- Masruri, N. H., & Nihayati, D. A. (2022). Optimasi SEO On-Page pada Long-Tail Keyword untuk meningkatkan Visibilitas Website di dalam SERP. *JRST (Jurnal Riset Sains dan Teknologi)*, 6(2), 141. <https://doi.org/10.30595/jrst.v6i2.13071>
- Mohammad, M. F. M. (2021). The Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *Kertha Wicaksana*, 15(2), 149–157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>
- Mohammadi, S., Chapon, M., & Frémond, A. (2020). Query Intent Detection from the SEO Perspective. *Communications in Computer and Information Science*, 1259 CCIS, 49–59. https://doi.org/10.1007/978-3-030-54623-6_5
- Muharam, M., & Persada, A. G. (2020). Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo. *Informatika*, 1, 1. <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/15594>
- Musahid, F. N., Fawzi, F. S., Maghfuriyah, A., Hertin, R. D., & Wijaya, H. (2024). *Digital Transformation: A Strategic Imperative for Modern Enterprises*. 2(1), 1–7.
- Nasution, A. D., & Nurbaiti. (2023). Strategi Peningkatan E-Business Untuk Meningkatkan Penjualan Internasional. *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Nugroho, A. T., Amarco, K. A., & Yasin, M. (2023). Perkembangan Industri 5.0 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 95–106. <https://doi.org/10.55606/makreju.v1i3.1645>
- Nugroho, B. P., Alam, S., & Aris, V. (2025). Analisis Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Konten Artikel Terhadap Trafik Website. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 3(4), 26–35. <https://doi.org/10.31004/riggs.v3i4.410>
- Nugroho, F. (2024). *Buku Ajar Teori SEO untuk Peningkatan Visibilitas di Mesin Pencari*. July. <https://www.researchgate.net/publication/382273403>
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak Umkm Pada Masa Pandemi Covid 19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65–74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Oetomo, B. S. D., & Santoso, S. (2021). Pemilihan Strategi dan Sarana Promosi Berdasarkan Perilaku Konsumen untuk Peningkatan Penjualan Online yang Dirintis Orang Muda Katolik Di Yogyakarta. *Sendimas 2021 - Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 367–372. <https://doi.org/10.21460/sendimasvi2021.v6i1.72>
- Phie, E. A., Rahman, S., & Junaedy. (2021). Implementasi Teknik Search Engine Optimization Pada Website Ayosports Untuk Meningkatkan Page Rank.

- KHARISMA Tech, 16(2), 35–49.
<https://doi.org/10.55645/kharismatech.v16i2.112>
- Priantina, A., & Mohd Sopian, S. (2023). Sertifikasi Halal Di Indonesia Dari Voluntary Menjadi Mandatory. *Tasyri' Journal of Islamic Law*, 2(1), 95–1857118.
- Pusporini, P. (2020). PENGARUH TINGKAT LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PADA PELAKU UMKM KECAMATAN CINERE, DEPOK. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 58–69. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i1.315>
- Rachman, A. ikmal, Fanani Mz, L., Agus Halid, Suriansyah B, & Gita Pratiwi. (2024). Pertukaran Data Pada Rumah Sakit Di Makassar Berbasis Xml Based. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi dan Teknik Informatika (JISTI)*, 7(1), 154–160. <https://doi.org/10.57093/jisti.v7i1.200>
- Rahmawati, V., Hermansyah, E. N., & Aziz, A. (2025). *Optimalisasi Digital Marketing Melalui Program Rapid Digital Marketing Bootcamp di Maxy Academy*. 1(1), 19–24.
- Ramadhan, N. S. (2023). *Strategi Algoritma Pencarian If-3a*. January. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19221.70888>
- Rambe, A., & Harahap, B. (2024). Bimbingan Teknis Pengelolaan Database Nilai Raport Semester Ganjil Kelas X di SMA Kemala Bhayangkari 1 Medan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 83–89.
- Ratih Siti Aminah, R. S. A., & Dalimunthe, W. Y. (2024). Penerapan Search Engine Optimization Pada Pemberitaan Di Media Siber. *Jurnal Netnografi Komunikasi*, 3(1), 73–87. <https://doi.org/10.59408/jnk.v3i1.39>
- Rochman, A., Hanafri, M. I., & Wandira, A. (2020). *Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source*. 2(1), 46–51.
- Romadon, F., Akhriza, T. M., & Utsalina, D. S. (2020). Pengembangan Struktur Konten Artikel Berbasis Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Ranking Halaman Web Di Google Search Engine. *Prosiding Seminar SeNTIK*, 4(September), 385–391.
- Rossi, F., Fitri, A., Suwarni, E., Rosmalasari, T. D., & Setiawan, R. (2021). Pelatihan Pembuatan Dan Pengeditan Web-Blog Bagi Para Guru Dan Staff Ma Mathla'Ul Anwar, Bandar Lampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v2i2.1337>
- Safitri, M., Anggraeni, S., Setiyorini, T., Rusdi, I., Mandiri, U. N., & Pencari, M. (2022). *Metode pengabdian masyarakat terdiri dari tahapan-tahapan kegiatan yang dilaksanakan untuk menyelesaikan permasalahan . Tahapan-tahapan tersebut anatara lain : Gambar 1 . Tahapan Kegiatan Pengabdian*. 04(02), 1–5.
- Sahani, K., Shinde, S., Rankhambe, P. D., Kumar, P., & Agarwal, A. (2024). *Web Apps with Search Engine Optimization (SEO)*. 6(3), 1–7.
- Santoso, D. B., Razaq, J. A., & Amin, F. (2023). Optimasi Konten Website SEO Friendly Bagi Persatuan Penyandang Difabel Indonesia (PPDI) Pekalongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 3(1), 30–36. <https://doi.org/10.35315/intimas.v3i1.9214>

- Saputri, E. (2021). STRATEGI PENELUSURAN INFORMASI MELALUI SEARCH ENGINE (GOOGLE). *Da'wfile:///D:/Semester 7/Thesis Proposal/Referensi Search Engine/2020_PENTINGNYA MENULIS KAT AKUNCI DENGAN BENAR PADA MEISN PENCARIAN UNTUK MELAKUKAN PENCARIAN YANG AKURAT*_Sri Andayani, Gema Rullyana, Ardiansah.pdfatuna: *Journal of Communication and Isla*, 3(2), 350–357. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i2.2483>
- Saputro, R. J., & Winarni, D. (2023). Analisis Penggunaan Aplikasi Dompot Digital di UMKM Kota Depok. *Jurnal Administrasi Profesional*, 4(1), 57–64. <https://doi.org/10.32722/jap.v4i1.6084>
- Septiani, A. P., Junardi, W., Amaliah, A., Bachtiar, A., Mahendra, J. I., & Muttaqin, M. I. (2020). Sistem Informasi Desa Siaga Pangan Menghadapi Covid19 berbasis Web Service. *Jurnal Sistem Cerdas*, 3(3), 231–240. <https://doi.org/10.37396/jsc.v3i3.63>
- Setiadi, I., & Widianti, S. (2022). Strategi Marketing Jasa Fotografi dan Videografi Berbasis Web Menggunakan Codeigniter dan Mysql. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 21(3). <https://doi.org/10.32409/jikstik.21.3.3000>
- Sugiatun, L., Sudiaty, L. E., & Puryono, D. A. (2023). Membangun Model e-Commerce Berbasis Bisnis Model Canvas Dengan Content Management System & Menerapkan SEO. *Soscied*, 6(2).
- Sugiyanti, L., Rabbil, Z. M., Oktavia, C. K., & Silvia, M. (2022). Strategi Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM SHIBIRU. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 14(1), 111–123. <http://jdm.unnes.ac.id>
- Sulistiyawati, U. S. (2022). Penerapan Strategi Marketing Pada Aisyah Desert and Drinks Menggunakan Landing Page. 1(2), 76–82.
- Suwardi, A., Angriani, H., & Afifah. (2022). Implementasi Seo (Search Engine Optimization) on Page Untuk Meningkatkan Pengunjung Website Xtraordinary. *KHARISMA Tech*, 17(1), 99–112. <https://doi.org/10.55645/kharismatech.v17i1.203>
- Syam, M. A., Wijaya, M. A. Z., Khalisah, L. N., Nst, M. A. B. W., & Yahfizham, Y. (2024). Macam Dan Fungsi Perangkat Lunak Yang Perlu Dipahami Anak Muda Masa Kini. *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science*, 2(1), 85–98.
- Syamsuddin, Z., Baharuddin Semmaila, H., & Alam, S. (2024). SEIKO : Journal of Management & Business Strategi Pemasaran Digital dan Pertumbuhan Bisnis di Era Digital: Studi Kasus pada Industri E-Commerce. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 7(1), 1295–1298.
- Untari Ningsih, D. H., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). Model Search Engine Optimization (SEO) bagi UMKM Untuk Meningkatkan Popularitas dan Pengunjung Website. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)*, 11(3), 415–422. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i3.1505>
- Urmila, Sastrawan, E., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) pada Website Pikiran-Rakyat.Com dalam Strategi Pemasaran. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif*, 1(3), 50–56. <https://doi.org/10.59024/jumek.v1i3.111>
- Utomo, S. B. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing dalam Memperkenalkan

- Kawasan Wisata Jalan Tunjungan di Surabaya. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), 449–458. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.284>
- Wahyuni, I. B., Muawwal, A., & Renny. (2022). IMPLEMENTASI METODE ON-PAGE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION UNTUK MENINGKATKAN TRAFFIC PENGUNJUNG PADA WEBSITE ANTIMACET. *KHARISMA Tech*, 9(2), 12–25. <https://doi.org/10.55645/kharismatech.v18i2.396>
- Wijaya, H., Listiana, N., Nugroho, F., Hertin, R. D., Istiqomah, N. A., & Anjara, F. (2024). *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia Pemberdayaan Pengusaha Lokal Melalui Transformasi Digital Marketing Untuk UMKM di Kelurahan Tirta Jaya, Kota Depok*. 3(3), 337–345.
- Wiraprathama, A., Widhiarta, M. I., & Muliantara, A. (2024). *LANDING PAGE BERBASIS WEBSITE UNTUK MENINGKATKAN*. 2, 515–520.
- Yang, Y., Jansen, B. J., Yang, Y., Guo, X., & Zeng, D. (2019). Keyword Optimization in Sponsored Search Advertising: A Multilevel Computational Framework. *IEEE Intelligent Systems*, 34(1), 32–42. <https://doi.org/10.1109/MIS.2019.2893590>
- Yanuarti, E., Romadiana, P., & Kiswanto, K. (2022). Model Web E-Commerce Guna Memperluas Pemasaran Produk Furniture. *Jurnal SITECH: Sistem Informasi dan Teknologi*, 4(2), 165–172. <https://doi.org/10.24176/sitech.v4i2.6903>
- Yesputra, R., Hutagalung, J., & Saputra, E. (2022). *Jurnal Bangun Abdimas Workshop Pemahaman Search Engine Optimization Untuk Jurnal Bangun Abdimas*. 1(1), 36–46.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Zulham, Z. S., Andysah, A. P. U. S., Ibrahim, I., Bambang, B. S., Ayu, A. O. S., & Anzas, A. I. Z. (2024). Strategi Digital Marketing Dengan Metode SEO (Search Engine Optimization) untuk UMKM di Desa Klambir 5 Kebun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Gemilang (JPMG)*, 4(1), 16–19. <https://doi.org/10.58369/jpmg.v4i1.157>