

Pengembangan dan Optimalisasi Seo Website Resmi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama

Fithri Wulandari^{1*}, Hanifatuk Riskiya L², Aris Haryanto³, Taufik Hidayat⁴, Dinafian Noor⁵, Ardy Muhamad Rizky⁶, Ragil Cahya⁷

¹⁻⁷Universitas Cendekia Abditama, Jl. Islamic Raya, Klp. Dua, Tangerang, Banten

E-mail: fithri@uca.ac.id

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7853>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 July 2026

Revised: 22 Aug2026

Accepted: 31 Aug2026

Kata Kunci:

Digitalisasi, UMKM, QRIS Byond, Non-Tunai, Desa Daru

Keywords:

Digitalization, MSMEs, QRIS Byond, Cashless, Daru Village.



ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan sistem transaksi pembayaran secara digital dan memperluas jangkauan pasar. Penelitian ini mengimplementasikan sistem pembayaran digital berbasis QRIS Byond pada UMKM Opak Opik di Desa Daru. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan pelatihan penggunaan QRIS Byond. Hasil menunjukkan penerapan QRIS Byond mempercepat pembayaran, mengurangi penggunaan uang tunai, meningkatkan keamanan transaksi, serta mempermudah pencatatan keuangan. Kesimpulannya, digitalisasi ini efektif mendukung transformasi UMKM dan dapat menjadi model bagi usaha sejenis.

The development of digital technology opens up opportunities for MSMEs to improve transaction efficiency and expand their markets. This study implemented a digital payment system based on QRIS Byond at the Opak Opik MSME in Daru Village. The methods used included observation, interviews, and training on the use of QRIS Byond. The results showed that the implementation of QRIS Byond accelerated payments, reduced cash usage, increased transaction security, and simplified financial record-keeping. In conclusion, this digitalization effectively supports the transformation of MSMEs and can serve as a model for similar businesses.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Fithri Wulandari, et al (2026). Pengembangan dan Optimalisasi Seo Website Resmi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama, 5(1) 3311-3319. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v5i1.7853>

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi digital di berbagai sektor, termasuk dalam dunia pendidikan. Salah satu bentuk implementasi transformasi digital adalah pemanfaatan website sebagai media informasi dan promosi institusi. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (2022), website merupakan media berbasis internet yang digunakan untuk menyampaikan informasi, komunikasi, serta mendukung aktivitas digital suatu organisasi. Dalam konteks pendidikan, website menjadi representasi identitas dan citra suatu lembaga di era digital.

Website menjadi salah satu identitas digital suatu institusi yang berfungsi untuk menyampaikan informasi secara cepat, efektif, dan mudah diakses oleh masyarakat. Menurut Saputra dan Pratama (2023), website merupakan media digital berbasis internet yang digunakan untuk menyampaikan informasi, komunikasi, serta membangun identitas suatu institusi secara online. Oleh karena itu, desain dan pengembangan website yang baik menjadi aspek penting dalam membangun citra institusi di era digital.

Menurut pernyataan dari Ramadhan dan Wijaya pada tahun 2023 yang menyatakan bahwa desain web merupakan proses perancangan tampilan (desain antarmuka) pengguna dan struktur website yang memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman pengguna yang nyaman, efektif dan mudah dipahami pada media digital. Dalam pengembangannya website memiliki beberapa faktor aspek seperti

aspek visual, navigasi, responsivitas dan kemudahan akses yang perlu diperhatikan agar dapat meningkatkan kualitas layanan web yang lebih baik.

Selain itu website juga perlu diakses secara optimal oleh pengguna internet. Website membutuhkan pengoptimalan lebih lanjut agar bisa terlihat dalam mesin pencari pada halaman internet (Search Engine Result Page), untuk itu dibutuhkan optimasi lebih lanjut dengan cara menerapkan strategi Search Engine Optimization (SEO). SEO merupakan teknik yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat website pada mesin pencari. Menurut Google Search Central (2023), SEO adalah proses meningkatkan kualitas dan kuantitas trafik website melalui hasil pencarian organik dengan mengoptimalkan konten, struktur, serta pengalaman pengguna. Dengan penerapan SEO yang tepat, sebuah website memiliki peluang lebih besar untuk muncul pada halaman pertama Search Engine Result Page (SERP), sehingga mampu meningkatkan jumlah pengunjung dan memperkuat branding institusi

Menurut Dave Chaffey (2022), digital marketing merupakan pemanfaatan teknologi digital dan platform online untuk mencapai tujuan pemasaran, meningkatkan keterlibatan (engagement), serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Oleh karena itu, pengembangan web dan pengoptimalan SEO pada web menjadi hal penting dalam menghadapi persaingan di era digital.

Berdasarkan data pada webometrics (tahun 2026), dimana webometrics merupakan situs peringkat web perguruan tinggi di seluruh dunia berbasis pada analisis kinerja website institusi. Terdapat tiga indikator penilaian pada webometrics diantaranya pengukuran dari visibilitas (visisbility), dampak riset (excellent), dan keterbukaan (transparency) akses data akademik suatu kampus melalui domain web resminya. Visibilitas dari website diukur berdasarkan jumlah jaringan atau tautan luar (external backlinks) unik yang mengarah ke domain kampus dengan presentase terbesar yaitu 50%. Selanjutnya ada dampak (keunggulan) riset atau scholar diukur berdasarkan jumlah publikasi ilmiah milik akademisi universitas yang berhasil masuk ke dalam 10% artikel paling banyak disitasi pada masing-masing bidang ilmu dan memiliki presentase sebanyak 40%. Dan yang terakhir yaitu keterbukaan yang diukur berdasarkan jumlah sitasi (citation) dari profil peneliti atau dosen universitas yang terdaftar secara publik. Kesimpulannya, webometrics menampilkan peringkat agar bisa memotivasi perguruan tinggi diindonesia dalam mewujudkan kredibiitas serta kualitas institusi tersebut, khususnya dalam hal meningkatkan visibilitas website berdasarkan indeks google dari tautan (internal link) dan backlink (external link).

Pembuktian yang efektif dari teori diatas adalah bagaimana suatu perguruan tinggi khususnya fakultas yang bernaung dibawahnya harus memiliki suatu website yang teroptimasi dengan baik yaitu mengoptimasi website dengan teknik SEO dimana melibatkan serangkaian proses sistematis dengan tujuan meningkatkan volume dan kualitas lalu lintas situs web melalui mesin pencari. SEO memanfaatkan mekanisme dan algoritma mesin pencari untuk mengarahkan lalu lintas ke sebuah situs web (Gudivada et al., 2015)

Permasalahan yang terjadi pada media informasi dan branding digital institusi khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama yaitu masih belum terpenuhinya layanan informasi akademik berupa website fakultas, yang menyediakan berbagai layanan informasi dan sebagai media promosi yang dapat diakses dengan mudah melalui internet. Meskipun upaya dalam mempromosikan calon siswa untuk mendaftar sudah dilakukan melalui pemasaran secara offline dan melalui media sosial akan tetapi hal tersebut belum terlihat efektif sehingga membawa dampak terhadap rendahnya calon siswa dalam mendaftar sebagai mahasiswa baru pada universitas khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama dikarenakan jangkauan audience yang belum terlampaui secara luas. Adapun identifikasi permasalahan selain itu juga dikarenakan belum adanya staf sivitas akademika yang bertanggung jawab penuh dalam mengoptimalkan akses informasi website dan rendahnya pemahaman dalam memanfaatkan website fakultas sebagai pusat informasi terpadu. Sehingga dibutuhkan pendampingan lebih lanjut terhadap pengelola website sebagai user admin yang nantinya bisa bertanggung jawab penuh mengelola dan memanfaatkan website dalam rangka mengembangkan dan mengoptimalkan website resmi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama. Adapun solusi dari permasalahan diatas, yaitu menekankan pada pentingnya website resmi fakultas sebagai brand identitas yang harus ditingkatkan tampilan kinerja website serta visibilitasnya.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama yang berlokasi di Kelapa dua Karawaci Kabupaten Tangerang. Perguruan Tinggi ini berdiri sejak tahun 2020 Universitas ini merupakan hasil penggabungan antara Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Cendekia Abditama yang dikelola oleh Yayasan Cendekia Abditama dengan Akademi Keperawatan Islamic Village yang dikelola oleh Yayasan Islamic Village. Proses penggabungan tersebut sebelumnya telah memperoleh rekomendasi dari LLDIKTI Wilayah IV sebagai dasar pendirian universitas. Dalam perkembangannya, pada tanggal 7 Oktober 2021, Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah (STIT) Islamic Village dan Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah (STES) Islamic Village resmi bergabung dengan Universitas Cendekia Abditama berdasarkan Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia. Integrasi ini menghasilkan perubahan Fakultas Ekonomi dan Bisnis menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Perubahan tersebut semakin memperkuat peran universitas dalam pengembangan pendidikan berbasis syariah.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Mei 2026 hingga Agustus 2026 yang bertempat di Kelapa dua Karawaci Kabupaten Tangerang. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui empat tahap utama, yaitu tahap persiapan dan analisa kebutuhan, tahap sosialisasi dan pelatihan dasar, tahap pelatihan teknis dan pendampingan, serta tahap evaluasi dan monitoring. Setiap tahap dirancang untuk memastikan solusi digitalisasi dan pelatihan digital marketing dapat diterapkan dengan baik oleh mitra (Hidayat, 2026). Metode ini dipilih karena sesuai untuk pengabdian kepada masyarakat yang membutuhkan keterlibatan langsung serta bimbingan agar teknologi baru dapat dipahami dengan baik (Pratiwi et al., 2024; Maulana & Hayati, 2024). Berikut adalah tujuan dari kegiatan PKM.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode sosialisasi dan edukasi dan metode ini bertujuan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para staf sivitas akademika, khususnya pengelola web tentang konsep pengembangan dan pengoptimalan seo website serta sosialisasi dan edukasi lebih lanjut agar implementasi SEO dapat berjalan secara optimal. Kegiatan ini menggunakan metode sosialisasi dan edukasi yang bersifat partisipatif dan interaktif, dengan fokus pada pelatihan langsung (hands-on training) dan pendampingan intensif. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan sosialisasi, pelatihan, pendampingan serta evaluasi dan monitoring. Kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama:

Tahap persiapan dan analisa kebutuhan, tahap sosialisasi dan pelatihan dasar, tahap pelatihan teknis dan pendampingan, serta tahap evaluasi dan monitoring

1. Tahap Persiapan meliputi observasi kebutuhan website, penyusunan materi pelatihan, dan persiapan instrumen evaluasi;
2. Tahap Pelaksanaan berupa sosialisasi instrumen pendukung website dan pelatihan pengembangan dan pengoptimalan SEO website kepada para staf sivitas akademika; dan
3. Tahap Pendampingan berupa pelatihan dan praktek langsung penggunaan website. Pada tahap ini pengelola website beserta staf sivitas akademika diberikan pendampingan untuk mengelola berbagai fitur yang tersedia, mencoba instrumen (tools) dalam proses pengoptimalan SEO website.
4. Tahap Evaluasi dan monitoring yaitu berupa evaluasi terhadap website setelah website berhasil dikembangkan dan dioptimalkan secara berkala.

Langkah yang dilakukan mengikuti tahapan pelaksanaan kegiatan yang terdiri dari:

Tahapan Persiapan (Minggu 1-2)

1. Observasi awal: Survey dan Analisa Kebutuhan dengan melakukan pretest dan wawancara terhadap staf sivitas akademika.
2. Penyusunan materi dimana mendesain materi sosialisasi dan edukasi yang mudah dipahami berupa presentasi, leaflet, dan proyektor.
3. Poin Materi meliputi:
 - a. Konsep dasar digitalisasi website
 - b. Pengenalan **website dan fiturnya** (fungsi, cara kerja, strategi SEO)
 - c. Praktek menggunakan tools perangkat website sesuai kebutuhan yang sudah disediakan
 - d. Analisa website secara berkala

4. Persiapan instrumen evaluasi dengan mengecek website dalam mengukur peningkatan kinerja website, serta untuk memantau website pada hasil penelusuran google.

Tahapan Pelaksanaan Sosialisasi dan Edukasi (Minggu 3-4)

1. Sosialisasi dan pelatihan pengenalan fitur website serta pemanfaatan SEO pada website kepada staf sivitas akademika.
2. Pendampingan pengenalan website dan fiturnya, pengembangan website dan pemanfaatan SEO pada website kepada staf sivitas akademika
3. Berikut merupakan tahapan pengembangan website yang diterapkan pada website FEBI

Tabel 1. Pengembangan Website FEBI

No	Tahapan Pengembangan	Penerapan Kinerja Website
1	Optimalisasi UI Website FEBI	Memiliki tampilan website yang modern, dan menganalisa kinerja website dengan pagespeed
2	Struktur Halaman Website FEBI	Memiliki struktur halaman, navigasi yang terstruktur, serta informasi yang tertata dengan baik dan mudah diakses pengguna
3	Tampilan Website FEBI	Tampilan website responsif pada berbagai perangkat dan memiliki tata letak informasi yang rapi serta kenyamanan pengguna (user friendly)
4	Update Konten Website FEBI	Pengelolaan konten website lebih aktif dan mendukung branding institusi melalui penyampaian informasi digital yang konsisten.

4. Berikut merupakan penerapan strategi SEO yang diterapkan pada website FEBI

Tabel 2. Penerapan SEO Website FEBI

No	Srategi SEO	Penerapan pada Website
1	Keyword Utama	Menerapkan keyword yang berkaitan dengan “FEBI Universitas Cendekia Abditama”, “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, dan “Bisnis Digital” pada halaman dan artikel website.
2	Meta Title & Meta Description	Mengoptimalkan meta title dan meta description pada halaman website agar lebih relevan dan mudah dikenali mesin pencari Google.
3	Alt Text Image	Menambahkan alt text pada gambar website untuk membantu proses indexing gambar pada mesin pencari.
4	URL Deskriptif	Menggunakan struktur URL yang singkat, jelas, dan sesuai dengan isi halaman website agar lebih SEO friendly.
5	Struktur Heading & Internal Link	Menggunakan Heading 1 (H1), Heading 2 (H2), serta internal link antar halaman website untuk membantu struktur konten dan navigasi pengguna.

Tahapan Pendampingan Insentif (Minggu 5 dst)

1. Evaluasi dan monitoring pengenalan fitur website serta pemanfaatan SEO pada website.
2. Mengevaluasi secara insentif pengenalan fitur website serta pemanfaatan SEO pada website

Tahapan Evaluasi

1. Pengukuran evaluasi dan monitoring untuk mengetahui tingkat keberhasilan dan pemahaman dari materi yang telah diberikan.
 2. Tahap ini juga diterapkan pada kegiatan pengabdian sejenis yang terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta partisipasi aktif peserta, sekaligus menjadi dasar perbaikan dan pengembangan kegiatan pengabdian selanjutnya (Ekaputra, 2026; Afandi et al., 2025; Sholikhah et al., 2025; Wibowo et al., 2025; Sholikhah & Sarmadi, 2025).
 3. Hasil evaluasi diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan dan optimalisasi pemanfaatan website selanjutnya
 4. Analisa Website diharapkan dapat menganalisa dan mengukur peningkatan kinerja website, serta untuk memantau website pada hasil penelusuran google
- Berikut merupakan evaluasi yang dilakukan secara kuantitatif dan kualitatif

Tabel 3. Evaluasi Perkembangan Website

No	Poin website	Indikator yang diterapkan
1	Pretest-posttest	Mengukur peningkatan pemahaman tentang digital marketing.
3	Monitoring website	Jumlah kunjungan, halaman yang paling sering diakses
4	Wawancara	Mengukur kemudahan dan manfaat platform web dalam pekerjaan
5	Performa website	Mengukur dan mengecek tampilan, struktur halaman, serta kenyamanan akses website. Jumlah pengikut, frekuensi unggahan dan tingkat interaksi

HASIL DAN DISKUSI

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pengelola website terhadap pengenalan fitur website serta pemanfaatan SEO pada website. Kegiatan ini dilakukan melalui observasi dan pemantauan langsung dari website resmi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Cendekia Abditama yang sudah teroptimasi, dengan menggunakan instrumen evaluasi yaitu aplikasi pagespeed, google analytic dan google search console. Berikut tampilan website yang dapat ditampilkan sesudah dikembangkan dan dioptimalkan menerapkan SEO website



Gambar 1. Website FEBI

Tahapan Pengembangan Website

Adapun tahapan yang dilakukan dalam pengembangan website diantaranya:

1. Memiliki tampilan website yang modern, dan menganalisa kinerja website dengan pagespeed
2. Memiliki struktur halaman, navigasi yang terstruktur, serta informasi yang tertata dengan baik dan mudah diakses pengguna



Gambar 1. Before (Struktur halaman Website)



Gambar 2. After (Struktur halaman Website)

3. Tampilan website responsif pada berbagai perangkat dan memiliki tata letak informasi yang rapi serta kenyamanan pengguna (user friendly)



Gambar 3. Penyesuaian Tampilan Website

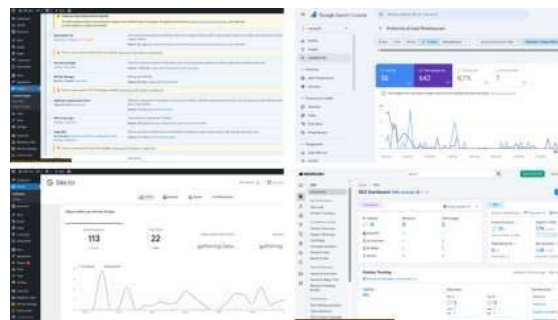
4. Pengelolaan konten website lebih aktif dan mendukung branding institusi melalui penyampaian informasi digital yang konsisten Gambar Pengelolaan Konten Website
5. Pengembangan tampilan website, pengaturan struktur halaman, pengelolaan konten digital, serta peningkatan kualitas user interface (UI) dan user experience (UX) pada website fakultas



Tahapan Pengoptimalan Seo Website

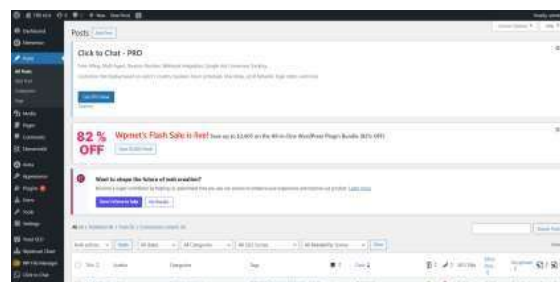
Adapun Tahapan yang dilakukan dalam pengoptimalan SEO website diantaranya:

1. Menerapkan keyword yang berkaitan dengan “FEBI Universitas Cendekia Abditama”, “Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam”, dan “Bisnis Digital” pada halaman dan artikel website
2. Mengoptimalkan meta title dan meta description pada halaman website agar lebih relevan dan mudah dikenali mesin pencari Google.
3. Menambahkan alt text pada gambar website untuk membantu proses indexing gambar pada mesin pencari
4. Menggunakan struktur URL yang singkat, jelas, dan sesuai dengan isi halaman website agar lebih SEO friendly.



Gambar 4. Optimasi dan Integrasi Tools SEO

5. Menggunakan Heading 1 (H1), Heading 2 (H2), serta internal link antar halaman website untuk membantu struktur konten dan navigasi pengguna
6. Melakukan penginputan dan pembaruan konten website
Peneliti melakukan penginputan dan pembaruan konten website, seperti artikel, berita kegiatan, dan informasi akademik agar informasi yang ditampilkan tetap informatif, aktual dan mudah diakses oleh pengguna.



Gambar 5. Pengupdatean konten Website FEBI

7. Monitoring dan Evaluasi Website

Peneliti juga melakukan pemantauan performa website menggunakan tools pendukung seperti Google Search Console dan Google Analytics untuk mengetahui jumlah pengunjung, performa halaman, serta efektifitas strategi SEO yang diterapkan.

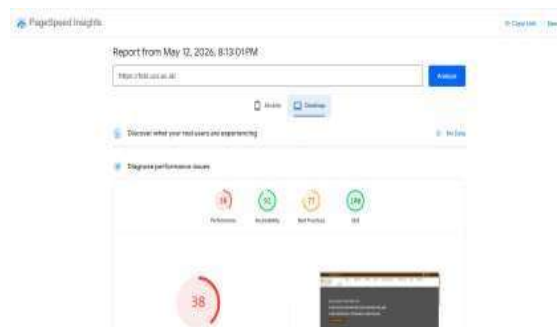


Gambar 6. Google Search Console



Gambar 9. Google Analytics

Peneliti juga melakukan analisa menggunakan SEMRush dan melakukan evaluasi performa website dengan menggunakan pagespeed. Berikut gambar yang dapat ditampilkan:



Gambar 10. Analisa SEMRush

Hasil implementasi SEO dan pengembangan Pada website Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menunjukkan peningkatan analisa sebesar 100% dan untuk analisa performa website masih menunjukkan angka sebesar 38% dikarenakan data yang dimasukkan ke dalam web masih belum sepenuhnya lengkap. Selain itu juga peneliti melakukan pemeliharaan website dan memonitoring terhadap hasil pekerjaan yang telah dilakukan dengan mengecek tampilan, struktur halaman, serta kenyamanan akses website. Peneliti melakukan evaluasi terhadap responsivitas website dan memastikan setiap halaman dapat berjalan dengan baik tanpa kendala. Berikut adalah evaluasi diskusi laporan perkembangan website



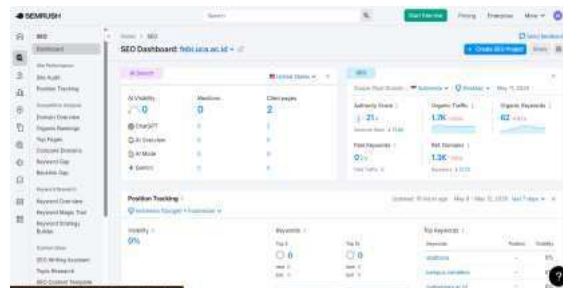
Gambar 11. Evaluasi dan Monitoring perkembangan website

Kegiatan evaluasi dan monitoring dilaksanakan melalui sesi diskusi serta praktek sehingga staf akademika dapat mengetahui kendala yang dihadapi dan langsung segera dapat dieksekusi dan diperbaiki. Melalui evaluasi dan monitoring serta pendampingan intensif dan edukasi yang berkelanjutan, hambatan tersebut secara perlahan dapat diatasi. Program ini turut mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya transformasi digital di sektor pendidikan. Solusi yang dilakukan antara lain memberikan pelatihan pendampingan serta, menyediakan panduan penggunaan sederhana, serta mengedukasi melalui media promosi dan interaksi langsung. Evaluasi diukur berdasarkan diantaranya:

1. Pretest-posttest

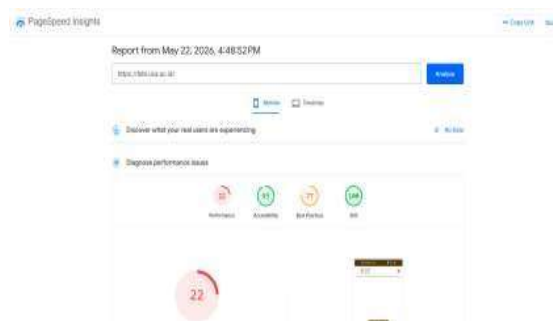
No	Penilaian	Prosentase
1.	Pemahaman konsep digital marketing	80%
2.	Kemampuan mengenal website dan fiturnya (fungsi, cara kerja, strategi SEO)	82%
3.	Kemampuan menggunakan tools perangkat website sesuai kebutuhan yang sudah disediakan	80%
4.	Kemampuan menganalisa website secara berkala	85%

2. Monitoring website



3. Wawancara

4. Performa Website



SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui tahapan observasi awal, perancangan materi pelatihan, sosialisasi penggunaan website, pendampingan serta evaluasi dan monitoring secara langsung pada website. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan hasil implementasi SEO dan pengembangan pada website Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menunjukkan peningkatan analisa sebesar 100% dan untuk analisa performa website masih menunjukkan angka sebesar 38% dikarenakan data yang dimasukkan ke dalam web masih belum sepenuhnya lengkap. Kontribusi nyata dari kegiatan ini terlihat pada tampilan website yang sudah semakin bagus dan tingkat responsivitas yang sudah mobile friendly dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya teknologi dalam mendukung operasional pendidikan dan layanan promosi digital. Namun, keterbatasan ilmu yang dimiliki para staf akademika dan durasi pendampingan menjadi kendala dalam menjangkau visibilitas. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian selanjutnya direkomendasikan untuk lebih menambah banyak waktu, serta memperluas materi yang harus diterapkan. Cakupan pekerjaan di masa depan dapat mencakup integrasi sistem layanan akademik pendidikan digital dengan sistem pendaftaran mahasiswa baru secara otomatis berbasis aplikasi agar manfaatnya lebih optimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Cendekia Abditama yang telah memberikan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

REFERENSI

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice*. United Kingdom: Pearson Education.
- Chairunissa, N., Putri, A., & Ramadhan, F. (2024). "Pengaruh Program Magang terhadap Pengembangan Hard Skill dan Soft Skill Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan dan Pengembangan SDM*, 5(2), 88–97.
- Google. (2025). *Google Search Central Documentation*. <https://developers.google.com/search>
- Gudivada, V. N., Rao, D., & Paris, J. (2015). *Understanding search-engine optimization*. *Computer*, 48(10), 43–52. [1] Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022).
- Website sebagai media informasi dan komunikasi digital. <https://www.kominfo.go.id> Mabrurroh, S., & Nurhidayati, L. (2024).
- "Pengaruh Pengalaman Magang terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa di Era Digital." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital*, 4(1), 55–64.
- Ramadhan, F., & Wijaya, T. (2022). "Penerapan User Interface dan User Experience dalam Pengembangan Website Institusi Pendidikan." *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 7(1), 41–50.
- Saputra, H., & Pratama, R. (2023). "Website sebagai Media Informasi dan Identitas Digital Institusi Pendidikan." *Jurnal Media Digital Indonesia*, 5(3), 90–99.
- Simanungkalit, R., Siregar, D., & Hutapea, M. (2024). "Pengaruh Program Magang Mandiri terhadap Kesiapan Kerja Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Vokasi Indonesia*, 6(1), 22–31.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Webometrics: (2026)
- Cybermetrics Lab. (2026). *Ranking Web of Universities: Indonesia (July 2026)*. Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). <https://www.webometrics.online/webometrics-indonesia/>