

OPTIMALISASI WEBSITE E-COMMERCE MENGGUNAKAN TEKNIK SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON-PAGE DAN OFF-PAGE UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BINTANG MANDIRI SNACK

Indarti anggraini¹, Suparyanto²

^{1,2}. Informatika, STMIK El Rahma Yogyakarta

e-mail:¹ indartianggraini@gmail.com, ² anto_suparyanto@gmail.com

Abstract

Bintang Mandiri Snack Shop is a shop that sells various kinds of dry cakes. The main problem faced by this shop is the lack of use of information technology to improve operational efficiency and product marketing. In addition, this shop has not utilized e-commerce technology and search engine optimization (SEO) effectively to expand market reach and increase sales. This research method includes several stages, namely problem identification using the Fishbone Diagram model, literature study, analysis of the running system with the Business Model Canvas, and SEO implementation. SEO optimization was carried out for 16 days, including homepage optimization (on-page) and the use of backlinks through social profiles and social media (off-page). The results showed that the Bintang Mandiri Snack website was successfully indexed by Google and began to appear on the search results page on July 12, 2024. SEO optimization increased the number of visitors from 0 to 123 visitors in the period 11-21 July 2024, with a percentage increase of 62.32%. The total impressions on Google reached 1,500 impressions during the optimization process.

Keywords: SEO, On-Page and Off-page, Website.

Abstrak

Toko Bintang Mandiri Snack adalah toko yang menjual berbagai macam makanan kue kering. Permasalahan utama yang dihadapi toko ini yaitu kurangnya penggunaan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pemasaran produk. Selain itu, toko ini belum memanfaatkan teknologi e-commerce dan optimasi mesin pencari (SEO) secara efektif untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Metode penelitian ini meliputi beberapa tahap, yaitu identifikasi masalah menggunakan model Fishbone Diagram, studi literatur, analisis sistem berjalan dengan Business Model Canvas, serta implementasi SEO. Pengoptimalan SEO dilakukan selama 16 hari, mencakup pengoptimalan homepage (on-page) dan penggunaan backlink melalui social profile dan media sosial (off-page). Hasil penelitian menunjukkan bahwa website Bintang Mandiri Snack berhasil terindeks oleh Google dan mulai muncul di halaman hasil pencarian pada 12 Juli 2024. Pengoptimalan SEO meningkatkan jumlah pengunjung dari 0 menjadi 123 pengunjung dalam periode 11-21 Juli 2024, dengan peningkatan persentase sebesar 62,32%. Total tayangan di Google mencapai 1.500 tayangan selama proses optimalisasi.

Kata kunci : SEO, On-Page dan Off-page, Website.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Teknologi informasi memainkan peran penting dalam berbagai industri. Informasi dapat diakses dengan cepat, seperti kebutuhan pokok, lebih-lebih lagi dengan adanya internet di masyarakat di mana semua informasi bisa didapatkan dengan bebas. Saat ini, ada banyak website di internet dan jumlah ini akan terus bertambah seiring dengan kemajuan teknologi. Dari berbagai jenis mesin pencari yang ada, hanya Google yang paling banyak digunakan. Ditengah persaingan yang ketat ini, optimasi mesin pencari (SEO) muncul sebagai salah satu strategi paling efektif dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan tersebut.

Toko kue kering berkembang pesat dan dikenal oleh banyak orang. Kue kering adalah camilan yang sangat populer, terutama di berbagai perayaan dan acara sosial. Permintaan akan kue kering berkualitas tinggi dan berbagai rasa telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Toko kue kering harus memastikan operasi yang efisien dan manajemen keuangan yang baik dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan.

Sebagai agen distributor, Toko Bintang Mandiri Snack menjual berbagai macam kue kering. Namun, proses data penjualan produk di Toko Bintang Mandiri Snack masih dilakukan secara manual, termasuk meminta pelanggan untuk datang ke toko untuk berbelanja dan menggunakan media sosial seperti WhatsApp.

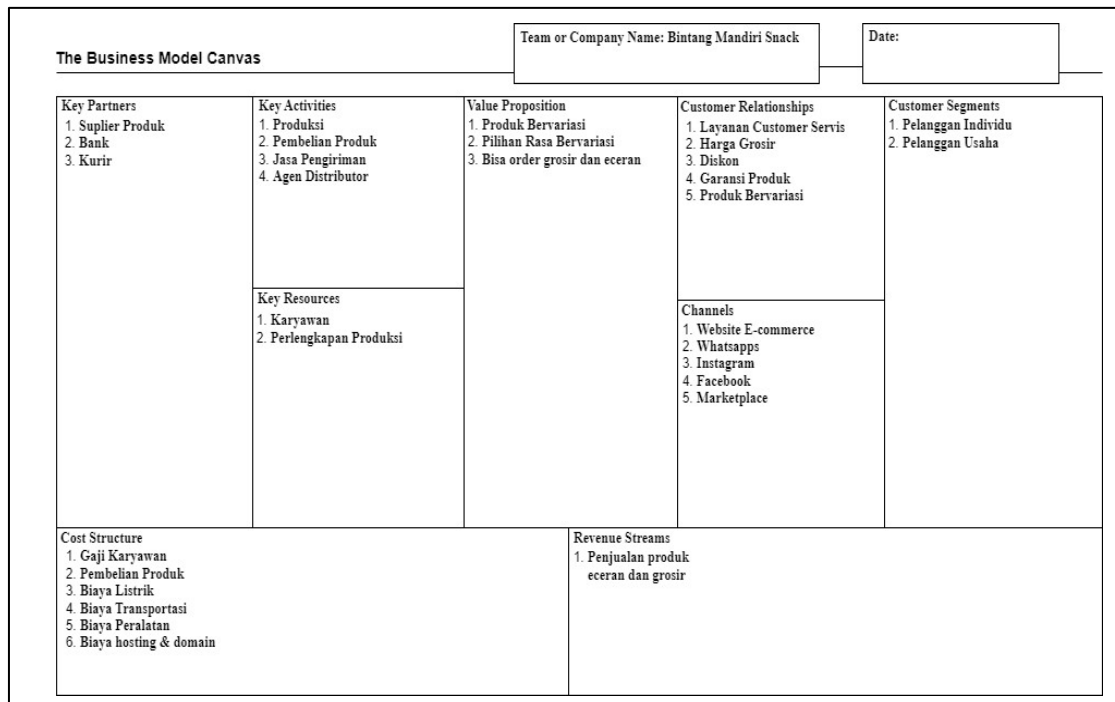
Berdasarkan kondisi tersebut, informasi yang mampu mengoptimalkan penjualan produk diperlukan. E-commerce adalah kegiatan bisnis yang dilakukan melalui jaringan internet untuk berkomunikasi atau menjual barang melalui jalur komunikasi digital (Riandika et al., 2020) Teknologi bisnis e-commerce sangat penting untuk keberhasilan bisnis dalam pengelolaan data, pelayanan, dan pemasaran. Ini dapat memberi perusahaan keunggulan kompetitif dengan menawarkan harga yang tidak dapat diakses (Riandika et al., 2020).

Penelitian ini melakukan kajian untuk membangun sistem E-Commerce guna membantu Toko Bintang Mandiri Snack untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk kue kering. Teknik pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan tinjauan pustaka. Penelitian ini membuat sebuah aplikasi website yang dapat membantu dalam penjualan dengan sebuah sistem informasi penjualan yang berjudul “Optimalisasi Website E-Commerce Menggunakan Teknik Search Engine Optimization (SEO) On-Page Dan off-Page Untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko Bintang Mandiri Snack”.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Analisa Model Bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC)

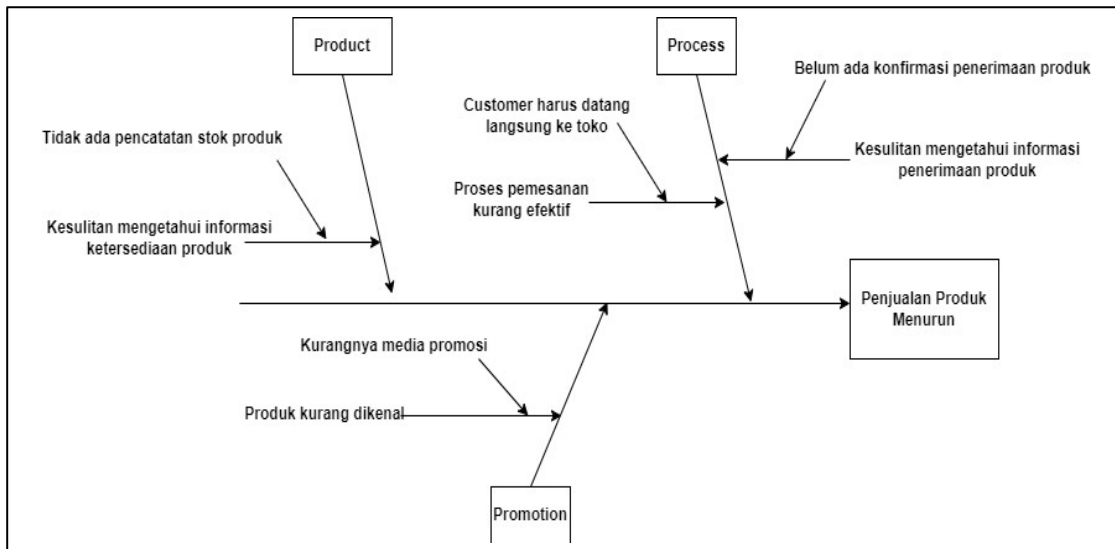
Sebelum melakukan identifikasi kebutuhan sistem *E-Commerce*, dilakukan analisis model bisnis perusahaan dengan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* (Riandika et al., 2020). Urutan analisis dalam *BMC* adalah sebagai berikut, *value proposition* (nilai bisnis yang ditawarkan), *key activities* (aktivitas bisnis yang menjadi kunci), *key resource* (sumber daya kunci), *key partner* (mitra kunci), *customer segmentation* (segmentasi pelanggan), *customer relationship* (metode atau cara berhubungan dengan pelanggan), *channel* (media komunikasi), *cost structure* (struktur biaya yang dikeluarkan oleh bisnis tersebut), dan *revenue stream* (aliran pendapatan yang diterima). Adapun hasil analisa model bisnis pada toko Bintang mandiri *snack* dijelaskan dalam Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Analisis Business Model Canvas (BMC)

2.2 Analisa Permasalahan

Pada tahap ini, digunakan pendekatan fishbone diagram untuk mengidentifikasi masalah bisnis di toko bintang mandiri snack. Berikut ini adalah hasil analisa masalah bisnis yang terjadi di toko Bintang mandiri snack yang dijelaskan pada Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Analisis masalah dengan fishbone diagram

Berdasarkan hasil analisis masalah di atas, ditawarkan solusi atau identifikasi kebutuhan sistem yang lengkap, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Solusi atau identifikasi sistem

Kategori Masalah	Pernyataan Masalah (<i>Problem Statements</i>)	Penyebab (<i>Causes</i>)	Solusi/Identifikasi Kebutuhan Sistem
<i>Product</i> (Produk)	- Kesulitan mengetahui informasi ketersediaan produk	- Tidak ada pencatatan stok produk	- Sistem e-commerce menyediakan informasi ketersediaan stok produk
<i>Process</i> (Proses)	- Proses pemesanan produk kurang efektif	- Customer harus datang langsung ke toko	- Sistem e-commerce menyediakan fitur untuk pemesanan secara online
<i>Process</i> (Proses)	- Kesulitan mengetahui informasi penerimaan produk	- Belum ada konfirmasi penerimaan produk	- Sistem e-commerce menyediakan fitur konfirmasi penerimaan produk
<i>Promotion</i> (promosi)	- Produk kurang dikenal oleh customer	- Kurangnya media promosi	- Sistem e-commerce membantu untuk promosi produk

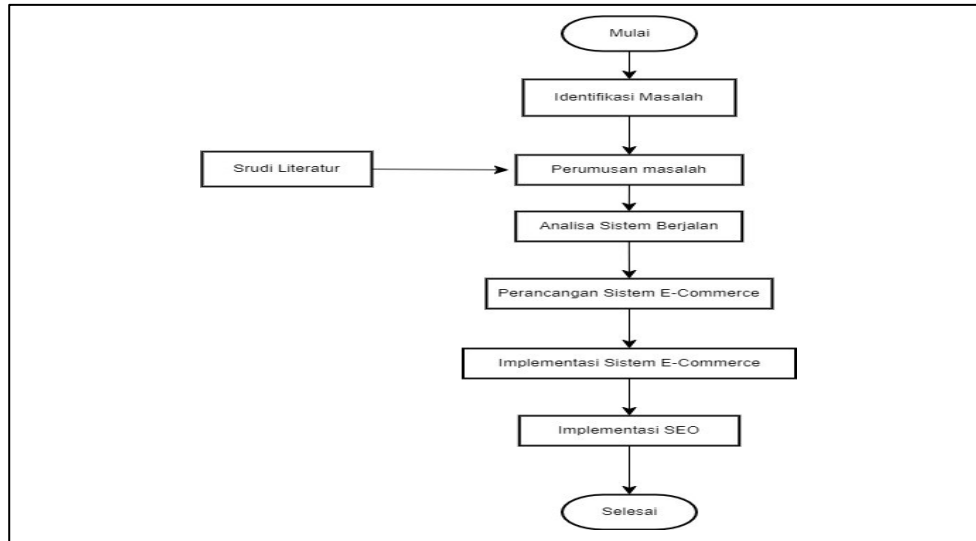
2.3 Metode Pengembangan Sistem

Penelitian ini merupakan penelitian terapan (*Applied Research*), dengan mempelajari masalah bisnis secara menyeluruh sebelum menawarkan solusi bisnis melalui penggunaan teknologi *e-commerce* untuk meningkatkan penjualan di Toko Bintang Mandiri *Snack*. Adapun diagram langkah-langkah penelitian dapat dilihat pada Gambar 3 berikut.

Berdasarkan Gambar 3, berikut ini penjelasan mengenai langkah-langkah penelitian.

1. Tahap Mulai
Penelitian ini melakukan observasi terhadap kondisi bisnis dan kondisi penggunaan teknologi informasi yang ada di instansi saat ini.
2. Tahap Identifikasi Masalah
Studi ini menganalisis masalah bisnis yang terjadi di instansi dan menggunakan pendekatan model Fishbone Diagram untuk menggambarkan masalah tersebut. Model ini digunakan untuk mengetahui

akibat dari suatu masalah, menemukan beberapa kemungkinan penyebabnya, dan kemudian mengambil tindakan yang diperlukan (Riandika et al., 2020).



Gambar 3. Langkah - Langkah Penelitian

3. Tahap Studi Literature
Penelitian ini melakukan riview studi literatur terhadap topik penelitian yang sesuai dan membuat rumusan masalah yang harus dijawab pada penelitian ini.
4. Tahap Analisis Sistem Berjalan
Untuk melakukan analisis model bisnis, penelitian ini menggunakan *Business Model Canvas (BMC)*. *BMC* adalah kerangka kerja atau *frame work* yang digunakan untuk memetakan bisnis kita agar dapat bekerja dengan lebih baik. Selanjutnya, buat tabel yang menunjukkan kebutuhan sistem usulan.
5. Tahap Implementasi *SEO (Search Engine Optimization)*
SEO adalah kumpulan tindakan yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan jumlah kunjungan yang diterima oleh mesin pencari melalui penggunaan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari (Riandika et al., 2020). Penelitian ini menggunakan teknik *On-page* dan *off-page*.
6. Tahap Selesai
Peneliti melakukan evaluasi dan menarik kesimpulan dari hasil analisa, perancangan dan implementasi sistem *E-Commerce* pada Toko Bintang Mandiri Snack.

2.4 Metode SEO dengan Teknik On-Page dan Off-Page

SEO adalah singkatan dari *Search Engine Optimization*, dan mengacu pada serangkaian teknik yang dilakukan untuk membuat situs web lebih mudah ditemukan melalui mesin pencari, dalam hal ini *google* digunakan pengguna untuk pencari informasi (Degie Tatanusa., 2019)]. Tujuan SEO adalah membuat website muncul di bagian atas hasil pencarian, atau setidaknya di halaman pertama, berdasarkan target kata kunci tertentu. Pada penelitian ini menggunakan 2 teknik yaitu.

1. Teknik SEO on-page

Menurut (Fauzan et al., 2017) *SEO On-page* adalah aktivitas yang dilakukan pada suatu halaman web untuk memudahkan mesin pencari mengindeks kata kunci di website. Ada banyak metode yang bisa digunakan untuk melakukan teknik *SEO on-page*. Misalnya, pastikan nama *domain*, judul, deskripsi, tag, gambar, dan konten dalam deskripsi menyertakan kata kunci yang benar. Melalui hal tersebut, para pebisnis terpacu untuk melakukan *SEO on-page* dengan membuat konten yang berkualitas dengan memberikan informasi yang menarik dan bermanfaat agar pengunjung puas dengan konten yang disajikan. Pada penelitian ini akan diterapkan beberapa optimasi on-page yaitu.

- a. Title tag

Menurut (Hayaty et al., 2018) Menyisipkan kata kunci pada judul di halaman situs website. Meskipun title tag dan judul artikel sama, keduanya berbeda karena mesin pencari biasanya membaca *title tag*. Jika title tag tidak diganti atau mirip dengan judul artikel, maka itu akan muncul pada mesin pencari sebagai tag judul, atau judul posting tersebut (Septiani et al., 2020).

- b. Meta description
Menurut (Hayaty et al., 2018) untuk membuat website mudah dicari oleh mesin pencari, masukkan kata kunci yang telah ditentukan dalam meta deskripsi dengan panjang 150-160 karakter. Meta description adalah deskripsi dari title tag yang telah dibuat sebelumnya. Google menyukai pengoptimalan meta deskripsi karena ini memungkinkan lebih banyak pencari untuk mengunjungi situs web (Sukri et al., 2021).
- c. Struktur URL
Menurut (Sukri et al., 2021) pemilik website melakukan optimasi URL yang efektif akan memiliki pemahaman yang lebih baik tentang maksud kata kunci yang ditargetkan. URL sangat penting untuk proses optimasi situs web karena URL menunjukkan topik. URL situs web harus berisi kata kunci yang ditargetkan. URL (*Uniform Resource Locator*) adalah rangkaian karakter yang digunakan untuk menunjukkan alamat web atau sumber informasi di internet. Untuk mendapatkan peringkat terbaik di search engine, optimasi URL atau link sangat penting (Muharam et al., 2020).
- d. Heading
Berbeda dengan tag `<title>`, *heading* adalah kumpulan kata yang berfungsi sebagai judul atau subjudul dokumen HTML. Tingkat 1 (`<h1>`) adalah yang terbesar dan biasanya digunakan untuk judul utama, dan tingkat 6 (`<h6>`) adalah yang terkecil. Mesin pencari menggunakan heading untuk memahami hierarki dan relevansi konten, jadi judul juga penting untuk SEO.
- e. Image dan image alt tag
Sementara *Tag Alt Image* digunakan untuk mengoptimalkan gambar, gambar diberikan pada kata kunci yang ditargetkan. Mesin pencari seperti Google tidak dapat mengidentifikasi atau melihat gambar karena mesin pencari tidak mengcrawl gambar (Septiani et al., 2020). Oleh karena itu, mesin pencari dapat memahami gambar dengan memasukkan kata kunci yang ditargetkan ke dalam *Image Alt Tag*. Image Alt Tag membantu mesin pencari dan memberikan deskripsi gambar kepada pengguna yang memiliki keterbatasan penglihatan. Penggunaan tag gambar alt yang tepat dapat meningkatkan SEO halaman web dan membantu meningkatkan peringkat dalam hasil pencarian. Oleh karena itu, mengoptimalkan gambar dengan Alt Tag yang tepat merupakan bagian penting dari strategi pemasaran digital.

Pada teknik SEO on-page juga digunakan meta keyword sebagai kata kunci pada artikel agar konten website terbaca oleh *google*. Kata kunci harus mengandung frasa yang relevan dengan isi website agar pengunjung tidak merasa tertipu dengan judul dan isi konten. Hindari penggunaan kata kunci berlebihan dalam isi artikel karena dapat menimbulkan indikasi spam. Berikut adalah contoh perencanaan *keyword* yang akan diuji pada website Bintang mandiri *snack* ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Target keyword

Keyword Target	Tingkat Persaingan
Bintang Mandiri Snack	mudah
Agen dan distributor kue kering Bintang mandiri	mudah
Bintang mandiri kue kering Bekasi	mudah
kue camilan basreng koin Bekasi	mudah
Snack sebring mawar	mudah
Snack camilan bastik Bekasi	mudah
Kue kering Barcelona snack	mudah
Snack camilan kembang goyang Bekasi	mudah

2. Teknik SEO off-page

SEO Off-Page merupakan tahap dalam pengoptimalan mesin telusur (*SEO*) yang dilakukan di luar halaman (*external*) *website*. Metode optimasi *off-page* sangat erat kaitannya dengan *backlink*, yang merupakan link yang mengarahkan pengguna ke *website* yang dimaksud. Sebuah *backlink* dapat berfungsi sebagai rekomendasi, semakin banyak orang yang merekomendasikan sebuah *website*, semakin besar perhatian mesin pencari padanya (Artanto et al., 2017). Pada penelitian ini digunakan teknik off-page share sosial media dan *backlink* sosial profil.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penerapan SEO on-page dan off-page

Proses optimalisasi *SEO on-page* pada website Bintang mandiri snack dilakukan melalui optimalisasi halaman utama yang merupakan upaya agar website dapat terindeks oleh mesin pencarian *Google*. *SEO on-page* biasanya

dipengaruhi oleh penggunaan kata kunci yang terdapat dalam situs web. Ada banyak metode yang bisa digunakan untuk melakukan teknik SEO on-page. Misalnya, pastikan nama domain, judul, deskripsi, tag, judul, gambar, dan konten dalam deskripsi menyertakan kata kunci yang benar. Melalui hal tersebut, para pebisnis terpacu untuk melakukan SEO on-page dengan membuat konten yang berkualitas dengan memberikan informasi yang menarik dan bermanfaat agar pengunjung puas dengan konten yang disajikan Tujuan dari *SEO on-page* adalah agar halaman web relevan dengan kata kunci yang dibidik sehingga muncul dalam hasil pencarian mesin pencari. Di bawah ini merupakan penerapan SEO on-page pada halaman utama pada website bintangmandirisnack.com.

1. *Title tag*

Pada halaman utama *title tag* ditunjukkan pada Tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Title tag halaman utama

```
<title> Bintang Mandiri Snack </title>
```

2. *Meta description*

Meta description pada halaman utama ditunjukkan pada Tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4. Meta description halaman utama

```
<meta name="description" content="Toko Bintang Mandiri Snack menyediakan berbagai camilan lezat dengan kualitas terbaik, berbagai pilihan rasa dapat dinikmati, mulai dari yang manis, gurih, dan pedas selamat berbelanja.">
```

3. Struktur URL

Struktur URL pada halaman utama ditunjukkan pada Tabel 5 sebagai berikut.

Tabel 5. Struktur URL halaman utama

```
https://www.bintangmandirisnack.com/
```

4. *Heading*

Heading yang diterapkan dalam halaman utama ditunjukkan pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Heading halaman utama

1. <h1>Bintang Mandiri *Snack*</h1>
2. <h2>Jajanan</h2>
 - a. <h3>Seblak</h3>
 - b. <h4>Rp.15.000 </h4>
3. <h2>*Snack*</h2>
 - a. <h3>Peyek</h3>
4. <h2>Camilan</h2>
5. <h2>kue kering</h2>

5. *Image dan image alt tag*

Image & Image Alt Tag yang diterapkan pada halaman utama ditunjukkan pada Tabel 7 sebagai berikut.

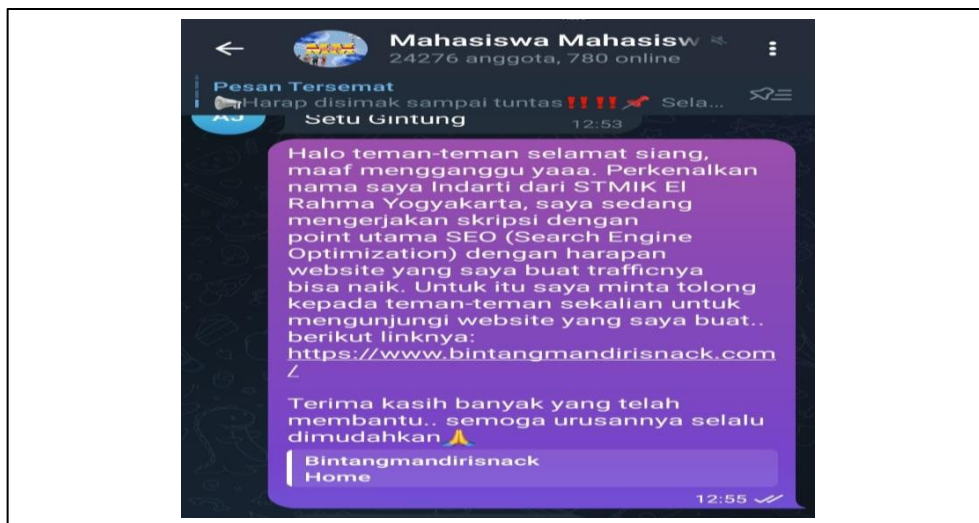
Tabel 7. Image & image alt tag halaman utama

<ol style="list-style-type: none">1. <code><img class="lazy" data-src=https://geniusdevs.com/codecanyon/omnimart40/assets/images/category.jpg alt="bintang mandiri snack"></code>2. <code><img src=https://www.bintangmandirisnack.com/uploads/service/1719464179_j-t-5deda6c5097f3629de644ed2.jpg alt="JnT"></code>3. <code><img class="lazy" data-src=https://www.bintangmandirisnack.com/uploads/category/1720707507_GambarWhatsApp2024-06-29pukul07.58.15_12ca0d0d.jpg alt="category image"></code>4. <code><img class="lazy" data-src=https://www.bintangmandirisnack.com/uploads/product/1719461541_gpEtFXMb17.jpg alt="Seblak"></code>5. <code><img class="lazy" data-src=https://www.bintangmandirisnack.com/uploads/product/1720705679_141d1b22-2bf2-4985-998a-732fcc3496ca.jpg alt="basreng koin"></code>
--

Selanjutnya penerapan SEO off-page pada website bintangmandirisnack.com. Optimalisasi SEO off-page dilakukan dengan menanamkan backlink dan sosial media dari website bintangmandirisnack.com. Hasil optimalisasi ini dapat dicek melalui tools SEOquake. Berikut penerapan SEO off-page menggunakan share sosial media dan backlink sosial profil.

1. Share sosial media

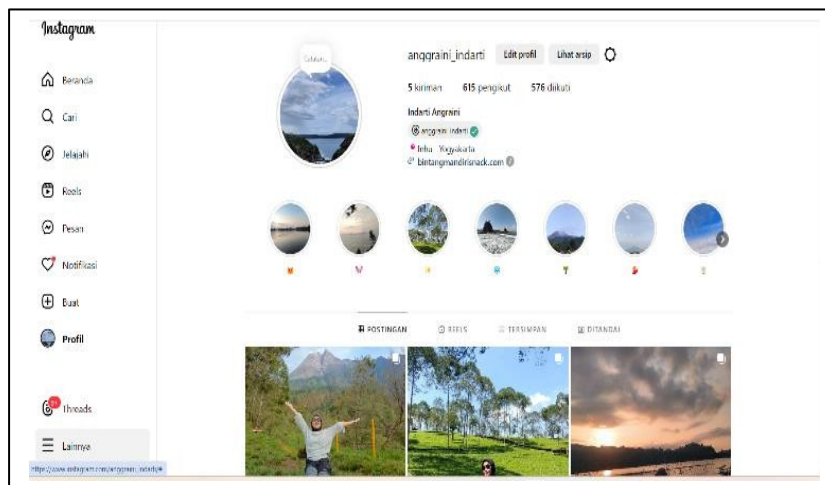
Dalam proses optimasi yang dilakukan pada website bintangmandirisnack.com, dimanfaatkan media sosial untuk mempromosikan website tersebut. Meskipun tidak terlalu berpengaruh untuk optimasi SEO di mesin pencari, kekuatan media sosial dalam menarik calon pembeli cukup efektif. Jika pembaca website bintangmandirisnack.com yang puas membagikan situs tersebut melalui media sosial, akan ada lebih banyak calon pembeli yang berkunjung ke website bintangmandirisnack.com. Gambar 4 di bawah ini menunjukkan cara berbagi di media sosial untuk website bintangmandirisnack.com.



Gambar 4. Share sosial media (Telegram)

2. Backlink sosial profile

Penerapan *backlink* pada profil sosial media Instagram bertujuan untuk meningkatkan kunjungan ke *website*, sehingga dapat menaikkan trafik *website* bintangmandirisnack.com toko Bintang mandiri snack. Implementasi *backlink* ini merupakan bagian dari strategi *SEO off-page* yang dirancang untuk mendukung *website* dari luar agar lebih mudah terbaca dan diindeks oleh *Google*. Gambar 5 di bawah ini menunjukkan cara berbagi di media sosial untuk website bintangmandirisnack.com.



Gambar 5. Backlink sosial profil website bintangmandirisnack.com

3.2 Hasil penerapan metode SEO on-page dan off-page

Hasil penerapan metode SEO on-page dan off-page untuk halaman utama ditunjukkan pada Gambar 6 di bawah ini.



Gambar 6. Tampilan hasil pencarian di Google

Melalui penerapan SEO on-page dan off-page, website bintangmandirisnack.com berhasil mencapai halaman pertama. Penggunaan title tag dan meta description telah sesuai dengan yang direncanakan. Selain itu, SEO off-page juga memainkan peran penting dalam membawa website ini ke halaman pertama. Tabel 8 di bawah ini menunjukkan rangkuman hasil peringkat dari keyword yang digunakan.

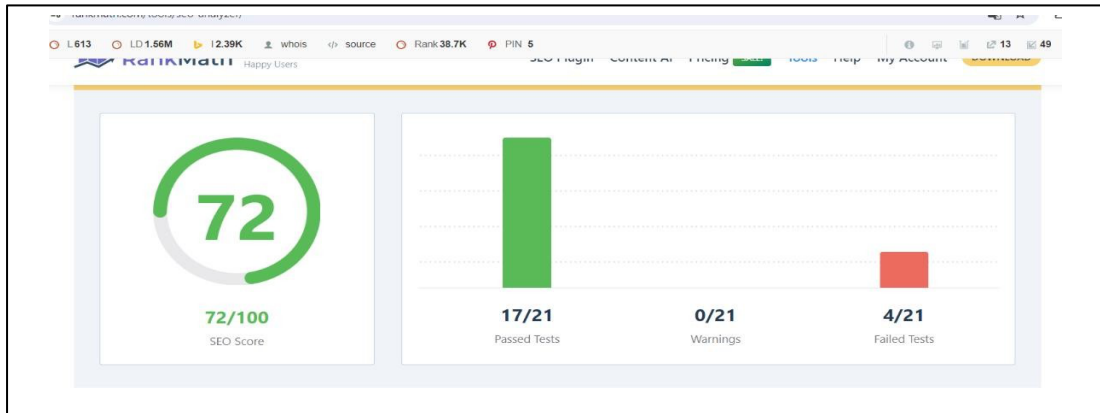
Tabel 8. Hasil peringkat dari keyword yang digunakan

No	Keyword	Tingkat Persaingan	Halaman – Ranking sebelum dilakukan optimasi	Halaman – Ranking setelah dilakukan optimasi
1.	Bintang Mandiri Snack	mudah	Belum terindex	1-1
2.	Agen dan distributor kue kering Bintang mandiri	mudah	Belum terindex	1-4
3.	Bintang mandiri kue kering bekasi	mudah	Belum terindex	1-3
4.	kue camilan basreng koin Bekasi	mudah	Belum terindex	1-4
5.	Snack sebring mawar	mudah	Belum terindex	1-1
6.	Snack camilan bastik bekasi	mudah	Belum terindex	1-31

7.	Kue kering Barcelona snack snack camilan	mudah	Belum terindex	1-3
8.	kembang goyang Bekasi	mudah	Belum terindex	1-34

Untuk mengukur hasil penerapan SEO on-page dan Off-page dan trafik pada website e- training beranda informatika digunakan beberapa alat sebagai berikut.

3.2.1 Hasil analisis menggunakan Rankmath

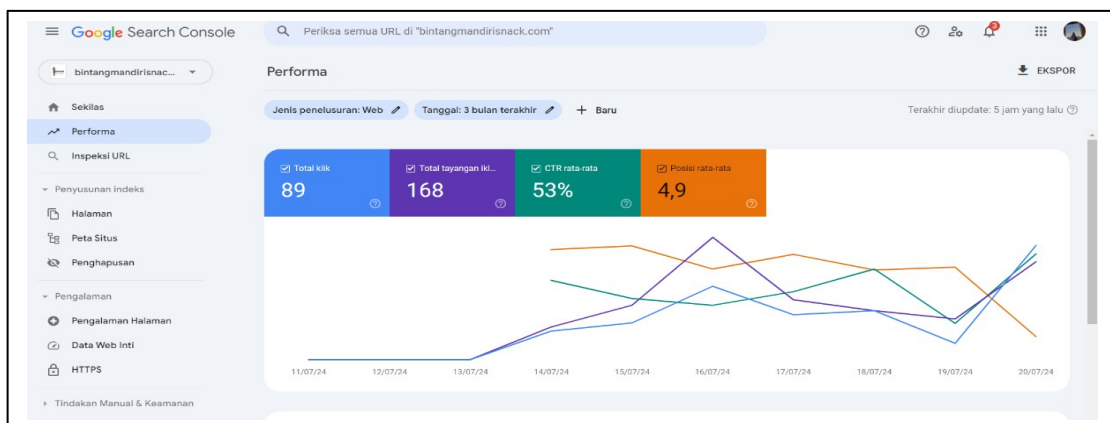


Gambar 7. Analisis website menggunakan RankMath

Gambar 7 di atas merupakan hasil optimalisasi pada *Rankmath* menunjukkan tingkat optimalisasi *website* Bintang mandiri snack sebesar 72 dari 100 yang berarti sudah bagus dalam pengoptimalan *SEO*. Data diatas menunjukkan 21 tes yang dilakukan 17 faktor yang menunjang *SEO* sudah dilakukan, 0 memerlukan perhatian dan 4 faktor gagal.

3.2.2 Hasil analisis website di Google Search Console

Google search console sebagai *tools* yang digunakan untuk melaporkan perkembangan sebuah situs web. Data yang dikumpulkan oleh *Google search console* meliputi sajian data queri masuk, peng-indexan halaman artikel, posisi rata-rata, jumlah klik perkembangan, dan CTR tayangan. Hasil analisis pada website *bintangmandirisnack.com* setelah optimalisasi *SEO* ditunjukkan pada Gambar 8 di bawah ini.



Gambar 8. Laporan Google search console

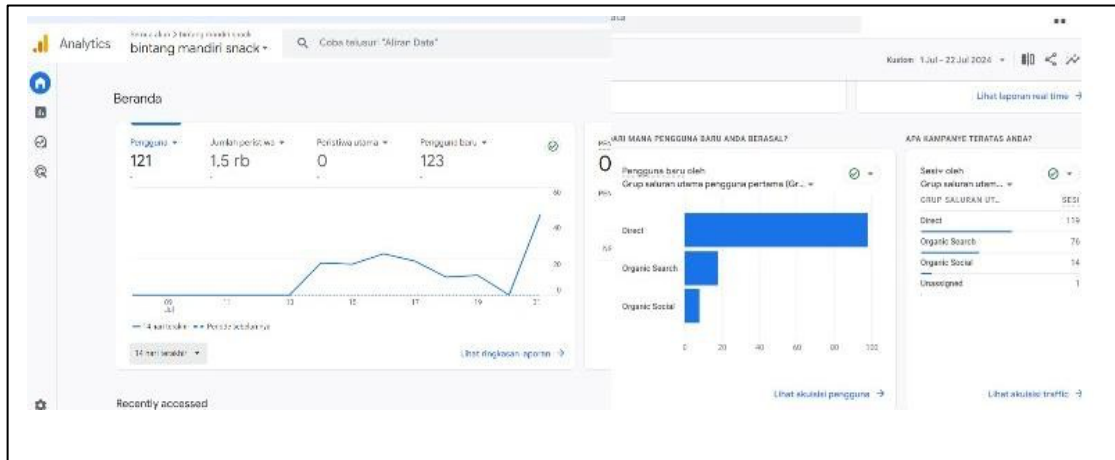
Setelah dilakukan optimalisasi *SEO* dan pengelolaan dengan *Google Search Console* selama 11 hari, terhitung dari tanggal 11 Juli hingga 21 Juli 2024, data perkembangan *website* Bintang mandiri *snack* menunjukkan peningkatan signifikan. berikut adalah rincian datanya.

1. Jumlah pengunjung *website* Bintang mandiri *snack* mendapatkan 89 klik dari pengunjung melalui mesin pencari.

2. Total tayangan *website* muncul sebanyak 168 kali di halaman hasil pencarian *Google* (SERP).
3. Rasio klik-tayang (CTR) mencapai 53%, yang dihitung dari pembagian jumlah klik dengan total tayangan.
4. Peringkat posisi rata-rata *website* Bintang mandiri *snack* di *Google* adalah peringkat ke 4.

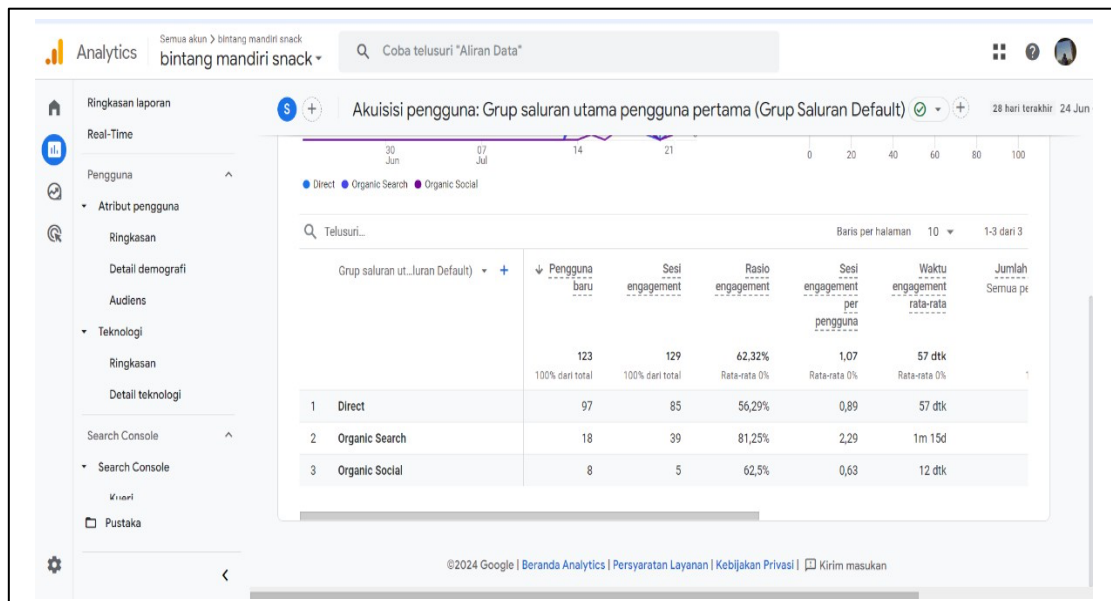
3.2.3 Hasil analisis *website* pada *Google Analytics*

Gambar 9 di bawah ini merupakan hasil pengujian Teknik *SEO* menggunakan *Google Analytics* yang dimulai pada tanggal 06 Juli hingga 21 Juli 2024.



Gambar 9. Data setelah optimalisasi *SEO*

Gambar 9 diatas menunjukkan data trafik pengunjung *website* Bintang mandiri *snack*, data diambil dari tanggal 13 Juli sampai 21 Juli 2024, dengan total pengguna yaitu 121 pengguna, 1.500 tayangan dan 123 pengguna baru. Data analisa ini valid karena diambil langsung menggunakan *Google analytics*.



Gambar 10. Analisa sumber kunjungan

Gambar 10 di atas dijelaskan bahwa data Menggunakan *Google Analytics* dengan perbandingan 1 Juli – 12 Juli 2024 dan 13 Juli – 21 Juli 2024. Sebelum dioptimalisasi *SEO* data menunjukkan adanya besaran rasio engagement 0% dan setelah melakukan optimalisasi sebesar 62,32%. Data ini menunjukkan darimana pengunjung *website* Bintang mandiri *snack* datang, keterangan Gambar 5.19 diatas adalah sebagai berikut.

1. *Organic social*, pengunjung datang dari social media sebesar 8 pengunjung.

2. *Organic search*, pengunjung datang melalui *keyword* atau kata kunci sebesar 18 pengunjung.
3. *Direct*, pengunjung datang dari situs pihak ketiga sebesar 97 pengunjung.
4. *Rasio engagement*, rata-rata persentase pengunjung berinteraksi didalam *website* Bintang mandiri *snack* dengan total 62,32%. Data sebelum dan sesudah optimalisasi *SEO* dengan hasil tersebut Tingkat keterlibatan pengunjung sangat meningkat data dari 0 hingga meningkat ke 62,32%.

Tabel 9 di bawah ini merupakan perbandingan data analisis menggunakan *Google Analytics* dan *Google Search Console* mengenai total kunjungan, total klik dan total tayangan sebelum dan setelah dilakukannya optimalisasi *SEO*.

Tabel 9. Perbandingan pengunjung

Kriteria	Tanggal	Total Pengguna	Jumlah Klik	Jumlah Tayangan
Sebelum optimalisasi	1 Juli – 12 Juli 2024	0	0	0
Setelah optimalisasi	13 Juli – 21 Juli 2024	123	89	1.500

4. KESIMPULAN

Proses optimalisasi *SEO on-page* dan *off-page* pada *website* Bintang mandiri *snack* memerlukan waktu 16 hari, dimulai dari 06 Juli sampai 21 Juli 2024. Optimalisasi langsung pada *website* meliputi pengoptimalan *homepage* yang memaksimalkan penggunaan kata kunci agar muncul di mesin pencari. Proses *off-page* dilakukan melalui *social profile* dan *social media* untuk meningkatkan kualitas *website* sesuai dengan penilaian dan *algoritma Google*. Berikut adalah hasil kesimpulan dari penelitian optimalisasi *SEO on-page* dan *off-page* pada *website* Bintang mandiri *snack*.

1. Melalui proses pengoptimalan *SEO on-page*, *website* Bintang mandiri *snack* berhasil terindeks oleh *Google* dan mulai muncul di halaman hasil pencarian (*SERP*) pada tanggal 12 Juli 2024.
2. Pengoptimalan *SEO off-page* dilakukan dengan teknik *backlink* melalui *social profile* dan *Social media*. Hal ini meningkatkan kualitas *website*, sehingga *Google* dapat mengenali dan mempercayai bahwa *website* Bintang mandiri *snack* memiliki informasi yang relevan untuk bersaing di mesin pencari.
3. *Website* Bintang mandiri *snack* dapat muncul di *SERP* dengan kata kunci yang telah ditargetkan.
4. Setelah pengoptimalan *SEO*, terjadi peningkatan jumlah pengunjung dari 0 menjadi 123 pengunjung, dengan persentase peningkatan sebesar 62,32%. Data ini diambil dari *Google Analytics* pada periode 11 Juli sampai 21 Juli 2024.
5. Selama 16 hari pengoptimalan *website* Bintang mandiri *snack* mendapat perubahan meningkatnya kunjungan 89 pengunjung *website* dan total tayangan di *Google* 1.500 tayangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Riandika D. & Hamdani A. U. (2020). Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, vol. 4, no. 3, p. 785, doi: 10.30865/mib.v4i3.2242.
- Degie Tatanusa. (2019). Peningkatan trafik website dengan menggunakan metode search engine optimization (seo) On Page. Di akses 19 juni 2024, dari www.buahsabilulungan.com.
- Fauzan A., Suharyono S., & Abdillah Y. (2017). Analisis pemanfaatan search engine optimization dalam meningkatkan penjualan produk ukm di pasar internasional (Studi Kasus Pada CV. Ayung Sportindo). Diakses 24 Juni 2024. Dari <https://www.maxmanroe.com>.
- Hayaty M. & Meylasari D. (2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 5, no. 2.
- Sukri S. & Zulfikar Z. (2021). Mendapatkan Peringkat Terbaik Website Pada Search Engine Dengan Metode Search Engine Optimization (SEO). *Jurnal Nasional Komputasi dan Teknologi Informasi*, vol. 4, no. 3.
- Muharam M. and Persada A. G.. (2022). Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo. Di akses 30 juni 2024. Dari <https://www.desasumberejo.com>.
- Septiani P. and Kurniawan H. (2020). Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO). *Jurnal Teknologi Informasi*, vol. XV.
- Artanto H., Nurdiansyah F. & U. Widyagama Malang. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, vol. 1, no. 2.