

OPTIMASI WEBSITE PENJUALAN BUKU MENGGUNAKAN METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN SEO OFF PAGE

Fatkhul Amin¹, Edy Nurraharjo²

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank
e-mail: ¹fatkhulamin@edu.unisbank.ac.id, ²eddynur@edu.unisbank.ac.id

ABSTRAK

Pembuatan website yang digunakan untuk meraih keuntungan bagi perusahaan atau perorangan perlu menggunakan teknik pemasaran secara tepat. Pemasaran online mampu mendekatkan tujuan perusahaan dalam meningkatkan profit perusahaan menggunakan media teknologi informasi. Pendekatan optimasi website menggunakan mesin pencari atau Search Engine Optimization (SEO) terbukti efektif untuk menempatkan website pada halaman 1 hasil pencarian pada mesin pencari google. SEO On Page dan SEO Off page memberikan kontribusi yang besar terhadap website untuk bisa bersaing pada hasil pencarian mesin pencari google. Pada website bukubisnisonline.majumapan.com yang menggunakan SEO On Page dan SEO Off Page didapatkan hasil yang menempatkan posisi website di halaman 1 pencarian. Hasil perhitungan penggunaan SEO On Page didapatkan hasil, SEO pada Teks mampu meningkatkan ranking sd 66 % dan pada Gambar mampu meningkatkan ranking 55 %. Penggunaan SEO Off Page efektif mampu meningkatkan perangkungan posisi website jika menggunakan marketplace. Pembuatan website melalui tahapan Perencanaan (plan), Pembuatan (develop) dan pemasaran (marketing) efektif menghasilkan website berkualitas (hasil GT Metric)

Kata Kunci: SEO On Page, SEO Off Page, Optimasi website

1. PENDAHULUAN

Pada pemasaran Luring, cara untuk menarik konsumen agar datang dan membeli produk atau jasa dilakukan dengan memasang iklan (brosur, leaflet, baliho) ditempat-tempat yang strategis. Beberapa perusahaan juga menggunakan media Koran, majalah dan televisi untuk menawarkan produk atau jasa mereka. Artinya, perusahaan berusaha untuk bisa menampilkan produk atau jasa mereka agar bisa dilihat oleh calon konsumen yang menjadi target pemasaran dengan memasang iklan baik di pinggir jalan (tempat strategis), media masa (Koran, majalah, dll) dan multimedia (televisi).

Pada pemasaran Daring, cara untuk menarik konsumen dilakukan dengan pendekatan mesin pencari (search engine). Perusahaan harus memiliki media Daring seperti website sebagai tempat untuk meletakkan produknya atau layanannya dalam bentuk etalase virtual (etalase yang ada didunia maya). Kuncinya adalah, bagaimana cara perusahaan agar calon konsumen yang ada didunia Daring bisa mengunjungi (visit) website perusahaan dalam jumlah yang besar (jumlah pengunjung yang banyak). Ketika jumlah pengunjung website perusahaan banyak, berarti produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan bisa dilihat dan dinikmati oleh calon konsumen. Artinya, kemungkinan produk atau jasa yang ditawarkan akan dilihat dan terjual semakin tinggi karena jumlah pengunjung website yang banyak.

Agar website memiliki jumlah pengunjung yang banyak, maka perusahaan harus melakukan pemasaran secara Daring dengan teknik optimisasi Mesin Pencari (search engine optimization/SEO) atau dengan pendekatan mesin pencari. Logika berfikir pada pemasaran Daring agar website banyak dikunjungi oleh pengguna internet adalah website perusahaan harus disukai (terindeks) oleh mesin pencari atau konten website harus bisa menyesuaikan kata kunci yang dibutuhkan oleh pengguna melalui mesin pencari. Walaupun website perusahaan sudah dibuat dengan disain bagus dan menarik, tapi kalau tidak terindeks atau mesin pencari tidak mengenalnya maka website tersebut akan memiliki pengunjung dalam jumlah yang sedikit.

SEO penting dilakukan karena dengan SEO *website* akan tampil di halaman 1 hasil pencarian mesin pencari sehingga besar kemungkinan pengunjung masukke *website*. Jika pengunjung sudah berhasil diarahkan dengan SEO dan mendapati sebuah *website* yang sesuai dengan yang diinginkan, pengunjung akan melihat, menikmati, dan merasa nyaman di *website* dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Namun, jika yang terjadi sebaliknya, fatal akibatnya, yaitu *website* tidak memiliki pengunjung karena tidak memenuhi kebutuhan pengunjung.

Optimisasi Mesin pencari (*Search engine Optimization*) adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan melalui mesin pencari menuju website dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari. Tujuan dari SEO adalah menempatkan website pada posisi teratas (peringkat teratas atau 10 besar), atau setidaknya halaman 1 hasil pencarian berdasarkan kata kunci yang ditargetkan. Faktanya website yang menempati posisi teratas (halaman 1) hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk dikunjungi.

Realitanya mengatakan, ketika anda mencari informasi menggunakan mesin pencari, maka anda akan dihadapkan pada hasil pencarian berupa 10 besar website yang sudah diperingkat yang ada di halaman 1 hasil

pencarian, dan ketika informasi yang dihadapkan kepada anda tidak ada karena dianggap kurang relevan maka anda akan pergi (menuliskan kata lain) untuk melakukan pencarian lagi, bukan melihat halaman 2 atau halaman berikutnya pada hasil pencarian. Sehingga posisi website perusahaan harus bisa masuk dalam halaman 1 hasil pencarian untuk pencarian informasi yang relevan dengan produk atau layanan perusahaan. SEO berperan agar website perusahaan bisa selalu ada pada posisi halaman 1 hasil pencarian, bahkan pada peringkat 1 (ranking 1) halaman 1 hasil pencarian.

2. TINJAUAN PUSTAKA (BILA DIPERLUKAN)

Penelitian terdahulu tentang SEO dilakukan oleh Hamza Salim (2015), SEO berkontribusi dalam meningkatkan peluang untuk mendapatkan melayani iklan online oleh pelanggan saat mereka mesin pencari seperti Google, MSN, Altavista dll untuk informasi tentang produk atau layanan. Ini bisa jadi sangat penting terutama di negara seperti Jordan dengan 87,3% penetrasi internet. Berdasarkan ini Bahkan, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari SEO dimensi pada iklan online. Perusahaan yang menggunakan SEO untuk tujuan iklan online-tisement mendapatkan lebih banyak pelanggan baru daripada perusahaan menggunakan metode lain. Setelah mendaftar alat statistik yaitu analisis faktor dan selanjutnya Analisis regresi. Analisis Faktor disediakan empat dimensi yang kemudian digunakan dalam Multiple Re-guncangan. Faktor-faktor itu diberi nama sebagai; Koneksi SEO tivity, daya saing SEO, pengalaman SEO dan Teknik SEO. Hasil menunjukkan bahwa konektivitas SEO tidak signifikan, sementara tiga sisanya- semua sangat signifikan. Hasil menunjukkan bahwa tujuan penelitian sangat banyak dan benar ada dampak moderat yang terlihat dari SEO iklan online di perusahaan Yordania.

Penelitian dengan topik SEO juga dilakukan oleh Vinit Kumar Gunjan (2012), Makalah ini mengusulkan metode baru atau mesin pencari optimalisasi untuk mendorong lebih banyak pengguna ke situs web. Riset menggunakan metode terus menerus selama 24 minggu dan menemukan semakin banyak pengguna mengakses proyek kamisitus web. Pangkat situs web naik dari 1 hingga 4. Selain itu sub tautan dihubungkan oleh Google yang dihubungkan juga ke situs web yang memiliki lebih banyak jumlah penggunamenurut Google. Sebagai pekerjaan masa depan yang akan dikembangkan alat yang dapat menambahkan situs ke mesin pencari setiap kali pengunjungin dan dapat menghapus situs yang tidak relevan untuk para pengunjung

Ali H (2011) pernah melakukan riset tentang SEO dengan hasil Situs dengan peringkat buruk karena dalam kualitas, aksesibilitas, kegunaan, kontentidak sesuai dengan harapan pengunjung.. Masalah ini, selainestetika dan fungsionalitas Situs Web,perlu dipertimbangkan agar meningkatvisibilitas, keterlihatan, dan peringkat Halaman website di mesin pencari. Setiap Mesin Pencari berbeda tidak bekerja dengan cara yang sama, menghasilkan sesuatu yang berperingkat tinggi dalam satu tidak begitu baik ditempatkan di tempat lain. digunakan berbagai macam faktor untuk menentukan peringkat situs, dan banyak perusahaan SEOmelakukan berbagai survei berbedainterval waktu dalam upaya untuk memprediksifaktor-faktor yang digunakan perusahaan pada mesin pencari dialgoritma pencarian mereka. Oleh karena itu, untukmemaksimalkan peringkat halaman, terutama untukjumlah mesin pencari berbeda, yang perluhati-hati menyeimbangkan sejumlah faktor yang rumit. Riset sangat penting untuk mempertimbangkan semua kemungkinanfaktor peringkat dan berusaha mengoptimalkanSitus web untuk memaksimalkan visibilitas mesin pencari. Metatag bukan satu-satunya faktor yang mendorong mesin pencari menjadi pemegang peringkat tertinggi, dan dengan demikian peringkat Situs web. Kepercayaanpada meta-tag semata-mata bukan cara untuk mencapainyaperingkat tinggi.

3. METODE PENELITIAN

3.1 SEO On Page

Pada pemasaran Luring, cara untuk menarik konsumen agar datang dan membeli produk atau jasa dilakukan dengan memasang iklan (brosur, leaflet, baliho) ditempat-tempat yang strategis. Beberapa perusahaan juga menggunakan media Koran, majalah dan televisi untuk menawarkan produk atau jasa mereka. Artinya, perusahaan berusaha untuk bisa menampilkan produk atau jasa mereka agar bisa dilihat oleh calon konsumen yang menjadi target pemasaran dengan memasang iklan baik di pinggir jalan (tempat strategis), media masa (Koran, majalah, dll) dan multimedia (televisi).

Pada pemasaran Daring, cara untuk menarik konsumen dilakukan dengan pendekatan mesin pencari (search engine). Perusahaan harus memiliki media Daring seperti website sebagai tempat untuk meletakkan produknya atau layanannya dalam bentuk etalase virtual (etalase yang ada didunia maya). Kuncinya adalah, bagaimana cara perusahaan agar calon konsumen yang ada didunia Daring bisa mengunjungi (visit) website perusahaan dalam jumlah yang besar (jumlah pengunjung yang banyak). Ketika jumlah pengunjung website perusahaan banyak, berarti produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan bisa dilihat dan dinikmati oleh calon konsumen. Artinya, kemungkinan produk atau jasa yang ditawarkan akan dilihat dan terjual semakin tinggi karena jumlah pengunjung website yang banyak.

Agar website memiliki jumlah pengunjung yang banyak, maka perusahaan harus melakukan pemasaran secara Daring dengan teknik optimisasi Mesin Pencari (search engine optimization/SEO) atau dengan pendekatan mesin pencari. Mengapa demikian ?, karena pengunjung website perusahaan atau perorangan

berasal dari mesin pencari, atau dengan kata lain sebelum pengunjung berada di website perusahaan terlebih dahulu telah di arahkan oleh mesin pencari. Sehingga peran SEO dalam hal ini adalah berusaha agar website perusahaan selalu tampil di halaman 1 mesin pencari untuk pencarian informasi yang relevan. Jika website sudah berhasil berada pada halaman 1 hasil pencarian dan berada diantara 10 besar website yang ditemukan mesin pencari, maka website perusahaan sudah berhasil menerapkan strategi dan berarti kemungkinan website dikunjungi akan semakin besar.

Logika berfikir pada pemasaran Daring agar website banyak dikunjungi oleh pengguna internet adalah website perusahaan harus disukai (terindeks) oleh mesin pencari atau konten website harus bisa menyesuaikan kata kunci yang dibutuhkan oleh pengguna melalui mesin pencari. Walaupun website perusahaan sudah dibuat dengan disain bagus dan menarik, tapi kalau tidak terindeks atau mesin pencari tidak mengenalnya maka website tersebut akan memiliki pengunjung dalam jumlah yang sedikit.

Realitanya mengatakan, ketika anda mencari informasi menggunakan mesin pencari, maka anda akan dihadapkan pada hasil pencarian berupa 10 besar website yang sudah diperingkat yang ada di halaman 1 hasil pencarian, dan ketika informasi yang dihadapkan kepada anda tidak ada karena dianggap kurang relevan maka anda akan pergi (menuliskan kata lain) untuk melakukan pencarian lagi, bukan melihat halaman 2 atau halaman berikutnya pada hasil pencarian. Sehingga posisi website perusahaan harus bisa masuk dalam halaman 1 hasil pencarian untuk pencarian informasi yang relevan dengan produk atau layanan perusahaan. SEO berperan agar website perusahaan bisa selalu ada pada posisi halaman 1 hasil pencarian, bahkan pada peringkat 1 (ranking 1) halaman 1 hasil pencarian.

SEO penting dilakukan karena dengan SEO *website* akan tampil di halaman 1 hasil pencarian mesin pencari sehingga besar kemungkinan pengunjung masuk ke *website*. Tak kalah pentingnya adalah dukungan lain, yaitu setelah pengunjung masuk ke dalam *website* tersedia konten yang menarik yang tersaji melalui menu dan konten yang relevan dan lengkap. Jika pengunjung sudah berhasil diarahkan dengan SEO dan mendapati sebuah *website* yang sesuai dengan yang diinginkan, pengunjung akan melihat, menikmati, dan merasa nyaman di *website* dan bahkan akan merekomendasikannya kepada orang lain. Namun, jika yang terjadi sebaliknya, fatal akibatnya, yaitu *website* tidak memiliki pengunjung karena tidak memenuhi kebutuhan pengunjung.

Optimisasi Mesin pencari (*Search engine Optimization*) adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan melalui mesin pencari menuju website dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari. Tujuan dari SEO adalah menempatkan website pada posisi teratas (peringkat teratas atau 10 besar), atau setidaknya halaman 1 hasil pencarian berdasarkan kata kunci yang ditargetkan. Faktanya website yang menempati posisi teratas (halaman 1) hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk dikunjungi.

SEO on Page adalah teknik mengoptimisasi halaman *website* dengan cara aplikasi *keyword* yang ditarget kedalamnya. Keuntungan dari *On Page SEO* ini adalah situs Anda akan lebih dinilai relevan oleh mesin pencari (*Search engine*). Gambar 1 menunjukkan bagian-bagian SEO on page.



Gambar 1 SEO on Page

3.2 SEO Of Page

Blog perlu dipromosikan pada blog/situs lain agar dikenal dikalangan netizen dan mesin pencari. Perlunya *SEO Off Page* yang merujuk pada teknik yang tepat untuk dapat meningkatkan posisi blog di halaman hasil pencarian mesin pencari (SERPS). *SEO Off Page* bekerja dari luar blog sendiri untuk mendukung *SEO On Page* yang bekerja dari dalam blog. Proses optimalisasi halaman blog dari luar blog dengan cara mendapatkan tautan menuju blog pengguna dikenal dengan istilah *SEO Off Page* (gambar 2).



Gambar 2. SEO off Page

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi SEO On Page

Proses implementasi SEO On Page dilakukan pada website bukubisnisonline.majumapan.com melalui beberapa tahapan dalam website. Proses yang dimaksud adalah pada saat membuat artikel dilakukan optimasi. Berikut ini beberapa tahapan proses dalam SEO On Page.

a. Judul

Pada pembuatan judul, pilih judul berupa kata kunci. Kata kunci yang dimaksud adalah, kata atau kalimat yang sering dituliskan orang ketika melakukan pencarian menggunakan mesin pencari. Pada pembuatan judul, pilih judul berupa kata kunci. Kata kunci yang dimaksud adalah, kata atau kalimat yang sering dituliskan orang ketika melakukan pencarian menggunakan mesin pencari. Gambar 3 menunjukkan contoh judul menggunakan kata kunci.

Buku Bisnis Online SMK/MAK

🕒 August 16, 2018 📖 Buku MAK, Buku SMK, Buku Umum

Berwirausaha dengan berbisnis online adalah pilihan tepat di era sekarang ini. Bisnis online tidak memerlukan modal yang besar, cukup pengetahuan anda di tambah sehingga bisa melakukan bisnis online. Miliki buku bisnis online dan anda bisa mempelajarinya secara bertahap menuju wirausaha [...]

[Read More](#)

Gambar 3 Contoh judul Artikel

b. Artikel

Artikel dibuat dalam jumlah maksimal 200 kata agar pembaca tidak jenuh untuk membaca. Masukkan kata kunci dalam artikel yang dibuat, sisipkan sehingga kata kunci tidak terlihat atau tidak menonjol dalam sebuah kalimat. Contoh pembuatan artikel bisa dilihat pada gambar 4.

dengan berbisnis online adalah pilihan tepat di era sekarang ini. Bisnis online tidak memerlukan modal yang besar, cukup pengetahuan anda di tambah sehingga bisa melakukan bisnis online. Miliki buku bisnis online dan anda bisa mempelajarinya secara bertahap menuju wirausaha online. Materi yang ada pada buku Bisnis Online SMK/MAK secara runtut : (1) Memahami Bisnis Daring (Online), (2) Merancang dan membuat Website, (3) Menggunakan mesin pencari dengan memanfaatkan SEO, (4) Menerapkan pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial, dan (5) Menerapkan pemasaran online dengan menggunakan Surel (email).

Dapatkan Buku Bisnis Online di Toko Buku di kota anda atau Kantor Cabang Erlangga terdekat di kota anda.

[Bisnis Daring](#)

[Buku bisnis online](#)

[memanfaatkan media sosial](#)

Gambar 4 Konten artikel

c. Gambar

Pada sebuah artikel biasanya dilengkapi dengan gambar untuk memperjelas narasi cerita yang ada. Gambar bisa menjadi pelengkap dan menjadi pendukung bagi sebuah artikel. Gambar dilengkapi dengan judul gambar dan yang paling penting gambar diberikan kata kunci gambar. Kata kunci gambar adalah kata kunci yang diberikan pada sebuah gambar menggunakan kata kunci yang relevan dengan gambar. Gambar 5 menunjukkan gambar yang didalamnya terdapat kata kunci.



dengan berbisnis online adalah pilihan tepat di era sekarang ini. Bisnis online tidak memerlukan modal yang besar, cukup pengetahuan anda di tambah sehingga bisa melakukan bisnis online. Miliki buku bisnis online dan anda bisa mempelajarinya secara bertahap menuju wirausaha online. Materi yang ada pada buku Bisnis Online SMK/MAK secara runtut : (1) Memahami Bisnis Daring (Online), (2) Merancang dan membuat Website, (3) Menggunakan mesin pencari dengan memanfaatkan SEO, (4) Menerapkan pemasaran online dengan memanfaatkan media sosial, dan (5) Menerapkan pemasaran online dengan menggunakan Surel (email).

Dapatkan Buku Bisnis Online di Toko Buku di kota anda atau Kantor Cabang Erlangga terdekat di kota anda.

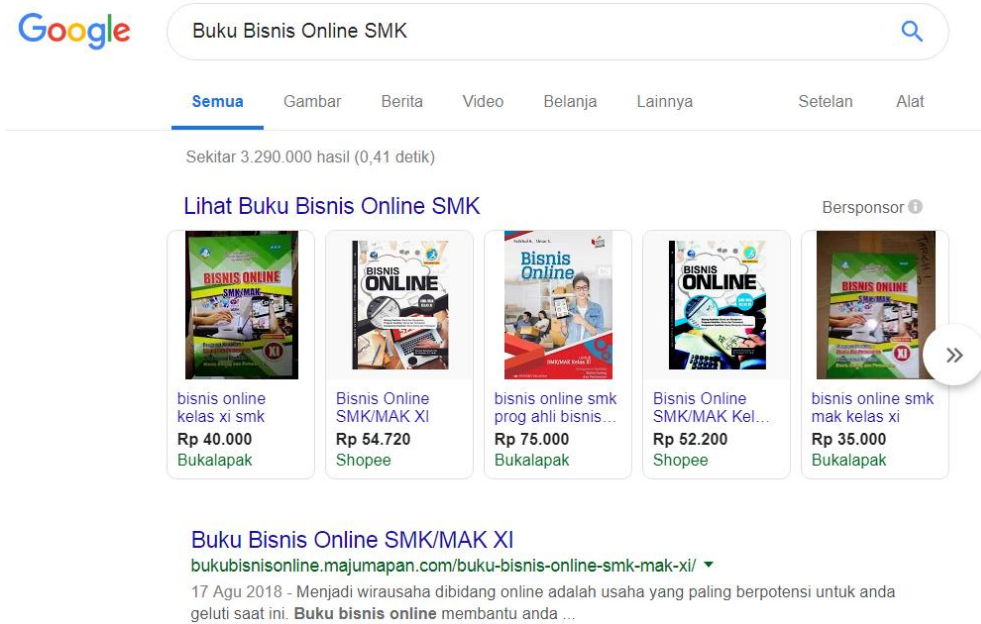
Gambar 5 Gambar pada artikel

d. Video

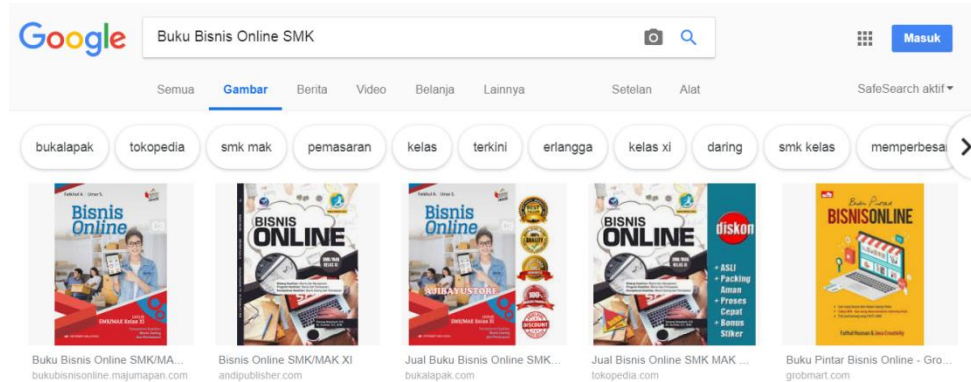
Ketia unggah video di media internet seperti Youtube perlu dilakukan pemberian kata kunci pada deskripsi yang dibuat pada youtube. Penggunaan kata kunci di youtube untuk mempermudah ditemukannya informasi oleh pengguna internet secara mudah dan cepat.

4.1.2. Aplikasi SEO On Page pada website

Aplikasi penggunaan kata kunci "Buku Bisnis Online" bisa dilihat pada gambar 6 untuk kata kunci Teks dan gambar 7.



Gambar 6 Hasil Pencarian kata kunci Teks “Buku Bisnis Online”

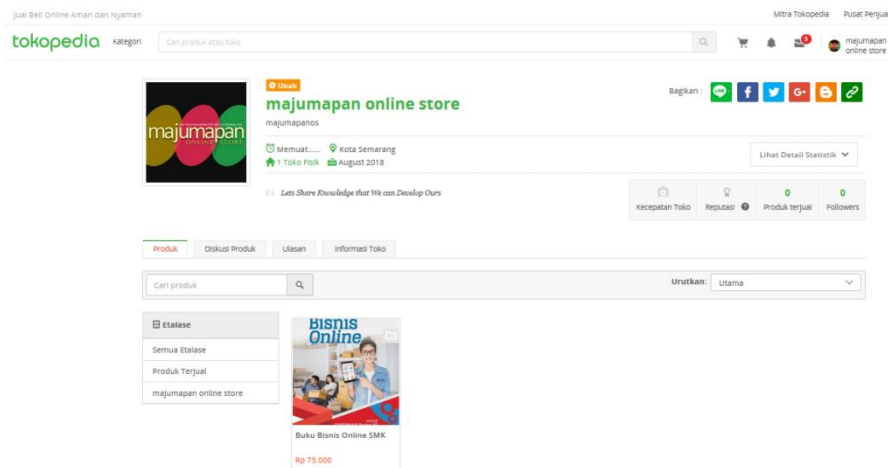


Gambar 7. Hasil Pencarian kata kunci Gambar “Buku Bisnis Online”

4.2 Implementasi SEO Off Page

4.2.1 Aplikasi SEO Off Page pada website

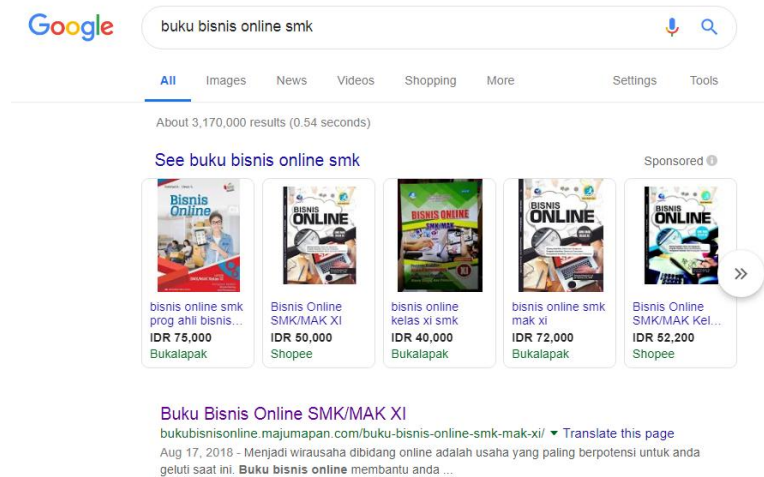
Implementasi SEO off page dilakukan dengan cara membuat toko online di marketplace tokopedia.com. Pada riset ini dibuat toko dimarketplace dengan nama toko majumapanos (gambar 8) <https://www.tokopedia.com/majumapanos>



Gambar 8. Contoh Toko Online pada marketplace

4.2.2 Uji Hasil SEO Off Page

Hasil pencarian teks didapatkan hasil toko yang dimiliki oleh marketplace tokopedia menempati peringkat 1 di pencarian (gambar 9)



Gambar 9 Hasil Pencarian Teks pada mesin pencari berupa marketplace di rangking 1

4.3 Uji Hasil SEO On Page

Uji SEO On Page dilakukan untuk mengetahui hasil aplikasi seo pada website. Hasil uji akan bisa dianalisis apakah metode seo sudah efektif atau belum. Tabel 1 menunjukkan hasil uji teks dan gambar beberapa kata kunci yang dilakukan pada tanggal 19 agustus 2018.

Tabel 1 Hasil pengujian kata kunci teks dan gambar (19 Agustus 2018)

NO	KATA KUNCI	TEKS	GAMBAR
1	Buku Bisnis Online	Belum ada	Belum ada
2	Buku Bisnis Online SMK	Rangking 4 Sisipan Gambar Ada	Rangking 7 Baris 1
3	Buku Bisnis Online SMK XI	Rangking 4 bukubisnisonline	Rangking 8 Baris 1 - bukubisnisonline Rangking 8 Baris 2 - majumapan
4	Bisnis Online SMK	Belum ada	Rangking 4 baris 1 - bukubisnisonline Rangkin 14 baris 3 -

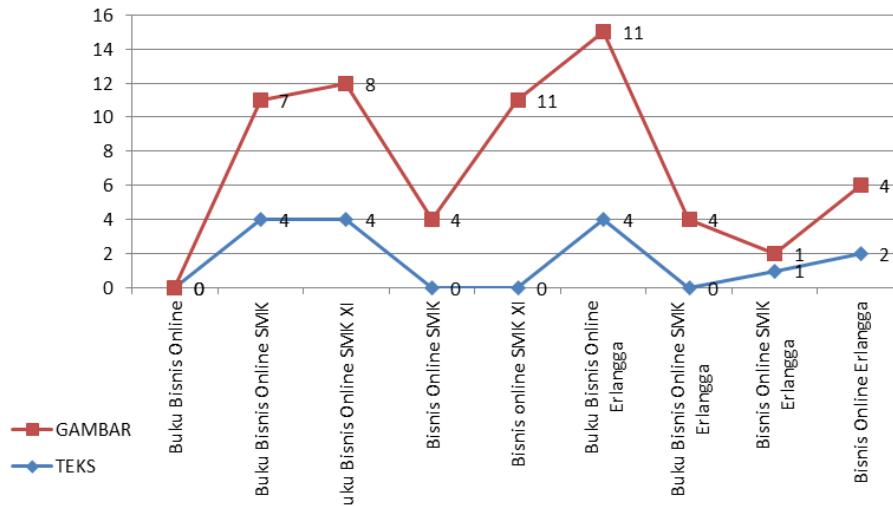
			majumapan
5	Bisnis online SMK XI	Rangking 5 dan 6 - majumapan	Rangking 11 baris 2 - bukubisnisonline
6	Buku Bisnis Online Erlangga	Rangkin 4 - bukubisnisonline	Rangking 11 baris 2 - bukubisnisonline
7	Buku Bisnis Online SMK Erlangga	Rangking 1, 2 dan 3 - bukubisnisonline	Rangking 1 baris 1 - bukubisnisonline Rangkin 13 baris 2 - majumapan
8	Bisnis Online SMK Erlangga	Rangkin 1, 2, 3 dan 4 - bukubisnisonlie	Rangking 1 baris 1 - bukubisnisonline Rangkin 4 baris 1 - majumapan
9	Bisnis Online Erlangga	Rangking 2,3 dan 4 - bukubisnisonline	Rangking 4 baris 1 - bukubisnisonline

Tabel 2 menunjukkan hasil uji teks dan gambar beberapa kata kunci yang dilakukan pada tanggal 21 Januari 2019.

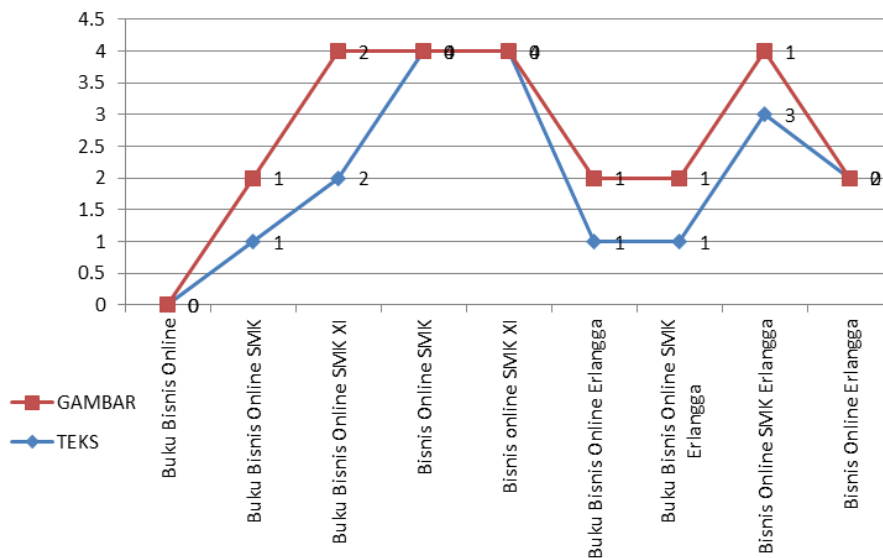
Tabel 2 Hasil pengujian kata kunci teks dan gambar (21 Januari 2019)

NO	KATA KUNCI	TEKS	GAMBAR
1	Buku Bisnis Online	Belum ada	Belum ada (bukalapak/market place)
2	Buku Bisnis Online SMK	Rangking 1	Rangking 1 Baris 1
3	Buku Bisnis Online SMK XI	Rangking 2 - bukubisnisonline	Rangking 2 Baris 1 - bukubisnisonline
4	Bisnis Online SMK	Rangking 4	Belum ada
5	Bisnis online SMK XI	Rangking 4	Belum ada
6	Buku Bisnis Online Erlangga	Rangkin 1 - bukubisnisonline	Rangking 1 baris 1 - bukubisnisonline
7	Buku Bisnis Online SMK Erlangga	Rangking 1 - bukubisnisonline	Rangking 1 baris 1 - bukubisnisonline
8	Bisnis Online SMK Erlangga	Rangkin 3 - bukubisnisonlie	Rangking 1 baris 1 - bukubisnisonline
9	Bisnis Online Erlangga	Rangking 2 - bukubisnisonline	Belum ada

Hasil uji selanjutnya bisa dilihat dalam bentuk diagram garis seperti terlihat pada gambar 10 dan 11.

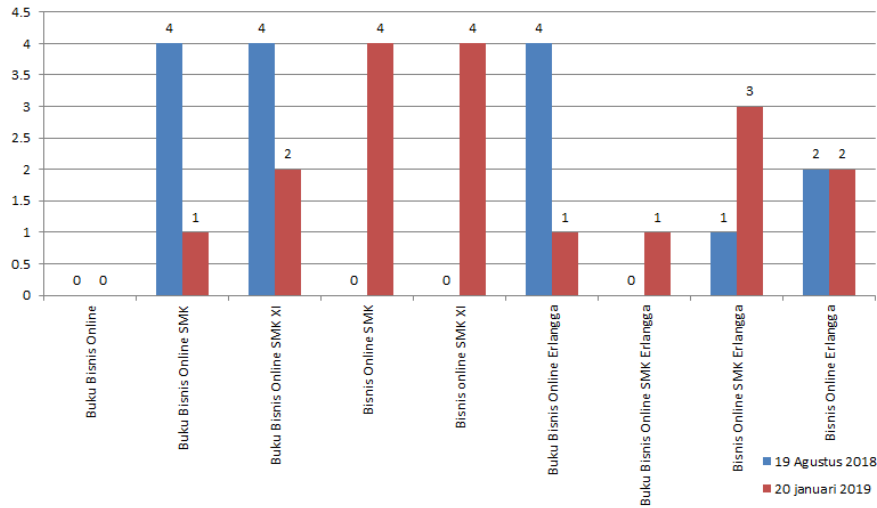


Gambar 10 Hasil Komparasi beberapa kata kunci Teks dan Gambar pada tanggal 19 Agustus 2018

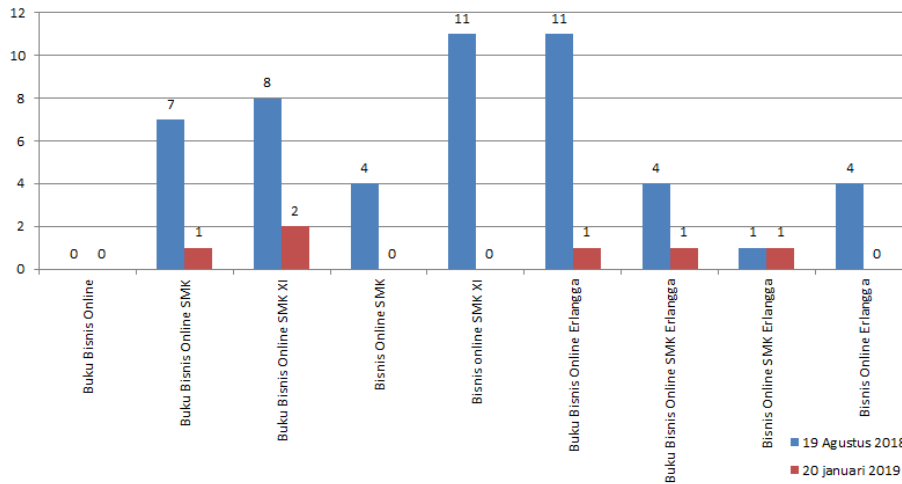


Gambar 11 Hasil Komparasi beberapa kata kunci Teks dan Gambar pada tanggal 21 Januari 2019

Hasil komparasi selanjutnya dilakukan dengan membandingkan antara Teks dengan Teks (gambar 12) dan Gambar dengan gambar (gambar 13)



Gambar 12 Hasil Komparasi kata kunci Teks pada tanggal 19 Agustus 2018



Gambar 13 Hasil Komparasi kata kunci Teks pada tanggal 21 Januari 2019

4.4 Uji Website

Ujia website dilakukan untuk mengukur kemampuan website yang telah dibuat. Pengukuran dilakukan menggunakan GT Metric.

4.4.1 GT Metric

Hasil analisa menggunakan Gtmetric bisa dilihat pada gambar 14. Bisa disimpulkan bahwa website termasuk dalam kategori baik karena memperoleh score A untuk pagespeed score dan score B untuk Yslow score.



Gambar 14 Hasil analisis website pada gtmatrix

5. KESIMPULAN

- Pada Hasil perhitungan penggunaan SEO On Page didapatkan hasil, SEO pada Teks mampu meningkatkan ranking sd 66 % dan pada Gambar mampu meningkatkan ranking 55 %
- Penggunaan SEO Off Page efektif mampu meningkatkan perangkangan posisi website jika menggunakan marketplace
- Pembuatan website melalui tahapan plan, develop dan marketing efektif menghasilkan website berkualitas (hasil GT Metric)

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ali H., Dkk. 2011. Improving Website Ranking through Search Engine Optimization. Journal of Internet and e-business Studies (JIEBS). Vol. 2011 (2011). Article ID 969476
- [2] Chaffey, Dave. 2000. Internet Marketing : Strategy, Implementation and Practice. Edisi NA. Financial Times, England , Prentice Hall.
- [3] Hamza Salim Khraim, PhD. 2015. The Impact of Search Engine Optimization Dimensions on Companies Using Online Advertisement in Jordan. American Journal of Business and Management. Vol. 4, No. 2, 2015, 76-84.
- [4] Vinit Kumar Gunjan, Dkk. 2012. Search engine optimization with Google. International Journal of Computer Science Issues (IJCSI). Volume 9 Issue 1 No 3 Januari 2012. ISSN 1694-0814.