

Implementasi Teknik Search Engine Optimization Dalam Meningkatkan Trafik Website Bima Utomo Waterpark

Tantri Hidayati Sinaga¹, Edrian Hadinata²

^{1,2} Program Studi Sistem Informasi Universitas Harapan Medan Indonesia
¹tantri.hida83@gmail.com, ²edrianhadinata@gmail.com

Abstract

Today's business people have generally used information technology for business activities, one of which is the use of a website as a medium to facilitate the promotion of business activities to a wider market. There are many ways that business people can use to promote the website pages they have for potential customers, the most common methods used include using email blast, advertising using third party services, the use of social network media and media blog. One very effective way is to utilize search engine optimization techniques, this is because internet users often search for information through search engines like Google. Search Engine Optimization (SEO) is a series of processes carried out systematically and aims to increase the volume and quality of traffic visited by search engines to certain websites by utilizing the search engine algorithm, which is called PageRank. The purpose of SEO is to place a website on the top position of search results based on certain keywords targeted. This research will apply SEO techniques to increase the number of visitors to the Bima Utomo Waterpark website through the Google search engine. The results of this study are expected to increase the popularity of the Bima Utomo Waterpark website.

Keywords: SEO, Google, Website, Waterpark

1. PENDAHULUAN

Perkembangan penggunaan internet di Indonesia saat ini meningkat cukup pesat. Berdasarkan data dari Global Report 2019 [1], sebanyak 150 juta orang dari total 268 juta penduduk Indonesia saat ini telah menjadi pengguna Internet. Pada awal Januari 2019 sendiri terjadi peningkatan sebesar 13% dibanding tahun 2018. Hal ini menjadi peluang tersendiri untuk melakukan perdagangan secara online melalui internet.



Gambar 1. Penggunaan internet di Indonesia



Gambar 2. Annual Digital Growth

Perdagangan dengan memanfaatkan teknologi internet atau biasa disebut juga dengan e-commerce, saat ini banyak dilakukan oleh pelaku perdagangan di Indonesia, salah satunya dengan memanfaatkan media website dengan tujuan mempermudah kegiatan promosi produk dagangannya ke pasar yang lebih luas. Tingginya aktifitas jual beli secara online dapat dilihat pada gambar aktifitas e-commerce di Indonesia pada bulan Januari 2019, seperti pada Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Aktifitas di Indonesia

Berdasarkan Gambar 3, dapat dilihat bahwa 93% pengguna internet di Indonesia menggunakan layanan pencarian online untuk menemukan produk maupun jasa yang mereka inginkan. Hal ini mendorong pelaku industri mau tidak mau harus memasang informasi produk maupun jasa mereka secara online untuk mendapatkan pasar yang lebih besar.

Dalam manajemen pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mengejar tujuan pemasarannya. Kotler mengklasifikasikan seperangkat alat tersebut ke dalam empat kelompok yaitu: produk (*product*), tempat (*place*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*). Keempat alat tersebut lebih dikenal dengan 4P [2].

Mesin pencari (*search engine*) adalah salah satu program komputer yang dirancang khusus untuk membantu seseorang menemukan file-file yang disimpan dalam komputer, misalnya dalam sebuah web server umum (www) atau komputer sendiri. Search engine memungkinkan kita untuk meminta content media dengan kriteria yang spesifik dan memperoleh daftar file yang memenuhi kriteria tersebut. [3]

E-commerce memiliki arti satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik [4].

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dan bertujuan untuk meningkatkan volume serta kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs website tertentu dengan memanfaatkan algoritma mesin pencari tersebut, yang disebut dengan PageRank. Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah situs website pada posisi teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Situs web yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung [5].

Dengan adanya SEO, suatu e-commerce dapat lebih meningkatkan kinerja website secara maksimal terutama dalam hal organic visitor, dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan dari perusahaan. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai penerapan teknik SEO pada website e-commerce Bima Utomo Waterpark. Penerapan teknik ini diharapkan dapat meningkatkan trafik pada website **bimautomowaterpark.com** dan mendapatkan posisi teratas pada SERP (*Search Engine Result Page*) untuk kata kunci tertentu, sehingga diharapkan dapat memberikan feedback positif yaitu meningkatkan kunjungan ke Bima Utomo Waterpark.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Langkah Penelitian

Gambar 4. berikut merupakan langkah-langkah penelitian ini.



Gambar 4. Langkah penelitian

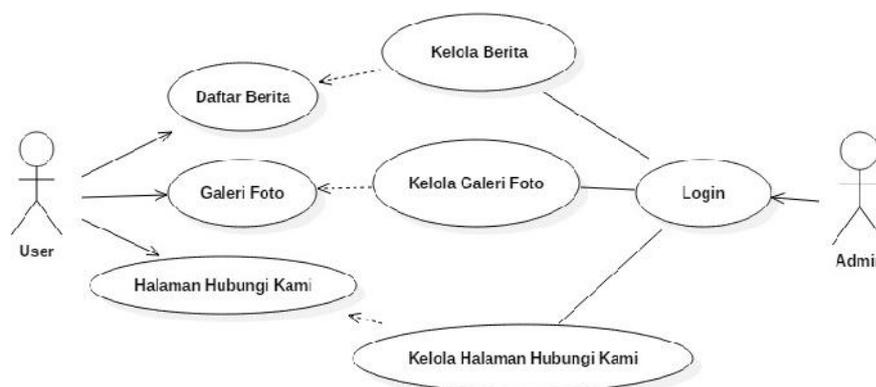
Dalam melakukan penelitian ini, terdapat beberapa tahapan penelitian yang dilakukan, yaitu:

1. Spesifikasi kebutuhan, dalam tahap ini menentukan kebutuhan pembangunan situs, dan fungsi-fungsi yang dibutuhkan
2. Melakukan pembangunan situs dan melakukan optimisasi. Pada tahapan kedua, dilakukan proses installasi. Setelah proses installasi selesai, dilanjutkan dengan mengoptimasi situs dengan cara merubah beberapa settingan awal situs.
3. Pre-test SERP (*Search Engine Result Page*), yaitu kegiatan yang mengimplementasikan pengujian pada web.
4. Menambahkan SEO *plugins* pada situs yang telah dibangun. Dalam kaitannya dengan metode *Search Engine Optimization*, ada beberapa plugin yang harus dipasang pada situs yang telah dibangun sebagai langkah optimisasi. *Plugin* yang telah terpasang, pada akhirnya memberikan efek peningkatan trafik pada situs yang telah dibangun, sebagaimana merupakan tujuan awal dari penelitian ini.
5. Mendaftarkan situs web ke *search engine*. Setelah situs web selesai dibangun, dilakukan submit URL untuk memberitahukan *search engine* bahwa terdapat situs baru yang siap di-*index*.
6. Mengidentifikasi hasil dari metode yang telah diterapkan.

2.2 Use Case Diagram Website Bima Utomo Waterpark

Use case diagram atau diagram *use case* menggambarkan kelakuan (*behavior*) sistem informasi yang akan dibuat. *Use case diagram* mendeskripsikan sebuah interaksi antara satu atau lebih aktor dengan sistem informasi yang akan dibuat. Secara umum, *Use case diagram* digunakan untuk mengetahui fungsi apa saja yang ada di dalam sebuah sistem informasi dan siapa saja yang berhak menggunakan fungsi-fungsi itu.

Pada Gambar 5 berikut merupakan *Use case diagram* pada website Bima Utomo Waterpark.



Gambar 5. Use case diagram Website Bima Utomo Waterpark

Berikut ini penjelasan dari use case diagram tersebut:

1. User bisa melihat menu Halaman Kami yang berisikan alamat, nomor telepon, kontak person dan dapat mengirimkan pesan kepada admin.
2. User dapat melihat Galeri Foto yang berisikan foto wahana dan fasilitas yang disediakan Bima Utomo Waterpark
3. User dapat melihat Halaman Berita yang berisikan informasi dan berita seputar Bima Utomo Waterpark
4. Admin mengelola berita, galeri foto dan halaman hubungi kami dengan login terlebih dahulu

2.3 Penerapan Metode SEO

Pelaksanaan penerapan metode SEO ini, dilakukan dalam beberapa tahapan berikut:

1) Pemilihan Domain

Domain adalah nama unik yang diberikan untuk mengidentifikasi nama server komputer seperti *web server* atau *email server* di internet. Domain memberikan kemudahan pengguna internet untuk melakukan akses ke *web server* dan mengingat nama website yang dikunjungi. Pemilihan nama yang mudah diingat juga akan mempermudah proses pengenalan di mesin pencari seperti Google dan Bing. Nama domain yang digunakan pada penelitian ini adalah www.bimautomowaterpark.com.

2) Pemilihan *Hosting*

Hosting adalah ruang dalam server komputer yang di gunakan sebagai penempatan data dan file yang ada. Pada penelitian ini hosting yang digunakan adalah hosting yang berbayar untuk memaksimalkan stabilitas performa website dan kecepatan tampilan website di komputer user.

3) Instalasi *Tools* Pendukung SEO

Proses ini dilakukan dengan instal beberapa tools pendukung SEO. Pada parameter SEO dilakukan dengan tahapan awal menyiapkan tools SEO yang dibutuhkan sebagai berikut:

a) Riset Jumlah Pencarian

Pencarian keyword menggunakan tool *Google Keyword Planner* untuk mengetahui jumlah pencariannya pada *search engine*.

b) Riset Kompetitor

Riset kompetitor yaitu menganalisis tingkat persaingan yang ada di hasil pencarian *search engine* Google. Tool yang digunakan yaitu mozbar.

c) Google SERP (*Search Engine Result Position*) Checker

Bagian penting dari SEO adalah kemampuan untuk mencek peringkat website di SERP atau hasil pencarian mesin pencari. *Tool SERP Checker* yang digunakan yaitu *whatmyserp*.

4) Parameter SEO

Pada tahap ini dilakukan pencarian item-item parameter SEO yang akan dioptimalisasi dalam penelitian. Pemilihan keyword yang dioptimasi maka keyword tersebut harus memiliki banyak pencarian dan memiliki persaingan yang rendah. Tujuannya yaitu agar keyword yang dioptimasi tersebut dapat mendatangkan pencarian yang banyak sehingga mendapatkan pengunjung yang diinginkan melalui mesin pencari, kemudian bisa bersaing di halaman pencarian dengan mudah.

Dalam proses optimasi SEO pada website Bima Utomo Waterpark yaitu ada 3 keywords yang ingin ditargetkan, yaitu:

Tabel 1. Keywords SEO

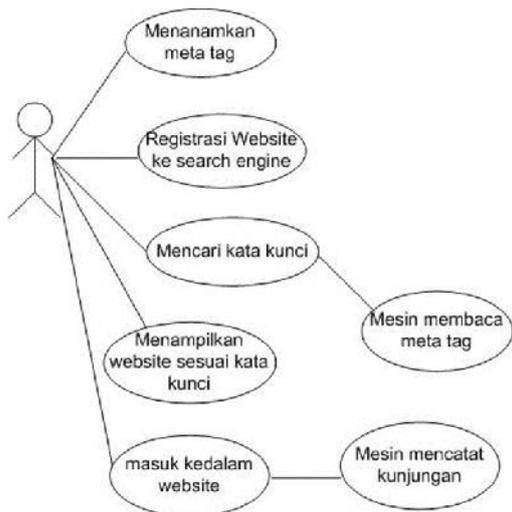
NO	Nama Website	Keyword
1	www.bimautomowaterpark.com/	Waterpark medan
2	www.bimautomowaterpark.com/	Bima Utomo
3	www.bimautomowaterpark.com/	Bima Utomo waterpark

5) Meta Tag

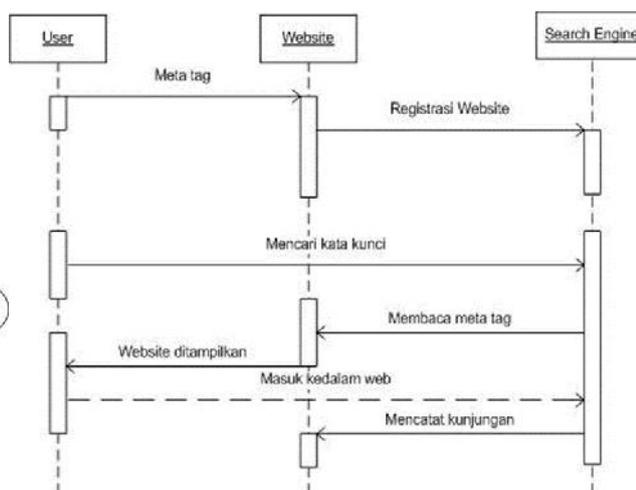
Meta tag merupakan deskripsi dari website yang terdiri dari beberapa *keyword* utama. Deskripsi *Meta tag* penting karena Google akan menggunakannya sebagai deskripsi dari halaman web. Menambahkan deskripsi meta tag untuk setiap halaman web merupakan praktik yang baik ketika Google tidak dapat membuat deskripsi yang baik tentang web. Meta tag yang digunakan adalah “Bima Utomo Waterpark, bimautomowaterpark.com. Kami menyediakan fasilitas gazebo gratis, aneka kolam anak, kantin, area outdoor luas, permainan dan lainnya.”

6) Diagram UML

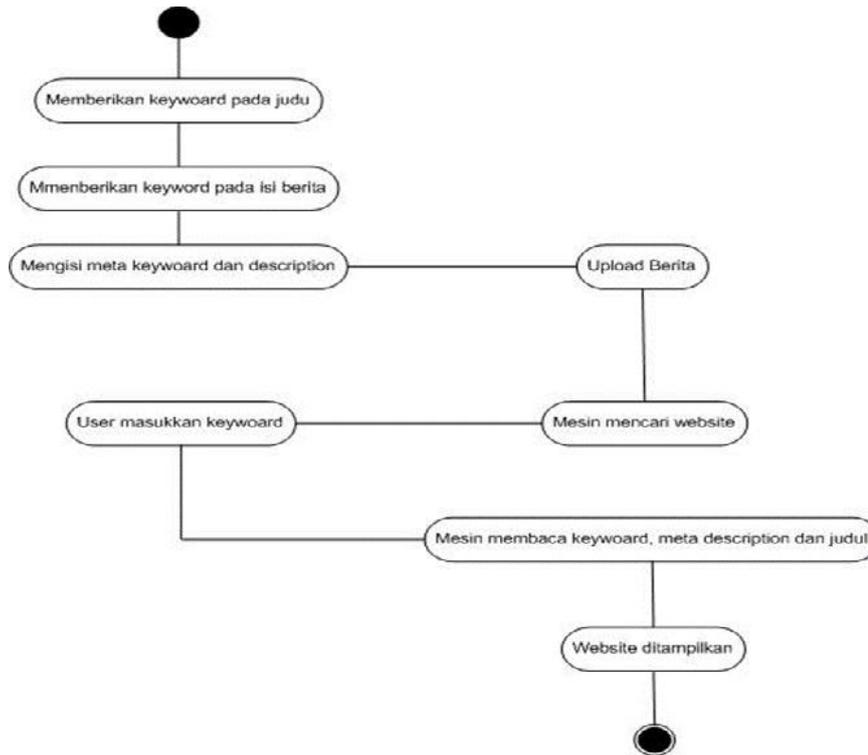
Berikut ini diagram-diagram UML penerapan SEO pada website Bima Utomo Waterpark:



Gambar 6. Use Case Diagram penerapan SEO



Gambar 7. Sequence diagram



Gambar 8. Activity diagram

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

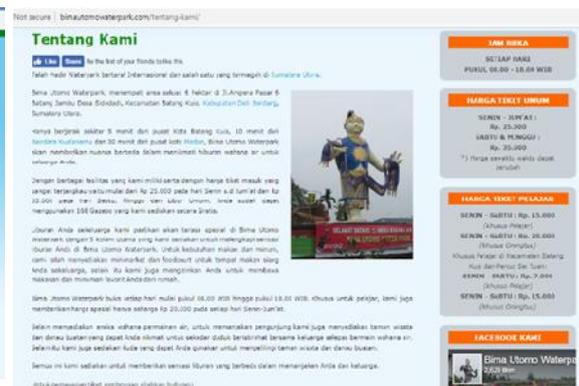
3.1 Halaman Utama Website

Halaman home adalah halaman pertama yang muncul saat user membuka website bima utomo waterpark. Pada halaman home terdapat beberapa elemen seperti menu yang didesain di bagian samping kanan web, yang terdiri dari menu tentang kami, berita dan promosi, fasilitas, galeri foto, hubungi kami, lokasi kami. Dibagian kiri terdapat logo dari web.

Berikut gambar implementasi dari halaman utama website dan halaman tentang kami:



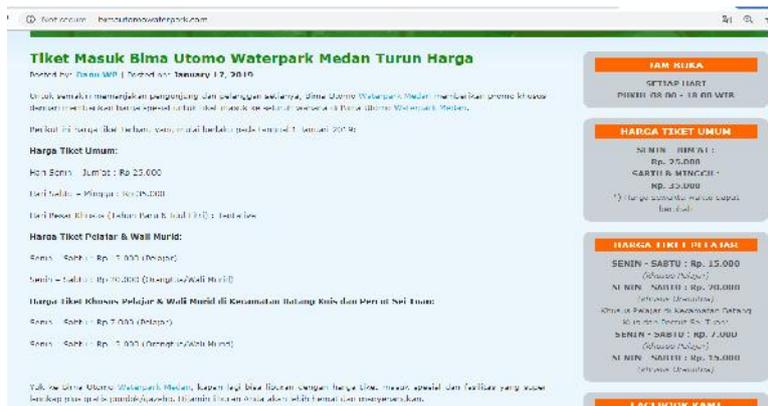
Gambar 9. Halaman Utama



Gambar 10. Halaman Tentang Kami

3.2 Peletakan Judul Artikel yang SEO Friendly

Peletakan judul yang *SEO Friendly* berfungsi untuk mempermudah para visitor menemukan website kita pada mesin pencari google.



Gambar 12. Judul artikel

3.3 Penempatan Kata Kunci di dalam Artikel

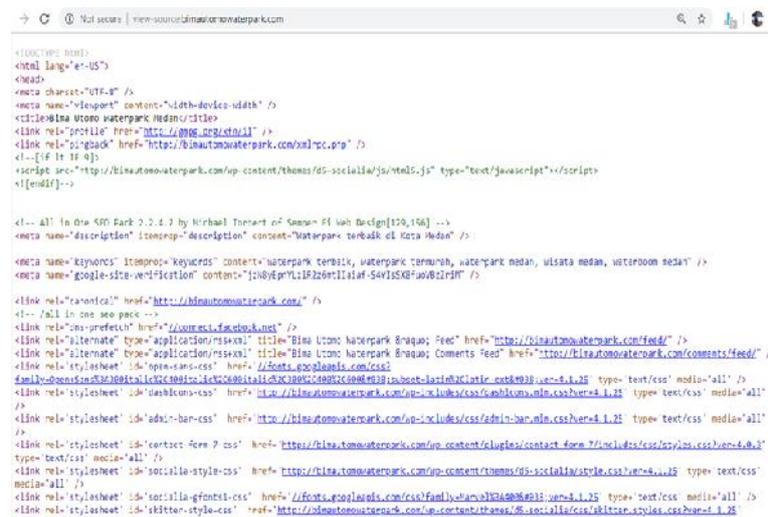
Penempatan kata kunci yang berulang-ulang di dalam artikel berfungsi agar algoritma google dapat dengan mudah menemukan website sesuai dengan kata kunci yang diketik oleh *visitor*.



Gambar 13. Peletakan kata kunci dalam artikel

3.4 Penempatan Meta Keywords dalam Coding Program

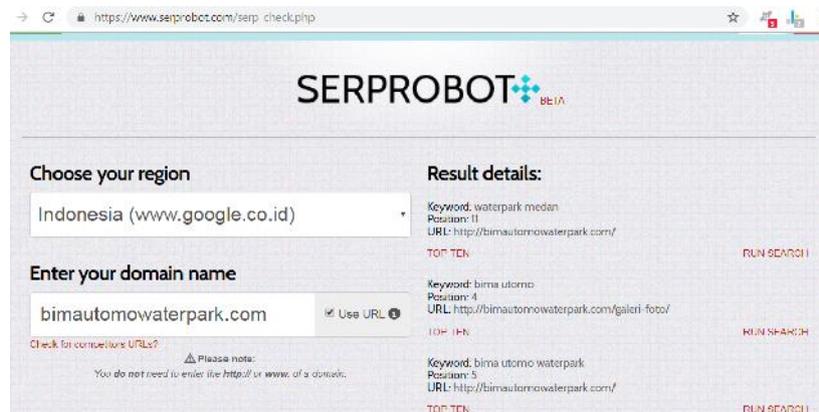
Penempatan *Meta Keywords* adalah untuk membantu Google mengenali penekanan pada setiap berita yang dimuat oleh blog ataupun website berita.



Gambar 14. Peletakan kata kunci dalam coding

3.5 Pengujian SERP

Pengujian SERP menggunakan SERPROBOT, dari pengujian yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 15. Pengujian SERP

Berdasarkan hasil pengujian, didapatkan hasil *keyword* waterpark medan berada di posisi ke-11 di pencarian google, *keyword* bima utomo di posisi ke-4 dan *keyword* bima utomo waterpark di posisi ke-5 di pencarian google.

3.6 Pengujian SEO

Pengujian SEO pada website bimaautomowaterpark.com dilakukan menggunakan *SEO Site Checkup*, dari pengujian yang dilakukan didapatkan hasil sebagai berikut:



Gambar 16. SEO Site Checkup Score

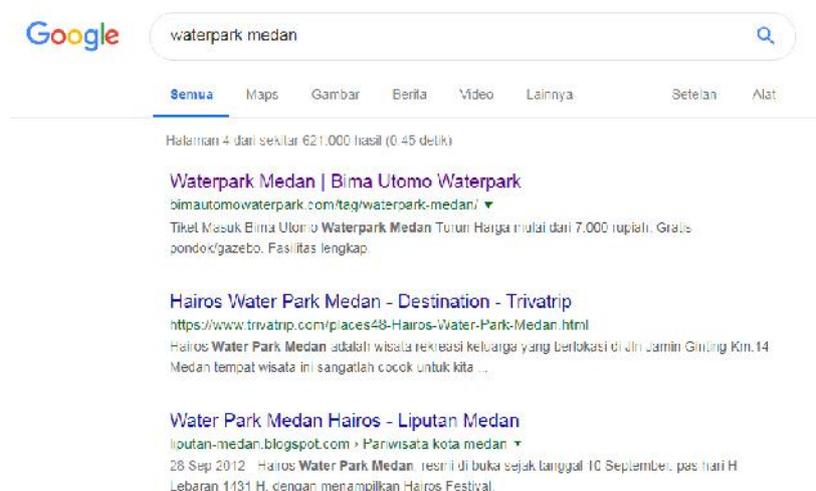
Secara garis besar nilai yang diperoleh adalah 58/100, hasil ini sudah meningkat dari pengujian sebelum menggunakan SEO pada website ini

COMMON SEO ISSUES	
Meta Title Test	<p>✔ This meta title of your page has a length of 26 characters. Most search engines will truncate meta titles to 70 characters.</p> <p>→ Bima Utomo Waterpark Medan</p>
Meta Description Test	<p>✔ The meta description of your page has a length of 31 characters. Most search engines will truncate meta descriptions to 160 characters.</p> <p>→ Waterpark terbaik di Kota Medan</p>
Google Search Results Preview Test	<p>ⓘ Bima Utomo Waterpark Medan http://bimaautomowaterpark.com Waterpark terbaik di Kota Medan</p>
Most Common Keywords Test	<p>ⓘ There is likely no optimal keyword density (search engine algo) that have evolved beyond keyword density metrics as a significant ranking factor. It can be useful, however, to note which keywords appear most often on your page and if they reflect the intended topic of your page. More importantly, the keywords on your page should appear within natural sounding and grammatically correct copy.</p> <p>→ waterpark - 44 times → bima - 11 times → utomo - 13 times → wisata - 25 times → (ami) - 19 times</p>
Keywords Usage Test	<p>✔ Congratulations! You are using your keywords in your meta tags, which help search engines to properly identify the topic of your page.</p>

Gambar 17. Common SEO issue

Pada Gambar 17 dapat disimpulkan bahwa, penerapan SEO telah terdeteksi oleh Google Search. *Meta Title*, *Meta Description* dan *Keyword* telah diterapkan dan mendapatkan hasil pencarian awal sesuai yang diinginkan.

3.7 Pengujian Pada Mesin Pencari Google



Gambar 18. Hasil pencarian google

Hasil pencarian dengan kata kunci waterpark medan mendapatkan hasil pada halaman ke-4 di halaman pencarian google. Hasil ini akan cukup bagus mengingat optimasi kata kunci ini baru dilakukan selama 1 bulan dan akan lebih optimal jika posting artikel dilakukan lebih intensif.

4. KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hasil sebagai berikut:

1. Pembuatan website bisnis/usaha dapat meningkatkan popularitas bisnis secara online melalui pencarian di mesin pencari.
2. Teknik SEO dapat dioptimalkan untuk meningkatkan popularitas website Bima Utomo Waterpark pada mesin pencari google.
3. Pemilihan kata kunci/*keyword* yang tepat dapat membantu kecepatan pencarian produk maupun jasa, sehingga dapat meningkatkan *brand awareness* dari produk/jasa tersebut secara online.
4. Penelitian ini dapat dikembangkan dengan memanfaatkan teknik SEO yang lebih *advance* untuk dapat meningkatkan sensitifitas mesin pencari terhadap kata kunci organic maupun non organic yang telah ditetapkan, sehingga hasil yang diharapkan dapat bekerja lebih optimal.

BAHAN REFERENSI

- [1] Digital 2019, Indonesia, Kepios Pte. Ltd., <https://datareportal.com/reports/digital-2019-indonesia>, 31 January 2019
- [2] Keller, Kevin Lane, dan Philip Kotler. 2016. *Manajemen Pemasaran*, edisi 12 Jilid 1 Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta Barat: PT. INDEKS
- [3] Rodin, R. 2017. *Teknologi Informasi Dan Fungsi Kepustakawanan*. Yogyakarta: Calpulis.
- [4] Muhammad Fauzy Ramdhani, Hafidudin, Ir Herman. *Perancangan Dan Implementasi Aplikasi Website T-Shirt Ewako Screen Printing Berbasis E-Commerce*. 2015. e-Proceeding of Applied Science : Vol.1, No.1 April 2015
- [5] Wahana Komputer, 2009. "Search Engine Optimization", Andi Offset, Yogyakarta
- [6] Nasution, Muhammad Irwan Padli, 2014, Keunggulan Kompetitif dengan Teknologi Informasi. Jurnal Elektronik