

PENINGKATAN BRANDING PADA WEBSITE SIKIDANG.COM DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN OFF PAGE DI CV. OAFINDO WONOSOBO

Nahar Mardiyantoro¹⁾, **Achmad Latifan Kholid**²⁾

^{1,2)} Teknik Informatika, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Sains Al-Qur'an

¹⁾ Email: mardziyant@fastikom-unsiq.ac.id

²⁾ Email: latifankholid@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 27 Juli 2021

Disetujui : 29 Agustus 2021

Kata Kunci :

Wisata, Paket Wisata, Website, SEO

ABSTRAK

CV Oafindo merupakan sebuah Commanditaire Vennootschap (persekutuan pasif) yang bergerak pada bidang penjualan jasa paket pariwisata. CV Oafindo ini, dalam bisnisnya selalu mengutamakan pemasaran online, dengan menggunakan website sikidang.com. Dikarenakan kurang maksimalnya peringkat website pada hasil pencarian, maka penulis diberi tugas untuk mengoptimasikan website tersebut dengan teknik SEO dan pemasaran pada sosmed lainnya, guna meningkatkan branding website pariwisata milik CV Oafindo. Dalam mengoptimasi website tersebut, penulis akan mulai mengoptimasi mulai dari konfigurasi server sampe optimasi SEO. Dengan begitu, branding website bisa menjadi lebih luas, bahkan bisa meningkatnya branding website bisa meningkatkan hasil penjualan produk dari CV Oafindo.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : July 27, 2021

Accepted : August 29, 2021

Keywords:

Tourism, Tour Packages, Website, SEO

ABSTRACT

CV Oafindo is a Commanditaire Vennootschap (passive partnership) which is engaged in the sale of tourism package services. CV Oafindo, in its business, always prioritizes online marketing, using the sikidang.com website. Due to the lack of maximum website ranking in search results, the author was given the task of optimizing the website with SEO techniques and marketing on other social media, in order to improve the branding of CV Oafindo's tourism website. In optimizing the website, the author will start optimizing starting from server configuration to SEO optimization. That way, website branding can become wider, even increasing website branding can increase product sales results from CV Oafindo.

1. PENDAHULUAN

Pengguna internet sering menggunakan mesin pencari untuk menemukan apa yang mereka butuhkan. Lebih dari 80 orang tertarik pada situs di halaman 1 dan 2 hasil pencarian, dan sisanya tertarik pada halaman berikutnya (berdasarkan survei oleh Pusat Gvu Georgia Tech). Berdasarkan hal tersebut, pemilik website berusaha untuk menempatkan website mereka di urutan teratas atau setidaknya di halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci yang ditargetkan. Logikanya, situs web di halaman pertama atau pertama hasil pencarian lebih cenderung menarik pengunjung daripada situs di halaman di bawah atau di belakang. Untuk mencapai hal tersebut salah satunya menggunakan metode SEO. Optimisasi mesin pencari atau SEO berarti optimasi mesin pencari. Sederhananya, SEO adalah pendekatan dan proses sistematis untuk mengoptimalkan peringkat situs web Anda dan menempatkannya di 10 teratas atau halaman pertama hasil pencarian (Amin, F, 2019). Dengan menangkap peringkat ini, situs web kami memiliki peluang untuk menarik lebih banyak pengunjung. Untuk melakukan SEO, Anda memerlukan situs web yang menarik, unik, dan berkualitas tinggi. Anda dapat membuat website dengan membangunnya sendiri atau dengan menggunakan CMS (content management system) seperti wordpress atau jomla. Sistem di situs ini menggunakan platform WordPress. Platform ini open source, jadi gratis untuk digunakan dan Anda dapat mengubahnya sesuka Anda. Platform ini dikembangkan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL, beberapa kelebihanannya cocok untuk pemula atau profesional, memiliki komunitas yang besar, dan tutorial yang banyak (Jumanto R, 2012). Selain itu, pemilihan metode SEO didasarkan pada alasan mengapa konsumen mencari informasi secara online, menemukan penyedia layanan untuk menghemat waktu, dan membuat informasi mudah diakses oleh konsumen. Saya percaya itu perlu. Studi kasus penerapan teknik referensi ini dilakukan di CVO afindo Wonosobo pada situs

sikidang.com. Perusahaan beroperasi dalam promosi dan penjualan paket perjalanan melalui Internet. Ada banyak masalah pada website perusahaan, antara lain penurunan pengunjung

website, penurunan peringkat hasil pencarian yang optimal, dan penurunan popularitas situs karena pemilihan kata kunci yang tidak tepat. Dengan menerapkan teknik SEO ini, Anda akan dapat memperbaiki masalah yang terjadi pada website perusahaan Anda. Alasan memilih pendekatan ini didasarkan pada sejumlah manfaat, seperti menarik pengunjung target Anda dan meningkatkan visibilitas situs web Anda. Meskipun teknik ini memiliki beberapa keuntungan, teknik ini juga memiliki beberapa keterbatasan, seperti hasil yang kurang cepat, lebih banyak memakan waktu dan tenaga, dan persaingan yang sangat ketat. Untuk menerapkan teknik SEO ini, gunakan plugin Yoast SEO Tool (Wicaksono T, 2020). Pemilihan plugin ini didasarkan pada pengelolaan seperti judul, deskripsi meta, identifikasi kata kunci, dll. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini diberi judul “Peningkatan Branding Website Sikidang.com dengan Menggunakan Teknik Search Engine Optimization (SEO) On Page dan Off Page Di CV Oafindo Wonosobo”.

2. METODE

A. Metode Pengumpulan Data Penelitian

1) Survey Pustaka

Merupakan proses pengumpulan data yang berhubungan dengan penelitian baik yang didapat dari artikel, ataupun buku-buku teori yang membahas tentang teknik dasar atau penerapan SEO yang mempunyai hubungan erat dengan penelitian ini.

2) Wawancara

Merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan secara bertemu langsung untuk bertatap muka, guna melakukan penggalian informasi tentang website tersebut dengan cara tanya-jawab. Dalam hal ini penulis mewawancarai pemilik perusahaan, dan juga admin website sikidang.com.

B. Instrumen Penelitian

1) Peneliti (Human Instrument)

Dalam penelitian kualitatif, kehadiran peneliti (orang yang melakukan penelitian) bersifat mutlak, karena kehadiran bertujuan untuk berinteraksi langsung dengan lingkungan penelitian baik manusia atau non manusia

(Wahidmurni, 2017). Dalam hal ini peneliti menjadi key instrument dalam pengumpulan data, sehingga peneliti harus aktif terjun ke lapangan (Rukajat, 2018). Kehadiran peneliti disini dijelaskan untuk melakukan tugas utama, yaitu melakukan wawancara langsung terhadap pemilik instansi, admin website, serta melakukan analisa langsung terhadap website sikidang.com.

2) *Tools (Browser)*

Pada tahap analisa juga membutuhkan bantuan dari sebuah tools, yang mana penulis menggunakan alat bantu mesin pencari, yaitu Google.com. Sehingga lebih mudah dalam mendapatkan gambaran hasil kinerja dari website tersebut(Endra, 2017).

Browser ini digunakan untuk mengetahui hasil analisa terhadap website sikidang.com, melalui website seotestersonline.com, adapun nilai pengujiannya sebagai berikut :



Gambar 1. Hasil SEO tester website sikidang.com

Dengan hasil seperti diatas, menunjukkan nilai 56.5%, dan masih sangat mungkin untuk meningkatkan kualitas SEO pada website sikidang.com.

3) *Improvisasi Hybrid Modified MCDM Models*

Dalam dunia informasi yang berkembang ini, mencapai peringkat teratas di mesin pencari utama seperti Google, Bing atau Yahoo telah menjadi semakin kompetitif (Mulyandi, 2012). memilih untuk menggunakan kombinasi model hibrida untuk menentukan cara meningkatkan strategi satu sama lain untuk peringkat yang lebih baik di

berbagai mesin pencari (Permana, 2019). Penggunaan model pengambilan keputusan beberapa kriteria (MCDM) memungkinkan keputusan yang lebih baik dan lebih optimal untuk administrator situs web.

Tabel 1. Instrumen Pengujian Website Sebelum dan Sesudah Penerapan SEO

NO	Data Penelitian	
	Sebelum Optimasi	Sesudah Optimasi
1	Trafic	Trafic
2	Total Klik dan Penayangan	Total Klik dan Penayangan
3	Tayangan Halaman	Tayangan Halaman
4	Jumlah Tautan Internal Link	Jumlah Tautan Internal Link

3. **HASIL DAN PEMBAHASAN Implementasi**

a. Riset Kata Kunci

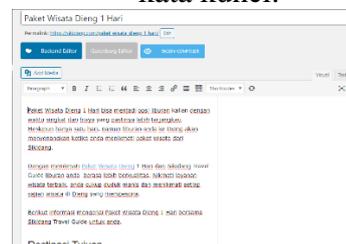
Dalam proses penerapan SEO pada website sikidang.com ini, pihak perusahaan meminta penargetkan beberapa kata kunci yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk jasa mereka. Adapun beberapa kata kunci yang dimintakan oleh perusahaan adalah sebagai berikut

Tabel.2 Target yang diminta.

No.	Target keyword perusahaan
1	Paket wisata Dieng terbaru 2021
2	Paket wisata Dieng 1 hari
3	Paket wisata Dieng 2 hari 1 malam
4	Sikidang
5	Sikidang travel
6	Harga Paket Wisata Dieng 3 Hari 2 Malam

b. Pembuatan Artikel

Dalam membuat artikel harus disisipi kata kunci.



Gambar.2 Pembuatan artikel

c. Heading

Dalam menerapkan Heading harus disisipi kata kunci.

- <H1> Paket wisata Dieng terbaru
- <H2> Paket wisata Dieng 1 hari
- <H3> Paket wisata Dieng 2H1M

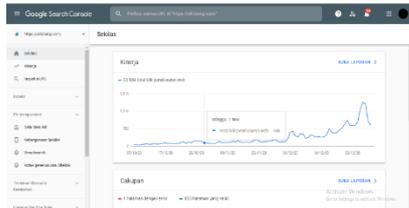
d. Optimasi Gambar

Dalam nama gambar, harus sama dengan kata kunci.



Gambar. 3 Optimasi gambar

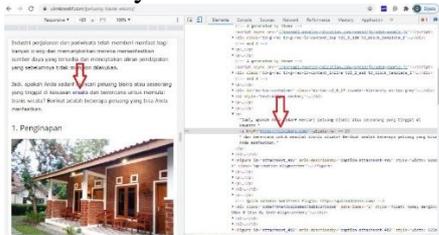
e. Submit Web ke Goole Web



Gambar.4 Submit ke Google

f. Penambahan Backlink

Penambahan backlink berguna untuk menyebarkan website.



Gambar.5 Penambahan Backlink

g. Penambahan PBN

Penambahan PBN sangat mempengaruhi website dalam hasil pencarian.

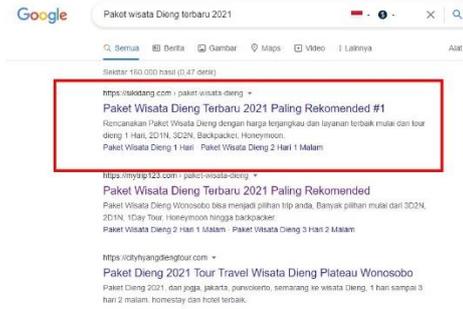


Gambar.6 Pengelolaan PBN

1.1 Hasil Optimasi

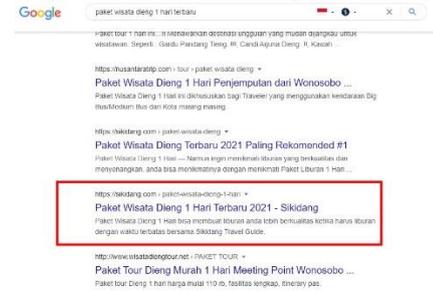
a. Peringkat Kata Kunci

- Paket Wisata Terbaru



Gambar. 7 Peringkat Paket wisata

- Paket Wisata Dieng 1 hari



Gambar.8 Peringkat Wisata Dieng

- Paket Wisata 2H1M



Gambar.9 Peringkat Paket 2H1M

b. Kesimpulan Hasil Kata Kunci

Tabel 3. Kesimpulan Hasil Kata Kunci

No	Kata Kunci	Peringkat	Persaingan	Halaman Google
1	Wisata Dieng Terbaru	1	Sulit	1
2	Paket Wisata Dieng 1H	6	Sulit	1
3	Paket Wisata Dieng 2H1M	6	Sulit	1
4	Paket Wisata Dieng 3H2M	5	Sulit	1

5	Sikida ng	1	Sulit	1
---	--------------	---	-------	---

c. Tabel Pengujian

Tabel 4. Pengujian

No.	Sebelum	Sesudah
	Traffic 	
	Total klik 	
	Tayang hlmn 	
	PBN	

d. Tabel Hasil Penjualan

Tabel 5. Hasil Penjualan

No.	Bulan	Pembeli	Total
1.	Maret	5	2.4jt
2.	April	8	5.1jt
3.	Mei	0	-
4.	Juni	0	-
5.	Juli	0	-
6.	Agustus	0	-

4. PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Setelah menyelesaikan survey teknik optimasi mesin pencari (SEO) on-page dan off-page di website sikidang.com, diperoleh beberapa kesimpulan:

1. Ada dua teknik optimasi. Optimisasi mesin pencari (SEO) digunakan untuk mengoptimalkan situs web: SEO. SEO On-page dan off-page, SEO on-page diindeks oleh mesin pencari berdasarkan kata kunci, tag meta, domain, dll. Di sisi lain, SEO off page diindeks oleh mesin pencari berdasarkan faktor eksternal seperti backlink berkualitas dan koneksi ke situs web lain.
2. Optimasi Teknik SEO ini dapat meningkatkan popularitas atau branding situs sikidang.com oleh beberapa kompetitor kita. Ini juga meningkatkan peringkat hasil mesin pencari (SERP). Dengan hasil tersebut, otomatis jumlah pengunjung situs sikidang.com akan bertambah.
3. Situs sikidang.com mengalami peningkatan jumlah pengunjung dengan menerapkan teknik optimasi SEO ini. Karena tingginya jumlah pengunjung ke situs sikidang.com mampu meningkatkan penghasilan CV Oafindo.

4.2. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengakui bahwa dalam penelitian “Peningkatan Branding Website Sikidang.com dengan Teknik SEO On Page dan Off Page” tidak terlepas dari kata kelemahan, maka dari itu penulis memiliki beberapa saran guna mengembangkan SEO pada website untuk kedepannya serta beberapa strategi pemasaran yang lebih baik sebagai berikut:

1. Lakukan pengecekan peringkat setiap bulannya, guna melihat perkembangan website yang terjadi
2. Lakukan penambahan artikel/konten pada website setiap harinya, guna mempertahankan atau bahkan meningkatkan peringkat website dalam hasil pencarian, karena dalam merekomendasikan Algoritma Google lebih merekomendasikan website yang selalu update.
3. Lakukan perawatan website sesering mungkin, guna mengantisipasi kemungkinan terkenanya efek SEO negative
4. Memperbanyak konten tentang wisata lebih banyak, guna mendapat

kepercayaan pengunjung dalam hal pemesanan paket wisata.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Amin, F., & Nurraharjo, E. (2019). *OPTIMASI WEBSITE PENJUALAN BUKU MENGGUNAKAN METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN SEO OFF PAGE*.
- Jumanto, R., Utama, D. S., & Kurnianingsih, D. (2012). *Membandingkan Kemampuan Ems Joomla Dan Wordpress*. Universitas Gunadarma.
- Wicaksono, T. G., & Muhtarom, M. (2020). *Implementation of Search Engine Optimization (SEO) on Website of IKM Semanggi Harmony*. International Journal of Progressive Sciences and Technologies, 19(1), 202-206.
- Wahidmurni, W. (2017). *Pemaparan metode penelitian kualitatif*.
- Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Endra, R. Y., & Prasetya, D. (2017). *Analisis Perbandingan Teknik SEO Antara Google Webmaster Dan Bing Master Menggunakan Gap Analisis*. Explore: Jurnal Sistem informasi dan telematika (Telekomunikasi, Multimedia dan Informatika), 8(1).
- Mulyandi, M. R., Sudaryono, S., & Ningrum, I. T. (2012). *INOVASI STRATEGI PEMASARAN INTERNET MENGGUNAKAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*. Semantik, 2(1).
- Permana, S. D. H. (2019). *Analisis Hasil Improvisasi SEO dengan Metode Hybrid Modified MCDM untuk Peningkatan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website UMKM*. Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 8(1), 85-91.