

IMPLEMENTASI SEO ON PAGE PADA WEBSITE LADDER UNTUK MENINGKATKAN SEARCH ENGINE RESULT PAGE

Faren Liyadi¹, Arianti^{2*}, Hendra Surasa³

^{1,2,3}Teknik Informatika, STMIK Kharisma Makassar
e-mail: ¹farenliyadi_19@kharisma.ac.id, ²arianti@kharisma.ac.id,
³hendrasurasa@kharisma.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan peringkat search engine result page pada website Ladder pada mesin pencarian yang paling diminati oleh pengguna internet yaitu mesin pencarian Google agar website Ladder lebih mudah ditemukan dan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan pada website Ladder. Metode SEO yang digunakan dalam penelitian ini adalah 'On Page' dengan melakukan optimasi tag title, optimasi tag meta description, optimasi permalink, optimasi heading tag, dan optimasi gambar dimana dilakukan pengumpulan data dengan teknik observasi terhadap peringkat dan kunjungan pada website Ladder sebelum dan sesudah melakukan implementasi SEO on page menggunakan tools online untuk membandingkan peringkat dan jumlah kunjungan pada website Ladder. Hasil penelitian menunjukkan 1 dari 3 kata kunci yang ditentukan berhasil tampil dihalaman pertama SERP dan kunjungan yang berasal dari organic search pada website Ladder mengalami peningkatan sebanyak 40 pengguna baru selama 2 minggu.

Kata kunci: SEO On Page, Website, SERP, Search Engine, Ladder.

Abstract

This study aims to increase the search engine result page ranking on the Ladder website on the search engine that is most in demand by internet users, namely the Google search engine so that the Ladder website is easier to find and has an impact on increasing the number of visits to the Ladder website. The SEO method used in this study is 'On Page' by optimizing title tags, optimizing meta description tags, optimizing permalinks, optimizing heading tags, and optimizing images where data is collected by observing the ranking and visits to the website Ladder before and after. implement on-page SEO using online tools to compare the ranking and number of visits on the Ladder website. The results showed that 1 out of 3 specified keywords managed to appear on the first page of the SERP and visits from organic search on the Ladder website increased by 40 new users for 2 weeks.

Keywords: SEO On Page, Website, SERP, Search Engine, Ladder.

1. PENDAHULUAN

Ladder merupakan aplikasi yang memudahkan masyarakat untuk mencari berbagai layanan jasa panggilan untuk daerah Makassar yang berbasis android. Sewaktu penelitian ini dilakukan layanan jasa yang tersedia hanya 2 yaitu cuci AC dan montir mobil panggilan. <https://www.ladder.my.id> adalah link dari website Ladder yang digunakan untuk memperkenalkan kepada pengguna internet mengenai hadirnya aplikasi Ladder dan juga memberikan informasi seputar aplikasi Ladder yakni penjelasan mengenai apa itu aplikasi Ladder, informasi jasa yang tersedia, manfaat yang didapatkan setelah melakukan sebuah jasa, dan cara mendaftar menjadi mitra pada aplikasi Ladder.

* Corresponding author : Arianti(arianti@kharisma.ac.id)

Pengguna internet biasanya mencari informasi dengan menggunakan *search engine*. *Search engine* atau dikenal juga dengan sebutan mesin pencari adalah sebuah program komputer yang dibuat untuk mencari file-file yang berisi informasi sesuai dengan kata kunci (*keyword*) yang dimasukkan dan hasil pencarian disajikan dalam bentuk SERP (*Search Engine Result Page*) yakni halaman yang berisikan jutaan website yang ditampilkan berdasarkan hasil penelusuran dari mesin pencari [1]. Salah satu *search engine* yang paling banyak diminati oleh pengguna internet adalah Google. Berdasarkan data *market share search engine* di Indonesia dari StatCounter pada Juni 2022, mesin pencari google menempati posisi tertinggi dari statistik *market share search engine* di Indonesia yakni sebesar 97,3% [2]. Menurut Rafi Bagaskara Halilintar dan Dony Ariyus Sebanyak 62% dari pengguna *search engine* lebih tertarik pada 10 atau 20 situs pertama yang terletak pada halaman 1 atau 2 pada SERP (*Search Engine Result Page*) dan 38% pengguna mesin pencari melanjutkan ke halaman berikutnya [3]. Berdasarkan hal tersebut maka penting untuk membuat website kita berada pada halaman 1 atau 2 pada SERP menggunakan kata kunci tertentu sehingga dapat meningkatkan peluang *website* tersebut dikunjungi oleh pengguna *search engine*.

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah sebuah teknik optimasi dengan tujuan agar sebuah *website* dapat berada di halaman terdepan dan teratas pada *search engine* sehingga *website* tersebut memiliki potensi yang lebih besar untuk dikunjungi oleh pengguna *search engine* [4]. SEO terbagi atas 2 metode yaitu *on page* dan *off page*. *On page* adalah bentuk optimasi dari sisi *internal website* agar mudah di kenali dan mempengaruhi peringkat di *search engine*, sementara *off page* adalah bentuk optimasi dari sisi *external website* dengan kata lain mempromosikan suatu *website* di *website* lain [1], [3], [4], [5].

Sejak *website ladder* di *launching* pada bulan April, *website* tersebut sangat sulit ditemukan di mesin pencarian *Google* hal itu dapat di buktikan melalui percobaan pengujian menggunakan *tools serbrobot* dengan memasukkan kata kunci yang ditargetkan dan hasilnya *website Ladder* tidak ditemukan dalam 100 peringkat teratas sehingga berdampak pada rendahnya kunjungan *website* tersebut yakni hanya 9 kunjungan *direct* yakni kunjungan dengan memasukkan langsung url *website* yang dituju dimana data tersebut didapatkan melalui *tools Google Analytics* pada 7 April sampai 14 Juni 2022. Berdasarkan masalah tersebut peneliti melakukan implementasi SEO pada *website Ladder* menggunakan metode *on page* karena meningkatkan *visibilitas* dan peringkat SERP *website Ladder* di mesin pencarian dalam waktu yang singkat dengan menggunakan kata kunci yang ditargetkan sehingga dapat meningkatkan kunjungan *website* [1], [5], [6].

2. LANDASAN TEORI

2.1 *Search Engine Optimization (SEO)*

SEO adalah sebuah teknik optimasi yang bertujuan agar sebuah *website* berada di halaman terdepan dan teratas pada *search engine* sehingga *website* tersebut memiliki potensi yang lebih besar untuk dikunjungi oleh pengguna *search engine*. Metode SEO terbagi atas dua yaitu SEO *on page* dan SEO *off page*. *On page* adalah bentuk optimasi dari sisi *internal website*

agar mudah di kenali oleh *search engine* dalam waktu singkat. Optimasi yang dapat dilakukan pada website ladder adalah optimasi pada *tag title*, *tag meta description*, *url optimization*, *image optimization*, *internal links*, dan lain-lain. Sementara off page adalah bentuk optimasi dari sisi *external website* seperti *link building*, *social share*, *submission webmaster*, dan lain-lain [1], [3], [4]. Implementasi SEO dapat dikatakan berhasil jika pencarian menggunakan kata kunci yang ditargetkan berada pada halaman pertama atau kedua SERP dan terjadi penambahan jumlah pengunjung website karena peluang website yang berada dihalaman pertama SERP lebih besar untuk dikunjungi [7], [3].

2.2 Search Engine Result Page (SERP)

Search Engine Result Page atau biasa disingkat SERP adalah halaman yang menampilkan hasil dari mesin pencari dimana menampilkan jutaan *website* berdasarkan urutan kemunculannya yang mempunyai kata kunci terkait dengan yang dicari [1]. Pada penelitian ini peneliti berfokus pada *search engine result page* di mesin pencarian yang paling diminati oleh pengguna internet yaitu *Google*. Setiap halaman hasil mesin pencarian menampilkan paling banyak 10 *website* dengan kategori pencarian organik. *Website* hasil pencarian organik dapat dibedakan dengan tidak adanya tulisan *ads* pada samping link *website* dihasil pencarian.

2.3 Keyword (Kata Kunci)

Keyword atau kata kunci merupakan hal yang sangat penting dalam penerapan SEO. Penggunaan kata kunci yang tepat dan relevan pada sebuah *website* dapat meningkatkan pengunjung *website* serta memiliki pengaruh terhadap hasil *query* pencarian di mesin pencari. Dalam menentukan *keyword* atau kata kunci peneliti menggunakan bantuan *tools* yang bernama *google keyword planner* dimana pada *tools* ini memperlihatkan rata-rata jumlah penelusuran pada kata kunci tersebut dan tingkat persaingan ketika menggunakan kata kunci tersebut [6], [8], [9].

2.4 Penelitian Terkait

Penelitian ini menggunakan beberapa referensi sebagai tinjauan pustaka yang berasal dari jurnal untuk menunjang penelitian ini:

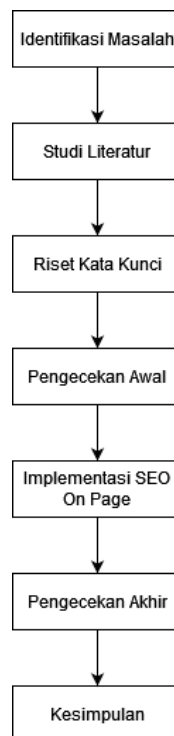
- a. Penelitian yang dilakukan oleh Nizar Haris Masruri dengan judul Kajian Metode SEO berbasis *On-Page* Sebagai Strategi Meningkatkan *Visibilitas Website* di SERP membahas secara deskriptif tentang metode *On-Page* yang penting sebagai dasar untuk membangun sebuah *website* yang berkualitas dengan merancang struktur *website* agar disukai oleh mesin pencari sehingga *website* lebih mudah mendapatkan ranking didalam SERP seperti melakukan optimasi *tag title*, *meta description*, *heading tags*, *image seo*, *url naming*, dan sebagainya. Melalui penelitian ini, peneliti menggunakan tahapan implementasi SEO on page berdasarkan penelitian tersebut sehingga dapat meningkatkan visibilitas *website Ladder* sehingga lebih mudah ditemukan pada mesin pencarian sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan *website* [5].
- b. Penelitian yang dilakukan oleh Efi Woncharso, Ahyar Muawwal, dan Afifah dengan judul Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) Untuk Meningkatkan Pengunjung Pada *Website SCLEAN* dimana penelitian ini hanya menggunakan metode SEO *on page*

dengan optimasi yang dilakukan berupa title tags, meta keywords, meta descriptions, dan image optimization yang dilakukan yang menghasilkan peningkatan pengunjung dari 7 menjadi 78 pengunjung dan membuat hasil kata kunci target berada pada halaman pertama dan ketiga. Melalui penelitian ini, peneliti menggunakan alur tahapan penelitian yang sama dengan yang digunakan pada penelitian tersebut agar penelitian ini dapat berjalan dengan terstruktur sehingga dapat meningkatkan peringkat SERP pada *website Ladder* [7].

Berdasarkan penelitian diatas, yang membedakan dari penelitian diatas yaitu setelah melakukan implementasi SEO *on page*, peneliti melakukan pengindeksan ulang pada *Google Search Console* agar perubahan data *website* pada database di mesin pencari *Google* sehingga mempercepat waktu untuk melihat hasil dari optimasi SEO *on page* yang dilakukan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan jenis data kuantitatif dengan melakukan observasi terhadap perubahan pada SERP dan kunjungan pada *website* sebelum dan sesudah implementasi SEO *on page* menggunakan *tools online*. Alur tahapan penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Tahapan Penelitian [7]

Berikut penjelasan mengenai alur tahapan penelitian yang digunakan:

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan pemahaman mengenai masalah yang terjadi pada *website Ladder* dimana *website* tersebut sangat sulit ditemukan pada mesin pencari sehingga berdampak pada rendahnya kunjungan di *website Ladder*.

2. Studi Literatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian terhadap referensi yang berhubungan dengan *SEO on page* penelitian ini sehingga dapat menunjang penelitian ini.

3. Riset Kata Kunci

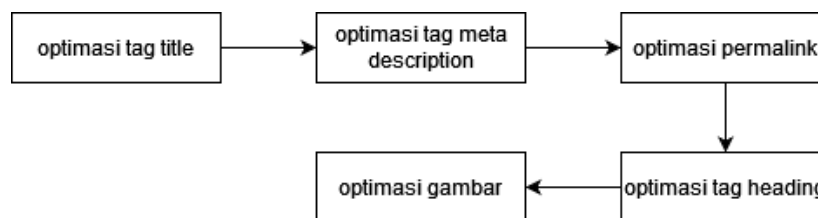
Pada tahap ini dilakukan riset terhadap kata kunci agar implementasi *SEO on page* yang dilakukan lebih efektif. Dalam melakukan riset kata kunci menggunakan *tools google keyword planner* yaitu *tools* dari *Google* yakni untuk menemukan kata kunci yang ditargetkan dengan memperhatikan estimasi penelusuran dan tingkat persaingan dari kata kunci yang disediakan.

4. Pengecekan Awal

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data berupa peringkat *website* pada mesin pencari *google* dan jumlah pengunjung serta skor penilaian *SEO* pada *website Ladder* menggunakan beberapa *tools online* sebelum melakukan implementasi *SEO on page*.

5. Implementasi *SEO On Page*

Pada tahapan ini dilakukan implementasi *SEO on page* yang dapat kita lihat pada Gambar 2 dibawah ini.



Gambar 2. Tahapan Implementasi *SEO On Page* [5]

Optimasi yang dilakukan pertama yaitu *tag title* karena *tag* ini merupakan bagian dasar bagi para pengguna mesin pencari karena dijadikan judul halaman *website* di dalam *SERP*. Setelah itu dilakukan optimasi *tag meta description* karena merupakan bagian dari identitas sebuah *website* yang ditampilkan pada *SERP*. Setelah itu baru dilakukan optimasi *permalink* untuk memudahkan mesin pencari mengidentifikasi topik dari sebuah halaman. Setelah itu dilakukan optimasi *tag heading* dimana *website* yang dioptimalkan dengan kualitas *heading* yang baik agar disukai oleh mesin pencari. dan yang terakhir adalah optimasi gambar yakni memberikan atribut *alt* dan *title* pada *tag img* yang berguna sebagai informasi yang muncul Ketika sebuah gambar gagal untuk dimuat [5]. Setelah melakukan kelima optimasi tersebut, selanjutnya peneliti meminta pengindeksan ulang pada *google*

search console agar mempercepat perubahan data *website* pada database di mesin pencari.

6. Pengecekan Akhir

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data lagi berupa peringkat *website* pada mesin pencari *Google* dan jumlah pengunjung serta skor penilaian SEO pada *website Ladder* menggunakan bantuan *tools* dengan rentang waktu 2 minggu setelah melakukan implementasi SEO *on page* lalu melakukan perbandingan dengan data pengecekan awal yang telah dikumpulkan sebelumnya.

7. Kesimpulan

Pada tahap ini dilakukan penarikan kesimpulan berdasarkan hasil perbandingan data pengecekan awal dan akhir.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Riset kata kunci

Pada tahap ini dilakukan pencarian kata kunci yang relevan dengan *website Ladder* menggunakan *tools google keyword planner*. *Tools* ini berfungsi untuk melakukan riset kata kunci pada mesin pencarian google. Pemilihan kata kunci haruslah bersifat umum dan relevan dengan sebuah *website* serta kata kunci tersebut banyak digunakan oleh pengguna mesin pencari dan memiliki tingkat persaingan yang rendah agar hasilnya efisien[10]. Hasil rekomendasi kata kunci *google keyword planner* dengan memasukkan kata kunci jasa panggilan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kata Kunci Rekomendasi *Google Keyword Planner* Yang Relevan Dengan *Website Ladder*

Kata kunci	Penelusuran bulanan rata-rata	Persaingan
jasa panggilan	10 - 100	Rendah
montir mobil panggilan makassar	10 – 100	Rendah
tukang cuci ac makassar	10 – 100	Tinggi
jasa cuci ac makassar	100 – 1 rb	Sedang
jasa montir mobil makassar	0 - 10	Tidak Ada

Pada kolom persaingan berisikan informasi tentang penggunaan kata kunci tersebut pada *website* lain. Semakin tinggi persaingan maka semakin banyak yang menggunakan kata kunci tersebut pada *website* yang terindeks di *Google*. Sementara pada kolom penelusuran bulanan rata-rata adalah estimasi jumlah rata-rata pengguna mesin pencari menggunakan kata kunci tersebut dalam sebulan. Dari hasil rekomendasi kata kunci yang relevan tersebut, peneliti

menyimpulkan kata kunci yang digunakan pada *website Ladder* adalah sebagai berikut dapat kita lihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Kata Kunci Yang Ditargetkan

Kata kunci yang ditargetkan
jasa panggilan
montir mobil panggilan makassar
jasa cuci ac makassar

Pada pemilihan kata kunci yang ditargetkan, peneliti menargetkan 3 kata kunci. Penetapan kata kunci yang ditargetkan didasarkan penelusuran bulanan rata-rata serta tingkat persaingan.

4.2. Pengecekan Awal

Pada tahapan ini dilakukan pengumpulan data menggunakan beberapa *tools* sebelum melakukan implementasi SEO *on page*. Berikut adalah pengumpulan data awal menggunakan beberapa *tools*:

1. SERPROBOT

Tools ini berfungsi untuk mengecek peringkat sebuah *website* pada mesin pencarian *google* dengan memasukkan kata kunci dan nama domain pada sebuah *website*. Satu halaman hasil pencarian paling banyak memuat 10 *website nurri aas*. berikut hasil peringkat *website ladder* dengan menggunakan kata kunci akhir yang sudah ditetapkan.

Keyword: jasa panggilan
Position: Not Found in top 100!
URL: Not Found in top 100!

TOP TEN

Keyword: jasa cuci ac makassar
Position: Not Found in top 100!
URL: Not Found in top 100!

TOP TEN

Keyword: montir mobil panggilan makassar
Position: Not Found in top 100!
URL: Not Found in top 100!

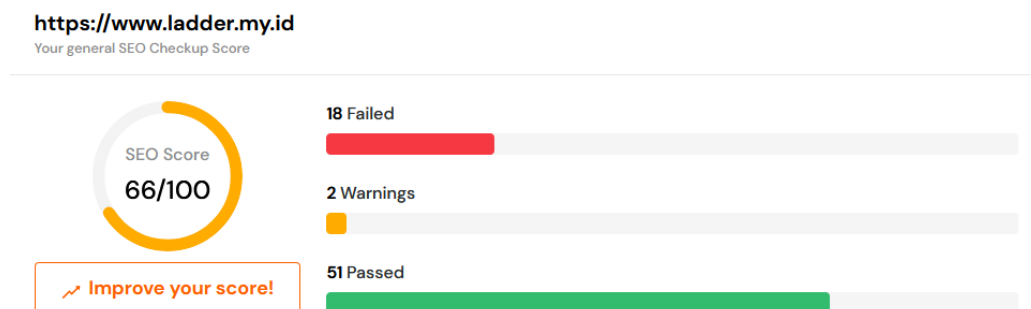
TOP TEN

Gambar 3. Peringkat *Website* Dengan Kata Kunci Yang Ditargetkan Sebelum Implementasi SEO *On Page* 14 Juni 2022

Pada Gambar 4 dapat kita lihat peringkat *website* ladder.my.id tidak masuk dalam 100 besar yang berarti *website* ini tidak terindex oleh mesin pencarian *Google* dengan kata kunci yang sudah ditetapkan sehingga berdampak pada rendahnya jumlah pengunjung.

2. SEO Site Checkup

Tools ini berfungsi untuk mengetahui skor penilaian SEO terhadap *website Ladder* sebelum dilakukan implementasi *SEO on page*. Berikut hasil skor SEO sebelum melakukan implementasi *SEO on page* dapat dilihat pada Gambar 3.

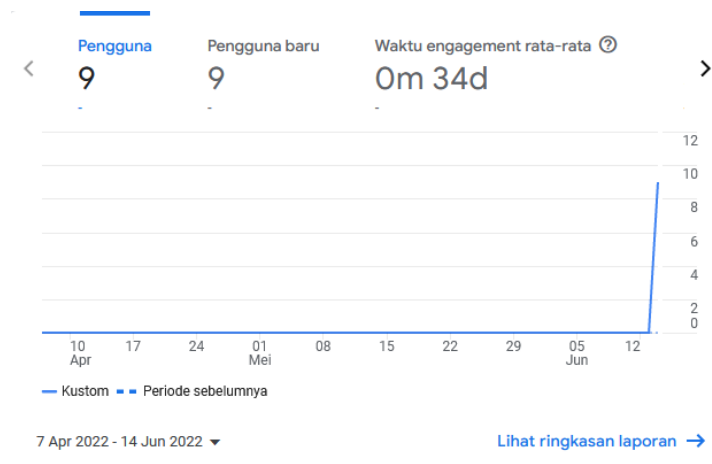


Gambar 4. Skor SEO Sebelum Implementasi *SEO On Page* 14 Juni 2022

Dari Gambar 4 kita dapat melihat bahwa *website* ladder mendapat skor sebanyak 66/100 dengan total *failed* sebanyak 18 dimana 5 dari total *failed* tersebut merupakan bagian dari optimasi *SEO on page* yakni optimasi tag title, optimasi tag meta description, optimasi permalink, optimasi tag heading, dan optimasi gambar sehingga perlu dilakukan optimasi *SEO on page* agar dapat meningkatkan skor penilaian SEO pada *website Ladder*.

3. Google Analytics

Tools ini berfungsi untuk memantau jumlah kunjungan pada sebuah *website*. Berikut data jumlah kunjungan sebelum implementasi *SEO on page* dilakukan, dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Data Jumlah Pengunjung *Website Ladder* Sebelum Implementasi *SEO On Page* 7 April – 14 Juni 2022

Berdasarkan Gambar 6, dapat dilihat bahwa kunjungan *website Ladder* sebelum dilakukan implementasi SEO *on page* mendapat kunjungan yang sangat sedikit yakni hanya 9 pengguna baru dimana berasal dari *direct*.



Gambar 6. Akuisisi Pengguna *Website Ladder* 7 April – 14 Juni 2022

Pengunjung *direct* adalah pengunjung *website* yang langsung mengunjungi sebuah *website* dengan cara mengetikkan langsung *url website*.

4.3. Implementasi SEO On Page

Implementasi SEO *on page* dilakukan pada 14 Juni 2022 tepatnya setelah melakukan pengecekan awal. Implementasi SEO *on page* yang dilakukan yaitu optimasi *tag title*, optimasi *tag meta description*, optimasi gambar, optimasi permalink, optimasi heading tag. Setelah melakukan optimasi tersebut, peneliti melakukan *pengindeksan* ulang di google search console agar mempercepat perubahan pada data *website* di *database* mesin pencarian google.

1. Optimasi *tag title*

Dalam melakukan optimasi ini, menurut situs *neilpatel.com* penulisan *tag title* yang efisien adalah tidak lebih dari 60 karakter serta mengandung kata kunci dan nama *brand* [11]. Pada masing-masing *page* diberikan *title* yang berbeda sesuai dengan konten dari *page* tersebut menggunakan kata kunci yang sudah ditentukan.

```
<title>Jasa Panggilan Makassar | Ladder </title>
```

Gambar 7. Optimasi *Title* Pada *Homepage*

```
<title>Jasa Cuci AC Makassar | Ladder</title>
```

Gambar 8. Optimasi *Title* Pada Artikel Jasa Cuci AC

```
<title>Montir Mobil Panggilan Makassar | Ladder </title>
```

Gambar 9. Optimasi *Title* Pada Artikel Montir Mobil Panggilan

2. Optimasi *tag meta description*

Dalam melakukan optimasi ini, menurut situs neilpatel.com [12] penulisan *tag meta description* yang efisien adalah tidak boleh melebihi 150 karakter dan menggunakan kata kunci yang sudah ditentukan dalam menulis *meta description*.

```
<meta name="description" content="aplikasi penyedia berbagai jasa panggilan online di makassar seperti jasa cuci ac, montir mobil panggilan. temukan jasa panggilan di makassar sesuai kebutuhanmu sekarang!" />
```

Gambar 10. Optimasi *Meta Description* Pada *Homepage*

```
<meta name="description" content="aplikasi penyedia montir mobil panggilan di makassar. cari montir mobil panggilan di makassar untuk melakukan service dan perawatan pada mobilmu." />
```

Gambar 11. Optimasi *Meta Description* Pada Artikel Montir Mobil Panggilan

```
<meta name="description" content="aplikasi penyedia berbagai jasa cuci ac di makassar. cari dan pilih ahli dari jasa cuci ac di makassar sesuai yang kamu inginkan." />
```

Gambar 12. Optimasi *Meta Description* Pada Artikel Jasa Cuci AC

3. Optimasi *permalink*

Dalam melakukan optimasi ini, dilakukan perbaikan penulisan *permalink* pada url dengan menambahkan "-" pada setiap kata yang terdapat pada *permalink* yang terletak setelah nama *domain* [5], [13].

```
Route::get('/jasa-cuci-ac-makassar', function () {  
    return view('cuciac');  
});  
Route::get('/montir-mobil-panggilan-makassar', function () {  
    return view('servicemobil');  
});
```

Gambar 14. Optimasi *Permalink*

4. Optimasi *heading tag*

Pada optimasi ini dilakukan penambahan *tag h1* pada halaman *website* ladder, penulisan *tag h1* yang efisien harus mempunyai 20-70 karakter serta mengandung kata kunci yang sudah ditentukan dalam kalimatnya[13].

```
<h1>Layanan Jasa Panggilan </h1>
```

Gambar 15. Optimasi *Tag h1* Pada *Homepage*

```
<h1 class="mt-5 mb-3 text-center">Jasa cuci ac di makassar</h1>
```

Gambar 16. Optimasi *h1* Pada Artikel Cuci AC

```
<h1 class="mt-5 mb-3 text-center">Montir mobil panggilan di makassar</h1>
```

Gambar 17. Optimasi *Tag h1* Pada Artikel Montir Mobil Panggilan

5. Optimasi gambar

Dalam melakukan optimasi *tag img*, peneliti menambahkan atribut *alt* dan *title* pada *tag img* [5], [13].

```



```

Gambar 18. Penambahan Atribut *Alt* Pada *Tag Img* Diartikel Jasa Cuci AC

```
 <br/>
```

Gambar 19. Penambahan Atribut *Alt* Pada *Tag Img* Diartikel Montir Mobil Panggilan

Setelah melakukan berbagai optimasi, peneliti kemudian melakukan pengindeksan ulang pada *Google Search Console* agar mempercepat perubahan data *website* di *database* mesin pencarian *Google*.



Gambar 20. Melakukan Pengindeksan Ulang Pada *Google Search Console*

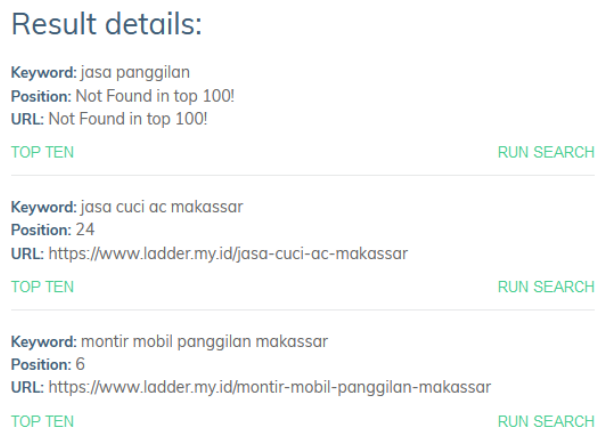
4.4. Pengecekan Akhir

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data ulang setelah 2 minggu melakukan implementasi SEO *on page* untuk melakukan pengamatan serta perbandingan sebelum dan

sesudah melakukan implementasi SEO *on page* pada *website Ladder* dengan *tools* yang sama dengan pengecekan awal.

1 SERPROBOT

Dengan *tools* ini peneliti melakukan pengujian kembali terhadap peringkat *website Ladder* dengan kata kunci yang sudah ditetapkan dengan rentan waktu 2 minggu setelah melakukan implementasi SEO *on page*. Berikut hasil pengujian kembali terhadap peringkat *website Ladder* dengan kata kunci yang sudah ditargetkan.

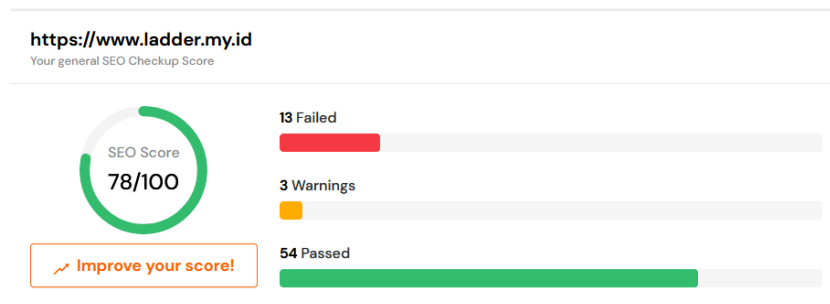


Gambar 21. Hasil Pengujian Peringkat Setelah Implementasi SEO *On Page* Pada 28 Juni 2022

Jika dilihat dari gambar diatas, terjadi peningkatan pada 2 kata kunci yang sudah ditargetkan terhadap peringkat *website Ladder* pada mesin pencarian *Google* yaitu montir mobil panggilan makassar dengan peringkat *index* 6 dengan SERP pada halaman 1, dan kata kunci jasa cuci ac makassar ada diperingkat *index* 24 dengan SERP pada halaman 3. Namun terdapat 1 kata kunci yang ditargetkan tidak mengalami peningkatan, hal tersebut dapat kita lihat untuk kata kunci jasa panggilan dimana *website Ladder* tidak ditemukan pada 100 peringkat *website* dengan kata kunci jasa panggilan.

2 SEO Site Checkup

Dengan *tools* ini peneliti melakukan pengecekan terhadap penilaian SEO pada *website Ladder*.

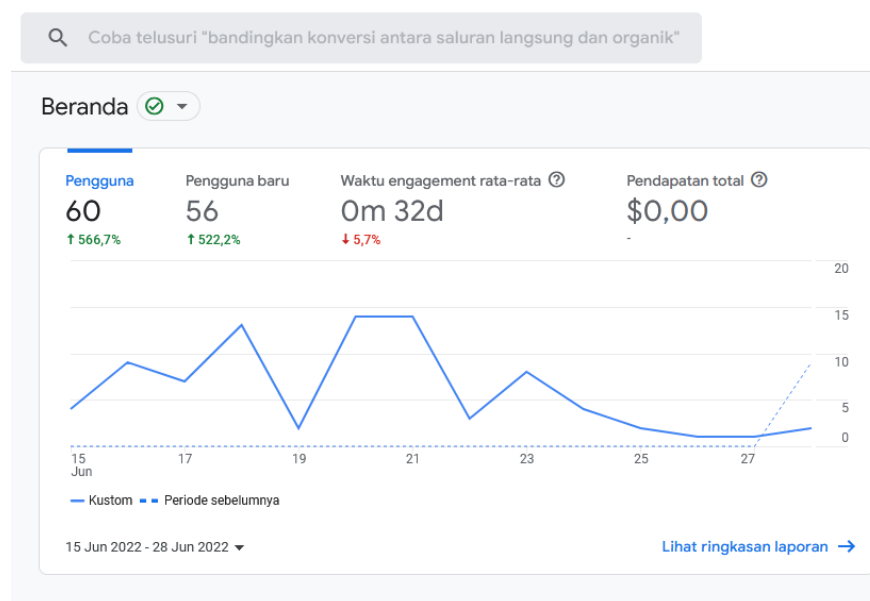


Gambar 24. Hasil Pengujian Ulang pada Seo Site Checkup Terhadap Penilaian SEO Pada *Website Ladder*

Dapat di lihat pada Gambar 25. Skor penilaian SEO pada *website Ladder* mendapat skor 78/100 dimana setelah melakukan optimasi *tag title*, optimasi *tag meta description*, optimasi *permalink*, optimasi *tag heading*, dan optimasi gambar yang berarti terjadi peningkatan penilaian skor SEO yang sebelumnya hanya mendapat skor 66/100 dan terjadi penurunan jumlah failed yakni dari sebelumnya 18 menjadi 13. Hal ini menunjukkan optimasi SEO *on page* berhasil meningkatkan skor penilaian SEO pada *website Ladder*.

3 Google Analytics

Dengan tools ini peneliti melakukan pengecekan dan pengamatan terhadap peningkatan jumlah pengunjung pada *website Ladder*.



Gambar 25. Data Jumlah Pengunjung *Website Ladder* Periode 15 Juni – 28 Juni 2022

Dari Gambar 26 dapat kita lihat bahwa terjadi peningkatan pengunjung setelah melakukan implementasi SEO *on page* selama 2 minggu yakni 56 pengguna baru yang kunjungannya terbagi atas 2 jenis pengguna yaitu 40 pengguna berasal dari *organic search* yakni pengunjung yang mengunjungi website melalui mesin pencari dan 16 pengguna berasal dari *direct* yakni langsung mengetikan url situs.



Gambar 26. Akuisisi Kunjungan *Website Ladder* Periode 15 Juni – 28 Juni 2022

5. KESIMPULAN

Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Implementasi SEO *on page* pada *website Ladder* dengan 3 kata kunci yang ditargetkan hanya menghasilkan 1 kata kunci yang berhasil berada pada halaman 1 SERP yakni montir mobil panggilan makassar dengan peringkat index 6. Terjadi peningkatan kunjungan *website* yang berasal dari *organic search* yakni sebanyak 40 kunjungan dimana hal tersebut menunjukkan bahwa *website Ladder* sudah mulai mudah ditemukan. Diperlukan optimasi dari sisi *external website* yaitu implementasi teknik SEO *off page* agar dapat menunjang kata kunci ditargetkan yang belum berhasil sehingga dapat berada pada halaman 1 SERP serta mempertahankan peringkat *website*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. S. Yoga Dwitya Pramudita, Huzaini, "Penerapan Metode SEO On Page Dan Off Page Pada Web Penjualan Online Untuk Meningkatkan Rangkaing SERP," *Ilm. Nero*, vol. 4, No.2, 2019.
- [2] StatCounter, "Search Engine Market Share Indonesia." <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/indonesia> (accessed Jul. 07, 2022).
- [3] D. A. Rafi Bagaskara Halilintar, "Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website AGC (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Studi Kasus : Website Gallery," *Semin. Nas. Teknol. Inf. dan Multimed.*, pp. 13–18, 2018.
- [4] H. Artanto and F. Nurdiyansyah, "Application of SEO (Search Engine Optimization) to Increase Sales," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 2, no. 1, pp. 2–5, 2017.
- [5] N. H. Masruri, "Kajian Metode Seo Berbasis on-Page Sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website di SERP," vol. 16, no. 1, pp. 39–49, 2022.

-
- [6] Himawan, Arisantoso, and A. Saefullah, "Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization (Seo) Pada Website E-Commerce," *Semin. Nas. Sist. Inf. Indones.*, no. November, pp. 33–40, 2015.
- [7] E. Woncharso, A. Muawwal, and Afifah, "Penerapan Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan pengunjung pada website SCLEAN," *J. Kharisma Tech*, vol. 16, no. 2, pp. 141–155, 2021.
- [8] M. Hayaty and M. Dwi, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *J. Inform.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–300, 2018, doi: 10.1109/ICACCCN.2018.8748337.
- [9] T. H. Sinaga and E. Hadinata, "Implementasi Teknik Search Engine Optimization dalam Meningkatkan Trafik Website Bima Utomo Waterpark," *QUERY J. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 2, pp. 1–9, 2019.
- [10] V. Christian Rudinie, P. Studi Sistem Informasi, and S. Kharisma Makassar, "Implementasi Seo on Page Untuk Meningkatkan Trafik Website About Mylpgo," no. 01, pp. 31–45, 2022, [Online]. Available: <https://www.about.mylpgo.com/>.
- [11] Neilpatel, "How to Create Search Engine Friendly Title Tags." <https://neilpatel.com/blog/title-tags-seo/> (accessed Jul. 18, 2022).
- [12] neil patel, "How to Write Compelling Meta Descriptions That'll Boost Your Rankings." <https://neilpatel.com/blog/how-to-write-meta-descriptions/> (accessed Jul. 19, 2022).
- [13] W. Abdillah and H. Marcos, "Implementasi Teknik SEO (Search Engine Optimatization) Dengan Menggunakan Metode On Page dan Off Page SEO (Studi Kasus KUB Sumber Rejeki)," *Infoman's J.*, vol. 14, no. 2, pp. 117–126, 2020, [Online]. Available: <https://ejournal.stmik-sumedang.ac.id/index.php/infomans/article/view/152>.