

IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION PADA WEBSITE LELANGYUK UNTUK MENINGKATKAN RANKING SEARCH ENGINE RESULT PAGE (SERP)

Philips Calvin Kosno^{1*}, Ahyar Muawwal², Arfan Yunus³

^{1,2,3}Sistem Informasi, STMIK KHARISMA Makassar

e-mail: ¹philipscalvin_19@kharisma.ac.id, ²ahyar@kharisma.ac.id, ³arfanyunus@kharisma.ac.id

Abstrak

Website Lelangyuk adalah platform lelang berbasis website yang menyediakan tempat untuk bertransaksi secara online. Namun pengunjung pada website Lelangyuk masih sangat kurang sehingga perlu melakukan peningkatan ranking SERP pada website Lelangyuk. Implementasi search engine optimization (SEO) dilakukan untuk meningkatkan ranking SERP website Lelangyuk dengan menggunakan kata kunci yang telah ditentukan. Search engine optimization (SEO) yang digunakan adalah metode SEO On Page, dimana pengumpulan data diperoleh dengan melakukan pengamatan pada website Lelangyuk menggunakan bantuan beberapa tools seperti Google Analytics, SEO Site Checkup, dan SERPROBOT untuk mengukur hasil sebelum dan sesudah implementasi. Setelah melakukan implementasi SEO website mengalami peningkatan nilai SEO dari 67/100 menjadi 79/100, namun masih belum terjadi peningkatan ranking SERP pada website berdasarkan kata kunci tertentu. Kesimpulan pada penelitian ini adalah implementasi metode search engine optimization (SEO) On Page pada website Lelangyuk tidak optimal untuk meningkatkan ranking SERP.

Kata kunci: SEO, SERP, website, lelangyuk, ranking

Abstract

The Lelangyuk website is a website-based auction platform that provides a place to transact online. However, the number of visitors to the Lelangyuk website is still very low, so it is necessary to increase the SERP ranking on the Lelangyuk website. The implementation of search engine optimization (SEO) is carried out to increase the SERP ranking of the Lelangyuk website by using predetermined keywords. Search engine optimization (SEO) used is the SEO On Page method, where data collection is obtained by observing the Lelangyuk website using the help of several tools such as Google Analytics, SEO Site Checkup, and SERPROBOT to measure results before and after implementation. After implementing SEO, the website experienced an increase in the SEO value from 67/100 to 79/100, but there was still no increase in the SERP ranking on the website based on certain keywords. This study concludes that the implementation of the On Page search engine optimization (SEO) method on the Lelangyuk website is not optimal for increasing SERP rankings.

Keywords: SEO, SERP, website, lelangyuk, ranking

* Corresponding author : Ahyar Muawwal (ahyar@kharisma.ac.id)

1. PENDAHULUAN

Website Lelangyuk merupakan sebuah layanan berbasis *website* yang dirancang untuk melayani penjualan dan pembelian barang terutama barang bekas secara lelang dengan aman dan proses yang lebih cepat. *Lelangyuk* bertujuan untuk menjadi marketplace yang dapat digunakan oleh semua orang terutama remaja. Namun sudah beberapa bulan setelah launching jumlah pengunjung pada *website Lelangyuk* masih sangat rendah, penulis ingin agar calon pengguna mengenal dan bisa berkunjung ke *website Lelangyuk*. Jika *website Lelangyuk* dicari pada mesin pencari google dengan kata kunci yang berhubungan dengan lelang maka *website* tidak ditemukan pada halaman awal pencarian google sehingga besar kemungkinan calon pengguna tidak tahu mengenai adanya *website Lelangyuk*, sehingga penulis perlu sebuah cara untuk meningkatkan peringkat atau *ranking website* pada mesin pencarian google.

Sebab itu penulis melihat *website Lelangyuk* membutuhkan peningkatan jumlah pengunjung karena sebagai *website* lelang dimana fokusnya pada jual beli, *website Lelangyuk* butuh untuk meningkatkan kredibilitasnya sehingga dapat memperoleh kepercayaan dari calon pengguna dengan meningkatkan jumlah pengunjung *website Lelangyuk*. Ada beberapa cara untuk meningkatkan peringkat atau *ranking website*, ada instan seperti menggunakan promosi berbayar tetapi tidak sesuai dengan kebutuhan penulis karena biaya yang dibutuhkan besar dan bersifat sementara.

Maka peneliti memilih teknik Search Engine Optimization (*SEO*) On Page, yaitu proses optimisasi elemen kontendengan tujuan untuk meningkatkan jumlah pengunjung pada *website Lelangyuk*, meskipun prosesnya tidak secepat menggunakan promosi berbayar tetapi selama penerapannya sesuai dengan aturan google maka hasilnya akan lebih memuaskan dan akan bertahan lebih lama di awal halaman google.

Dari latarbelakang diatas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana teknik Search Engine Optimization (*SEO*) dapat meningkatkan peringkat *website Lelangyuk* di mesin pencari dengan menggunakan kata kunci yang relevan.

Tujuan penelitian ini adalah dengan teknik Search Engine Optimization (*SEO*) diharapkan dapat meningkatkan peringkat *website Lelangyuk* di mesin pencari dengan menggunakan kata kunci yang relevan.

Dalam melakukan penelitian, ada referensi-referensi yang dipilih menjadi tinjauan pustaka sebagai berikut:

- a. Menurut penelitian Antonius dan Bernard Renaldy Suteja berjudul "The Implementasi Metode On-Page Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat *Website* sebagai Hasil Pencarian Google". Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah Search Engine Optimization (*SEO*) dapat mempengaruhi Search Engine Result Page (*SERP*) dan mendapatkan posisi terbaik di google Search Engine Result Page (*SERP*) dengan mengimplementasikan Search Engine Optimization (*SEO*) untuk *website XYZ University* [1].

- b. Menurut penelitian Ahmad Arifin, Nataniel Dengen, Hario Jati Setyadi, Anton Prafanto, dan Gubtha Mahendra Putra dengan judul “Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic Website Berbayar dan Tidak Berbayar”. Penelitian ini bertujuan untuk menempatkan situs pada urutan teratas halaman pertama google Search Engine Result Page (*SERP*) dengan memaksimalkan kinerja penerapan metode Search Engine Optimization (*SEO*) pada *website*, untuk mengetahui perbandingan antara *website* berbayar dan tidak berbayar dalam metode Search Engine Optimization (*SEO*) [2].
- c. Menurut penelitian Eugenius Kau Suni dan Yudo Devianto yang berjudul “Penerapan Metode Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat *Website* Portal Berita Inakoran.com di Kota Tangerang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perkembangan rating *website* Inakoran.com setelah melaksanakan pelatihan teknologi informatika khususnya penerapan Search Engine Optimization (*SEO*) untuk meningkatkan peringkat *website*, dan hasilnya rating Inakoran.com naik secara signifikan [3].
- d. Menurut penelitian Fabriyan Fandi Dwi Imaniawan, Ragil Wijianto, dan Joko Dwi Mulyanto yang berjudul “Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat *Website* Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: www.superbengkel.co.id)”. Penelitian ini bertujuan untuk menaikkan posisi kata kunci pada *website* www.superbengkel.co.id di halaman pencarian google atau Search Engine Results Page (*SERP*), salah satunya dengan menggunakan Search Engine Optimization (*SEO*). Hasil dari penelitian ini adalah *website* muncul di halaman awal pencarian google dengan kata kunci yang ditargetkan [4].
- e. Menurut penelitian Firza Ikwanda Halim, Beni Suranto, dan Irving V Papatungan berjudul “Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring”. Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan pengembangan sebuah platform untuk pencarian lawan tanding futsal yang berbasis *website* yang bernama AyoSparring. Strategi pemasaran dari sudut pandang bisnis adalah Search Engine Optimization (*SEO*) Tahap tersebut telah yang diterapkan pada pengembangan AyoSparring melalui pengoptimalan judul konten, struktur konten, kecepatan *website*, tema responsif. Hasil yang bisa terlihat dari penerapan strategi *SEO* pada *website* AyoSparring menghasilkan peningkatan dari peringkat pada mesin pencari, trafik penggunaan *website*, *website* AyoSparring memiliki nilai di mata mesin pencari [5].

Dari penelitian yang telah dijabarkan [1], [2], [3], [4] dan [5] faktor pembeda dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu objek yang diteliti, peneliti melakukan implementasi Search Engine Optimization (*SEO*) menggunakan metode On Page pada *website* *Lelangyuk*. Adapula teori yang menjadi dasar penelitian ini sebagai berikut:

a. Mesin pencari

Mesin pencari merupakan sebuah program komputer yang digunakan dalam melakukan pencarian informasi melalui jaringan internet. Biasa untuk mencari situs *website* melalui mesin pencari pengguna harus memasukkan kata kunci ke dalam kotak pencarian, dan nanti akan disesuaikan dengan halaman yang terindeks dalam database mesin pencari dan daftar referensi yang cocok dengan kata kunci, kemudian hasilnya tampilkan kepada pengguna [1]. Hasil pencarian tersebut berupa Search Search Engine Result Page (*SERP*) yang berisi daftar alamat web yang terbagi dalam beberapa halaman [6]. Informasi yang didapat dari hasil pencarian tersebut bisa berupa halaman web, gambar, dan jenis informasi lain [2].

b. Search Engine Optimization (*SEO*)

Search Engine Optimization adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dalam meningkatkan volume dan trafik kunjungan melalui mesin pencari ke alamat *website* tertentu dengan memanfaatkan mekanisme atau algoritma dari mesin pencari (Rini & Ferdian, 2016) [7]. Metode Search Engine Optimization (*SEO*) dilakukan dengan cara penulisan konten organik pada *website* dan penggunaan backlinks dari luar *website*. Hasil yang paling mencolok dari metode Search Engine Optimization (*SEO*) dari metode lainnya yaitu pembiayaannya yang minim dan cocok untuk *website* yang terbilang masih baru [5]. Tujuan dari penggunaan metode Search Engine Optimization (*SEO*) untuk menempatkan sebuah situs *website* pada posisi teratas di hasil pencarian dari mesin pencari berdasarkan kata kunci tertentu yang telah ditargetkan. Situs web yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung [4].

c. On Page Optimization

On Page Optimization adalah konten yang berada pada *website* yang terlihat oleh pengguna *website* dan terlihat oleh mesin pencari [5]. Pada metode On Page dilakukan riset untuk menentukan kata kunci sesuai dengan target pengguna terlebih dahulu mengenai *website* terkait karena pengunjung yang berasal mesin pencari masuk ke *website* kita dengan memasukkan sebuah kata kunci yang berkaitan dengan yang diinginkan pengguna [1].

2. METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 1. Diagram Langkah Penelitian

1. Rumusan Masalah

Dilakukan pemahaman mengenai masalah pada *website Lelangyuk* dimana *website* sulit untuk ditemukan pada mesin pencari, dan ingin meningkatkan *ranking* pada *website* sehingga memutuskan menggunakan metode Search Engine Optimization (*SEO*).

2. Studi Literatur

2.1 Studi Literatur

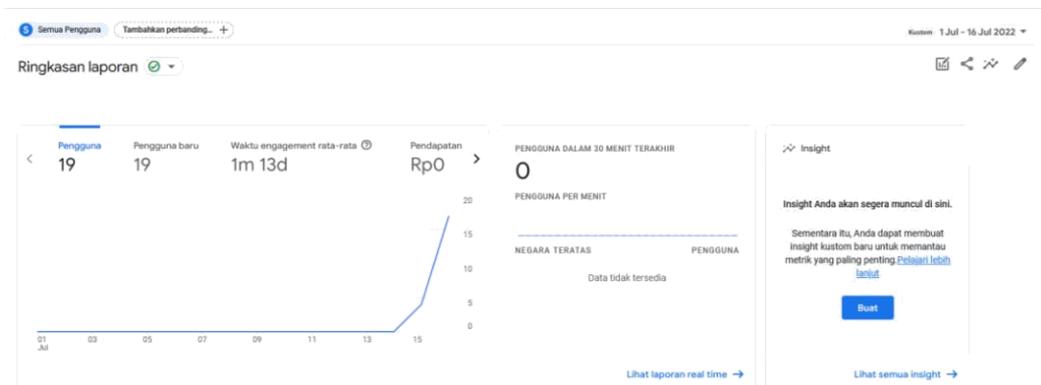
Studi literatur adalah teknik untuk mengumpulkan data secara tidak langsung melalui jurnal-jurnal dan buku hasil penelitian sebagai referensi untuk melakukan penelitian. Pada *website Lelangyuk* data dikumpulkan oleh peneliti melalui media online berupa internet dalam bentuk jurnal-jurnal referensi yang relevan dengan Search Engine Optimization (*SEO*).

2.2 Observasi

Observasi dilakukan dalam melakukan analisis dan data yang digunakan berupa data kuantitatif deskriptif dimana data yang diperoleh dalam bentuk angka yang nantinya akan digunakan sebagai bahan perbandingan. Observasi yang dilakukan pada objek penelitian yaitu *website Lelangyuk* menggunakan beberapa tools:

- 1) Google Analytics untuk mengetahui jumlah pengunjung.

Pada *website Lelangyuk* dilakukan pengamatan terkait berapa jumlah pengunjung pada *website Lelangyuk* dengan menggunakan bantuan dari tools Google Analytics.



Gambar 2. Google Analytics Sebelum Implementasi

Berdasarkan Gambar 2, dapat diketahui jumlah pengunjung pada *website Lelangyuk* dari tanggal 1 Juli sampai 16 Juli adalah 19 pengguna baru.

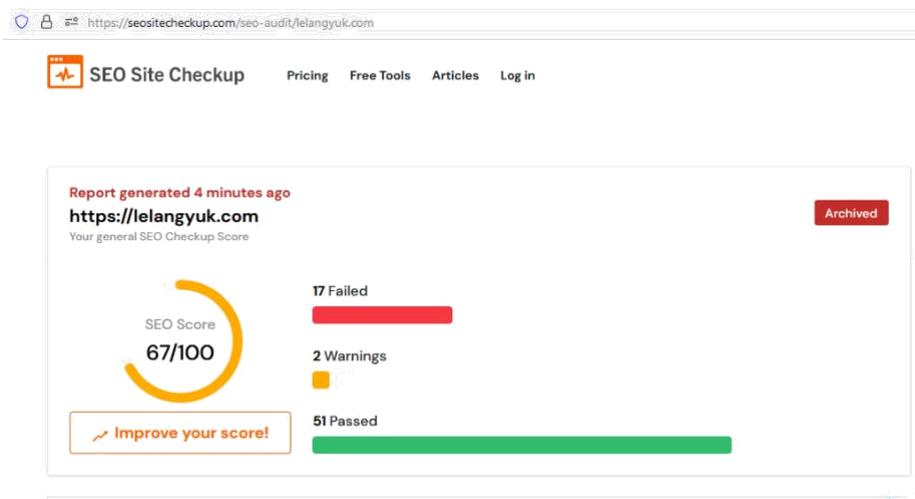
- 2) Google Keyword Planner untuk mengetahui kata kunci yang sesuai dengan *website* yang sedang diteliti.

Gambar 3. Kata Kunci Pada Google Keyword Planner

Berdasarkan Gambar 3, Pada tahap ini memperoleh kata kunci yang paling sesuai dengan *website Lelangyuk* sehingga dapat memberikan dampak yang besar pada *website* nantinya. Dengan memperhatikan matrik-matrik berupa search volume (banyak pengguna yang menggunakan kata kunci), keyword difficulty (tingkat kesulitan kata kunci), dan keyword suggestion (rekomendasi dari kata kunci utama).

- 3) *SEO Site Checkup* untuk mengetahui penilaian *SEO* pada *website*

Sebelum melakukan implementasi dilakukan penilaian *SEO*, untuk mengetahui hasil seberapa besar penerapan *SEO* pada *website Lelangyuk*.

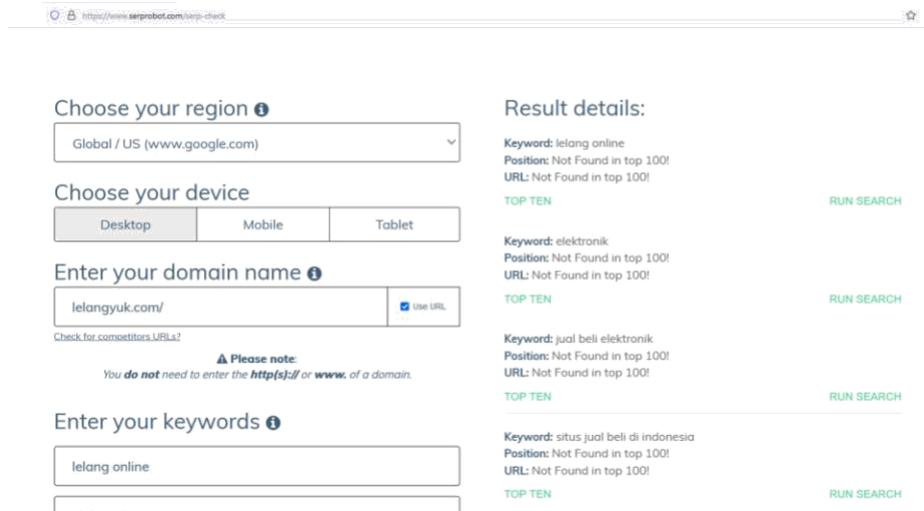


Gambar 4. *SEO Site Checkup* Sebelum Implementasi

Berdasarkan Gambar 4, *website Lelangyuk* memperoleh nilai 67/100 sehingga *website Lelangyuk* memang membutuhkan implementasi *SEO* untuk meningkatkan nilai *SEO* terlebih dahulu agar implementasi *SEO* dapat berpengaruh pada *website Lelangyuk*.

4) SERPROBOT untuk mengetahui *ranking website* pada *SERP*.

Dilakukan pengecekan *ranking website* di mesin pencari berdasarkan hasil kata kunci yang telah di jabarkan, sebagai data pembandingan sebelum dilakukan implementasi *SEO* pada *website Lelangyuk*.

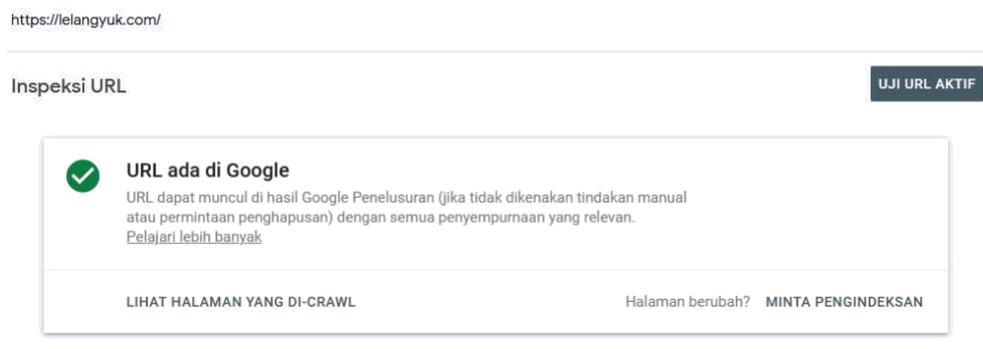


The screenshot shows the SERPROBOT interface. On the left, there are input fields for 'Choose your region' (set to 'Global / US'), 'Choose your device' (Desktop, Mobile, Tablet), 'Enter your domain name' (lelangyuk.com/), and 'Enter your keywords' (lelang online). On the right, under 'Result details:', there are four search results for different keywords: 'lelang online', 'elektronik', 'jual beli elektronik', and 'situs jual beli di indonesia'. Each result shows 'Position: Not Found in top 100!' and 'URL: Not Found in top 100!'. There are 'TOP TEN' and 'RUN SEARCH' buttons for each result.

Gambar 4. SERPROBOT Sebelum Implementasi

Berdasarkan Gambar 4, *website Lelangyuk* belum berada pada rank 100 besar berdasarkan hasil kata kunci yang digunakan.

5) Google Search Console untuk memantau dan memastikan bahwa *website* telah muncul dalam mesin pencarian.



The screenshot shows the Google Search Console 'Inspeksi URL' page for 'https://lelangyuk.com/'. A green checkmark indicates that the URL is indexed by Google. The text states: 'URL ada di Google. URL dapat muncul di hasil Google Penelusuran (jika tidak dikenakan tindakan manual atau permintaan penghapusan) dengan semua penyempurnaan yang relevan. Pelajari lebih banyak'. At the bottom, there are buttons for 'LIHAT HALAMAN YANG DI-CRAWL', 'Halaman berubah?', and 'MINTA PENGINDEKSAN'.

Gambar 5. Pengindeksan *Website Lelangyuk*

Berdasarkan Gambar 5, *website Lelangyuk* sudah terindeks pada halaman google sehingga sudah siap untuk melakukan implementasi *SEO*, dan melakukan pengecekan dan pengindeksan kembali setelah melakukan implementasi untuk memantau terjadinya perubahan *website Lelangyuk* pada halaman google.

3. Hasil Kata Kunci

Tabel 1. Daftar Kata Kunci

No	Kata Kunci	Penelusuran bulanan rata-rata	Persaingan
1	Elektronik	10 rb – 100 rb	Rendah
2	Jual beli elektronik	100 – 1 rb	Rendah
3	Lelang online	1 rb – 10 rb	Rendah
4	Situs jual beli online di Indonesia	10 – 100	Rendah
5	Lelang barang elektronik online	10 - 100	Sedang

Berdasarkan Tabel 1, diharapkan *ranking website* sesuai dengan kata kunci tersebut mengalami peningkatan sehingga mudah ditemukan melalui mesin pencari. Oleh karena itu pemilihan kata kunci harus relevan dengan *website Lelangyuk*, setelah melakukan riset dengan melihat kata kunci dari *website* kompetitor dan mengambil beberapa yang sesuai dengan *website Lelangyuk* ada total 5 kata kunci yang menjadi target untuk dioptimasi nantinya.

4. Pre-Test

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan data pada *website Lelangyuk* menggunakan beberapa tools. Dimana akan menjadi pembandingan sebelum dan sesudah dilakukan implementasi *SEO* pada *website Lelangyuk*. Tools yang digunakan:

- 1) Google Analytics, untuk mengetahui jumlah pengunjung website.
- 2) SEO Site Checkup, untuk mengetahui penilaian *SEO* pada website.
- 3) SERPROBOT, untuk mengetahui *ranking* website pada mesin pencari dengan kata kunci yang telah ditentukan.

5. Implementasi SEO On Page

Pada tahap ini *website Lelangyuk* melakukan optimal dengan menggunakan teknik *SEO On Page*. Dimana *SEO On Page* mengoptimasi struktur halaman pada mesin pencari dan pengunjung, seperti penggunaan meta title (title tag), nama domain, deskripsi halaman web (meta description), ALT tag pada gambar, dan kecepatan dalam memuat *website*. Teknik *SEO On Page* dilakukan pada penelitian ini yaitu:

- 1) Title tags, yaitu tag html yang memberikan informasi singkat mengenai *website*, dengan menempatkan kata kunci pada judul halaman sehingga bisa muncul pada halaman pencarian.
- 2) Meta deskripsi, yaitu memberikan kata kunci yang telah dipilih supaya *website* lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari dan menjabar konten yang ada, dalam bentuk deskripsi dengan panjang 150-160 karakter.
- 3) Heading tags, yaitu tag html yang digunakan untuk menunjukkan bagian penting pada halaman *website*, oleh karena itu penting untuk menyisipkan kata kunci

kedalam bagian heading terutama pada H1 dan H2, sehingga ketika pengguna mencari informasi dengan kata kunci yang sama maka ada peluang *website* akan muncul di pencarian.

- 4) Image ALT Tag, yaitu memberikan teks alternatif pada gambar dimana menjabarkan gambar tersebut dalam bentuk teks. Sehingga gambar dapat muncul di pencarian google gambar.
- 5) Sitemap test, yaitu file dengan format XML yang berisi list pages penting dari *website* Anda yang bertujuan untuk memastikan search engine dapat dengan mudah menemukan dan melakukan crawling pada *website*, terlebih sangat membantu dalam mempercepat proses indeks google ketika telah melakukan perubahan pada *website* [8].

6. Post-Test

Pada tahap ini setelah *website* dioptimasi, akan dilakukan pengambilan data kembali untuk mengetahui hasil dari penerapan teknik *SEO*. Tools yang digunakan:

- 1) Google Analytics, untuk mengetahui jumlah pengunjung *website*.
- 2) SEO Site Checkup, untuk mengetahui penilaian *SEO* pada *website*.
- 3) SERPROBOT, untuk mengetahui *ranking* *website* pada mesin pencari dengan kata kunci yang telah ditentukan.

7. Kesimpulan

Pada tahap ini, setelah data pre-test dan post-test telah di bandingkan dan dianalisis maka hasil akhir dari penelitian akan dirangkum [10].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Implementasi SEO

Berikut ini adalah hasil implementasi Search Engine Optimization (*SEO*) pada *website Lelangyuk* :

a. Title tags



Gambar 6. Hasil Pencarian *Website* Sebelum Implementasi

Berdasarkan Gambar 6, *website Lelangyuk* belum memanfaatkan dengan baik judul halaman supaya memudahkan pengguna untuk mencari *website Lelangyuk* sehingga dilakukan perubahan pada judul halaman.

```
<title>@yield('title')</title>

@section('title','Lelang online | Jual Beli Elektronik, Handphone & Lain |
Lelangyuk')
```

Gambar 7. Implementasi Title Tags

Berdasarkan Gambar 7, judul pada halaman *Lelangyuk* telah berubah setelah dilakukan implementasi title tags, dimana title dimanfaatkan dengan menambahkan beberapa kata kunci yaitu “lelang online” dan “jual beli elektronik” kedalam judul *website* yang nanti dapat berpotensi memudahkan pengguna dalam mencari *website*.



Gambar 8. Title Tags Terindex

Berdasarkan Gambar 8, setelah melakukan implementasi title tags pada tanggal 14 Juli halaman kemudian di indeks menggunakan google search console, Namun pada tanggal 16 Juli baru terindex pada google hasil halaman yang sudah implementasi sehingga title tags telah berhasil di implementasi pada halaman google.

Gambar 9. Hasil Pencarian *Website* Setelah Implementasi

Berdasarkan Gambar 9, menunjukkan implementasi title tags telah berhasil dilakukan dengan adanya perubahan pada judul halaman *website* di mesin pencari.

b. Meta Deskripsi

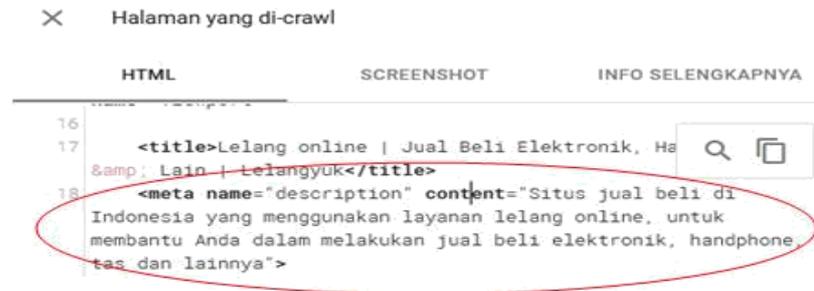
Sebelum implementasi *website Lelangyuk* tidak menggunakan meta deskripsi.

```
<meta name="description" content="@yield('deskripsi')">

@section('deskripsi','Situs jual beli di Indonesia yang menggunakan layanan
lelang online, untuk membantu Anda dalam melakukan jual beli elektronik,
handphone, tas dan lainnya')
```

Gambar 10. Implementasi Meta Deskripsi

Berdasarkan Gambar 10, meta deskripsi telah ditambahkan pada *website Lelangyuk*.



```

X Halaman yang di-crawl

HTML      SCREENSHOT      INFO SELENGKAPNYA

16
17 <title>Lelang online | Jual Beli Elektronik, Ha
Samp: Lain | Lelangyuk</title>
18 <meta name="description" content="Situs jual beli di
Indonesia yang menggunakan layanan lelang online, untuk
membantu Anda dalam melakukan jual beli elektronik, handpone
tas dan lainnya">

```

Gambar 11. Meta Deskripsi Terindex

Berdasarkan Gambar 11, setelah melakukan pengindeksan pada tanggal 16 Juli melalui google search console, meta deskripsi berhasil ditambahkan pada *website* di halaman google.

c. Heading Tags

```

<h1 class="animate__animated animate__fadeInDown">Selamat datang di
platform lelang online <br><span>Lelangyuk</span></br></h1>

```

Gambar 12. Implementasi Heading Tags

Berdasarkan Gambar 12, dilakukan implementasi heading H1 yang sebelumnya menggunakan H2 dan menambahkan kata kunci "lelang online" pada heading yang digunakan pada H1.



```

X Halaman yang di-crawl

HTML      SCREENSHOT      INFO SELENGKAPNYA

style="background: #384259;">
426 <div class="carousel-container">
427 <div class="container">
428 <h1 class="animate__animated
animate__fadeInDown">Selamat datang di platform lelang online
<span>Lelangyuk</span></h1>

```

Gambar 13. Heading Tags Terindex

Berdasarkan Gambar 13, setelah melakukan implementasi heading tags, pengindeksan dilakukan melalui google search console supaya heading tags pada *website Lelangyuk* berubah sesuai hasil implementasi dan pada tanggal 16 Juli telah berhasil indeks pada halaman google.

d. Image ALT Tags

```

<div class="col-md-8 mt-5 ">
<picture>
<source type="{{url('lelangonline.webp')}}" srcset="{{url
('lelangonline.webp')}}">

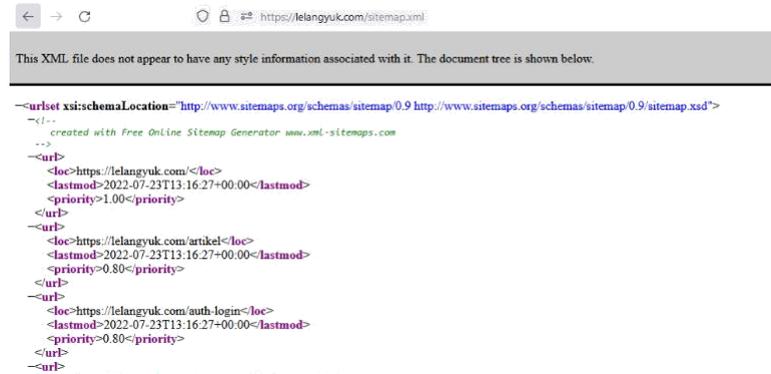
</picture>

```

Gambar 14. Implementasi ALT Tags Pada Image

Berdasarkan Gambar 14, penambahan atribut ALT yang sebelumnya tidak digunakan telah di implemetasi pada beberapa gambar image. Sehingga jika gambar gagal ditampilkan akan muncul sebagai alternatif gambar pada image tersebut.

e. Sitemap Test



Gambar 15. Implementasi Sitemap Test

Berdasarkan Gambar 15, penambahan sitemap pada *website Lelangyuk* untuk memudahkan google dalam melakukan indeks pada *website Lelangyuk*, sehingga perubahan pada *website Lelangyuk* mudah diperbaharui oleh google.

3.2 Hasil Setelah Implementasi SEO

Sebelumnya peneliti telah melakukan implementasi Search Engine Optimization pada *website Lelangyuk*, hasil yang diperoleh dalam waktu dua minggu setelah implementasi sebagai berikut:

1. Google Analytics



Gambar 16. Google Analytics Setelah Implementasi

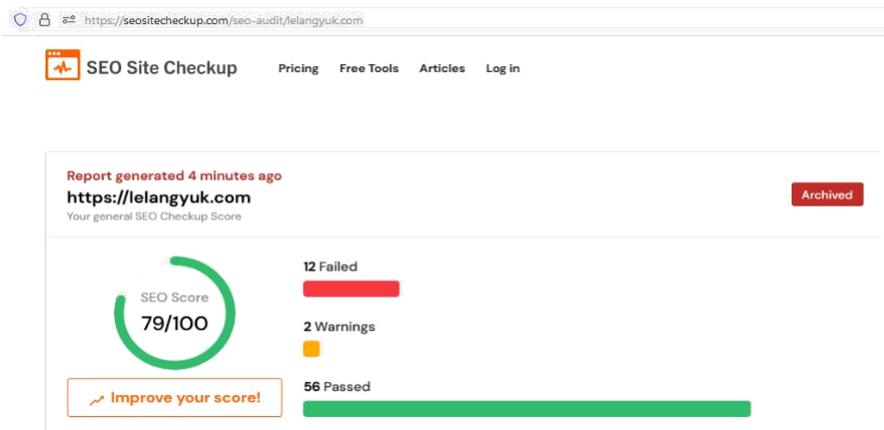
Berdasarkan Gambar 16, dengan menggunakan tool google analytics dapat diketahui terjadi kenaikan pengunjung dari tanggal 17 Juli sampai 30 Juli yaitu 19 pengguna menjadi sebesar 114 pengguna. Namun kenaikan pengunjung tersebut diketahui sebagian besar bukan berasal dari organic search melainkan berasal dari penyebaran angket yang merujuk pada *website Lelangyuk*.



Gambar 17. Asal Pengunjung *Website*

Berdasarkan Gambar 17, pada tool google analytics menunjukkan pengelompokan pengunjung *website* yang mengunjungi *website* secara langsung sebanyak 93 orang, dan yang melalui pencarian organik sebanyak 29 orang serta 2 orang dari sosial organik atau media sosial.

2. SEO Site Checkup



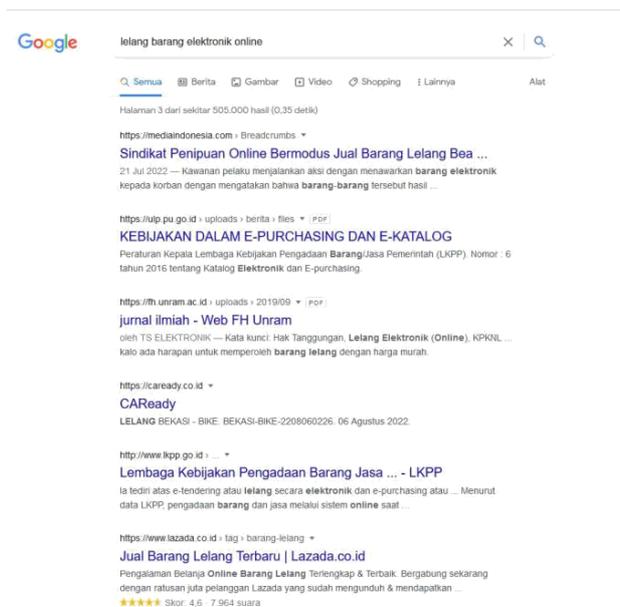
Gambar 18. SEO Site Checkup Setelah Implementasi

Berdasarkan Gambar 18, terjadi kenaikan nilai *SEO* pada *website Lelangyuk* yang dilakukan dengan pemeriksaan selama dua minggu pada *website* setelah implementasi *SEO On Page*. Nilai *SEO* pada *website Lelangyuk* yang sebelum implementasi 67/100 naik menjadi 79/100 sehingga *website Lelangyuk* menjadi lebih *SEO friendly*, dimana yang sebelumnya masih berwarna kuning (masih banyak masalah penerapan *SEO*) sudah berubah menjadi warna hijau (test implementasi *SEO* berhasil) .

3. SERPROBOT

Gambar 19. SERPROBOT Setelah Implementasi

Berdasarkan Gambar 19, setelah dua minggu implementasi perubahan hanya terjadi pada satu kata kunci yaitu “lelang barang elektronik online” yang sebelumnya berada pada *ranking* 17 menjadi *ranking* 23.



Gambar 20. Pencarian Kata Kunci

Berdasarkan Gambar 20, Ketika dicari melalui mesin pencari google *website Lelangyuk* masih belum ada pada halaman ke-dua ke-tiga maupun ke-empat, namun pada SERPROBOT berada pada *ranking* 23.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang diperoleh, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Metode Search Engine Optimization (*SEO*) tidak memberikan pengaruh penambahan pengunjung pada *website Lelangyuk*, meskipun nilai *SEO website Lelangyuk* sudah naik menjadi 79/100 dari nilai 67/100.

2. Metode Search Engine Optimization (SEO) tidak memberikan peningkatan *ranking* pada kata kunci yang telah ditentukan, sehingga bisa dikatakan metode Search Engine Optimization (SEO) pada *website Lelangyuk* tidak optimal. Peneliti berpendapat adanya pengaruh kata kunci yang luas pada penggunaan kata kunci, sehingga kata kunci tersebut banyak digunakan *website* besar sedangkan *website Lelangyuk* masih baru dan belum dapat bersaing menyebabkan kata kunci yang digunakan tidak berpengaruh pada *website Lelangyuk*
3. Terdapat kata kunci yang memiliki *ranking* yaitu “lelang barang elektronik online”, namun tidak terjadi peningkatan ranking dari yang sebelumnya berada pada *ranking* 17 menjadi *ranking* 23. Hal ini disebabkan karena ketika dilakukan pengecekan melalui mesin pencari tidak ditemukan pada halaman terkait sehingga tidak memberikan peningkatan *ranking*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Antonius and B. R. Suteja, “The Implementasi Metode On-Page Search Engine optimization untuk Meningkatkan Peringkat *Website* sebagai Hasil Pencarian Google,” *J. Tek. Inform. dan Sist. Inf.*, vol. 7, no. 1, pp. 251–260, 2021, doi:10.28932/jutisi.v7i1.3428.
- [2] A. Arifin, N. Dengen, H. J. Setyadi, A. Prafanto, and G. M. Putra, “Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic *Website* Berbayar dan Tidak Berbayar,” *Pros. Semin. Nas. Ilmu Komput. dan Teknol. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 20–49, 2019.
- [3] E. K. Suni and Y. Devianto, “E-Dimas,” *E-DIMAS J. Pengabd. Kpd. Masyarakat*, 11(3), 351-356, vol. 11, no. 3, pp. 351–356, 2020.
- [4] F. F. Dwi Imaniawan, R. Wijianto, and J. D. Mulyanto, “Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat *Website* Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: www.superbengkel.co.id),” *EVOLUSI J. Sains dan Manaj.*, vol. 8, no. 2, 2020, doi: 10.31294/evolusi.v8i2.9172.
- [5] F. I. Halim, B. Suranto, and I. V. Papatungan, “Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring,” *J. Autom.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2020.
- [6] F. Sutanto Andreas dan Mulyani Sri, “PROSIDING SEMINAR NASIONAL MULTI DISIPLIN ILMU & CALL FOR PAPERS UNISBANK (SENDI_U) Kajian Multi Disiplin Ilmu untuk Mewujudkan Poros Maritim dalam Pembangunan Ekonomi Berbasis Kesejahteraan Rakyat IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE PAD,” *Pros. Semin. Nas. Multi Disiplin Ilmu&Call Pap. Unisbank*, pp. 978–979, 2016.
- [7] F. A.-R. J. O. C. Science and undefined 2019, “Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimisation) Dengan Metode Onpage Dan Offpage Pada *Website* Cargoriau.Com,” *E-Journal.Upp.Ac.Id*, vol. 05, no. 01, pp. 32–37, 2019, [Online]. Available: <https://e-journal.upp.ac.id/index.php/RJOCS/article/view/1705>.
- [8] W. Nurjaya and A. Riyanto, “Analisis Dan Penerapan Search Engine Optimization Pada *Website* Menggunakan Metode White Hat SEO (Studi Kasus Di PT. Surya Putra Adipradana),” *J. Teknol. Inf.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–6, 2018.
- [9] M. P. Kuantitatif, *Review Buku Metode Penelitian Kuantitatif Berbasis Sem-Amos*. 2019.
- [10] P. Septiani and H. Kurniawan, “Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO),” *Respati*, vol. 15, no. 3, pp. 83–91, 2020, [Online]. Available: <http://jti.respati.ac.id/index.php/jurnaljti/article/view/376>.