



IMPLEMENTASI MARKETING AUTOMATION MENGUNAKAN METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN OFF PAGE PADA WEBSITE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA PT. ELTAMA PRIMA INDO

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun oleh:

Beyhan Ivandi

NIM: 175150400111027



**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
JURUSAN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG**

2021



PENGESAHAN

IMPLEMENTASI MARKETING AUTOMATION MENGGUNAKAN METODE SEARCH
ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN OFF PAGE PADA WEBSITE BERBASIS
CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) PADA PT. ELTAMA PRIMA INDO

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Komputer

Disusun Oleh :

Reyhan Ivandi

NIM: 175150400111027

Skrripsi ini telah diuji dan dinyatakan lulus pada
23 April 2021

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I

digitally signed by Yusi Tyrani Mursityo
10/05/2021

Yusi Tyrani Mursityo, S.Kom., M.AB.

NIP: 198002282006041001

Dosen Pembimbing 2

Digitally signed by
Widhy H. N. Putra
DN: c=ID, ou=FIKOM,
o=UB, cn=Widhy H. N.
Putra, E=widhy@ub.ac.id
Reason: I am the author
of this document
Date: 2021-05-11 14:01:09

Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra,

S.Kom., M.Kom.

NIK: 2017128704092001

Mengetahui

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Issa Arwani, S.Kom., M.Sc.

NIP: 198309222012121003



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar referensi.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Payakumbuh, 4 Mei 2021



Reyhan Ivandi

NIM: 175150400111027

PRAKATA

Alhamdulillah, saya ucapkan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan pertolongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *"Implementasi Marketing Automation Menggunakan Metode Search Engine Optimization (SEO) On Page dan Off Page Pada Website Berbasis Content Management System (CMS) pada PT. Eltama Prima Indo"* dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari dalam proses pengerjaan penelitian dan penulisan laporan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, secara khusus penulis menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Yusi Tyroni Mursityo, S.Kom., M.AB. dan Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, S.Kom., M.Kom. selaku pembimbing skripsi yang memberikan arahan dan masukan untuk kelancaran penelitian.
2. Issa Arwani, S.Kom., M.Sc. selaku ketua Jurusan Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
3. Wayan Firdaus Mahmudy, S.Si., M.T., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
4. Ismiarta Aknuranda, S.T., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing akademik atas bimbingan terhadap proses pengambilan mata kuliah dan lainnya selama proses perkuliahan berlangsung.
5. Adam Hendra Brata, S.Kom., M.T., M.Sc. selaku dosen yang telah membimbing dan memberikan rekomendasi sehingga penulis terpilih sebagai salah satu penerima beasiswa unggulan dari Kemendikbud.
6. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Brawijaya.
7. Bapak Elvian Helmi dan PT. Eltama Prima Indo atas kesediaan menerima penulis untuk melakukan penelitian SEO.
8. Orang tua penulis yang senantiasa memberi dukungan, doa, dan mengingatkan terhadap proses skripsi dari awal hingga akhir.
9. Reinaldo Pradana selaku saudara yang memberikan semangat dan mengingatkan untuk menjaga kesehatan.
10. Ahmad Farhan Alat, Yahya Vernanda, Janet Wulandari, dan teman-teman seperbimbingan yang senantiasa saling memberikan informasi dalam proses pengerjaan skripsi.
11. Achmad Ali Baidlowi, Renaldi Sidiq Wibowo, Alifian Rofiuna Widodo, Fawwaz Daffa, Agustinus Ryan Wicaksono, Rifky Yunus Krishabayu, Vionda Novrian, Wahid Hasyim, Febryan Asa, Nur Laita Rizki, Pradya Mutiarahma, teman-teman Sistem Informasi, beserta teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah senantiasa memberikan informasi terbaru mengenai proses skripsi dan bimbingan.



12. Mas Airul, Mas Rizam, Pramudya Ksatria Budiman, dan teman-teman mastahSEO Labs lainnya yang senantiasa berbagi ilmu dan teknik SEO.

13. Yugi Hasan Alnawan dan Muhammad Fathi Rauf dalam komunitas UPB yang senantiasa memberikan dukungan terhadap penulis dalam melakukan penelitian dan sharing SEO.

14. Seluruh pihak lainnya yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini hingga selesai.

Terima kasih pula kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam pengerjaan penelitian dan penulisan laporan skripsi baik yang secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan penelitian dan penulisan laporan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif untuk bahan evaluasi dan pembelajaran pada penelitian berikutnya.

Payakumbuh, 4 Mei 2021

Reyhan Ivandi

halo.ivandi@gmail.com



ABSTRAK

Keyhan Ivandi, Implementasi *Marketing Automation* Menggunakan Metode *Search Engine Optimization (SEO) On Page* dan *Off Page* Pada Website Berbasis *Content Management System (CMS)* pada PT. Eltama Prima Indo

Pembimbing: Yusi Tyroni Mursityo, S.Kom., M.AB. dan Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, S.Kom., M.Kom.

PT Eltama Prima Indo adalah perusahaan yang bergerak pada sektor *chemicals* yang menyediakan layanan berupa produk cat *epoxy*, jasa *epoxy*, *coating*, dan *sandblasting* yang melayani pelanggan dengan model bisnis baik *business to business (B2B)* maupun *business to consumer (B2C)*. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, PT Eltama Prima Indo hendak memaksimalkan teknologi sebagai media pemasaran mereka terutama mesin pencari (*search engine*). Saat ini, PT Eltama Prima Indo telah menerapkan pemasaran melalui teknologi dengan implementasi *marketing automation* metode *internet marketing* melalui *website company profile* dan Instagram. Hanya saja, PT Eltama Prima Indo belum memiliki halaman atau website yang ditujukan untuk optimasi pada mesin pencari. Oleh karena itu, pada penelitian ini dimulai dengan pengembangan website dengan alamat <https://www.epoxynesia.com> menggunakan *Content Management System (CMS)* Wordpress. Kemudian dilanjutkan dengan optimasi website pada mesin pencari Google menggunakan metode *Search Engine Optimization (SEO) on page* dan *off page*.

Penelitian ini menggunakan metode *research & development* atau implementatif untuk pengujian efektivitas implementasi *SEO on page* dan *off page* terhadap peringkat kata kunci, *performance*, dan jumlah *visitor* epoxynesia.com pada *search engine* Google. Berdasarkan analisis *SEO* dan kompetitor, epoxynesia.com diketahui membutuhkan implementasi *SEO on page* maupun *SEO off page* untuk menyesuaikan *website* dengan kaidah dari algoritma Google untuk bersaing dengan kompetitor. Setelah dilakukan analisis, penulis melanjutkan pada implementasi *SEO on page* dan *off page*. Kemudian dilakukan pengujian hasil implementasi menggunakan beberapa *tools* untuk mengetahui perubahan pada peringkat kata kunci, *performance*, dan *visitor* yang didapatkan. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, terdapat peningkatan pada peringkat kata kunci, *performance*, dan *visitors*. Selain itu, peningkatan pada skor *authority SEO* versi *domain authority* Moz meningkat 14 poin dari 0 hingga 14. Sedangkan, *domain rating* versi Ahrefs meningkat 31 poin dari 0 hingga 31.

Kata kunci: *marketing automation*, *SEO*, *SEO on page*, *SEO off page*, *search engine*, *Google*



ABSTRACT

Keyhan Ivandi, The Implementation of Marketing Automation Using On Page and Off Page Search Engine Optimization (SEO) Methods on a Content Management System (CMS) Based Website at PT. Eltama Prima Indo

Supervisors: Yusi Tyroni Mursityo, S.Kom., M.AB. and Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, S.Kom., M.Kom.

PT Eltama Prima Indo is a company engaged in the chemicals sector which provides services in the form of epoxy paint products, epoxy, coating and sandblasting services that serve customers with business models, both business to business (B2B) and business to consumer (B2C). Along with the rapid development of technology, PT Eltama Prima Indo wants to maximize technology as their marketing medium, especially search engines. Currently, PT Eltama Prima Indo has implemented marketing through technology by implementing marketing automation internet marketing methods through the company profile website and Instagram. However, PT Eltama Prima Indo does not yet have a page or website that is intended for search engine optimization. Therefore, this study begins with the development of a website with the address <https://www.epoxynesia.com> using the Wordpress Content Management System (CMS). Then proceed with website optimization on the Google search engine using the on page and off page Search Engine Optimization (SEO) method.

This study uses research & development or implementative methods to test the effectiveness of on-page and off-page SEO implementation on keyword rankings, performance, and the number of epoxynesia.com visitors on Google search engines. Based on the analysis of SEO and competitors, epoxynesia.com is known to require the implementation of on page SEO and off page SEO to adjust the website to the rules of the Google algorithm to compete with competitors. After the analysis is carried out, the authors continue to implement on-page and off-page SEO. Then, the implementation results are tested using several tools to determine the changes in the ranking of keywords, performance, and visitors that are obtained. Based on the results of these tests, there was an increase in keyword rankings, performance, and visitors. In addition, the increase in the SEO authority score for the domain authority version of Moz increased by 14 points from 0 to 14. Meanwhile, the Ahrefs version of the domain rating increased by 31 points from 0 to 31.

Keywords: marketing automation, SEO, SEO on page, SEO off page, search engine, Google



DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PRAKATA.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan.....	3
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Pembahasan.....	4
BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN.....	5
2.1 Kajian Pustaka.....	5
2.2 PT Eltama Prima Indo.....	16
2.3 <i>Marketing Automation</i>	17
2.4 <i>Search Engine</i>	18
2.4.1 Google.....	19
2.4.2 <i>Search Engine Result Pages (SERP)</i>	21
2.4.3 <i>Web Crawler</i>	21
2.5 <i>Search Engine Optimization (SEO)</i>	22
2.5.1 Kata Kunci.....	22
2.5.2 <i>SEO On Page</i>	23
2.5.3 <i>SEO Off Page</i>	29
2.5.4 <i>SEO Key Performance Indicators</i>	30
2.5.5 <i>SEO Tools</i>	31
2.6 <i>Website</i>	33



2.7 Content Management System	33
-------------------------------------	----

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	34
--	-----------

3.1 Jenis Penelitian	34
----------------------------	----

3.2 Tahapan Penelitian	34
------------------------------	----

3.2.1 Pengumpulan Data	35
------------------------------	----

3.2.2 Studi Literatur	35
-----------------------------	----

3.2.3 Analisis SEO	36
--------------------------	----

3.2.4 Perancangan SEO	37
-----------------------------	----

3.2.5 Implementasi SEO	38
------------------------------	----

3.2.6 Hasil Implementasi SEO	38
------------------------------------	----

3.2.7 Kesimpulan dan Saran	38
----------------------------------	----

BAB 4 ANALISIS SEO	39
---------------------------------	-----------

4.1 Analisis Website	39
----------------------------	----

4.1.1 Usia <i>Domain Website</i>	40
--	----

4.1.2 <i>Authority Website</i> versi Moz.com	42
--	----

4.1.3 <i>Rating Website</i> versi Ahrefs	42
--	----

4.1.4 Penggunaan SEO Tracker pada <i>Website</i>	43
--	----

4.1.5 Statistik Pengunjung Sebelum Implementasi SEO	44
---	----

4.2 Analisis Kata Kunci	45
-------------------------------	----

4.2.1 Analisis Kata Kunci <i>Transactional</i>	47
--	----

4.2.2 Analisis Kata Kunci <i>Informational</i>	51
--	----

4.3 Analisis <i>SEO On Page</i>	52
---------------------------------------	----

4.3.1 Sitemap.xml	53
-------------------------	----

4.3.2 <i>PageSpeed</i>	54
------------------------------	----

4.3.3 Mobile Friendly	56
-----------------------------	----

4.3.4 Robots.txt	56
------------------------	----

4.3.5 <i>Title Tag</i>	57
------------------------------	----

4.3.6 Meta Tag	58
----------------------	----

4.3.7 Uniform Resource Locator (URL)	58
--	----

4.3.8 <i>Heading Tag</i>	59
--------------------------------	----

4.3.9 ALT Text	61
----------------------	----

4.3.10 Internal Link	62
----------------------------	----



4.4 Analisis SEO Off Page	62
4.5 Analisis Kompetitor	64
4.5.1 Epoxyindonesia.com	64
4.5.2 Pilarutamaepoxy.com	66
4.5.3 Indahjayaepoxy.com	67
4.5.4 Zafiraepoxy.com	68
4.5.5 Rajaepoxy.com	70
4.5.6 Rajaepoxy.com/2018/08/jasa-epoxy-lantai.html/	71
4.5.7 Raja-epoxy.com	72
4.5.8 Fazuraepoxy.com	74
4.5.9 Indojavaepoxy.com	75
4.5.10 Indojavaepoxy.com/jasa-epoxy-lantai/	77
BAB 5 PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SEO	78
5.1 Perancangan SEO Tracker	78
5.2 Perancangan Kata Kunci	78
5.2.1 Perancangan Kata Kunci Transactional	78
5.2.2 Perancangan Kata Kunci Informational	79
5.3 Perancangan SEO	80
5.3.1 Perancangan SEO On Page	82
5.3.2 Perancangan SEO Off Page	87
5.4 Implementasi SEO Tracker	89
5.5 Implementasi SEO	91
5.5.1 Implementasi SEO On Page	91
5.5.2 Implementasi SEO Off Page	103
5.6 Implementasi Berdasarkan Waktu	109
BAB 6 HASIL IMPLEMENTASI SEO	111
6.1 Skor SEO	111
6.1.1 Authority versi Moz.com	112
6.1.2 Rating versi Ahrefs	113
6.1.3 SEO On Page	115
6.1.4 SEO Off Page	117
6.2 Analisis Hasil Implementasi SEO	119



6.2.1 Peringkat Kata Kunci	119
6.2.2 Performance	128
6.2.3 Statistik Pengunjung	131
BAB 7 PENUTUP	134
7.1 Kesimpulan	134
7.2 Saran	135
DAFTAR REFERENSI	136



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	5
Tabel 2.2 Contoh Kode Robots.txt	25
Tabel 2.3 Contoh <i>Title Tag</i>	25
Tabel 2.4 Contoh <i>Meta Tag Description</i>	26
Tabel 2.5 Contoh <i>Heading Tag</i>	27
Tabel 4.1 Analisis <i>Website Epoxynesia.com</i>	40
Tabel 4.2 Analisis Kata Kunci tentang <i>Epoxy Lantai</i>	46
Tabel 4.3 Daftar Kata kunci <i>Transactional</i> tentang <i>Epoxy</i>	51
Tabel 4.4 Daftar Kata Kunci <i>Informational</i> tentang <i>Epoxy</i>	52
Tabel 4.5 Analisis <i>SEO On Page</i>	53
Tabel 4.6 Analisis <i>Heading Tag Epoxynesia.com</i>	60
Tabel 4.7 Analisis <i>SEO Off Page Epoxynesia.com</i>	62
Tabel 4.8 Analisis Kompetitor	64
Tabel 4.9 Analisis <i>Website Epoxyindonesia.com</i>	65
Tabel 4.10 Analisis <i>Website Pilarutamaepoxy.com</i>	67
Tabel 4.11 Analisis <i>Website Indahjayaepoxy.com</i>	68
Tabel 4.12 Analisis <i>Website Zafiraepoxy.com</i>	70
Tabel 4.13 Analisis <i>Website Rajaepoxy.com</i>	71
Tabel 4.14 Analisis Halaman <i>Website Rajaepoxy.com</i>	72
Tabel 4.15 Analisis <i>Website Raja-epoxy.com</i>	73
Tabel 4.16 Analisis <i>Website Fazuraepoxy.com</i>	75
Tabel 4.17 Analisis <i>Website Indojavaepoxy.com</i>	76
Tabel 4.18 Analisis Halaman <i>Website Indojavaepoxy.com</i>	77
Tabel 5.1 Rancangan Kode Tracking Google Analytics	78
Tabel 5.2 Rancangan Penempatan Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai</i> ”	79
Tabel 5.3 Rancangan Penempatan Kata Kunci Turunan “ <i>Jasa Epoxy Lantai Jakarta</i> ”	79
Tabel 5.4 Rancangan Implementasi Kata Kunci <i>Informational</i>	80
Tabel 5.5 Hubungan Proses Google Bekerja dan Rancangan Implementasi <i>SEO</i>	81
Tabel 5.6 Rancangan <i>Meta Tag Epoxynesia.com</i>	83



Tabel 5.7 Rancangan <i>Heading Tag</i> <i>Epoxynesia.com</i>	84
Tabel 5.8 Rancangan Internal Link <i>Epoxynesia.com</i>	86
Tabel 5.9 Implementasi <i>SEO On Page</i> <i>Epoxynesia.com</i> berbasis CMS Wordpress	91
Tabel 5.10 Artikel Informatif <i>Epoxynesia.com/blog/</i>	102
Tabel 5.12 Daftar Implementasi <i>SEO Off Page</i>	103
Tabel 5.13 Daftar <i>Backlink Guest Post</i> <i>Epoxynesia.com</i>	104
Tabel 5.14 Daftar <i>Backlink</i> Web 2.0 <i>Epoxynesia.com</i>	105
Tabel 5.15 Daftar Implementasi <i>Backlink Blog Network</i> <i>Epoxynesia.com</i>	106
Tabel 5.16 Daftar Implementasi <i>Backlink</i> Forum.....	107
Tabel 5.17 Daftar Implementasi <i>Backlink Profile</i>	108
Tabel 5.18 Daftar Implementasi <i>Backlink Redirect</i>	108
Tabel 5.19 Implementasi <i>SEO</i> Berdasarkan Waktu.....	110
Tabel 6.1 Statistik Hasil Implementasi <i>SEO</i>	111
Tabel 6.2 Perubahan Skor <i>SEO</i> <i>Epoxynesia.com</i>	112
Tabel 6.3 Analisis Hasil <i>Authority</i> <i>Epoxynesia.com</i>	112
Tabel 6.4 Perbedaan Sebelum dan Sesudah Implementasi <i>SEO</i> terhadap Matriks Ahrefs.....	113
Tabel 6.5 Hasil Optimasi <i>PageSpeed</i> <i>Epoxynesia.com</i>	115
Tabel 6.6 Hasil Implementasi <i>SEO</i> terhadap Skor <i>SEO Off Page</i>	118
Tabel 6.7 Analisis Hasil Implementasi <i>SEO</i> Performance dan Analytics.....	119
Tabel 6.8 Peringkat Kata Kunci Transactional <i>Epoxynesia.com</i>	120
Tabel 6.9 Data Historis Perubahan Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” pada <i>Epoxynesia.com</i>	120
Tabel 6.10 Data Historis Perubahan Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada <i>Epoxynesia.com</i>	122
Tabel 6.11 <i>History</i> Peringkat Kata Kunci Informational <i>Epoxynesia.com</i>	127
Tabel 6.12 Performance <i>Epoxynesia.com</i> dari Oktober 2020 hingga Februari 2021	128
Tabel 6.13 Statistik Pengunjung <i>Epoxynesia.com</i>	131

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Fungsionalitas <i>Marketing Automation</i>	18
Gambar 2.2 Cara Kerja Google Search	19
Gambar 3.1 Diagram Tahapan Metodologi Penelitian	35
Gambar 4.1 Analisis <i>Epoxynesia.com</i> dengan Ahrefs	39
Gambar 4.2 Analisis <i>Epoxynesia.com</i> pada Moz.com	39
Gambar 4.3 <i>Index Epoxynesia.com</i> pada Google Search	40
Gambar 4.4 Usia <i>Domain Epoxynesia.com</i>	41
Gambar 4.5 <i>Domain Authority Epoxynesia.com</i> sebelum Implementasi SEO	42
Gambar 4.6 <i>Rating Epoxynesia.com</i> berdasarkan Ahrefs	43
Gambar 4.7 Trafik <i>Epoxynesia.com</i> sebelum Implementasi SEO	44
Gambar 4.8 Analisis Kata Kunci dengan Ahrefs	45
Gambar 4.9 Analisis Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai</i> ” dengan Ahrefs	47
Gambar 4.10 Perubahan Posisi SERP pada Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai</i> ”	47
Gambar 4.11 Trend Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai</i> ” berdasarkan NeilPatel.com	48
Gambar 4.12 Analisis Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai</i> ” dengan NeilPatel.com	48
Gambar 4.13 Analisis Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai Jakarta</i> ” dengan Ahrefs	49
Gambar 4.14 Trend Kata Kunci “ <i>Jasa Epoxy Lantai Jakarta</i> ” berdasarkan NeilPatel.com	50
Gambar 4.15 Analisis Kata Kunci <i>Transactional Epoxy Lainnya</i>	50
Gambar 4.16 Analisis Kata Kunci Informational dengan Ahrefs	51
Gambar 4.17 Analisis Sitemap.xml <i>Epoxynesia.com</i> dengan SeoSiteCheckup.com	54
Gambar 4.18 Analisis Sitemap.xml <i>Epoxynesia.com</i> dengan NeilPatel.com	54
Gambar 4.19 Analisis <i>PageSpeed Epoxynesia.com</i> dengan Google <i>PageSpeed Insight</i>	55
Gambar 4.20 Eliminate Render-Blocking Resources pada <i>Epoxynesia.com</i>	55
Gambar 4.21 Analisis Mobile Friendly <i>Epoxynesia.com</i> dengan Google Mobile-Friendly Test	56
Gambar 4.22 Analisis Robots.txt pada <i>Epoxynesia.com</i>	57
Gambar 4.23 Analisis <i>Title Tag</i> pada <i>Epoxynesia.com</i>	57
Gambar 4.24 Analisis Kata Kunci Turunan untuk <i>Title Tag Epoxynesia.com</i>	58



Gambar 4.25 Analisis Meta Description <i>Epoxynesia.com</i> dengan NeilPatel.com	58
Gambar 4.26 Analisis URL pada <i>Epoxynesia.com</i>	59
Gambar 4.27 Analisis <i>Heading Tag</i> <i>Epoxynesia.com</i> dengan Inspect Element Tools Browser	59
Gambar 4.28 Belum Terdapat H1 pada <i>Epoxynesia.com</i>	60
Gambar 4.29 Analisis ALT Text <i>Epoxynesia.com</i>	61
Gambar 4.30 Analisis Internal Link <i>Epoxynesia.com</i>	62
Gambar 4.31 Analisis <i>Referring Domain</i> dan <i>Backlink</i> <i>Epoxynesia.com</i> dengan Ahrefs	63
Gambar 4.32 Analisis <i>Linking Domains</i> <i>Epoxynesia.com</i> dengan Moz.com	63
Gambar 4.33 Analisis <i>Epoxyindonesia.com</i> dengan Ahrefs	65
Gambar 4.34 Analisis <i>Pilarutamaepoxy.com</i> dengan Ahrefs	66
Gambar 4.35 Analisis <i>Indahjayaepoxy.com</i> dengan Ahrefs	67
Gambar 4.36 <i>Index Website</i> <i>Indahjayaepoxy.com</i>	68
Gambar 4.37 Analisis <i>Website</i> <i>Zafiraepoxy.com</i> dengan Ahrefs	69
Gambar 4.38 <i>Index Website</i> <i>Zafiraepoxy.com</i>	69
Gambar 4.39 Analisis <i>Website</i> <i>Rajaepoxy.com</i> dengan Ahrefs	70
Gambar 4.40 Analisis Halaman <i>Website</i> <i>Rajaepoxy.com</i> dengan Ahrefs	71
Gambar 4.41 Analisis <i>Website</i> <i>Raja-epoxy.com</i> dengan Ahrefs	72
Gambar 4.42 Anchor Text <i>Backlink</i> <i>Raja-epoxy.com</i> berdasarkan Ahrefs	73
Gambar 4.43 Riwayat DNS <i>Fazuraepoxy.com</i> berdasarkan CompleteDNS.com	74
Gambar 4.44 Analisis <i>Website</i> <i>Fazuraepoxy.com</i> dengan Ahrefs	75
Gambar 4.45 Analisis <i>Website</i> <i>Indahjayaepoxy.com</i> dengan Ahrefs	76
Gambar 4.46 Analisis Halaman <i>Website</i> <i>Indojayaepoxy.com</i> dengan Ahrefs	77
Gambar 5.1 Visualisasi Sitemap pada <i>Epoxynesia.com</i>	82
Gambar 5.2 Field untuk Menambahkan ALT Text pada CMS Wordpress	86
Gambar 5.3 Skema Implementasi <i>SEO Off Page</i> <i>Epoxynesia.com</i>	88
Gambar 5.4 Pemasangan Kode Tracking Google Analytics pada <i>Epoxynesia.com</i>	89
Gambar 5.5 Pengujian Kode Tracking Google Analytics untuk Mengetahui Visitor	89
Gambar 5.6 Pemasangan Kode Ownership Google Search Console	90
Gambar 5.7 Ownership Verified pada Google Search Console	90
Gambar 5.8 Tampilan Dashboard Google Search Console Setelah Verifikasi	91



Gambar 5.9 Implementasi Mengaktifkan Sitemap.xml pada CMS Wordpress ...	92
Gambar 5.10 Konfigurasi Sitemap.xml dengan <i>Plugin All in One SEO Pack</i>	93
Gambar 5.11 Sitemap.xml pada <i>Epoxynesia.com</i>	93
Gambar 5.12 Mendaftarkan Sitemap.xml pada Google Search Console	94
Gambar 5.13 Sitemap.xml/ <i>Epoxynesia.com</i> Terhubung dengan Google Search Console	94
Gambar 5.14 Optimasi <i>PageSpeed</i> pada JavaScript dengan <i>Plugin Autooptimize</i> . 95	
Gambar 5.15 Optimasi <i>PageSpeed Lazy Load Images</i> dengan <i>Plugin Smush</i>	96
Gambar 5.16 Implementasi <i>Title Tag</i> dengan <i>Plugin All in One SEO Pack</i>	96
Gambar 5.17 Pengecekan <i>Title Tag</i> dengan view-source pada Browser	97
Gambar 5.18 Implementasi Meta Tag (Description) dengan <i>Plugin All in One SEO Pack</i>	97
Gambar 5.19 Pengaturan SEO Friendly URL (Permalinks) pada Wordpress	98
Gambar 5.20 Implementasi <i>Heading Tag</i> (H1) pada <i>Epoxynesia.com</i>	98
Gambar 5.21 Perubahan <i>Heading Tag</i> H3 ke H2	99
Gambar 5.22 Perubahan dan Penempatan Kata Kunci pada <i>Heading Tag</i> 2 (H2)	100
Gambar 5.23 Implementasi ALT Text pada Gambar yang Belum Memiliki ALT. 101	
Gambar 5.24 Pengecekan ALT Text dengan Inspect Element Tools Browser ...	101
Gambar 5.25 Halaman Posts Wordpress <i>Epoxynesia.com</i>	102
Gambar 5.26 Implementasi <i>Backlink Guest Post Epoxynesia.com</i>	105
Gambar 5.27 Implementasi <i>Backlink Web 2.0 Epoxynesia.com</i>	105
Gambar 5.28 Implementasi <i>Backlink Blog Network Epoxynesia.com</i>	106
Gambar 5.29 Implementasi <i>Backlink Profile</i>	107
Gambar 5.30 Implementasi <i>Backlink Redirect</i>	109
Gambar 6.1 Perubahan Domain Authority <i>Epoxynesia.com</i>	113
Gambar 6.2 Analisis Hasil <i>Epoxynesia.com</i> dengan Ahrefs	114
Gambar 6.3 Analisis <i>Epoxynesia.com</i> Sebelum Implementasi SEO	114
Gambar 6.4 Organic Keywords <i>Epoxynesia.com</i> pada Ahrefs	115
Gambar 6.5 Hasil Implementasi <i>PageSpeed Epoxynesia.com</i>	116
Gambar 6.6 Hasil Implementasi Sitemap.xml <i>Epoxynesia.com</i>	117
Gambar 6.7 Hasil Implementasi <i>Coverage Epoxynesia.com</i>	117
Gambar 6.8 Hasil Implementasi <i>SEO Off Page Epoxynesia.com</i>	118



Gambar 6.9 Hasil SEO Off Page berdasarkan Google Search Console.....	119
Gambar 6.10 Peringkat Tertinggi Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”	121
Gambar 6.11 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” pada 23 Januari 2021... ..	122
Gambar 6.12 Peringkat Tertinggi Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta”	123
Gambar 6.13 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada 6 Februari 2021.....	124
Gambar 6.14 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada 13 Januari 2021.....	124
Gambar 6.15 Grafik Terhadap Indikasi Update Algoritma Google	125
Gambar 6.16 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada 8 Februari 2021.....	126
Gambar 6.17 Performance Epoxynesia.com dari Bulan Oktober 2020 hingga Februari 2021.....	128
Gambar 6.18 Jumlah Queries Epoxynesia.com Berdasarkan Google Search Console	129
Gambar 6.19 Performance Impression Epoxynesia.com Berdasarkan Google Search Console.....	130
Gambar 6.20 Performance Epoxynesia.com berdasarkan Google Search Console	130
Gambar 6.21 Performance Clicks Epoxynesia.com Berdasarkan Google Search Console.....	131
Gambar 6.22 Pie Chart Lokasi Pengunjung Epoxynesia.com	132
Gambar 6.23 Visitor Epoxynesia.com dari Oktober 2020 hingga Februari 2021.....	132
Gambar 6.24 Distribusi Traffic Channels pada Epoxynesia.com	133



BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Data dari We Are Social & Hootsuite (2020) menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia adalah 175.4 juta dengan penetrasi internet sebesar 64%. Jumlah pengguna dan penetrasi internet tersebut naik sebesar 25 juta atau 17% dari tahun sebelumnya, 2019. Seiring dengan meningkatkan penetrasi internet, trafik *search engine* Google juga meningkat. Data dari SimilarWeb menunjukkan bahwa Google adalah situs pertama yang paling banyak dikunjungi di Indonesia dengan 1.689.000.000 kunjungan per bulannya di 2020. Trafik Google di 2020 naik sebesar 660.100.000 dari 1.028.900.000 per bulannya pada tahun 2019.

Beragam aktivitas dilakukan oleh pengguna internet pada *search engine*, Google, seperti mencari informasi, berita, tutorial, rekomendasi, produk, atau jasa tertentu. Terkait dengan pencarian produk atau jasa melalui internet, We Are Social & Hootsuite merilis data bahwa 93% pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020 mencari informasi produk atau jasa terlebih dahulu melalui media online. Begitu pula di sisi *brand discovery* dan produk *search engine* merupakan channel dengan persentase terbesar, yakni 44%. Diikuti *ads on television* 36%, *ads on social media* 34%, *recommendations or comments on social media* 32%, *brand or product website* 32%, *word-of-mouth recommendations* 32%, *consumer review websites* 29%, *tv shows or films* 27%, *ads in mobile or tablet apps* 26%, dan *product comparison websites* 26%. Tingginya pencarian produk dan *brand discovery* melalui media online, terutama *search engine* merupakan kesempatan bagi perusahaan untuk *branding* maupun menjangkau pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan teknologi, praktik pemasaran dengan teknologi ini dikenal dengan sebutan *marketing automation*.

Buttle (2009) pada bukunya dengan judul "*Customer Relationship Management Concepts and Technologies*" menjelaskan bahwa *marketing automation* adalah penerapan teknologi terkomputerisasi untuk mendukung marketer dan *marketing management* dalam mencapai tujuan pekerjaan mereka. Terdapat beberapa fungsionalitas dari *marketing automation*, seperti *asset management*, *campaign management*, *customer segmentation*, *lead generation*, *marketing analytics*, *partner marketing*, *product lifecycle management*, *keyword marketing*, *web analytics*, hingga *search engine optimization* (SEO). Beberapa keuntungan apabila menerapkan *marketing automation*, yakni meningkatkan efisiensi proses pemasaran, meningkatkan produktivitas pemasaran, pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan responsifitas, meningkatkan kecerdasan pemasaran dan meningkatkan *customer experience*.



Riset yang dilakukan oleh Brightede Research pada 2019 mengenai *channel share* trafik *website* menampilkan data bahwa 53% trafik *website* datang dari SEO (*organic search*), sementara *paid search* lebih rendah, yakni 15%. Terdapat dua pembagian dalam menerapkan SEO, yakni SEO *on page* dan SEO *off page*. SEO *on page* ditujukan untuk pembenahan dan pengimplementasian internal situs agar sesuai dengan keinginan user dan kaidah atau algoritma mesin pencari. Sementara itu, SEO *off page* ditujukan untuk peningkatan otoritas suatu *website* dengan proses *link building*. Kombinasi dari kedua hal ini akan membantu *website* mendapatkan peringkat untuk kata kunci yang ditargetkan.

PT Eltama Prima Indo adalah perusahaan yang bergerak pada sektor chemicals yang menyediakan layanan berupa produk cat *epoxy*, jasa *epoxy*, *coating*, dan *sandblasting* yang melayani pelanggan baik *business to business* (B2B) maupun *business to consumer* (B2C). Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, PT Eltama Prima Indo hendak memaksimalkan teknologi sebagai media pemasaran mereka terutama mesin pencari (*search engine*). Saat ini, PT Eltama Prima Indo telah menerapkan pemasaran melalui teknologi dengan implementasi *marketing automation* metode *internet marketing* melalui *website company profile* dan Instagram. Hanya saja, PT Eltama Prima Indo belum memiliki halaman atau *website* yang ditujukan untuk optimasi pada mesin pencari. Oleh karena itu, pada penelitian ini dimulai dengan pengembangan *website* dengan alamat <https://www.epoxynesia.com> menggunakan *Content Management System* (CMS) Wordpress.

Salah satu contoh kata kunci mengenai *epoxy* yang potensial untuk mendatangkan pengunjung pada [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com) melalui *search engine* adalah jasa *epoxy* lantai. Data dari Ahrefs menunjukkan terdapat 3.100 pencarian per bulan untuk kata kunci "jasa *epoxy* lantai". Sedangkan, NeilPatel.com menunjukkan terdapat 2.400 pencarian per bulannya untuk kata kunci tersebut. Selain kata kunci "jasa *epoxy* lantai" terdapat kata kunci mengenai *epoxy* lainnya yang juga berpotensi mendatangkan pelanggan baru bagi PT Eltama Prima Indo, misalnya jasa *epoxy* lantai Jakarta, jasa *epoxy* lantai Bekasi, *epoxy self levelling*, *epoxy mortar*, *epoxy lantai 3d*, cara menggunakan *epoxy*, tips *epoxy*, dan kata kunci seputar tutorial *epoxy*. Kata kunci-kata kunci tersebut memiliki volume pencarian yang cukup potensial untuk dioptimasi pada *website* [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com) untuk meningkatkan kesempatan mendapatkan *project epoxy* bagi PT Eltama Prima Indo.



Berdasarkan uraian di atas, penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul “Implementasi *Marketing Automation* Menggunakan Metode *Search Engine Optimization* (SEO) *On Page* dan *Off Page* pada *Website* Berbasis *Content Management System* (CMS) pada PT. Eltama Prima Indo”. Dengan adanya penelitian ini diharapkan *website* epoxynesia.com sesuai dengan algoritma Google (SEO *friendly*), *performance* yang lebih baik, mendapatkan pengunjung, dan peringkat yang lebih baik pada *Search Engine Result Pages* (SERP) Google untuk kata kunci-kata kunci seputar *epoxy*. Seiring dengan naiknya pencapaian KPIs tersebut, diharapkan PT. Eltama Prima Indo semakin dikenal dan mendapatkan pelanggan-pelanggan baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, didapatkan rumusan masalah, diantaranya:

1. Bagaimana hasil analisis SEO *on page* & SEO *off page website* berbasis CMS pada PT. Eltama Prima Indo?
2. Bagaimana hasil implementasi SEO *on page* & SEO *off page* pada *website* berbasis CMS pada PT. Eltama Prima Indo?

1.3 Tujuan

Tujuannya dilakukan optimasi SEO pada *website* berbasis CMS pada PT. Eltama Prima Indo, diantaranya:

1. Mendapatkan hasil analisis SEO *on page* & SEO *off page* pada *website* berbasis CMS pada PT. Eltama Prima Indo.
2. Mengetahui hasil implementasi SEO *on page* & SEO *off page* pada *website* berbasis CMS pada PT. Eltama Prima Indo, berupa *performance*, *visitor*, dan peringkat *keyword* di SERP Google sebelum dan sesudah implementasi.

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini adalah menjadikan epoxynesia.com sesuai dengan algoritma Google, memunculkan epoxynesia.com di hasil pencarian Google, meningkatkan *performance* dan *visitor*, serta meningkatkan peringkat kata kunci-kata kunci seputar *epoxy* di SERP Google. Diharapkan dengan naiknya KPIs tersebut dapat meningkatkan tawaran yang masuk ke PT. Eltama Prima Indo untuk *project epoxy* lantai.



1.5 Batasan Masalah

Implementasi SEO dilakukan pada *website* berbasis CMS dengan alamat <https://www.epoxynesia.com>. Implementasi SEO pada *website* [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com) ditujukan untuk optimasi pada mesin pencari Google Search Bahasa Indonesia.

1.6 Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan skripsi ini dibagi ke dalam 7 bab yang tiap babnya memiliki tujuan masing-masing.

Bab 1 Pendahuluan

Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah, dan sistematika pembahasan.

Bab 2 Landasan Kepustakaan

Landasan kepustakaan berisi kajian pustaka, teori, metode, dan *tools* yang terkait dalam implementasi SEO *on page* & SEO *off page* pada *website* berbasis CMS.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisi tentang metode yang digunakan dalam implementasi SEO *on page* & SEO *off page* pada *website* berbasis CMS.

Bab 4 Analisis SEO

Analisis dan perancangan SEO berisi analisis *website*, kata kunci, SEO *on page*, SEO *off page*, dan kompetitor.

Bab 5 Perancangan dan Implementasi SEO

Berdasarkan hasil analisis SEO dilakukan perancangan SEO *on page* dan SEO *off page* sebagai pedoman dalam implementasi. Implementasi SEO berisi langkah dan praktik SEO *on page* & SEO *off page* pada *website* berbasis CMS PT. Eltama Prima Indo.

Bab 6 Hasil Implementasi SEO

Hasil implementasi SEO berisi perbandingan sebelum dan sesudah implementasi SEO terhadap *performance*, *visitor*, peringkat kata kunci-kata kunci "*epoxy*", dan metrik SEO *on page* & SEO *off page* berdasarkan *tools* tertentu.

Bab 7 Penutup

Penutup berisi kesimpulan terhadap rumusan masalah dan saran untuk PT. Eltama Prima Indo untuk implementasi SEO *on page* & *off page* lanjutan.

BAB 2 LANDASAN KEPUSTAKAAN

2.1 Kajian Pustaka

Pada penelitian ini, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu sebagai sumber rujukan. Penelitian terdahulu tersebut, diantaranya:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Jurnal & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	2011	Rakesh Kumar dan Shiva Saini	Judul Jurnal: International Journal of Computer Science Engineering and Information Technology (IJCEIT) Judul Penelitian: A Study on SEO Monitoring System Based on Corporate Website Development	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat suatu website pada mesin pencari.	- Menganalisis dampak penerimaan dan pencatatan mesin pencari dan aturan peringkat untuk mendapatkan pemahaman tentang fitur algoritma mesin pencari yang sering digunakan. - Mengusulkan strategi pengoptimalan SEO dalam pengembangan website.	- Penelitian ini menghasilkan rancangan <i>web design</i> untuk SEO dan pengenalan terhadap implementasi <i>main factors</i> SEO, baik <i>on page optimization</i> maupun <i>external links</i> . - Peneliti mengemukakan bahwa <i>external link</i> merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap perubahan posisi atau peringkat pada mesin pencari.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
2	2014	Rony Baskoro Lukito, Cahya Lukito, dan Deddy Arifin	Judul Jurnal: ComTech Judul Penelitian: Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet	- Analisis kaidah SEO terhadap beberapa <i>website</i> . - Pengembangan suatu <i>website</i> baru dengan kaidah SEO	Mengetahui rancangan <i>website</i> yang baik untuk mendatangkan <i>visitor</i> tetarget yang ramai	- <i>Website</i> baru yang dikembangkan dengan kaidah SEO mendapatkan <i>visitor</i> 87 hingga 190 per harinya. Pengunjung ini lebih besar dari 4 <i>website</i> mengenai coklat lainnya yang telah dibangun lebih awal. - Rancangan <i>website</i> yang sesuai dengan kaidah SEO dapat meningkatkan <i>visitor</i> dalam waktu yang relatif cepat.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
3	2015	Themistoklis Mavridis dan Andreas Symeonidis	Judul Jurnal: Engineering Applications of Artificial Intelligence Judul Penelitian: Identifying valid search engine ranking factors in a Web 2.0 and Web 3.0 context for building efficient SEO mechanisms	Membangun LSHRank sebagai (<i>Latent Semantic Headless Rank</i>) yang memiliki fungsi melakukan ekstraksi suatu halaman web dan karakteristik semantiknya.	Membangun mekanisme SEO yang efektif dengan mengamati faktor apa saja yang mempengaruhi <i>search engine</i> pada dua <i>domain</i> berbeda.	- Atribut semantik dan domain mempengaruhi peringkat <i>website</i>. - Struktur <i>link</i> merupakan karakteristik paling penting pada <i>website</i>. - Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi MozRank, <i>domain authority</i> (DA), dan <i>page authority</i> (PA), seperti <i>internal links</i>, <i>redirect link</i>, <i>rel microformats</i>, <i>embedded videos</i>, dan sebagainya.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
4	2017	Himawan, Arisantoso, dan Asep Saefullah	Judul Jurnal: Prosiding SNATIF Judul Penelitian: Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website	Implementasi SEO dengan teknik <i>keyword research</i> , <i>on page optimization</i>	Mendeskripsikan peranan pemilihan kata kunci yang tepat, penggunaan <i>eksternal link</i> , <i>backlinks</i> , <i>forward link</i> , dan <i>inbound link</i> , serta konten <i>website</i> untuk mengoptimalkan SEO guna memperbaiki peringkat <i>website</i> pada mesin pencari.	Terjadi perubahan peringkat Alexa yang mengindikasikan kepopuleran situs dalam periode optimasi SEO, yakni Januari hingga April 2017.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
5	2018	Adi Pratomo, Effan Najwaini, Agus Irawan, dan Mey Risa	Judul Jurnal: Jurnal Impact : Implementation and Action Judul Penelitian: Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UKM Nida Sasirangan	- Metode SEO untuk optimasi <i>website</i> pada <i>search engine</i> . - Metode <i>waterfall</i> dalam proses <i>development website</i> .	Implementasi SEO untuk meningkatkan penjualan UKM Nida Sarangan.	- Pembangunan <i>website</i> baru karena <i>website</i> UKM Nida Sasirangan sudah tidak aktif. - Pembangunan <i>website</i> dengan menggunakan CMS Wordpress dan <i>plugin</i> Yoast SEO.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
6	2018	Mardhiya Hayaty dan Dwi Meylasari	Judul Jurnal: Jurnal Informatika Judul Penelitian: Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi	Metode SEO <i>on page</i> pada website snap.studio yang belum diimplementasikan SEO Teknik SEO <i>on page</i> yang diterapkan yakni optimasi kata kunci pada <i>title tag, content, meta keyword, meta description</i> , dan <i>sharing</i> ke sosial media.	Implementasi website dan SEO untuk memperluas target pemasaran, lalu meningkatkan penjualan dari Snap Art Photography	- Website snap.studio berada di Google. - Pada awalnya website snap.studio tidak berada di Google. - Setelah implementasi SEO selama 3 bulan, snap.studio berada pada posisi halaman kedua pada Juni 2018. Lalu, pada Juli 2018 naik ke halaman pertama.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
7	2019	Christos Ziakis, Maro Vlachopoulou, Theodosios Kyrkoudis, dan Makrina Karagkiozidou	Judul Jurnal: Future Internet Judul Penelitian: Important Factors for Improving Google Search Rank	- Literatur review pada bagian pertama untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peringkat di <i>search engine</i> . - Observasi pada bagian kedua dengan mengamati 15 <i>website</i> untuk tiap kata kunci "hotel Athens", "email marketing", dan "casual shoes".	- Tujuan pada bagian pertama adalah mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peringkat suatu <i>website</i> di <i>search engine</i> . - Pada bagian kedua, peneliti mengukur seberapa besar pengaruh faktor-faktor yang ditemukan pada bagian pertama di tiap 15 top SERP untuk kata kunci "hotel Athens", "email marketing", dan "casual shoes". Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan <i>spearman correlation</i> .	Faktor utama yang mempengaruhi peringkat di <i>search engine</i> adalah keberadaan SSL, serta kata kunci pada URL, jumlah <i>backlink</i> , panjang teks atau konten, dan umur <i>domain</i> .



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu (lanjutan)

No	Tahun	Peneliti	Jurnal dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
8	2020	Agus Setiawan, Zulkifli Harahap, Dedy Syamsuar, dan Yesi Novaria Kunang	Judul Jurnal: CommIT (Communication & Information Technology) Journal Judul Penelitian: The Optimization of Website Visibility and Traffic by Implementing Search Engine Optimization (SEO) in Palembang Polytechnic of Tourism	Metode deskriptif untuk menganalisis strategi untuk memaksimalkan visibilitas (indeks) dan <i>branding</i> dengan SEO.	- Menyediakan perencanaan implementasi SEO untuk Politeknik Pariwisata Palembang. - Meningkatkan <i>visibility</i> (indeks) dan peringkat <i>website</i> Politeknik Pariwisata Palembang di <i>search engine</i> .	Beberapa kata kunci mengalami peningkatan peringkat, seperti: 1. politeknik di Palembang dari posisi 25 ke 20, 2. politeknik pariwisata Palembang dari posisi 15 ke 7, 3. politeknik pariwisata dari posisi 3 ke 1.



Penelitian yang dilakukan oleh Rakesh Kumar dan Shiva Saini pada tahun 2011 meneliti mengenai *website* yang sesuai dengan SEO dan strategi-strategi SEO yang diterapkan pada *website*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat suatu *website* pada mesin pencari. Dengan tujuan penelitian adalah menganalisis dampak penerimaan dan pencatatan *search engine* dan aturan peringkat untuk memahami algoritma *search engine* yang sering digunakan. Dari hasil analisis tersebut dibuat sebuah strategi untuk pengoptimalan pada pengembangan *website*. Peneliti mengemukakan bahwa terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi peringkat suatu *website* di mesin pencari, yakni *on-page optimization* dan *external links* (*backlinks*, *backward links*, dan *inbound links*). Peneliti juga menyampaikan secara teknikal terdapat 2 jenis SEO, yakni *White Hat SEO* dan *Black Hat SEO*. *White Hat SEO* merupakan optimasi *search engine* dengan tindakan yang teratur dan seimbang. Sementara itu, *Black Hat SEO* merupakan optimasi *search engine* yang berbahaya dan melanggar kebijakan dari *search engine*. Contoh teknik dari *Black Hat SEO*, yakni *doorway pages*, *keyword stuffing*, *hidden text*, *hidden link*, dan *cloaked page*. Korelasi penelitian dari Rakesh Kumar dan Shiva Saini terhadap penelitian ini adalah implementasi *on-page optimization* (SEO *on page*) dan *external links* (SEO *off page*) sebagai 2 faktor utama yang mempengaruhi peringkat pada mesin pencari.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Rony Baskoro Lukito, Cahya Lukito, dan Deddy Arifin pada tahun 2014 menjelaskan mengenai rancangan sebuah *website* agar ramai dikunjungi oleh pengguna internet. Dalam melakukan optimasi terhadap *website* supaya ramai pengunjung, peneliti melakukan pemilihan kata kunci yang tepat sebagai bahan analisis untuk optimasi pada *website*. Analisis dilakukan oleh peneliti pada beberapa *website* dengan mengamati kaidah SEO yang telah diterapkan pada *website-website* tersebut. Setelah dilakukan analisis, beberapa *website* telah menerapkan SEO dengan baik yang terlihat dari skor SEO dari masing-masing *website*. Tahap berikutnya, peneliti membangun *website* baru dengan *domain* yang mengandung kata kunci yang ditargetkan, yakni coklat dengan alamat *website* *pondokcoklat.com*. Langkah berikutnya, peneliti menerapkan strategi SEO, seperti *meta tag*, pemilihan *template SEO friendly*, *fix permalink*, penggunaan kata kunci pada posisi tertentu, gambar unik, optimasi *page speed*, dan pengecekan indeks di *search engine*. Setelah dilakukan optimasi, peneliti mengamati perubahan posisi *website* untuk kata kunci coklat delfi yang sudah berada pada posisi 13 dengan usia *website* yang tidak sampai 4 bulan. Dalam rentang waktu ini, *website* *pondokcoklat.com* mendapatkan kunjungan 87.190 per harinya berdasarkan *tools flag counter*. Kedekatan metode antara penelitian ini dengan yang penulis lakukan adalah implementasi pada *website* baru dengan mengimplementasikan kaidah-kaidah SEO *on page*, seperti *meta tag*, *permalink*, penempatan kata kunci di posisi tertentu, *page speed*, hingga pengecekan posisi kata kunci.



Penelitian berikutnya dilakukan oleh Themistoklis Mavridis dan Andreas L. Symeonidis pada tahun 2015. Pada penelitian ini peneliti mengidentifikasi faktor apa saja yang mempengaruhi peringkat di mesin pencari untuk Web 2.0 (*read/write*) dan Web 3.0 (*read/write/infer*) dengan tujuan membangun mekanisme SEO yang efektif. Identifikasi dilakukan dengan mengamati faktor apa saja yang mempengaruhi *search engine* pada dua domain berbeda. Hipotesis dari penelitian ini adalah penerapan *semantic data* pada *search engine* memiliki dampak yang signifikan terhadap peringkat di SERP. Metode yang digunakan peneliti untuk menguji hipotesis tersebut adalah mengembangkan LSHRank sebagai (*Latent Semantic Headless Rank*) yang memiliki fungsi melakukan ekstrak suatu halaman web dan karakteristik semantiknya. Menurut peneliti, *search engine* menggunakan *semantic data* dalam mekanisme mereka, walau kecil namun signifikan. Dari hasil *spearman correlation ranking factors*, terdapat data bahwa *semantic markup* (Schema.org) mendapatkan skor 0.02 sebagai faktor yang mempengaruhi peringkat mesin pencari. Dari hasil analisis yang dilakukan peneliti didapatkan kesimpulan bahwa *domain* mempengaruhi atribut *website* dan atribut semantik yang juga mempengaruhi peringkat di mesin pencari. Sementara itu, struktur *link* merupakan karakteristik paling penting pada *website*. Peneliti juga melakukan penelitian untuk mengidentifikasi hal yang mempengaruhi MozRank, *domain authority* (DA), dan *page authority* (PA). Hasil penelitian untuk mengamati tiga hal tersebut, yakni terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti *internal links*, *redirect link*, *rel microformats*, *embedded videos*, dan sebagainya. Melalui penelitian Themistoklis Mavridis dan Andreas L. Symeonidis penulis mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penilaian terhadap proses pemeringkatan di Google beserta skornya dan perhitungan metrik Moz, seperti Mozrank (mR), *domain authority* (DA), dan *page authority* (PA). Adanya LSHRank yang dikembangkan oleh peneliti dapat menjadi salah satu kisi-kisi terhadap faktor algoritma Google, mR, DA, dan PA.

Himawan, Arisantoso, dan Asep Saefullah melakukan penelitian tahun 2017 dengan tujuan mendeskripsikan peran penting dalam memilih kata kunci yang tepat dan penggunaan *link* (*internal* dan *eksternal link*). Implementasi SEO yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari pemilihan kata kunci, penempatan kata kunci, dan optimasi penggunaan *link*. Pada penggunaan *link*, bentuk *link* teks lebih disarankan daripada *link* dalam bentuk banner atau gambar. Selain itu, peneliti mengutip dari penelitian Himawan dkk (2015) mengenai indikator atau parameter kesuksesan dari SEO, diantaranya (1) total trafik *website*; (2) trafik masing-masing halaman *website*; (3) peringkat halaman *website*; (4) *page views website*; dan (5) jumlah pengunjung unik (*unique visitor*) berdasarkan *tools* tertentu. Adapun optimasi SEO dilakukan pada *website* www.kabarberitaindonesia.com yang dimulai pada Januari 2017 hingga Mei 2017. Setelah implementasi SEO selama 5 bulan, peneliti menunjukkan perkembangan kepopuleran *website* berdasarkan Alexa.com. Adanya penelitian ini membantu penulis untuk mengetahui hasil yang didapatkan dengan implementasi SEO selama 3 bulan. Selain itu, penulis juga mengetahui cara pemilihan kata kunci dan penggunaan *link* yang lebih baik, serta parameter kesuksesan yang dilihat sebagai pengujian dari implementasi SEO.



Penelitian berikutnya dilakukan oleh Adi Pratomo, Eifan Najwaini, Agus Irawan, dan Mey Risa pada tahun 2018. Peneliti melakukan analisis terhadap *website* UKM Nida Sasirangan dengan alamat *website* www.nida-sasirangan.co.id dan www.nida-sasirangan.com. Hanya saja *website* tersebut sudah tidak aktif sehingga peneliti melakukan pembuatan ulang *website* menggunakan metode *waterfall* dengan menggunakan CMS Wordpress dan *plugin* Woocommerce. Setelah *website* dibuat, peneliti melanjutkan penelitian dengan optimasi pada *website* tersebut dengan target kata kunci sasirangan dan nida sasirangan. Selain itu, peneliti juga menerapkan optimasi Google My Business dan membangun toko *online* di *marketplace* untuk UKM Nida Sasirangan. Implementasi SEO yang dilakukan oleh peneliti, yakni optimasi CMS dengan bantuan *plugin* Yoast SEO, riset kata kunci dengan NeilPatel.com, dan Sitemap.xml dengan bantuan Yoast SEO serta Google Search Console. Setelah itu, peneliti menambahkan konten berdasarkan kata kunci-kata kunci yang telah didapatkan setelah riset kata kunci dengan NeilPatel.com. Korelasi dengan penelitian yang penulis lakukan adalah penggunaan CMS Wordpress dan *plugin* Yoast SEO dalam proses pembuatan *website* baru dari subjek penelitian dan penggunaan. Dari hal ini penulis mengetahui proses implementasi SEO apa saja pada CMS.

Mardhiya Hayaty dan Dwi Meylasari juga melakukan penelitian terkait SEO pada tahun 2018. *Website* yang dilakukan optimasi SEO adalah snap.studio. Sementara itu, metode SEO yang diterapkan oleh peneliti dengan mengimplementasikan penggunaan kata kunci pada *title tag*, konten, *meta description*, *meta keyword*, dan *share* ke media sosial. Tolok ukur dari penelitian ini adalah *website* ada pada mesin pencari dan mendapatkan peringkat pada SERP untuk kata kunci "studio foto kulonprogo". Hasil dari penelitian ini adalah *website* mendapatkan peringkat pada halaman pertama setelah dilakukan optimasi selama 3 bulan. Kesamaan dan acuan yang penulis dapatkan dari penelitian terkait oleh Mardhiya Hayaty dan Dwi Meylasari adalah implementasi SEO pada *website* yang sebelumnya belum diimplementasikan SEO dengan waktu kurang dari 3 bulan. Dari hasil implementasi ini, peneliti berhasil menaikkan posisi *website* snap.studio ke halaman 2 untuk kata kunci "studio foto kulonprogo". Selain itu, teknik optimasi yang diterapkan juga hampir sama, yakni optimasi kata kunci pada *title tag*, *meta description*, *content*, *heading tag*, *url structure*, dan gambar.

Search Engine Ranking Factors juga diteliti oleh Christos Ziakis, Maro Vlachopoulou, Theodosios Kyrkoudis, dan Makrina Karagkiozidou yang meneliti 24 faktor yang mempengaruhi peringkat di *search engine*. Penelitian ini menggunakan metode kajian literatur yang dilanjutkan dengan pengukuran terhadap faktor-faktor yang ditemukan pada kajian literatur menggunakan korelasi spearman terhadap 15 hasil *website* teratas untuk masing-masing kata kunci "hotel Athens", "email marketing" dan "casual shoes". Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa faktor yang paling berkontribusi untuk mendorong suatu *website* ke posisi teratas pada *search engine* adalah sertifikat SSL, sama halnya dengan kata kunci pada URL, jumlah *backlink*, panjang teks, dan usia *domain*. Hanya saja, peneliti juga menyampaikan bahwa terdapat beberapa poin dari penelitiannya yang bertolak belakang dari penelitian yang dilakukan oleh orang



lain, seperti penelitian oleh Brian Dean mengenai "*Search Engine Ranking Factors Study*" yang dilakukan pada 1 juta hasil pencarian. Dari hasil penelitian menggunakan kajian literatur dan korelasi spearman, penulis mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pemeringkatan pada mesin pencari untuk tiap kata kuncinya. Meskipun terdapat perbedaan dengan penelitian lain, namun secara umum penelitian ini memberikan petunjuk terhadap faktor pemeringkatan yang sebaiknya diperhatikan atau diimplementasikan pada *website*.

Agus Setiawan, Zulkifli Harahap, Dedy Svamsuar, dan Yesi Novaria Kunang pada tahun 2020 juga melakukan penelitian SEO untuk *website* Politeknik Pariwisata Palembang. Pada penelitian ini para peneliti menerapkan implementasi SEO pada *website* Politeknik Pariwisata Palembang dengan alamat *website* poltekpar-palembang.ac.id. Tujuan dari penelitian ini adalah menyediakan perencanaan SEO dan meningkatkan visibilitas pada mesin pencari. Terdapat 5 langkah yang dilakukan peneliti dalam optimasi SEO, yakni (1) analisis kata kunci; (2) menetapkan kata kunci target; (3) membuat konten artikel; (4) *on page* SEO; (5) *website tracking*. Hasil implementasi SEO menunjukkan kenaikan pada peringkat mesin pencari untuk beberapa kata kunci, diantaranya politeknik di Palembang dari posisi 25 ke 20, politeknik pariwisata Palembang dari posisi 15 ke 7, dan politeknik pariwisata dari posisi 3 ke 1. Metode implementasi SEO yang digunakan pada penelitian ini sama dengan metode yang penulis gunakan pada epoxynesia.com. Hanya saja, pada penelitian ini peneliti melengkapi dengan visual *framework* dari implementasi SEO yang dilakukan. Pada *keyword analysis*, peneliti juga merincikan dengan detail berupa *keyword*, *search volume*, dan tipe *keyword*.

2.2 PT Eltama Prima Indo

PT Eltama Prima Indo adalah perusahaan nasional yang bergerak pada bidang *sandblasting painting*, *wet/vapour blasting*, *floor coating*, *interior-exterior epoxy coating*, dan *special coating*. Pengecatan epoxy lantai merupakan salah satu bagian dari layanan floor coating. Selain melayani layanan berupa jasa, PT Eltama Prima Indo juga memproduksi cat epoxy dengan nama Foxapaint yang tersedia dalam berbagai SKU untuk fungsi dan tujuan tertentu. Saat ini, PT Eltama Prima Indo memiliki kantor pusat di Bogor, Jawa Barat. PT Eltama Prima Indo, berdiri sejak 2011 yang hingga kini telah melayani berbagai *clients* hingga skala instansi pemerintahan di berbagai daerah Indonesia.

Quality assurance, *expert advice*, *effective team work*, dan *creditable integrity* merupakan 4 keunggulan yang diberikan oleh PT Eltama Prima Indo kepada client untuk tiap project. Selain itu, PT Eltama Prima Indo juga telah didukung oleh tenaga kerja berpengalaman dan bersertifikat, peralatan kerja lengkap, dan kualitas kerja sesuai dengan standar internasional, seperti ISO, SSPC, ASTM, dan NACE.



2.3 Marketing Automation

Marketing automation adalah implementasi teknologi dalam mendukung pemasaran dan manajemen pemasaran untuk tujuan tertentu (Buttle, 2019). Sweezy (2014) menyatakan bahwa *marketing automation* adalah bentuk disiplin ilmu seperti ilmu pemasaran lainnya, namun bentuk disiplin ilmu ini membutuhkan pemahaman mengenai teknologi, teknik, dan perilaku konsumen yang mendorong keterlibatan lebih tinggi dari pemasaran lainnya. Pada posisi yang mengisi bagian *marketing*, *marketing automation* ini digunakan oleh *marketing managers*, *campaign managers*, *market analysts*, *market managers*, *promotions managers*, *database marketers*, dan *direct marketing managers*. Terdapat beberapa manfaat atau keunggulan dari *marketing automation* menurut Francis Buttle, di antaranya:

1. Meningkatkan efisiensi pemasaran: adanya *marketing automation* memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan proses yang lebih efisien dengan cost yang lebih hemat. Selain itu, *marketing automation* juga dapat dipegang oleh orang yang ada pada jabatan tersebut atau baru dalam peran tersebut.
2. Produktivitas pemasaran yang lebih besar: *marketing automation* memungkinkan perusahaan untuk melaksanakan *campaign* atau *events* melalui berbagai *channel* dalam waktu yang bersamaan.
3. Pemasaran yang lebih efektif: *marketing automation* memungkinkan perusahaan untuk mengimplementasikan *closed-loop marketing*. CLM merupakan sebuah konsep *marketing* dari plan-do-measure-learn. Adanya CLM memastikan perusahaan untuk belajar secara terus menerus mengenai pemasaran yang telah dilakukan untuk mencapai level yang lebih tinggi dari efektifitas pemasaran.
4. Meningkatkan responsifitas: *marketing automation* memungkinkan perusahaan untuk merespon peluang secara cepat, meskipun peluang tersebut tidak ada di dalam perencanaan yang dibuat. *Marketing automation* juga dikenal sebagai *realtime marketing* karena respon sesegera mungkin terhadap peluang yang didapatkan.
5. Meningkatkan kecerdasan pemasaran: *marketing automation* memiliki keunggulan dalam hal *reporting* dan *analytics* untuk mendapatkan informasi dari market, customer, campaign, dan sebagainya. Adanya *marketing intelligence* atau kecerdasan pemasaran dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi dari pemasaran itu sendiri.
6. Meningkatkan pengalaman pelanggan (*customer experience*): *marketing automation* memungkinkan pelanggan dari perusahaan untuk menerima informasi yang sesuai dengan diri mereka atau sesuai dengan bidang mereka. Dengan hal ini *spam marketing* akan berkurang dari sisi pelanggan.



Buttle (2019) pada bukunya "*Customer Relationship Management Concept and Technologies*" menjelaskan bahwa terdapat 24 fungsionalitas yang ada pada *marketing automation*. Salah satu dari 24 fungsionalitas tersebut adalah *search engine optimization*. *Search engine optimization* adalah praktik atau implementasi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas dari trafik *website* yang berasal dari *search engine*.

Asset management	Market segmentation
Campaign management	Marketing analytics
Customer segmentation	Marketing optimization
Direct mail campaign management	Marketing performance management
Document management	Marketing resource management
Email campaign management	Partner marketing
Enterprise marketing management	Product lifecycle management
Event-based marketing	Search engine optimization
Internet marketing	Telemarketing
Keyword marketing	Trigger marketing
Lead generation	Web analytics
Loyalty management	Workflow engineering

Gambar 2.1 Fungsionalitas Marketing Automation

Sumber: Buttle (2019)

2.4 Search Engine

Search engine adalah program komputer yang digunakan dalam menarik data, file, atau dokumen tertentu dari suatu database atau internet. (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Google dalam *e-book* dengan judul *Search Engine Optimization Starter Guide* menerangkan bahwa *search engine* adalah fungsi komputer yang mencari data di internet melalui kata kunci-kata kunci atau istilah tertentu. Jadi, *search engine* atau mesin pencari adalah sebuah program komputer yang memiliki fungsi mencari data di internet melalui kata kunci atau istilah tertentu. Adapun tujuan utama dari *search engine* adalah selalu bermanfaat bagi pengguna dalam pencarian jawaban mereka.



2.4.1 Google

Google adalah salah satu *search engine* yang populer dan paling banyak digunakan saat ini di dunia (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Data terbaru dari netmarketshare.com mengenai *search engine market share*, Google sebagai *search engine* terpopuler dengan share sebesar 70.09%, diikuti Bing 13,13%, Yahoo 12,27%, dan seterusnya. Dari data netmarketshare.com diketahui bahwa Google adalah *search engine* dengan pengguna terbanyak.

2.4.1.1 Cara Kerja Google

Google (2021) melalui halaman dokumentasi Google Search dan Google Search Central menjelaskan bahwa terdapat 3 proses Google Search menyajikan hasil pencarian kepada *user* dengan *software* yang disebut sebagai *web crawler*. Tiga proses tersebut, yakni *crawling*, *indexing*, dan *serving search result*. Gambar 2.2 merupakan proses Google melakukan proses terhadap halaman *website* dan *search query*.



Gambar 2.2 Cara Kerja Google Search



1. *Crawling* adalah proses Google Crawler melakukan perayapan dengan robot atau *spider* mereka untuk menemukan halaman website, baik baru maupun halaman dengan status *update*. Terdapat berbagai cara Google melakukan *crawling*, beberapa di antaranya, yakni *past crawl*, *sitemaps*, dan *link*. Pada awalnya Google Crawler akan melakukan *crawling* berdasarkan *crawling* sebelumnya dan *sitemaps* yang disediakan oleh *webmaster*. Kemudian, *crawling* juga dilakukan dengan merayapi setiap *link* yang ada pada halaman suatu *website*. Oleh karena itu, Google memberikan *best practices* kepada pemilik *website* untuk menyediakan *sitemap.xml* dan *link* antar halaman pada *website*.
2. *Indexing* adalah proses *render* halaman website oleh Google dalam memahami halaman yang telah berhasil mereka *crawl*. Pada proses ini Google akan melakukan analisis terhadap *content*, *images*, dan video pada halaman guna memahami konteks dari halaman *website* tersebut. Informasi yang telah diproses tersebut disimpan pada *database* Google Index. Schwartz (2021) menjelaskan bahwa pada tahap *indexing* Google akan menentukan cara *cache* *webpages* dan tag *database* yang harus digunakan dalam pengkategorian *webpages* tersebut. Cara kerja algoritma ini mengacu pada teori perpustakaan karena Google hendak menyimpan *webpages* tersebut pada *database* tertentu. Contohnya, yakni terdapat suatu *webpages* berisi informasi medis, Google akan menentukan apakah *webpages* tersebut dikategorikan sebagai halaman yang relevan dengan pencarian medis, satir, atau *webpages* yang seharusnya muncul pada *query* berita?. Untuk meningkatkan kinerja *indexing* Google bagi *website*, terdapat beberapa *best practices*, yakni (1) buat *title* singkat, namun bermakna; (2) gunakan *title* yang menjelaskan isi halaman; (3) gunakan teks daripada gambar pada konten karena Google dapat memahami gambar dan video, namun tidak sebaik memahami teks. Oleh karena itu, beri anotasi pada gambar maupun video agar Google lebih mudah memahami gambar atau video tersebut.
3. *Serving search results* adalah proses Google menampilkan hasil pencarian untuk setiap *query* yang diketikkan oleh pengguna *search engine*. Proses menampilkan hasil pada setiap *query* diproses oleh *Google ranking system* atau algoritma Google. Terdapat berbagai faktor yang digunakan Google untuk proses pemeringkatan, seperti lokasi *user*, bahasa, *device* (*desktop* atau *smartphone*), dan *query* yang sebelumnya dicari oleh pengguna. Namun Google menguraikan bahwa ada 5 *key factors* yang digunakan oleh Google dalam proses pemeringkatan tersebut, di antaranya:
 - a. *Meaning of your query* adalah proses dari algoritma untuk memahami *intent* atau tujuan dari *query* yang dicari oleh pengguna.
 - b. *Relevance of webpages* adalah proses dari algoritma Google untuk menganalisis konten pada halaman website dalam menilai apakah halaman tersebut merupakan informasi yang sesuai dengan *query* merupakan informasi yang sesuai dengan *query* yang dicari oleh pengguna. Hal dasar yang digunakan oleh algoritma Google dalam



melakukan analisis dan penilaian adalah keberadaan *keyword* pada *query* yang diketik oleh pengguna Google Search, misalnya pada *heading* atau *body*. Selain itu, Google menggunakan data interaksi dan dianonimkan dalam menilai apakah *search result* atau halaman website sesuai dengan *search query*.

- c. *Quality of content* adalah proses algoritma Google untuk menemukan halaman yang *reliable* terhadap *search query*. Pada bagian ini algoritma Google melakukan mengidentifikasi halaman yang memenuhi unsur E-A-T atau *expertise, authoritativeness, dan trustworthiness*. Algoritma Google mencari halaman website yang disukai oleh pengguna untuk *query* yang serupa. Salah satu indikator yang digunakan adalah adanya website terkemuka yang memberikan *link* pada halaman website yang sesuai dengan *search query*.
- d. *Usability of webpages* adalah proses algoritma Google untuk menganalisis *usability* dari halaman website, di antaranya *appears correctly in different browser, responsive (mobile-friendly)*, dan *loading* baik untuk koneksi yang lambat.
- e. *Context and settings* adalah proses dalam penyajian hasil dari *query* berdasarkan lokasi, pencarian sebelumnya, dan pengaturan Google Search.

2.4.2 Search Engine Result Pages (SERP)

SERP adalah halaman yang berisi sekumpulan daftar *website* yang ditampilkan *search engine* untuk kata kunci tertentu (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Hardwick (2020) menjelaskan bahwa SERPs merupakan kumpulan halaman dari Google atau *search engine* lainnya yang ditampilkan berdasarkan *query* dari tertentu. Sementara itu, menurut Astono (2017) SERP adalah suatu akronim dari *search engine result pages* sebagai halaman dari hasil pencarian setelah mengetikkan kata kunci dalam mencari sesuatu pada mesin pencari. Jadi, SERP merupakan daftar *website* dari hasil pencarian pada *search engine* untuk tiap *search query*.

2.4.3 Web Crawler

Web crawler adalah sebuah program komputer yang secara otomatis melakukan penjelajahan pada *website*. *Web crawler* juga salah satu bagian yang penting dalam *search engine* untuk mengunduh halaman-halaman *web* yang berguna bagi *search engine* (Bai, et al., 2014). Googlebot adalah *web crawler* Google untuk desktop maupun seluler untuk membangun indeks di SERP (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Sementara itu, Google (2020) menyatakan bahwa Googlebot adalah nama umum dari *crawler* Google. Google menjelaskan bahwa diperlukannya *robots.txt* untuk memberi tahu *googlebot* mengenai halaman mana saja yang bisa diakses oleh *web crawler* mereka pada *website*.



2.5 Search Engine Optimization (SEO)

SEO adalah metodologi untuk membuat *website* muncul pada bagian atas SERP untuk kata kunci tertentu (Astono, 2017). Sementara itu, Google (2020) menjelaskan SEO sebagai suatu proses untuk membuat *website* lebih baik untuk *search engine*. Beberapa hal untuk membuat *website* lebih baik terhadap *search engine*, yakni sajikan informasi yang pengunjung harapkan, mendapatkan *link* dari *website* lain, memiliki struktur *website* yang baik, dan hindari halaman yang mengandung tumpukan kata kunci.

Schwartz (2021) mengemukakan bahwa SEO secara sederhana adalah akronim dari *Search Engine Optimization*. SEO bukanlah sebuah trik terhadap pengguna atau *search crawlers*, melainkan proses untuk mengambil suatu tindakan terhadap bagaimana *search engine* tersebut bekerja dan menyusun menjadi suatu perencanaan untuk meningkatkan visibilitas *website*. Adapun tujuan dari SEO adalah mengimplementasikan *best practices* yang dibagikan secara eksplisit melalui *guidance* yang dirilis oleh *search engine* dan secara implisit melalui data *performance* tentang peningkatan visibilitas *website* pada *search engine* bahwa halaman *website* relevan dengan *query* tertentu. Jadi, dasar dari implementasi SEO bagi pemilik *website* adalah menyesuaikan *website* dengan cara *search engine* bekerja melalui *guidance* yang telah diberikan secara eksplisit dan visibilitas pada *search engine* melalui data *performance*. Data *performance* tersebut dapat dilihat melalui *tools* Google Search Console yang digunakan untuk mengukur trafik, *performance*, *fix issues*, dan mengoptimalkan *website* di Google Search Result. Astono (2017) menjelaskan terdapat *milestone* utama dalam optimasi SEO, yakni riset kata kunci, optimasi SEO *on page*, dan SEO *off page*.

2.5.1 Kata Kunci

Kata kunci atau *keyword* adalah kata atau frasa yang digunakan dalam mencari suatu hal di *search engine*. Bila pada *website* tidak mengandung kata kunci yang diketikkan oleh pengguna *search engine*, kecil kemungkinan *website* tersebut akan berada di SERP. (Nasrudin dan Widardjo, 2012). *Keyword* adalah kata-kata yang diolah oleh mesin pencari Google (Astono, 2017). Untuk tiap *keyword* terdapat volume tertentu yang merepresentasikan jumlah pencarian yang dilakukan oleh pengguna *search engine* di satuan waktu tertentu, hal ini disebut sebagai *keyword volume* atau *keyword popularity* (Nasirudin dan Widardjo, 2012).

Hubungan antara *keyword* dan algoritma Google, yakni Schwartz (2021) mengemukakan bahwa *search engine*, terutama Google, terus melakukan peningkatan pada kemampuan untuk menyajikan hasil yang lebih baik antara pencarian oleh pengguna dengan hasil pencarian. Pertama, upaya yang dilakukan adalah Google terus berupaya dalam memahami halaman web dengan melihat sentimen, konstruk kata, dan entitas dalam suatu halaman. Google pada saat ini lebih baik dalam melihat *website* yang seharusnya sesuai dengan suatu *keyword*. Kedua, Google telah membuat kemajuan dalam memahami apa yang tepat bagi pengguna.



2.5.1.1 Search Intent

Search intent merupakan maksud dari pengguna *search engine* mengetikkan kata kunci tersebut di *search engine*. Astono (2017) menyebutkan terdapat beberapa *intent*, yakni (1) *informational*: pencarian untuk menemukan suatu informasi, contohnya “ibukota DKI Jakarta”, “kumpulan pantun”, atau “konversi kg to oz”; (2) *transactional*: pencarian untuk mencari sesuatu yang berhubungan dengan kebutuhan transaksi, contohnya “mesin cuci terbaik”, “hp samsung murah”, atau “laptop terbaik”; dan (3) *navigational*: pencarian untuk menuju pada sesuatu yang ingin langsung dituju, contohnya “facebook”, “youtube”, atau “siam”.

2.5.1.2 Riset Kata Kunci

Riset kata kunci atau *keyword research* adalah aktivitas untuk mendapatkan kata atau frasa yang digunakan para pengguna *search engine* dalam menemukan sesuatu melalui *search engine* tersebut (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Selain untuk mengetahui volume pencarian kata kunci, riset kata kunci juga diperlukan untuk mengetahui tren dan kesulitan kompetisi dari sebuah kata kunci (Astono, 2017). Beberapa *tools* untuk membantu proses riset kata kunci, seperti Google Suggestion, Google Keyword Planner, Neil Patel, KeywordRevealer (Astono, 2017), atau Ahrefs Keyword Tool. Schwartz (2021) menerangkan bahwa dalam menemukan *keyword* lebih baik bagi perusahaan untuk menulis untuk pengunjung yang akan menjadi pembeli sebenarnya (*actual customers*). Hal ini merupakan langkah yang masuk akal untuk memprioritaskan konten yang membantu monetisasi website.

2.5.2 SEO On Page

SEO *on page* adalah optimasi SEO yang dilakukan pada internal *website* supaya sesuai dengan kriteria tertentu dari Google (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Google melalui halaman dokumentasi mereka, How Search Works (for beginners), menjelaskan bahwa fundamental dari Google Search bermula dari *crawling* dengan list *website* pada *crawling* sebelumnya dan *sitemaps* yang disediakan oleh pemilik *website*. Googlebot tersebut memberikan perhatian yang spesial pada *website* baru, perubahan pada *website*, dan *dead links*. Kemudian, Googlebot melakukan *rendering* untuk memahami isi konten dan mencocokkan kata kunci pada halaman *website* dengan *search query* pengguna Google Search. Pada tahap bagian ini pemilik *website* dapat mengoptimalkan *website* mereka melalui SEO *on page* dengan tujuan membantu robot Google lebih mudah dalam *crawling* hingga *rendering* halaman *website*. Beberapa *best practices* yang diberikan Google kepada pemilik *website*, di antaranya:

1. Tulis konten yang mudah dibaca (*easy-to-read*). Hindari menyajikan konten dalam banyak kesalahan ejaan maupun grammar atau tata bahasa.
2. Organisasikan konten seputar topik untuk membantu pengguna menemukan konten yang diinginkan lebih cepat. Hindari menyajikan konten dalam topik yang bervariasi tanpa paragraf, sub judul, atau pemisahan tata letak.



3. Buat *fresh* dan konten unik. Dengan adanya konten baru yang penyajiannya berbeda dari konten biasanya tidak hanya membuat *visitor* lama mengunjungi balik website, namun juga dapat membawa *visitor* baru. Hindari menyajikan konten *copy* berupa pengulangan atau bahkan *copy* konten lain, serta hindari *duplicate content* pada *website*.

4. Buat konten dengan mengutamakan pembaca atau *user*, bukan *search engine*. Hindari memasukkan banyak *keyword* tidak perlu yang ditujukan untuk *search engine* (*keyword stuffing*) atau menyembunyikan teks dari pengguna namun tampil menurut *search engine* (*hiding text*).

2.5.2.1 Sitemap.xml

Sitemap.xml adalah *file* yang dirancang untuk *search engine* untuk memudahkan *web crawler* mencari halaman-halaman yang ada pada *website*, namun halaman ini tidak dilihat oleh pengguna atau pengunjung (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Sementara itu, Google (2010) menjelaskan sitemap.xml merupakan halaman yang berisi halaman-halaman yang ada di *website* untuk memberikan informasi kepada robot Google mengenai keberadaan halaman tersebut. Untuk memberitahu robot Google mengenai sitemap.xml, maka *file* sitemap.xml tersebut didaftarkan pada Google Search Console. Beberapa *best practices* dalam implementasi sitemap pada *website*, yakni:

1. Gunakan HTML *sitemap* serta XML *sitemap*. HTML *sitemap* ditujukan untuk *user* dalam memudahkan navigasi pada *website* sedangkan XML *sitemap* ditujukan untuk membantu *search engine* menemukan setiap *link* pada *website*.
2. Hindari membiarkan HTML *sitemap* dalam keadaan *out of date* sehingga memiliki banyak *broken link*. Lalu, hindari membuat HTML *sitemap* yang hanya berisi *list* halaman tanpa pengorganisasian tertentu.

2.5.2.2 Robots.txt

Robots.txt merupakan sebuah *file* yang mendefinisikan kepada bot *search engine* untuk memahami halaman yang diizinkan untuk dijelajahi (Thurrow, 2003). Google (2010) robots.txt adalah suatu *file* untuk memberi tahu kepada bot *search engine* mengenai diizinkan atau tidak dalam melakukan *crawling* pada halaman tertentu *website*. Pada implementasinya, *file* harus diberi nama robots.txt yang ditaruh di *root directory* dari suatu *website*. Begitu pula untuk *subdomain*, diperlukan robots.txt terpisah apabila terdapat halaman yang tidak diinginkan berada pada *search result*. Tabel 2.2 merupakan contoh format robots.txt yang tidak mengizinkan robot mengakses dan *crawling* halaman pada folder /gambar/ dan /car/. Beberapa *best practices* yang diberikan oleh Google, sebagai berikut:

1. Gunakan metode pengamanan yang lebih untuk *sensitive content*. Salah satunya adalah menggunakan .htaccess untuk membatasi halaman yang bersifat *sensitive* atau *confidential material*. Hal ini disebabkan salah satunya oleh *search engine* masih dapat merujuk pada URL yang dibatasi tersebut namun tidak menampilkan judul atau snippets jika ada terdapat tautan ke URL



tersebut di suatu tempat di internet, misalnya *referrer logs*. Jadi, untuk halaman yang sensitif atau rahasia disarankan menggunakan *.htaccess* atau metode lain yang lebih aman.

2. Hindari mengizinkan *crawling* pada halaman hasil pencarian pada website.

Tabel 2.2 Contoh Kode Robots.txt

Robots.txt	
1	User-agent: *
2	Disallow: /gambar/
3	Disallow: /carl

2.5.2.3 Title Tag

Babu (2012) *title tag* adalah elemen yang paling penting bagi *search engine* untuk memahami konteks dari suatu halaman *website*. Google (2010) sebuah *title tag* memberi tau baik pada pengguna maupun *search engines* mengenai topik utama yang dibahas pada halaman tersebut yang ditempatkan pada `<head>` tag HTML yang ditempatkan pada tag `<head>` HTML, seperti tabel 2.3.

Tabel 2.3 Contoh Title Tag

Title Tag	
1	<code><head></code>
2	<code><title>Apa itu Search Engine Optimization (SEO)</title></code>
3	
4	<code>...</code>
5	<code></head></code>
6	<code><body></code>

Idealnya, *webmaster* menggunakan *title* yang unik atau berbeda untuk tiap halaman pada *website*. Terdapat beberapa *best practices* yang diberikan oleh Google dalam optimasi SEO pada *title tag*, yakni:

1. Deskripsikan isi halaman dengan akurat pada *title tag*. Hindari menggunakan *title* yang tidak ada hubungannya dengan isi halaman. Lalu, hindari pula menggunakan *title default*, seperti “Untitled” atau “New Page 1”.
2. Buat *title* yang unik untuk tiap halaman pada *website*. Hal ini akan membantu Google dalam membedakan antar halaman pada *website*. Kemudian, hindari menggunakan satu *title* untuk seluruh halaman pada *website*.
3. Gunakan *title* yang singkat namun deskriptif. Jika *title* tersebut terlalu panjang, Google hanya akan menampilkan beberapa bagian saja pada *title* tersebut. Hindari menggunakan *title* yang terlalu panjang yang tidak berguna bagi users. Lalu, hindari memasukkan *keyword* yang tidak dibutuhkan pada *title* (*keyword stuffing*).

2.5.2.4 Meta Description

Meta tag merupakan metadata dari suatu halaman *website* yang terdiri dari *meta description* dan *meta keyword* (Babu, 2012). Google (2010) menjelaskan bahwa adanya *meta tag description* memberi tahu Google mengenai kesimpulan dari halaman tersebut. *Meta tag description* tersebut dapat berupa sebuah



kalimat atau satu hingga dua paragraf pendek. Kemudian, *meta tag description* tersebut dapat digunakan oleh Google sebagai *snippets* dari tiap *website* pada *search result* yang membantu *user* memahami isi dari *webpages* tersebut. Beberapa *best practices* yang diberikan oleh Google dalam mengimplementasikan *meta tag description*, sebagai berikut:

1. Buat *meta tag description* yang dapat memberikan informasi dan menarik minat *user* terhadap *webpages*. Terdapat beberapa hal yang dihindari dalam menyajikan *meta tag description*, yakni (1) menulis *meta tag description* yang tidak ada hubungannya dengan informasi pada *webpages*; (2) menggunakan deskripsi yang terlalu umum, seperti “page about baseball cards”; (3) mengisi deskripsi hanya dengan berbagai *keyword*; dan (4) mengisikan seluruh konten pada kolom *meta description*.
2. Buat *meta tag description* yang berbeda untuk tiap halaman untuk membantu *user* dan Google memahami isi tiap halaman. Hindari menggunakan satu *meta tag description* untuk seluruh halaman *website*.

Tabel 2.4 merupakan contoh implementasi *meta tag description* pada `<head>` HTML. Umumnya, jumlah karakter pada *meta tag description* adalah 140-160 karakter.

Tabel 2.4 Contoh Meta Tag Description

Meta Tag Description	
1	<code><head></code>
2	<code><title>Apa itu Search Engine Optimization (SEO)</title></code>
3	<code><meta name="description" content="SEO adalah metodologi yang</code>
4	<code>digunakan untuk membuat website berada pada posisi teratas SERP".</code>
5	<code></head></code>
6	<code><body></code>

2.5.2.5 SEO Friendly URL

URL atau *uniform resource locator* merupakan alamat dari suatu *website* yang terdiri dari nama *domain*, halaman, atau *file* suatu *website* (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Google (2010) menjelaskan bahwa membuat URL kategori dan *filenames* untuk dokumen *website* lebih deskriptif tidak hanya menjadikan *website* lebih terorganisasi namun juga membantu Google melakukan *crawling* lebih baik, serta membantu *user* dan *search engine* memahami konten. Beberapa *best practices* dalam membuat URL SEO friendly, yakni:

1. Gunakan kata-kata dalam URL yang relevan dengan konten. Hindari menggunakan URL yang panjang dengan memasukkan parameter tidak penting dan sessions ID. Lalu, hindari penggunaan URL dengan kata-kata general, misalnya “halaman1.html”. Hindari penggunaan *keyword* yang berlebihan, misalnya “seo-adalah-apa-itu-seo.html”.
2. Buat struktur direktori yang sederhana yang memudahkan *user* untuk mengetahui lokasi pada *website*. Hindari menggunakan struktur direktori yang terlalu dalam, misalnya “...../dir1/dir2/dir3/dir4/content.html”. Selain itu,



hindari menggunakan direktori yang tidak memiliki relasi dengan konten dari halaman web.

- Gunakan satu versi URL untuk tiap dokumen. Hal ini digunakan untuk menghindari *user* memberikan *link* pada versi URL satu sedangkan lainnya memberikan *link* pada versi lainnya. Apabila terdapat URL dengan konten yang sama, gunakan redirect 301 kepada URL yang seharusnya atau gunakan tag `rel="canonical"`. Lalu, hindari memiliki halaman dengan konten yang sama pada *subdomain* dan *root directory*. Selain itu, hindari pula penggunaan URL dengan huruf kapital karena kebanyakan *user* beranggapan bahwa URL merupakan huruf kecil.

2.5.2.6 Heading Tag

Nazar (2009) *heading tag* adalah bagian yang penting dalam SEO setelah *title tag*. Google (2010) menjelaskan bahwa *heading tag* digunakan untuk menampilkan struktur halaman kepada pengguna. Heading tag tersebut terdiri dari 6 ukuran, yakni `<h1>` yang paling penting dan diakhiri `<h6>` yang paling tidak penting. Tabel 2.5 merupakan contoh implementasi *heading tag* pada halaman *website*. Beberapa *best practices* yang diberikan oleh Google dalam implementasi *heading tag* pada *website*, di antaranya:

- Bayangkan sedang menulis *outline*. Penggunaan *heading tag* layaknya menulis makalah, pikirkan poin apa saja yang ada pada tulisan dan putuskan dimana harus menggunakan poin tersebut sebagai *heading tag*.
- Gunakan *heading tag* pada posisi yang tepat karena terlalu banyak *heading tag* dapat menyulitkan *user* untuk memindai konten dan menentukan akhir dan awal dari suatu topik.

Tabel 2.5 Contoh *Heading Tag*

Heading Tag
1 </head>
2 <body>
3 Search Engine Optimization (SEO)
4 ...
5 Apa itu SEO?
6 ...
7 ...
8 Mengapa Diperlukan SEO?
9 ...
10 ...
11 <body>

2.5.2.7 ALT Text

ALT text adalah sebuah teks pengganti gambar yang berada pada *tag HTML* `<img>` untuk menggantikan gambar bila gambar tersebut tidak tampil. Selain itu, juga menjelaskan bahwa adanya ALT dapat membantu *search engine* lebih memahami mengenai gambar tersebut (Jones, 2008). Google (2010) menjelaskan bahwa diperlukannya atribut ALT text karena jika seorang *user* sedang membuka *website* pada *browser* yang tidak mendukung gambar atau teknologi alternatif, seperti *screen reader*, maka konten pada atribut ALT tersebutlah yang menjadi



informasi mengenai gambar. Selain itu, jika pemilik *website* menggunakan gambar sebagai *link* maka ALT text tersebut yang akan menjadi *anchor text* dari *link* yang hendak dituju. Keuntungan lainnya ialah optimasi gambar pada *filename* dan ALT text akan memudahkan teknologi pencarian gambar, seperti Google Image Search dalam memahami gambar tersebut. Google juga menyarankan untuk menyimpan gambar pada direktori khusus, seperti *domain.com/images/*. Terdapat beberapa *best practices* dalam optimasi ALT text pada gambar, di antaranya:

1. Gunakan *filename* dan ALT text yang singkat namun deskriptif. Hindari menggunakan *filename* dan ALT text dengan penamaan umum, misalnya "gambar1.jpg" atau "pic.gif".
2. Tambahkan ALT text pada saat menggunakan gambar sebagai link. Namun, hindari menulis ALT text terlalu panjang karena bisa dianggap *spam*, serta hindari menggunakan gambar sebagai navigasi *website*.
3. Sediakan sitemap khusus gambar untuk membantu Googlebot memahami lebih banyak informasi mengenai gambar.

2.5.2.8 Internal Link

Internal link adalah *link* yang menuju halaman lain dalam *website* yang sama (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Adanya *internal link* dapat membantu pengguna atau bot Google dapat menjelajahi *website* dengan cepat dan mudah (Jones, 2008). Selain itu, Nasirudin dan Widardjo (2012) dalam bukunya "Blueprint Bisnis Online" menyebutkan adanya *internal link* membuat arsitektur informasi dalam suatu *website* menjadi lebih baik yang membantu Google dalam proses *indexing website*. Google (2021) juga menyatakan bahwa bahwa pada proses *crawling* metode utama yang digunakan adalah mengikuti *link* pada halaman yang telah diketahui oleh Google.

2.5.2.9 PageSpeed

Google (2019) telah menggunakan *page speed* sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi peringkat pada pencarian baik pada *desktop* maupun *mobile*. Pada 2010, Google mengumumkan bahwa *page speed* merupakan *ranking signal* untuk pencarian di *desktop*, lalu pada Juli 2018 Google mengumumkan hal serupa untuk pencarian di *mobile*. Terdapat dua hal yang mempengaruhi *PageSpeed*, yakni *JavaScript* dan gambar berdasarkan data dari HTTP Archive dan Chrome User Experience Report. Untuk mengevaluasi *PageSpeed* pada *website*, Google merilis dua *tools*, yakni PageSpeed Insight dan Lighthouse.

1. PageSpeed Insight merupakan *tools* yang memperlihatkan kecepatan *field data website* disertai saran untuk optimasi kecepatan yang dapat dilakukan.
2. Lighthouse merupakan *tool* yang memberikan saran mengenai cara meningkatkan *performance*, *accessibility*, PWA, SEO, dan *best practices* lainnya.



2.5.2.10 Mobile Friendly

Dewanjee (2020) mobile SEO mengacu pada optimasi SEO pada website untuk memastikan bahwa website memiliki *user experience* yang baik bagi pengguna *mobile device*, seperti *smartphone* dan *tablet*. Optimasi ini ditujukan untuk penanganan *query* yang lebih baik bagi *search engine* untuk pencarian melalui *mobile devices*. Google (2015) melalui halaman Google Search Central menjelaskan bahwa pada 21 April 2015 merupakan *update* algoritma *mobile friendly* telah diluncurkan. Dengan algoritma ini, Google meningkatkan peringkat untuk halaman yang telah *mobile-friendly* pada halaman hasil pencarian. Oleh karena itu, *user* dapat lebih mudah menemukan halaman yang berkualitas dan relevan tanpa perlu mengetuk atau memperbesar pada *mobile devices*.

Google (2021) melalui Google Search Central menjelaskan bahwa terdapat 3 hal utama dalam membangun *website* untuk *mobile devices*, di antaranya:

1. Buat *website* yang mudah bagi *user* dengan desain *website* yang membantu pengguna memenuhi tujuan mereka.
2. Hitung efektivitas dari *website* dengan pengukuran seberapa mudah pengguna *mobile* memenuhi task yang ada pada *website*.
3. Pilih *template website* yang responsif. Dengan *template website* responsif, pengguna dapat mengakses *website* dengan URL yang sama baik pada *desktop*, *tablet*, atau *smartphone*.

2.5.3 SEO Off Page

SEO *off page* adalah optimasi SEO proses membangun *backlink* dari *website* lain ke *website* yang dioptimasi (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Astono (2017) SEO *off page* adalah suatu teknik yang digunakan untuk meningkatkan posisi *website* di *search engine* yang melibatkan hal-hal di luar *website*. Secara umum terdapat 2 teknik, yakni *backlinks* dan *social signal*. Jadi, SEO *off page* merupakan implementasi SEO yang dilakukan di luar situs dengan *inbound link* ke *website* yang dioptimasi dalam bentuk *link building* atau *backlink*, *social media marketing*, *PPC*, *review*, dan *user generated content* (UGC).

2.5.3.1 Backlinks

Backlink adalah *link* yang mengarah pada suatu *website* dari *website* lain. Kuantitas dari *backlink* adalah salah satu faktor yang dipercaya turut serta menentukan posisi pada SERP (Nasirudin dan Widardjo, 2012). Astono (2017) menjelaskan terdapat beberapa hal yang mempengaruhi kualitas *backlink*, yakni (1) *links with traffic*, (2) *indexed & dofollow*; (3) *relevant & trusted*; (4) *non-reciprocal*, (5) *diversified*. Proses dari mendapatkan *backlink* disebut *link building*. Nasirudin dan Widardjo (2012) *link building* adalah suatu disiplin ilmu *marketing* yang bertujuan untuk mendapatkan *inbound link* dari pemilik *website* lain ke *website* yang sedang dioptimasi dengan tujuan meningkatkan *link popularity* dari suatu *website*. *Link popularity* merupakan istilah yang digunakan untuk mengukur nilai suatu *website* berdasarkan kualitas dan kuantitas dari *inbound link* yang



mengarah pada *website*. Google (2010) reputasi suatu *website* dapat ditingkatkan dengan promosi situs dan memiliki *link* berkualitas. Mempromosikan konten baru pada *website* secara efektif dapat membuat pengguna internet dengan ketertarikan yang sama menemukan *website* lebih cepat, misalnya promosi melalui *blog post*, *RSS feed*, *social media*, *newsletter*, DM, poster, dan sebagainya. Beberapa *best practices* dalam mempromosikan *website*, di antaranya:

1. Bangun interaksi pada *website* sosial media. *Website* yang dibangun dengan interaksi dan berbagi antar *user* mempermudah Google untuk mencocokkan kelompok orang atau *audience* yang tertarik dengan konten *website* tersebut. Namun, dalam berbagi pada sosial media tersebut hindari promosi untuk tiap *update* kecil yang dibuat, lebih baik bagikan konten yang krusial, penting, dan menarik.
2. Jangkau *website* komunitas dengan topik terkait. Dengan membangun komunikasi antar *website* dengan topik yang mirip biasanya akan memberikan manfaat pada *website*, seperti ide tambahan konten atau sumber daya komunitas yang baik.

2.5.3.2 Referring Domains

Referring domains merupakan jumlah *website* lain yang mengarahkan *backlink* pada suatu *website*. Semakin tinggi *referring domains*, diversified *backlink* semakin tinggi pula (Koval, 2020). Contohnya, apabila situs a.com memberikan *backlink* ke situs b.com pada halaman a.com/contoh dan halaman a.com/contoh-2, maka hal ini terhitung 2 *backlink* dan 1 *referring domain*.

2.5.4 SEO Key Performance Indicators

SEO *Key Performance Indicators* (KPIs) merupakan kumpulan indikator yang dijadikan sebagai tolok ukur dari hasil implementasi SEO pada *website*. Tonkin, Whitmore, dan Cutroni (2011) menjelaskan bahwa penilaian utama dari SEO adalah meningkatkan jumlah trafik atau pengunjung *website* dan *business value*. Jumlah trafik yang diukur merupakan trafik yang berasal dari mesin pencari atau *organic traffic*. *Business value* digunakan dalam mengukur efek dari SEO terhadap bisnis.

Terdapat 7 jenis pengukuran SEO atau SEO KPIs, diantaranya (1) trafik total dari *organic search*; (2) perbandingan *organic search* dengan kata kunci *branded* dan *non-branded*; (3) perbandingan *organic search* dari kata kunci utama dengan *long tail*; (4) jumlah kata kunci yang mendatangkan pengunjung pada *website*; (5) perbandingan trafik organik pada *homepage* dengan *webpages*; (6) *bounce rate* pengunjung dari *organic search*; (7) perbandingan pengunjung baru dan pengunjung yang kembali ke *website*. Sementara itu, Ledford (2015) juga menjelaskan mengenai SEO KPIs lain, diantaranya (1) *page title*; (2) *meta data*; (3) *site design*; (4) *robots.txt*; (5) kualitas dan kuantitas konten; (6) kualitas dan kuantitas *link*. Schwartz (2021) terdapat 3 level dalam pengukuran kinerja SEO, yakni *impression*, *clicks*, dan *conversions*. *Impression* merupakan level pertama, setiap URL *website* tampil pada Google Search maka dihitung sebagai sebuah



impression, semakin tinggi pertumbuhannya semakin baik. Sementara itu, *clicks* dihitung apabila URL yang tampil diklik dan menuju pada website. *Conversion* merupakan level tertinggi yang memberikan *revenue* bagi bisnis atau perusahaan.

2.5.5 SEO Tools

2.5.5.1 Google Search Console

Melalui laman Search Console Help, Google menjelaskan bahwa Google Search Console merupakan layanan gratis yang diberikan oleh Google untuk membantu pemilik website dalam memantau, memelihara, dan menyelesaikan permasalahan website pada Google Search. Beberapa *tools* dan *report* apabila menggunakan Google Search Console, yakni (1) memastikan Google dapat menemukan dan crawling website; (2) memperbaiki permasalahan *indexing* dan meminta *indexing* ulang untuk konten terbaru atau konten yang diperbarui; (3) melihat data statistik Google Search terhadap *website*, misalnya seberapa sering *website* tampil pada Google Search, seberapa sering *website* mendapat *clicks*, dan lainnya; (4) menerima peringatan dari Google terhadap indikasi permasalahan *indexing*, *spam*, dan permasalahan lainnya; (5) mendapatkan *report* untuk *website* yang memberikan *link* pada *website*; dan (6) *troubleshoot* terhadap permasalahan pada AMP, *mobile usability*, dan fitur Google Search lainnya.

2.5.5.2 Google Analytics

Google Analytics merupakan *tools* yang dirilis oleh Google untuk membantu dalam memahami *user* lebih baik sehingga dapat membuat *website* menjadi lebih baik, seperti evaluasi *website*, konten, dan produk. Google Analytics menyajikan data untuk menjadikan *customer experience* lebih baik, misalnya data halaman yang sering dikunjungi, halaman yang dikunjungi sebelum meninggalkan *website*, *channel* dari tiap pelanggan baru yang didapatkan, serta mengetahui *channel* yang paling berhasil dalam mendapatkan pelanggan atau pengguna baru (Google Analytics, 2018). Jadi, dengan bantuan Google Analytics, pemilik *website*, SEO *specialist*, *marketer*, dan peran lainnya dapat mengambil keputusan berdasarkan data (*data-driven decision*). Google Analytics membantu dalam hal memahami cara *customer*, pengguna, atau pelanggan dari *website* berinteraksi pada *website*. Lalu, menyajikan *customer experience* yang lebih baik.

2.5.5.3 Google PageSpeed Insight

Berdasarkan halaman PageSpeed Tools, Google menjelaskan bahwa Google PageSpeed Insight merupakan *tools* yang digunakan untuk mendapatkan laporan mengenai *performance* halaman *website* baik pada *desktop* maupun *mobile*, serta cara untuk meningkatkan *performance* halaman *website* tersebut. Dalam mengukur *performance* halaman *website*, PageSpeed Insight menggabungkan data dari Chrome Experience User Report (CrUX) untuk menampilkan data dari *performance* halaman *website* dengan dua metrik, yakni First Contentful Paint (FCP) dan DOMContentLoaded (DCL). Hasil laporan didapatkan dari nilai median untuk tiap metrik FCP dan DCL yang dibandingkan dengan setiap halaman *website*



yang dipantau oleh CrUX. Hasil dari setiap metrik dikategorikan pada 3 jenis, yakni cepat, lambat, dan rata-rata.

Selain memberikan mengenai *performance* dari halaman *website*, Google PageSpeed Insight juga memberikan saran perbaikan untuk meningkatkan kecepatan *website*. Beberapa saran yang diberikan oleh Google PageSpeed Insight, seperti hindari *redirect* terlalu banyak, menghilangkan CSS dan JS yang memblokir proses render, meningkatkan *cache browser*, memprioritaskan konten yang terlihat di atas, mengurangi waktu respon server, mengaktifkan kompresi, *minify resources* (HTML, JS, CSS), dan optimasi gambar.

2.5.5.4 Ahrefs

Ahrefs merupakan *tools* yang digunakan untuk proses riset kata kunci, riset kompetitor, dan proses *backlink*. Pada Ahrefs terdapat fitur *site explorer*, *content explorer*, *keywords explorer*, *site audit*, dan sebagainya.

1. *Site explorer* digunakan sebagai fitur untuk membantu dalam menganalisis *backlink website* dan *backlink* kompetitor. Selain itu, fitur *site explorer* juga dapat membantu pemilik *website* untuk mengetahui *keyword* yang potensial baik untuk pencarian organik maupun berbayar. Pada *site explorer* terdapat beberapa metrik sebagai fitur untuk mengetahui ahrefs rank, domain rating, url rating, organic keywords, dan organic traffic berdasarkan URL *website*.
2. *Content explorer* digunakan sebagai fitur untuk menemukan konten yang memiliki *sharing* terbanyak pada sosial media untuk topik apapun.
3. *Keyword explorer* digunakan sebagai fitur untuk mendapatkan ide *keyword* beserta estimasi trafik. Pada *keyword explorer* terdapat beberapa metrik, yakni volume pencarian, *difficulty*, *clicks*, *keyword* terkait, dan sebagainya.
4. *Rank tracker* digunakan sebagai fitur untuk mengetahui peringkat *keyword* baik pada *desktop* maupun *mobile* dengan laporan per hari, minggu, atau bulan.
5. *Site audit* digunakan sebagai fitur untuk menganalisis *website* terhadap permasalahan SEO umum dan memantau kesehatan SEO *website* dari waktu ke waktu (Ahrefs, 2021).

2.5.5.5 Moz

Moz merupakan *tools* SEO yang menyediakan fitur *keyword research*, *SEO audit & crawl*, *backlink research*, *rank tracking*, *SEO toolbar*, dan *domain analysis*. Fitur utama yang kerap digunakan dalam proses SEO adalah *domain analysis* beserta metrik yang dirilis oleh Moz, yakni *domain authority* dan *page authority*. *Domain authority* adalah skor yang dikembangkan oleh Moz untuk memperkirakan kemungkinan suatu halaman berada pada SERP. Skor ini dihitung oleh Moz berdasarkan faktor-faktor tertentu, seperti jumlah *web* yang mengaitkan *link* ke *root domain* dan jumlah *backlink* dari suatu *website*. Namun, skor ini tidak berkaitan dengan algoritma Google, melainkan digunakan sebagai patokan kekuatan pada SERP (Moz, 2020).



2.5.5.6 Whatsmyserp

Whatsmyserp adalah *tool* berbasis *web app* yang digunakan untuk *tracking* peringkat kata kunci-kata kunci suatu *website* pada Google untuk peringkat 100 besar. Whatsmyserp.com menyediakan fitur untuk pengecekan peringkat kata kunci berdasarkan *geo-targeting* masing-masing negara. Jadi, pengguna whatsmyserp.com diwajibkan untuk memilih lokasi tertentu sesuai dengan Google untuk negara yang ditarget (Whatsmyserp, 2020).

2.6 Website

Website atau *web* merupakan keseluruhan halaman yang ada pada sebuah *domain*, antar halaman pada suatu *website* saling berhubungan melalui *hyperlink* (Yuhefizar, Mooduto, & Hidayat., 2005). Berdasarkan sifatnya, *website* terbagi dua yaitu *website* statis dan dinamis. *Website* statis merupakan *website* yang halaman yang jarang dilakukan perubahan, informasinya bersifat tetap. Contoh dari *website* statis, yakni *website company profile* dinamis merupakan *website* yang menyediakan halaman-halaman yang berubah-ubah dalam waktu tertentu. Contoh dari *website* dinamis, seperti wikipedia.com, detik.com, dan blog.

2.7 Content Management System

Content management system (CMS) adalah teknologi aplikasi berbasis *web* yang memudahkan dalam mengisi dan mengelola konten *website* (Helianthusonfri, 2013). Definisi lain dari Kristanto (2014), CMS adalah *software* untuk membuat *website* secara otomatis tanpa melakukan pemrograman *website*. Jadi, CMS adalah layanan pada internet yang digunakan dalam membuat *website* supaya lebih mudah tanpa perlu melakukan proses *coding* untuk membuat *website*.

Salah satu CMS favorit yang digunakan saat ini adalah Wordpress. Astono (2017) Wordpress adalah CMS yang sangat bersahabat dengan mesin pencari Google. Pada sisi pendukung untuk SEO, WordPress juga cukup lengkap, ada ragam *themes* dan *plugin* SEO Friendly yang tersedia dengan gratis.



BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

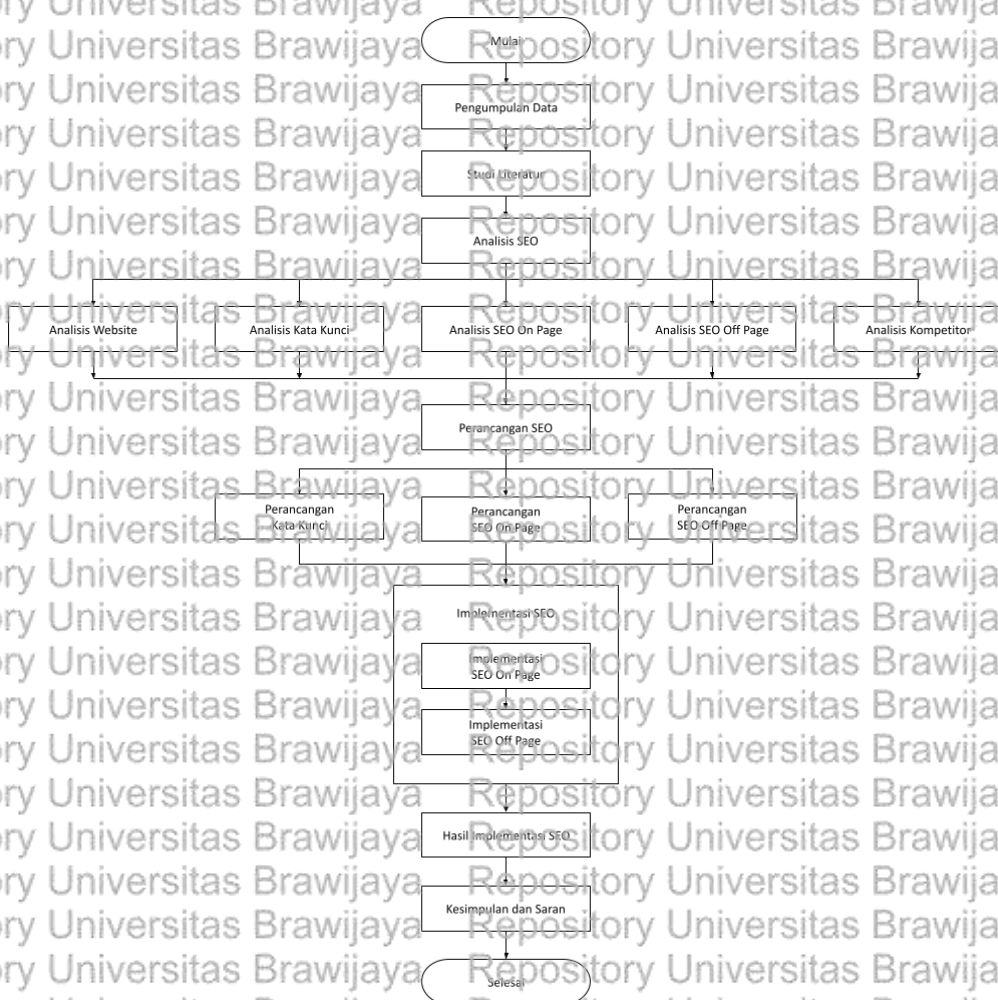
3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian *research and development* atau implementatif. Sugiyono (2013) menyebutkan bahwa penelitian *research and development* adalah metode penelitian untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan suatu produk tersebut. Sementara Salin & Haidar (2019) mengemukakan bahwa penelitian *research and development* merupakan serangkaian proses dalam rangka mengembangkan produk (*hardware* atau *software*) baru atau menyempurnakan produk yang telah ada supaya dapat dipertanggungjawabkan.

Menurut Johannes & Perjons (2014), terdapat 5 tahapan dalam melakukan penelitian dengan metode *research and development*, yakni (1) merumuskan permasalahan penelitian; (2) mendefinisikan kebutuhan; (3) merancang dan membangun; (4) menunjukkan fungsi artefak; dan (5) mengevaluasi artefak. Kelima tahapan ini merupakan guideline yang peneliti gunakan dalam penelitian ini dengan beberapa penyesuaian. Pada penelitian ini dipilih metode *research and development* karena dianggap cocok dengan tujuan yang ingin dicapai berupa pengujian suatu artefak terhadap peningkatan statistic *website*, peringkat di SERP Google untuk kata kunci tertentu, dan SEO KPIs lainnya.

3.2 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian dimulai dari pengumpulan data dengan wawancara dan observasi kepada pemilik PT Eltama Prima Indo. Lalu, dilanjutkan studi literatur untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai marketing automation dan SEO. Kemudian dilanjutkan dengan tahap berikutnya analisis SEO, perancangan SEO, implementasi SEO, pengujian berupa hasil implementasi SEO, serta penarikan kesimpulan dan saran. Diagram tahapan penelitian yang digunakan pada penelitian ini ditunjukkan pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Diagram Tahapan Metodologi Penelitian

3.2.1 Pengumpulan Data

Tahap pertama adalah pengumpulan data dengan observasi dan wawancara kepada PT. Eltama Prima Indo mengenai layanan yang hendak dilakukan optimasi SEO. Observasi dilakukan dengan mengunjungi *website company profile* PT. Eltama Prima Indo. Sementara itu, wawancara kepada pemilik PT Eltama Prima Indo mengenai *marketing* perusahaan saat ini dan layanan yang hendak dioptimasi dengan SEO.

3.2.2 Studi Literatur

Tahap kedua adalah studi literatur untuk mencari referensi terkait serta teori pendukung mengenai penelitian ini. Literatur yang penulis gunakan, yaitu buku, dokumentasi Google, *e-book*, jurnal, *e-journal*, penelitian sebelumnya, dan *website*. Tujuan dari tahap studi literatur adalah menemukan teori yang relevan mengenai *marketing automation*, *search engine*, *search engine optimization*, *SEO on page*, *SEO off page*, dan hasil implementasi SEO.



3.2.3 Analisis SEO

Tahap ketiga adalah analisis SEO berupa analisis website, analisis kata kunci, analisis SEO on page dan off page, dan analisis kompetitor. Tujuan dari tahap ketiga adalah analisis terhadap kata kunci terkait epoxy, implementasi SEO yang sudah atau belum diterapkan pada epoxynesia.com, serta mengetahui SEO dari kompetitor. Selain itu, analisis SEO dilakukan untuk menyesuaikan antara kebutuhan website epoxynesia.com dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pemeringkatan di *search engine*, Google.

3.2.3.1 Analisis Website

Analisis SEO pertama yang dilakukan adalah analisis website untuk mengetahui kondisi website epoxynesia.com pada saat ini. Analisis tersebut meliputi usia domain, *domain authority*, *domain rating*, penggunaan *SEO tracker*, dan statistik pengunjung sebelum implementasi SEO dilakukan. Dengan mengetahui nilai dari masing-masing metrik tersebut maka didapatkan gambaran umum mengenai reputasi epoxynesia.com dan optimasi SEO lanjutan yang dapat diimplementasikan.

3.2.3.2 Analisis Kata Kunci

Kemudian, analisis website dilanjutkan dengan melakukan analisis kata kunci untuk mengetahui kata kunci-kata kunci terkait epoxy yang dapat diimplementasikan pada epoxynesia.com. Pada analisis kata kunci data yang dicari adalah volume pencarian dan tingkat kompetisi dari kata kunci-kata kunci tersebut. Terdapat dua jenis kata kunci, yakni kata kunci *transactional* dan *informational*. Kata kunci *transactional* merupakan kata kunci yang berkaitan dengan minat pencari dalam hal membeli atau mencari jasa, contohnya jasa epoxy lantai. Sementara itu, kata kunci *informational* merupakan kata kunci yang bersifat informatif, contohnya *epoxy mortar*, *epoxy self levelling*, *epoxy lantai 3D*, dan sebagainya. Kata kunci *informational* ditujukan untuk memberikan informasi epoxy kepada pengunjung website epoxynesia.com.

3.2.3.3 Analisis SEO On Page

Analisis SEO *on page* ditujukan untuk mengetahui implementasi SEO on page yang belum atau sudah diterapkan pada epoxynesia.com. Dengan analisis SEO on page penulis mengetahui implementasi lanjutan yang dapat diterapkan pada epoxynesia.com sehingga epoxynesia.com tidak memiliki kendala terhadap *crawling*, *indexing*, maupun tahap *serving search result* oleh Google. Analisis tersebut dilakukan diantaranya analisis *sitemap.xml*, *pagespeed*, *mobile friendly*, *robots.txt*, *title tag*, *meta description*, URL, *heading tag*, ALT text, dan *internal link*. Proses ini tidak dapat dilewatkan karena apabila terdapat kendala atau error, maka akan berpengaruh terhadap proses *crawling*, *indexing*, maupun *serving search result* oleh Google.



3.2.3.4 Analisis SEO Off Page

Sementara itu, untuk mengoptimalkan *website* epoxynesia.com di *search engine*, Google, maka perlu dilakukan analisis SEO *off page*. Analisis ini ditujukan untuk mengetahui rujukan-rujukan dari *website* lain kepada epoxynesia.com. Dengan rujukan dari *website* lain tersebut, reputasi suatu *website* akan semakin meningkat. Hal ini terkait dengan proses *serving search result* pada *key factors*, *quality of webpages*. Analisis SEO *off page* dilakukan dengan mengamati *referring domain* dan *backlink* menggunakan tools Ahrefs dan Google Search Console.

3.2.3.5 Analisis kompetitor

Pada tahap analisis kompetitor dilakukan pengecekan terhadap implementasi SEO yang telah mereka lakukan. Tujuan dari tahapan ini, yaitu mengetahui reputasi kompetitor dan implementasi SEO yang kompetitor terapkan. Dengan adanya analisis kompetitor, penulis dapat mengetahui *gap* antara kompetitor dengan epoxynesia.com.

3.2.4 Perancangan SEO

Tahap keempat berupa perancangan SEO. Perancangan SEO terdiri dari perancangan atau pemetaan kata kunci, SEO *on page*, dan SEO *off page*. Perancangan SEO dilakukan berdasarkan hasil analisis sebagai dasar dari implementasi SEO dalam menerapkan poin-poin implementasi agar epoxynesia.com memenuhi proses *crawling*, *indexing*, dan *serving search result*. Selain itu, perancangan dilakukan untuk menyesuaikan epoxynesia.com dengan 5 *key factors* pemeringkatan *website* Google, yakni *meaning of query*, *relevance of webpages*, *quality of content*, *usability of webpages*, dan *context & settings*.

3.2.4.1 Perancangan Kata Kunci

Pada perancangan kata kunci penulis melakukan pemetaan lokasi untuk penempatan kata kunci pada *website*. Pemetaan tersebut berupa perencanaan terhadap penempatan kata kunci pada *title tag*, *heading tag*, URL, *meta tag*, *body*, hingga ALT text. Proses perancangan kata kunci merupakan salah satu proses untuk mengoptimalkan *website* terhadap salah satu dari 5 *key factors* algoritma Google, yakni *relevance of webpages*.

3.2.4.2 Perancangan SEO On Page

Pada perancangan SEO *on page* dilakukan beberapa hal, diantaranya perancangan *sitemap.xml*, *pagespeed*, *mobile friendly*, *robots.txt*, *title tag*, *meta description*, URL, *heading tag*, ALT text, dan *internal link*. Perancangan dilakukan untuk menyesuaikan implementasi SEO dengan teknis implementasi pada CMS Wordpress. Pada tahap ini penulis melakukan perancangan implementasi SEO dengan fitur-fitur dari Wordpress, seperti *post*, *page*, *themes*, dan *plugin* pendukung yang hendak digunakan.



3.2.4.3 Perancangan SEO Off Page

Pada perancangan SEO *off page* dilakukan pembuatan skema *link building* dan rancangan *anchor text* yang digunakan dalam proses *backlink* pada epoxynesia.com. Beberapa tipe situs yang digunakan dalam skema *link building*, yakni *guest post*, *blog network*, *forum*, *profile*, dan *redirect*.

3.2.5 Implementasi SEO

Tahap kelima adalah implementasi SEO. Implementasi SEO terdiri dari instalasi theme SEO friendly, *plugin* SEO, SEO *on page*, dan SEO *off page*. Implementasi SEO *on page*, diantaranya publish sitemap.xml dan penerapan dari rancangan SEO *on page* yang telah dibuat. Sementara itu, implementasi SEO *off page*, yakni proses menanam *backlink* pada *website* lain berdasarkan skema yang telah dirancang pada tahap perancangan SEO.

Tahap kelima adalah implementasi SEO berdasarkan rancangan yang telah dibuat pada tahap sebelumnya, yakni rancangan kata kunci, SEO *on page*, dan *off page*. Rancangan kata kunci diimplementasikan sebagai bagian dari implementasi SEO *on page* berupa penempatan kata kunci pada beberapa bagian. Kemudian, implementasi SEO *on page* lainnya, yakni sitemap.xml, *pagespeed*, *mobile friendly*, robots.txt, *title tag*, *meta description*, URL, *heading tag*, ALT text, dan *internal link*. Setelah implementasi SEO *on page*, maka dilanjutkan dengan implementasi SEO *off page* berupa proses pembuatan *backlink* ke *website* epoxynesia.com berdasarkan skema *link building* yang telah dirancang.

3.2.6 Hasil Implementasi SEO

Tahap keenam adalah pengujian hasil implementasi SEO berupa pengecekan peringkat kata kunci dalam interval waktu tertentu, pengunjung *website*, dan metrik SEO *on page* & SEO *off page* dengan *tools* tertentu. Beberapa *tools* yang digunakan untuk mengetahui hasil implementasi SEO, yakni Google Search Console, Google Analytics, *Whatsmyserp*, dan *Ahrefs*. Hasil implementasi SEO diketahui berdasarkan SEO KPIs, yakni *performance*, *visitor*, dan peringkat kata kunci pada mesin pencari yang dilakukan pengujian di tiap bulannya untuk mengetahui peningkatan maupun penurunan dari SEO KPIs.

3.2.7 Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir pada penelitian ini adalah penarikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan jawaban dari hasil analisis, hasil perancangan, dan hasil implementasi SEO yang dibuat berdasarkan rumusan masalah pada bagian pendahuluan. Lalu, terdapat saran yang berisikan masukan serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya untuk topik yang sama.

BAB 4 ANALISIS SEO

4.1 Analisis Website

Epoxynesia.com didaftarkan pada registrar *domain* pada 23 September 2020. Dengan usia ini epoxynesia.com termasuk kategori *website* baru yang belum memiliki reputasi, sebagaimana data yang ditunjukkan oleh Ahrefs bahwa epoxynesia.com belum memiliki DR dan UR, serta data-data yang lainnya yang berstatus “No Data”, seperti gambar 4.1. Dari data ini diketahui bahwa epoxynesia.com membutuhkan optimasi lebih lanjut baik dari segi *on page* maupun *off page* untuk meningkatkan reputasi (*authority*) *website*.



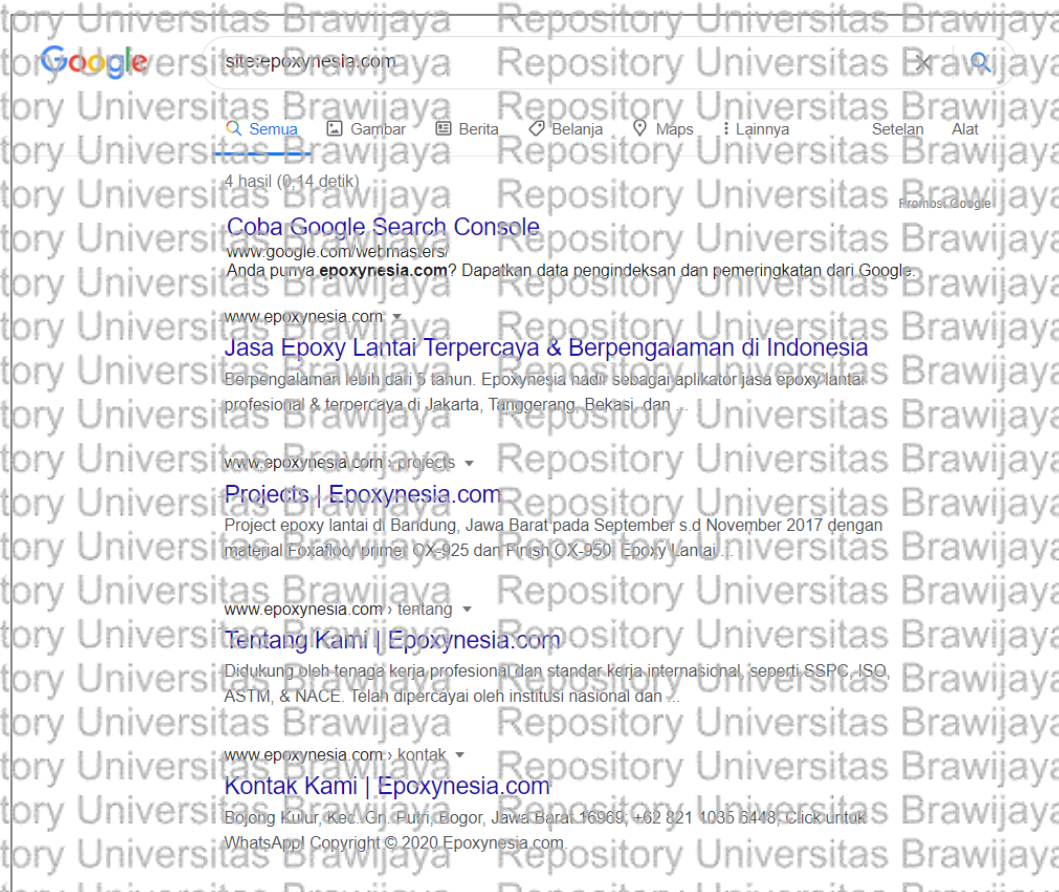
Gambar 4.1 Analisis Epoxynesia.com dengan Ahrefs

Tak jauh berbeda dengan Ahrefs, Moz.com juga mengeluarkan data bahwa *domain authority* dari epoxynesia.com mendapatkan skor 1 untuk rentang 1 hingga 100, seperti yang ditunjukkan oleh gambar 4.2. Hal yang sama pada *linking domains*, *inbound link*, dan *ranking keyword* yang berjumlah 0.



Gambar 4.2 Analisis Epoxynesia.com pada Moz.com

Sementara itu, jumlah *index* yang telah didapatkan oleh epoxynesia.com pada Google Search ada 4 halaman *website*, yakni *homepage*, *kontak*, *projects*, dan *tentang kami*. Tangkapan layar dari jumlah *index* seperti ditunjukkan pada gambar 4.3 berikut:



Gambar 4.3 Index Epoxynesia.com pada Google Search

Tabel 4.1 merupakan rangkuman hasil analisis website epoxynesia.com dengan menggunakan tools Who.is, Ahrefs, Moz, Google Search, dan Google Analytics. Berdasarkan hasil analisis website tersebut diketahui bahwa epoxynesia.com belum memiliki trafik di tiap bulannya serta reputasi dan rujukan yang didapatkan yang masih kecil berdasarkan Ahrefs dan Moz.

Tabel 4.1 Analisis Website Epoxynesia.com

Usia Domain	DR	UR	DA	RD	RD Dofollow	Google Index	Trafik
1 bulan	0	0	1	No Data	No Data	4	0

4.1.1 Usia Domain Website

Website epoxynesia.com pada saat penelitian ini dilakukan termasuk website yang masih baru atau *fresh domain*. Berdasarkan salah satu tools yang dapat digunakan untuk pengecekan awal website dirilis, who.is, menampilkan bahwa epoxynesia.com didaftarkan pada tanggal 23 September 2020, seperti data dari who.is pada gambar 4.4. Dari data ini diketahui hingga 30 Oktober 2020 website berusia 1 bulan 7 hari.



Gambar 4.4 Usia Domain Epoxynesia.com

Bila dibandingkan dengan kompetitor, epoxynesia.com masih jauh lebih kecil karena kompetitor pada posisi 20 SERP teratas minimal berusia 8 bulan dengan rata-rata 2 tahun. Seiring dengan usia *website* kompetitor yang lebih dari 8 bulan tersebut dapat diketahui bahwa selama itu pula mereka melakukan optimasi SEO. Hal ini dapat diketahui dari *tools* pihak ketiga, seperti Ahrefs dan Moz.com yang menampilkan perubahan *authority* pada masing-masing kompetitor. Oleh karena itu, supaya *website* epoxynesia.com mendapatkan pengunjung dibutuhkan perancangan dan implementasi SEO agar mampu bersaing dengan kompetitor.

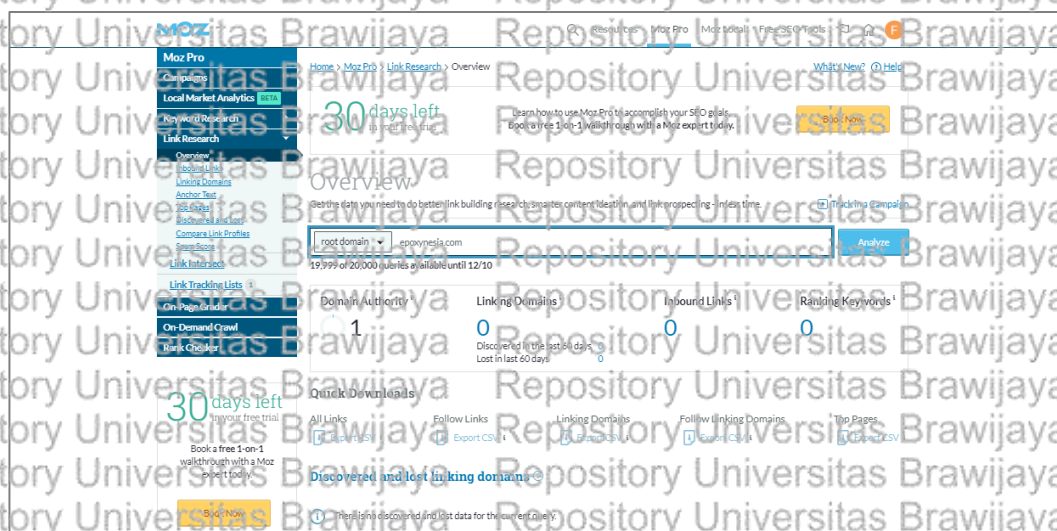
Implementasi SEO berupa SEO *on page* dan SEO *off page* yang saksama ditujukan untuk membangun reputasi epoxynesia.com di Google. Implementasi tersebut dimulai dari SEO *on page* untuk membenahi dan mengoptimalkan internal *website*. Setelah *on page*, dilanjutkan dengan *off page* untuk membangun *link* dari *website* lain ke epoxynesia.com.



4.1.2 Authority Website versi Moz.com

Data serupa juga dikeluarkan oleh beberapa *tools* SEO checker mengenai reputasi (*authority*) dari *epoxynesia.com*. Moz.com yang mengeluarkan data berupa *Domain Authority* (DA) menampilkan bahwa *epoxynesia.com* memiliki DA dengan nilai 1, hal ini dikarenakan *epoxynesia.com* masih baru dan belum ada *linking domain* dari *website* lainnya.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan *domain authority website* (DA) diperlukan penambahan *website-website* lain yang mengarah ke *epoxynesia.com*. Umumnya, *website* yang berada di halaman pertama dan kedua SERP Google merupakan *website* yang telah memiliki DA cukup, sekitar 15 atau lebih. Namun, tidak menutup kemungkinan pula *website* dengan DA lebih kecil mengisi posisi kompetitif pada SERP. Hal ini mengingat *domain authority* merupakan metrik dari pihak ketiga bukan dari Google. Matriks ini digunakan sebagai gambaran untuk mengetahui kompetisi dan kekuatan kompetitor pada SERP tersebut.



Gambar 4.5 Domain Authority Epoxynesia.com sebelum Implementasi SEO

4.1.3 Rating Website versi Ahrefs

Begitu pula dengan Ahrefs sebagai pihak ketiga yang mengeluarkan metrik sejenis dengan Moz. *Epoxynesia.com* belum memiliki Ahrefs *rank*, DR, dan UR sehingga ditampilkan bahwa Ahrefs *rank*, UR, dan DR dari *epoxynesia.com* adalah *No Data*. Begitu pula dengan data lainnya, seperti *referring domain*, *backlinks*, dan *keyword* pada *epoxynesia.com* masih dalam jumlah nol (0).



Gambar 4.6 Rating Epoxynesia.com berdasarkan Ahrefs

Jadi, dari data Ahrefs ini diketahui bahwa belum ada *keyword* yang berpotensi mendatangkan *visitor* (pengunjung) pada *website*. Selain itu, belum ada pula *website* lain yang mengarahkan *link* ke epoxynesia.com sehingga *referring domain* dan *backlinks* dalam keterangan *no data*.

Dari dua *tools* tersebut dapat diketahui bahwa epoxynesia.com membutuhkan implementasi SEO tertentu supaya reputasi dari *website* naik yang berpotensi memudahkan kata kunci-kata kunci target mendapatkan peringkat pada mesin pencari, Google. Dua *tools* di atas merupakan *tools* pihak ketiga yang tidak ada kaitannya dengan Google, mereka memiliki robot dan algoritma tersendiri untuk menciptakan nilai DA, PA, Ahrefs rank, DR, UR, *backlinks*, *referring domain*, *organic keywords*, dan *organic traffic*. Meskipun demikian, kedua *tools* ini dapat diandalkan untuk mengetahui bagaimana kompetisi suatu *keyword*, kekuatan kompetitor, dan kekurangan yang ada pada epoxynesia.com.

4.1.4 Penggunaan SEO Tracker pada Website

Analisis *website* berikutnya adalah mengetahui SEO *tracker* apa saja yang dibutuhkan untuk diterapkan pada *website*. Setelah dilakukan analisis diketahui bahwa terdapat dua *tools* utama yang perlu ditambahkan pada *website*, yakni Google Analytics dan Google Search Console.

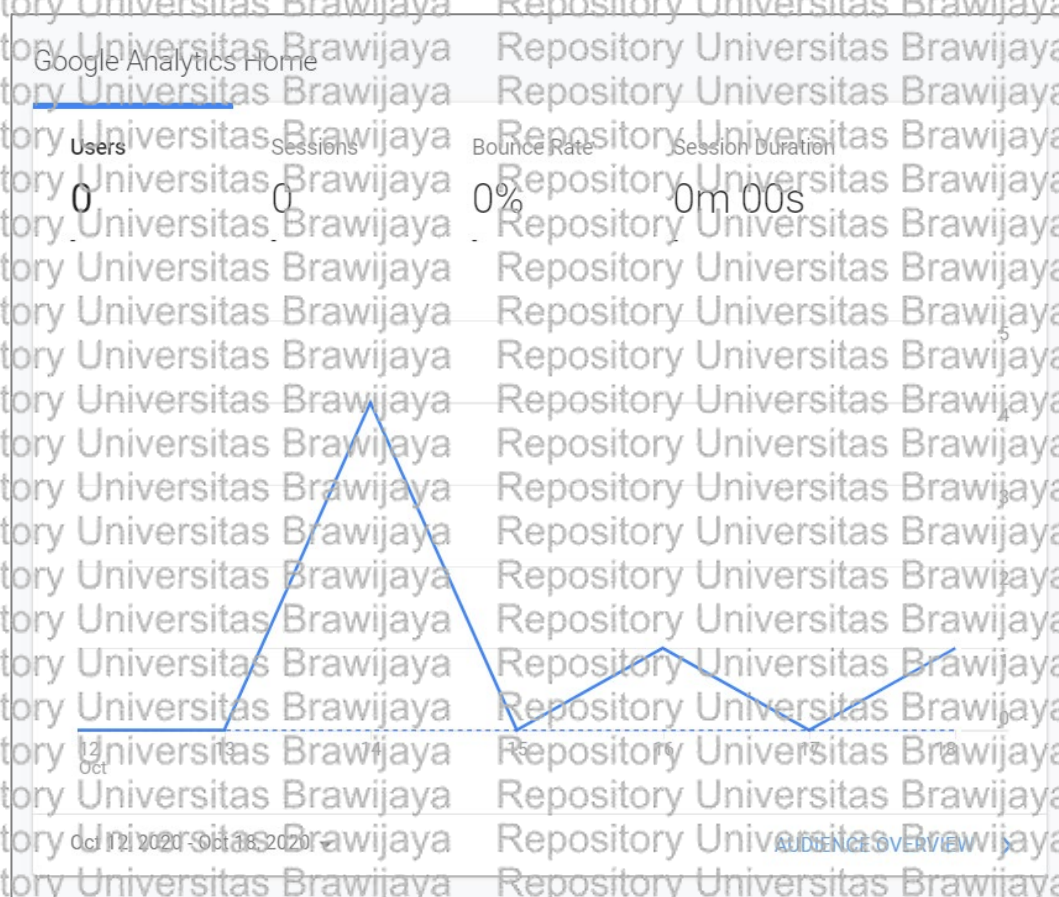
Google Analytics merupakan *tracker* yang digunakan untuk mengetahui seluk beluk trafik yang datang pada *website* mulai dari pengunjung yang sedang mengunjungi *website*, asal pengunjung, halaman yang sering dikunjungi, demografi pengunjung, *behaviour* pengunjung, jumlah pengunjung per hari/bulan/triwulan/rentang tertentu, geografi pengunjung, teknologi yang digunakan, dan sebagainya.



Sementara itu, Google Search Console merupakan *tool* yang digunakan untuk membantu *webmaster* dalam *maintenance website* pada *search engine* Google. Pada Google Search Console, *webmaster* atau pemilik *website* dapat mengetahui halaman yang *valid*, *error*, atau butuh peningkatan. Selain itu, memasukkan *sitemap*, memantau *performance*, *queries* yang diketikkan oleh pengunjung, CTR, hingga *disavow* untuk menolak *link-link* yang bersifat buruk bisa dilakukan pada *tools* ini. Jadi, Google Search Console akan membantu *epoxynesia.com* untuk menyesuaikan dengan *update* dan hal lainnya pada Google Search. Kedua *tools* ini belum diimplementasikan pada *website* sehingga penulis akan memasang kode *tracking* dari kedua *tools* ini pada *epoxynesia.com*.

4.1.5 Statistik Pengunjung Sebelum Implementasi SEO

Pada 12 Oktober 2020 dilakukan pemasangan kode Google Analytics pada *website*. Tanggal 12 Oktober 2020 merupakan 12 hari setelah *website* selesai tahap *development* dan dimulainya proses analisis perancangan dan implementasi SEO. Hingga 18 Oktober 2020, 7 hari setelah pemasangan kode Google Analytics, *epoxynesia.com* belum mendapatkan kunjungan. Meskipun terdapat grafik naik turun, kemungkinan besar angka tersebut merupakan kunjungan dari penulis sendiri untuk mengetahui kondisi *website*.



Gambar 4.7 Trafik *Epoxynesia.com* sebelum implementasi SEO

Berdasarkan data ini diketahui bahwa epoxynesia.com membutuhkan implementasi lebih lanjut untuk mendapatkan pengunjung lebih banyak lagi sehingga berpotensi mendatangkan *leads* bagi PT. Eltama Prima Indo.

4.2 Analisis Kata Kunci

Analisis kata kunci merupakan proses analisis untuk mengetahui kata kunci yang digunakan oleh pengguna internet dalam mencari vendor untuk epoxy lantai dan informasi mengenai epoxy lainnya. Pada bagian analisis kata kunci digunakan tools Ahrefs dan NeilPatel.com untuk mengetahui *search volume* dan kesulitan kata kunci.

Dari hasil analisis yang dilakukan ditemukan bahwa kata kunci “jasa epoxy lantai” merupakan kata kunci dengan pencarian tertinggi, yakni 3.100 per bulan dengan kesulitan keyword 42. Bila mampu mendapatkan peringkat pertama maka diproyeksikan ada 30 *visitor* per harinya pada *website*. Untuk mencapai peringkat tersebut Ahrefs menyebutkan dibutuhkan sekitar 60 *referring domain* pada *website*.



Gambar 4.8 Analisis Kata Kunci dengan Ahrefs

Kata kunci berikutnya diikuti oleh jasa epoxy lantai jakarta dengan 500 pencarian per bulan dengan kesulitan 33, harga jasa epoxy lantai 250 pencarian per bulan dengan kesulitan 7. Selain itu, terdapat kata kunci lain mengenai epoxy pada lantai yang bisa diimplementasikan pada epoxynesia.com. Beberapa kata kunci dikelompokkan sebagai kata kunci *transactional* (T) dan lainnya sebagai kata kunci *informational* (I). Pengelompokkan ini berdasarkan *search intent* dari tiap kata kunci. Data mengenai jumlah pencarian per bulan dan kesulitan kata kunci ada pada tabel 4.2 berikut.



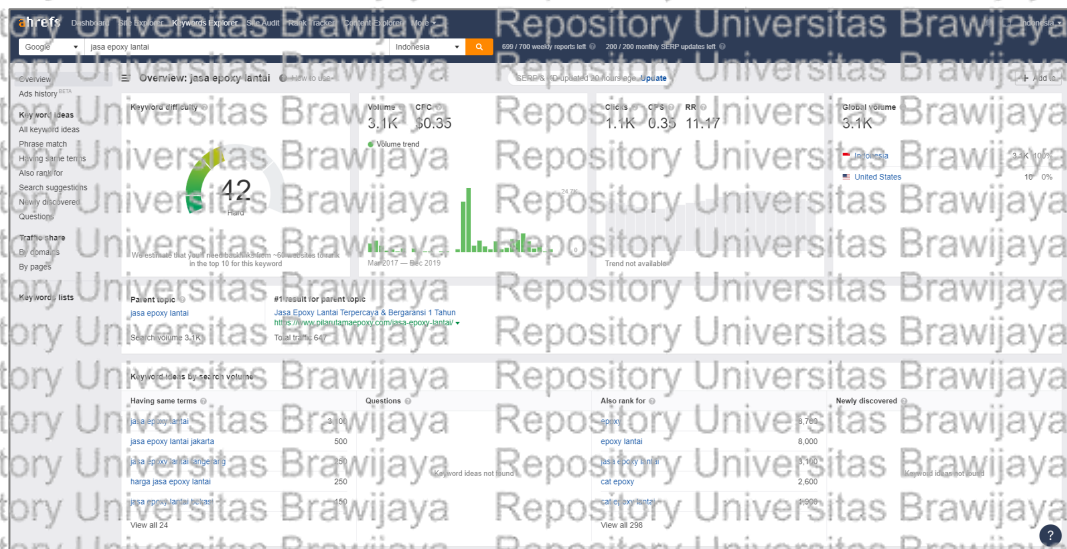
Tabel 4.2 Analisis Kata Kunci tentang Epoxy Lantai

No	Kata Kunci	Volume	Kesulitan	RD	Intent
1	Jasa Epoxy Lantai	3.100	42	~60	T
2	Jasa Epoxy	600	24	~27	T
3	Kontraktor Epoxy Lantai	600	12	~13	T
4	Jasa Epoxy Lantai Jakarta	500	33	~41	T
5	Aplikator Epoxy Lantai	400	24	~27	T
6	Harga Jasa Epoxy Lantai	250	7	~8	I
7	Jasa Epoxy Lantai Tangerang	250	10	~11	T
8	Cara Epoxy Lantai	200	0	0	I
9	Jasa Pengecatan Epoxy Lantai	150	8	~9	T
10	Jasa Epoxy Lantai Bekasi	150	0	0	T
11	Merk Cat Epoxy Lantai	150	0	0	I
12	Jasa Epoxy Lantai Murah	100	39	~53	T
13	Jenis Epoxy	80	0	0	I
14	Cara Mencampur Epoxy	60	0	0	I
15	Jasa Epoxy Lantai Surabaya	60	0	0	T
16	Jasa Epoxy Lantai Semarang	30	0	0	T

Sementara itu, NeilPatel.com mengeluarkan data untuk jasa epoxy lantai, pencarian per bulannya adalah 2.400. Dari dua sumber data ini diketahui bahwa lebih 2.000 orang yang mencari jasa epoxy lantai di Indonesia per bulannya.

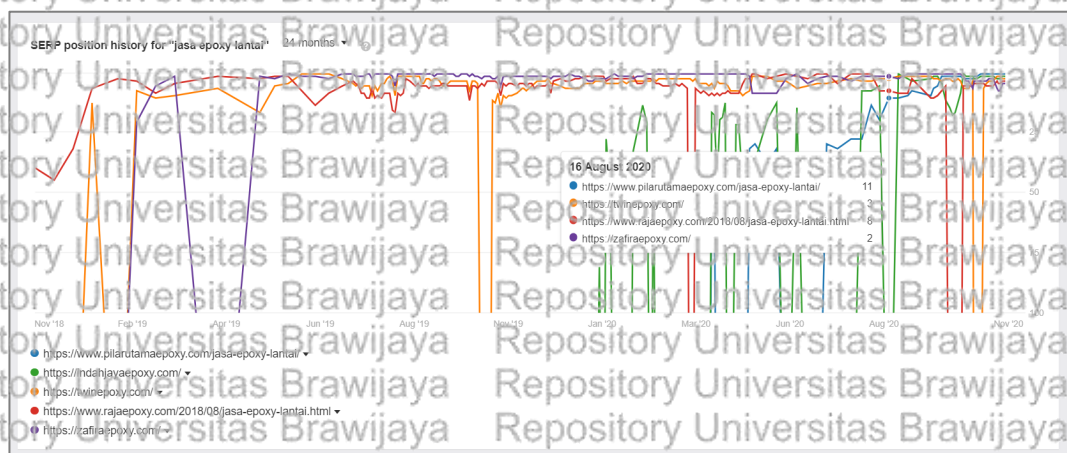
4.2.1 Analisis Kata Kunci *Transactional*

4.2.1.1 Analisis Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”



Gambar 4.9 Analisis Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” dengan Ahrefs

Berdasarkan keyword explorer Ahrefs diketahui bahwa kata kunci “jasa epoxy lantai” memiliki pencarian per bulannya sekitar 3.100 dengan tingkat kesulitan 42 (*hard*), rentang 1 hingga 100. Dengan tingkat kesulitan 42 yang berarti “*hard*” dibutuhkan sekitar 60 *backlink* supaya *website* bisa mendapatkan posisi di top 10 SERP. Adapun tingkatan kesulitan suatu kata kunci versi Ahrefs yakni *low*, *medium*, *hard*, dan *very hard*.



Gambar 4.10 Perubahan Posisi SERP pada Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”

Untuk kompetitor yang saling memperebutkan posisi 5 teratas untuk kata kunci ini terdapat kompetitor yang saling berganti sebagaimana gambar 4.10 memperlihatkan perubahan posisi antara *website* pilarutamaepoxy.com, indahjayaepoxy.com, twinepoxy.com, rajaepoxy.com, dan zafiraepoxy.com.



Gambar 4.11 Trend Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” berdasarkan NeilPatel.com

Sementara itu, NeilPatel.com juga menyajikan data yang tak jauh berbeda. Terdapat 2.400 pencarian perbulannya dengan tingkat kesulitan 21 (*easy*) dengan rata-rata top 10 memiliki 6 *backlinks*. Pada tingkat kesulitan cukup berbeda, Ahrefs menyajikan bahwa kompetisinya sulit sementara NeilPatel.com menyajikan data mudah. Hal lainnya yang dapat dilihat pada NeilPatel.com adalah tren dari kata kunci “jasa epoxy lantai” yang turun mulai dari bulan Februari 2020 namun stabil setelah bulan April hingga Oktober 2020.



Gambar 4.12 Analisis Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” dengan NeilPatel.com

Jadi, berdasarkan tools Ahrefs dan NeilPatel.com diketahui bahwa kata kunci “jasa epoxy lantai” cukup potensial untuk diimplementasikan pada *website* sebagai kata kunci target dengan kompetisi yang kompetitif. Apabila *website* telah memiliki reputasi yang bagus untuk mencapai top 10, page 2, atau page 3 relatif lebih mudah. Hal ini cukup berbeda dengan *website* baru yang perlu reputasi untuk meyakinkan Google menempatkan *website* di posisi tersebut.

dari kata kunci-kata kunci ini juga ada di tiap bulannya. Kata kunci ini juga cocok ditargetkan untuk mendapatkan peringkat pada *epoxynesia.com* mengingat PT. Eltama Prima Indo tidak hanya memfasilitasi *epoxy* lantai di daerah Jakarta saja, namun seluruh Indonesia. Adapun rincian dari kata kunci *transactional* lainnya beserta volume dan kesulitannya ada pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Daftar Kata Kunci *Transactional* tentang *Epoxy*

No	Keyword	Ahrefs: Pencarian	Ahrefs: Kesulitan
1	Jasa <i>epoxy</i> lantai tangerang	250	11
2	Jasa <i>epoxy</i> lantai bekasi	150	0
3	Jasa <i>epoxy</i> lantai surabaya	60	0
4	Jasa <i>epoxy</i> lantai semarang	30	0
5	Jasa <i>epoxy</i> lantai jogja	20	N/A
6	Jasa <i>epoxy</i> lantai solo	20	N/A
7	Jasa <i>epoxy</i> lantai 3D	10	N/A

4.2.2 Analisis Kata Kunci Informational

Keyword	KD	Volume	Global	Clicks	CPC	CPS	RR	SF	Parent topic	SERP	Updated
resin	37	18K	320K	6.6K	\$0.00	1.50	1.19	0	resin	SERP	2 days
epoxy resin	38	8.7K	273K	2.2K	\$0.25	0.25	1.19	0	epoxy	SERP	2 days
resin adalan	39	8.0K	8.1K	3.0K	\$0.00	1.47	2.00	0	epoxy lantai	SERP	2 days
jasa epoxy lantai	40	6.2K	6.2K	2.0K	\$0.70	0.45	1.20	0	resin	SERP	2 days
cat epoxy	41	4.0K	254K	2.0K	\$0.00	1.00	0.25	0	epoxy	SERP	2 days
harga epoxy lantai	42	3.1K	3.1K	1.1K	\$0.35	0.35	11.17	0	jasa epoxy lantai	SERP	2 days
epoxy resin	43	2.6K	2.7K	1.1K	\$0.00	0.40	1.30	0	cat epoxy	SERP	2 days
harga epoxy lantai	44	2.0K	8.0K	97	\$0.10	1.49	3.4	0	epoxy	SERP	2 days
apakah epoxy	45	1.3K	1.4K	1.1K	\$0.35	0.40	1.23	0	epoxy lantai	SERP	2 days
harga cat epoxy lantai	46	1.2K	1.2K	1.4K	\$0.10	1.19	1.50	0	harga cat epoxy lantai	SERP	2 days
epoxy adalan	47	1.1K	1.1K	1.1K	\$0.00	1.00	1.10	0	resin	SERP	2 days
harga cat epoxy lantai	48	1.1K	1.2K	1.0K	\$0.10	0.96	1.00	0	harga cat epoxy lantai	SERP	2 days
epoxy adalan	49	1.0K	1.0K	410	\$0.35	0.40	1.20	0	epoxy adalan	SERP	2 days

Gambar 4.16 Analisis Kata Kunci Informational dengan Ahrefs

Selain kata kunci yang bersifat *transactional*, terdapat pula kata kunci informational yang dapat diimplementasikan pada *epoxynesia.com*. Kata kunci informational bersifat informasi kepada para pembaca mengenai *epoxy* dan hal-hal terkait dengan *epoxy*. Contoh kata kunci informational, seperti definisi *epoxy*, cara pengecatan *epoxy*, jenis-jenis *epoxy*, dan sebagainya.

Dalam implementasi nantinya bila tiap kata kunci informational diimplementasikan maka dapat menjadi *soft-selling* bagi PT. Eltama Prima Indo. Selain itu, adanya artikel yang menargetkan kata kunci informational merupakan bagian dari optimasi SEO *on page* berupa *internal link* untuk menambah relevansi *website* mengenai *epoxy*. Tabel 4.4 merupakan beberapa kata kunci informational terkait *epoxy* yang dapat diimplementasikan pada *epoxynesia.com*.



Tabel 4.4 Daftar Kata Kunci Informational tentang Epoxy

No	Keyword	Volume Pencarian	Resulitan
1	Apa itu epoxy	200	0
2	Epoxy coating adalah	80	0
3	Perbedaan epoxy primer dan epoxy surfacer	250	0
4	Cara mencampur epoxy	150	0
5	Cara mencampur epoxy dengan tiner	100	0
6	Cara menggunakan epoxy	60	0
7	Fungsi cat epoxy	90	0
8	Hardener epoxy	70	0
9	Jenis epoxy lantai	20	n/a
10	Epoxy lantai 3D	300	0
11	Epoxy mortar	150	0
12	Epoxy self levelling	40	n/a
13	Epoxy anti static	10	n/a
14	Epoxy waterproofing	0-10	n/a
15	Epoxy multilayer	n/a	n/a
16	Cara mengecat lantai dengan epoxy	30	n/a
17	Keunggulan dan kelemahan epoxy	n/a	n/a

Jadi, dari hasil analisis kata kunci diketahui bahwa kata kunci yang potensial untuk mendatangkan *leads* ke PT. Eltama Prima Indo adalah kata kunci “jasa epoxy lantai”. Hanya saja, kata kunci tersebut memiliki kompetisi yang kompetitif. Kata kunci berikutnya adalah kata kunci yang bersifat lokal SEO yang mengandung nama daerah, misalnya jasa epoxy lantai jakarta, jasa epoxy lantai bekasi, atau jasa epoxy lantai tangerang yang kompetisinya relatif lebih mudah dibandingkan dengan jasa epoxy lantai berdasarkan *tools* Ahrefs dan Moz.com. Sementara itu, kata kunci *informational* digunakan untuk *internal link* menambah relevansi *website* mengenai epoxy terhadap *bot search engine* Google, dan *soft-selling* bagi PT. Eltama Prima Indo.

4.3 Analisis SEO On Page

Analisis SEO *on page* dilakukan pada poin-poin SEO *on page* dengan bantuan *tools* inspect element pada browser, SEO Site Checkup, Google Analytics, Google Search Console, Google *PageSpeed* Insight, Google Mobile-Friendly Test, Ahrefs, dan NeilPatel.com.



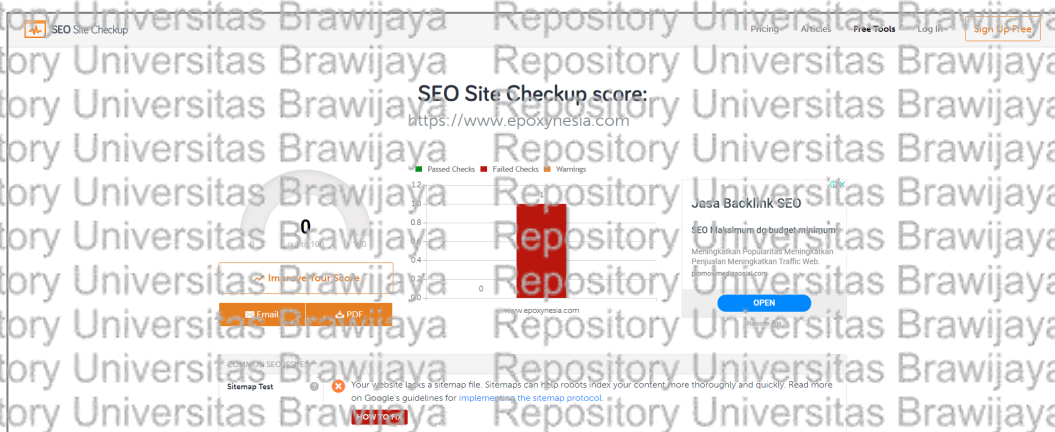
Tabel 4.5 Analisis SEO On Page

No	Item SEO On Page	Status	Keterangan
1	Sitemap.xml	Missing	Sitemap.xml tidak terdapat pada epoxynesia.com.
2	PageSpeed	Red Flag (47)	Membutuhkan optimasi pada FCP, Speed Index, LCP, dan Time to Interactive.
3	Mobile Friendly	Page is Mobile Friendly	Epoxynesia.com telah memiliki tampilan responsif.
4	Robots.txt	Exist	Robots.txt telah tersedia pada epoxynesia.com.
5	Title Tag	Butuh peningkatan	Kata kunci utama telah ada pada title tag, namun kata kunci turunan belum terdapat.
6	Meta-Description	Missing	Terdapat 4 halaman yang belum memiliki meta description.
7	URL	SEO Friendly	Pengaturan URL pada epoxynesia.com telah SEO Friendly, deskriptif, singkat, dan mengandung kata kunci.
8	Heading Tag	Butuh peningkatan	Terdapat heading tag yang diubah dari H4 ke H3 dan H3 ke H2 untuk menegaskan hirarki heading tag tersebut.
9	ALT Text	Missing	Terdapat beberapa gambar yang belum memiliki ALT text.
10	Internal Link	Missing	Belum terdapat internal link untuk meningkatkan relevansi website mengenai epoxy lantai.

4.3.1 Sitemap.xml

Keberadaan sitemap.xml ditujukan untuk membantu Googlebot lebih memahami halaman apa saja yang ada pada website. Seiring dengan penambahan sitemap.xml, Google akan lebih cepat mengetahui perubahan yang terjadi dan segera melakukan update pada Google Search.

Analisis sitemap.xml dilakukan dengan melakukan pengecekan keberadaan ada atau tidak sitemap pada website. Lalu, dilanjutkan dengan pengecekan pada Google Search Console untuk mengetahui apakah sitemap tersebut telah didaftarkan atau belum. Jika belum, maka sitemap tersebut akan didaftarkan pada Google Search Console.



Gambar 4.17 Analisis Sitemap.xml Epoxynesia.com dengan SeoSiteCheckup.com

Setelah dilakukan pengecekan dengan bantuan SeoSiteCheckup.com dan NeilPatel.com didapatkan bahwa epoxynesia.com belum memiliki sitemap.xml seperti hasil yang ditunjukkan oleh gambar 4.17 dan 4.18 yang menerangkan bahwa epoxynesia.com belum memiliki sitemap.xml. Oleh karena itu, perlu penambahan *sitemap* pada *website*.



Gambar 4.18 Analisis Sitemap.xml Epoxynesia.com dengan NeilPatel.com

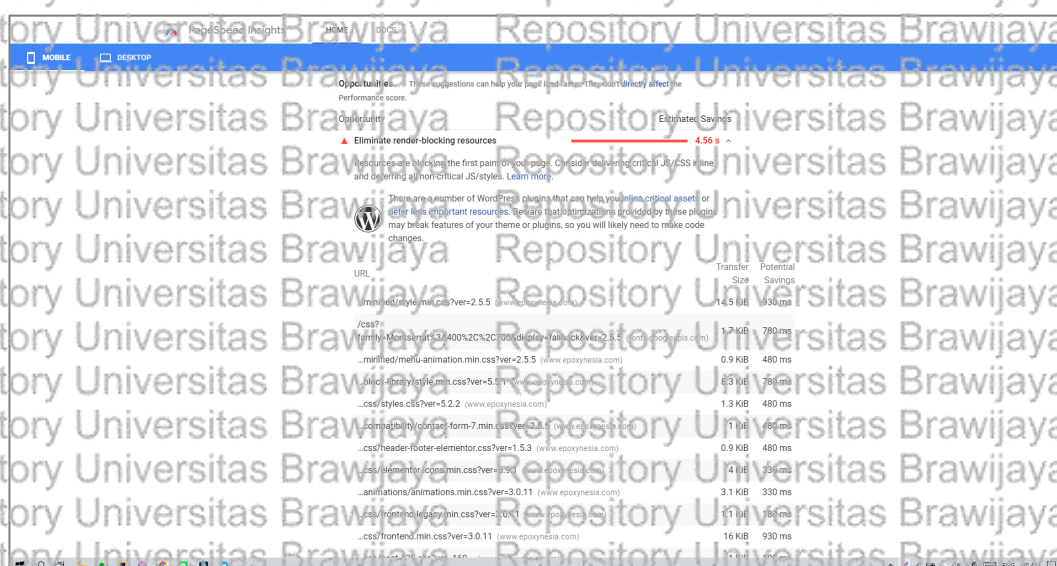
4.3.2 PageSpeed

Pada Juli 2018, Google mengumumkan bahwa Speed menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi peringkat pada Google Search dengan sebutan “Speed Update”. Google menyarankan untuk pengecekan *page speed website* dilakukan dengan menggunakan *tool*, seperti Lighthouse atau Google PageSpeed Insights.



Gambar 4.19 Analisis PageSpeed Epoxynesia.com dengan Google PageSpeed Insight

Penulis dalam menganalisis *page speed* epoxynesia.com menggunakan Google *PageSpeed* Insight sebagai *tool* pendukung. Hasil dari analisis diketahui bahwa terdapat beberapa bagian dari epoxynesia.com yang perlu peningkatan, seperti *eliminate render-blocking resources*, *reduce initial server response time*, *defer offscreen images*, dan *remove unused CSS* seperti gambar 4.19. Hal yang menjadi faktor menurunkan skor pagespeed versi Google *PageSpeed* insight adalah *eliminate render-blocking resources* sebesar 4.56s. Selain itu optimasi pada gambar juga perlu diterapkan. Hasil dari dua pengecekan ini seperti hasil *screenshot* gambar 4.20.



Gambar 4.20 Eliminate Render-Blocking Resources pada Epoxynesia.com



4.3.3 Mobile Friendly

Selain *page speed*, Google juga menggunakan responsivitas suatu *website* sebagai faktor yang mempengaruhi peringkat pada mesin pencari. Google menamakan hal ini sebagai *Mobile-First Indexing*. Hal ini disebabkan oleh peningkatan pengguna internet via ponsel sehingga setiap *webmaster* perlu penyesuaian pada *website* mereka. Terdapat beberapa *tools* yang bisa digunakan dalam mengetahui responsivitas suatu *website*. Dalam hal ini penulis menggunakan Google Mobile-Friendly Test sebagai *tool*-nya. Hasil dari pengecekan tersebut seperti gambar 4.21. Tampak bahwa *website* *epoxynesia.com* telah *mobile friendly*.



Gambar 4.21 Analisis Mobile Friendly *Epoxynesia.com* dengan Google Mobile-Friendly Test

4.3.4 Robots.txt

Berdasarkan *tools* Google Search Console Robots.txt Tester, robots.txt sudah terdapat pada *epoxynesia.com* seperti gambar 4.22. Terdapat keterangan bahwa halaman */wp-admin/* tidak diizinkan diakses oleh seluruh bot. Sementara itu, halaman */wp-admin/admin-ajax.php* diizinkan untuk diakses seluruh bot.



Gambar 4.22 Analisis Robots.txt pada Epoxynesia.com

4.3.5 Title Tag

Pada *title tag* dilakukan analisis terhadap kata kunci yang ditargetkan. Dengan adanya kata kunci pada *title tag*, relevansi *website* terhadap kata kunci tersebut akan semakin tinggi. Dengan tingginya relevansi tersebut berpeluang lebih besar untuk mendapatkan peringkat pada *search engine*, Google. Jadi, pada *title tag* epoxynesia.com disarankan untuk mengandung kata kunci “jasa epoxy lantai”



Gambar 4.23 Analisis Title Tag pada Epoxynesia.com

Setelah dilakukan analisis, epoxynesia.com telah menerapkan *title tag* yang mengandung kata kunci seperti gambar 4.23. Namun, penggunaan kata kunci pada epoxynesia.com akan lebih baik bila ditambahkan kata kunci turunan pada *title tag* tersebut. Dengan menambahkan kata kunci turunan ini, epoxynesia.com juga berpeluang mendapatkan peringkat untuk kata kunci tersebut. Selain itu, kompetisi pada jasa epoxy lantai jakarta lebih rendah dibanding kata kunci “jasa epoxy lantai”. Gambar 4.24 menunjukkan beberapa varian kata kunci turunan yang dapat diimplementasikan pada epoxynesia.com.



Gambar 4.24 Analisis Kata Kunci Turunan untuk Title Tag Epoxynesia.com

4.3.6 Meta Tag

Setelah analisis pada *title tag*, dilanjutkan dengan analisis *meta tag*, yakni *meta description*. Berdasarkan beberapa *tools* terdapat halaman yang belum memiliki *meta description*, yakni *homepage*, *kontak*, *projects*, dan *tentang kami*. Gambar 4.25 merupakan hasil analisis *meta tag* menggunakan NeilPatel.com.



Gambar 4.25 Analisis Meta Description Epoxynesia.com dengan NeilPatel.com

4.3.7 Uniform Resource Locator (URL)

Pada URL dilakukan analisis untuk mengetahui URL yang belum *SEO Friendly*. URL yang *SEO Friendly* merupakan URL yang deskriptif, singkat, dan mengandung kata kunci. Pada epoxynesia.com disaat analisis ini dilakukan terdapat 4 halaman yang sudah memenuhi *SEO friendly url*, seperti epoxynesia.com, epoxynesia.com/projects/, epoxynesia.com/tentang/, dan epoxynesia.com/kontak/.

URL

<https://www.epoxynesia.com/>

<https://www.epoxynesia.com/tentang/>

<https://www.epoxynesia.com/projects/>

<https://www.epoxynesia.com/kontak/>

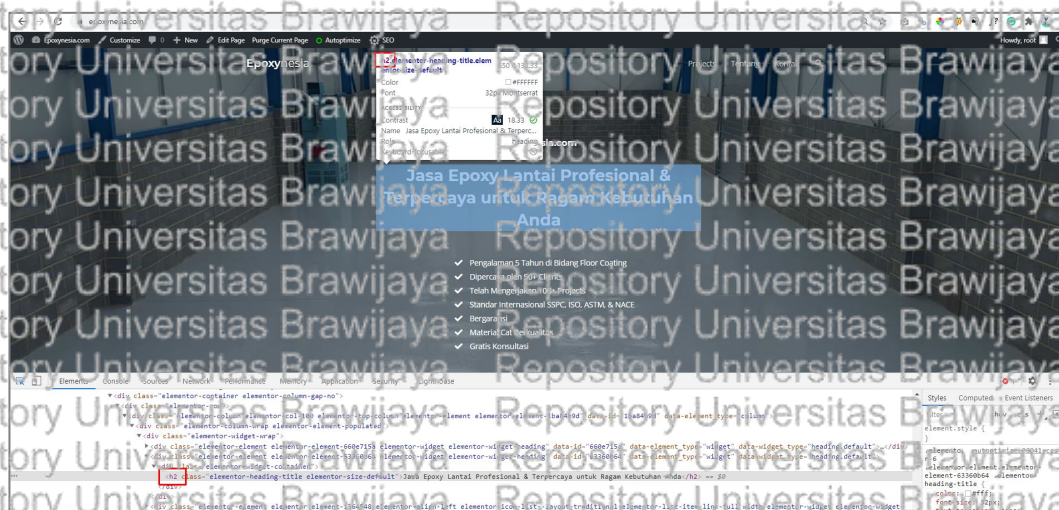
Gambar 4.26 Analisis URL pada Epoxynesia.com

4.3.8 Heading Tag



Gambar 4.27 Analisis Heading Tag Epoxynesia.com dengan Inspect Element Tools Browser

Terdapat dua hal yang diamati pada *heading tag*, yakni struktur hirarki *heading tag* dan keberadaan kata kunci pada *heading tag* tersebut. Setelah dilakukan analisis dengan memanfaatkan inspect element pada browser untuk mengetahui tag yang digunakan ditemukan beberapa *heading tag* yang bisa diperbaiki struktur hirarki dari *heading tag* tersebut. Hal utama yang perlu diperbaiki adalah penambahan H1 pada halaman *homepage*.



Gambar 4.28 Belum Terdapat H1 pada Epoxynesia.com

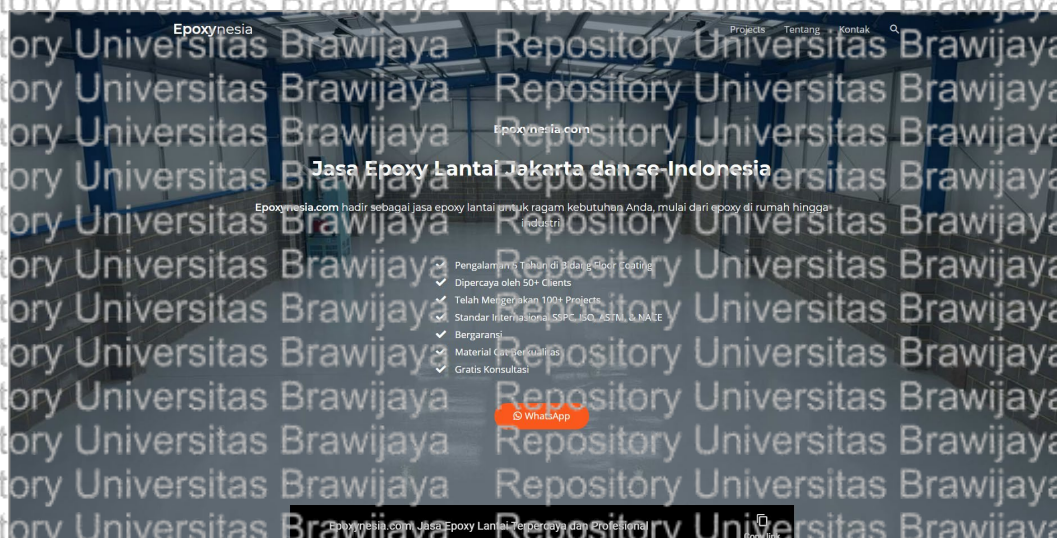
Gambar 4.28 menunjukkan bahwa belum terdapat H1 pada epoxynesia.com. Sementara itu, penempatan kata kunci pada *heading tag* juga bisa ditambahkan, terutama bagian *frequently ask questions*. Tabel 4.6 merupakan hasil analisis *heading tag* pada epoxynesia.com.

Tabel 4.6 Analisis *Heading Tag* Epoxynesia.com

Tag	Konten
H2	Jasa <i>Epoxy</i> Lantai Profesional & Terpercaya untuk Ragam Kebutuhan Anda
H2	Clients Kami
H2	Anda Membutuhkan Lantai dengan Spesifikasi Berikut?
H2	Epoxynesia.com: Jasa <i>Epoxy</i> Lantai Profesional
H2	Mengapa Bermitra dengan Kami?
H3	Quality Assurance
H3	Expert Advice
H3	Effective Team Work
H3	Creditable Integrity
H2	Jasa <i>Epoxy</i> Lantai Kami
H3	<i>Epoxy</i> Self Levelling
H3	<i>Epoxy</i> Mortar
H3	<i>Epoxy</i> Multilayer
H3	<i>Epoxy</i> Waterproofing
H2	Projects Kami
H3	PT Cargill Indonesia
H3	PT Dirgantara Indonesia
H3	PT Hanei Indonesia
H3	FAQ
H4	Apa itu <i>Epoxy</i> Lantai?



4.3.10 Internal Link



Gambar 4.30 Analisis Internal Link Epoxynesia.com

Analisis pada *internal link* ditujukan untuk mengetahui implementasi *internal link* yang telah diterapkan serta potensi kedepannya. Hasil dari analisis ditemukan bahwa *website* epoxynesia.com hanya memiliki halaman-halaman pendukung yang bertujuan sebagai profil *website*, seperti *tentang*, *projects* yang telah dikerjakan, dan *kontak*. Belum ada konten atau artikel-artikel pada blog epoxynesia.com yang membahas seputar epoxy sehingga *internal link* belum diimplementasikan. Oleh karena itu, dari hasil analisis ini diketahui bahwa epoxynesia.com membutuhkan artikel-artikel untuk diisi pada blog yang nantinya membangun *internal link* ke halaman *homepage*.

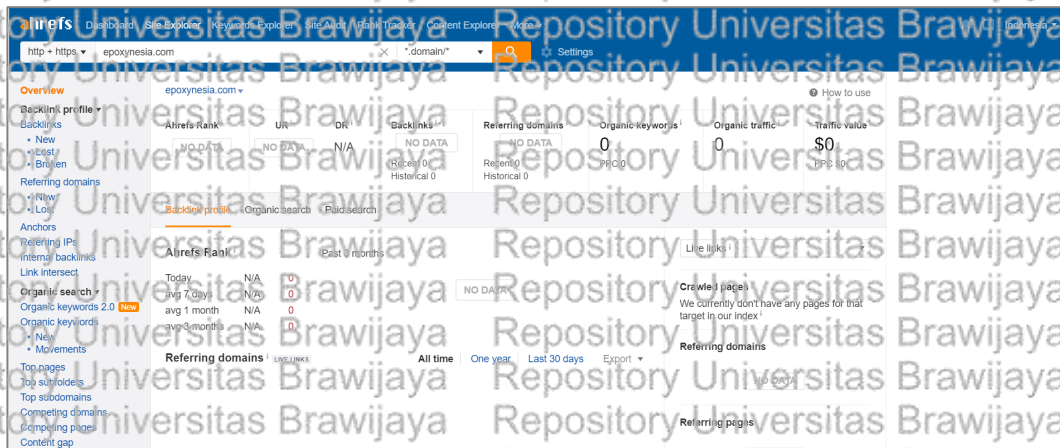
4.4 Analisis SEO Off Page

Beberapa hal yang diperhatikan pada analisis *SEO off page*, yakni *referring domain*, *backlink*, dan *anchor text*. Analisis *SEO off page* dilakukan dengan bantuan Ahrefs *site explorer*. Berdasarkan Ahrefs tersebut didapatkan data bahwa epoxynesia.com belum memulai implementasi *SEO* yang tampak dari data *referring domain* dan *backlink* dengan nilai *no data*.

Tabel 4.7 Analisis SEO Off Page Epoxynesia.com

No	Item SEO Off Page	Ahrefs	Google Search Console
1	Referring Domains	0	0
2	Backlinks	0	0

Selain Ahrefs, Google Search Console (GSC) juga menampilkan data bahwa epoxynesia.com belum memiliki referring domains (external links) yang mengarahkan *link* atau tautannya ke epoxynesia.com. Jadi, baik Ahrefs maupun GSC belum terdapat *website* yang memberikan *backlink* ke epoxynesia.com. Oleh karena itu, perlu dilakukan *link building* agar epoxynesia.com mendapatkan *backlink* dari situs lain.



Gambar 4.31 Analisis Referring Domain dan Backlink Epoxynesia.com dengan Ahrefs

Moz.com mengeluarkan data yang serupa dengan Ahrefs dan GSC bahwa epoxynesia.com belum memiliki *backlink* atau *website* lain yang mengarahkan *link* ke epoxynesia.com. Gambar 4.32 merupakan hasil pengecekan dengan Moz, sebagai berikut:



Gambar 4.32 Analisis Linking Domains Epoxynesia.com dengan Moz.com

Jadi, pada proses berikutnya adalah perancangan skema *off page*, jenis *backlink* yang akan digunakan, sumber *backlink*, dan implementasi dari perancangan yang telah dilakukan.



4.5 Analisis Kompetitor

Tujuan utama dari analisis kompetitor adalah mengetahui reputasi dan kekuatan kompetitor. Pada analisis ini kompetitor diambil pada *website* yang mendapatkan peringkat 10 besar untuk kata kunci “jasa epoxy lantai”. Analisis kompetitor dilakukan dengan menggunakan bantuan *tools*, seperti Ahrefs, Moz.com, dan SEOquake.

Analisis kompetitor dilakukan dengan memperhatikan 10 SERP terbaik per tanggal 30 Oktober 2020 dengan urutan sebagai berikut: (1) *epoxyindonesia.com*; (2) *pilarutamaepoxy.com*; (3) *indahjayaepoxy.com*; (4) *zafiraepoxy.com*; (5) *rajaepoxy.com*; (6) *rajaepoxy.com/2018/08/jasa-epoxy-lantai.html*; (7) *rajaepoxy.com*; (8) *fazuraepoxy.com*; (9) *indojavaepoxy.com*; (10) *indojavaepoxy.com/jasa-epoxy-lantai/*.

Tabel 4.8 Analisis kompetitor

Rank	Usia Domain (bulan)	DR	UR	DA	RD	RD Dofollow	Google Index
1	8	2.5	31	5	157	137	6
2	15	36	21	15	275	266	46
3	10	19	27	13	68	52	40
4	26	15	38	21	208	147	28
5	36	28	38	25	257	166	63
6	36	28	33	25	96	64	1
7	41	27	19	25	36	31	94
8	43	23	31	16	98	67	157
9	17	23	26	16	196	150	89
10	17	23	32	16	104	73	1

4.5.1 Epoxyindonesia.com

Pengecekan SERP yang dilakukan pada tanggal 21 Oktober 2020, *epoxyindonesia.com* merupakan *website* yang berada pada posisi teratas. Berdasarkan situs *who.is epoxyindonesia.com* didaftarkan sejak bulan Februari 2020. Jadi, hingga analisis ini dilakukan usia *domain* dari *epoxyindonesia.com* sekitar 8 bulan. Usia 8 bulan merupakan waktu yang cukup ideal untuk melihat hasil dari implementasi SEO yang telah dilakukan sebelumnya.



Gambar 4.33 Analisis Epoxyindonesia.com dengan Ahrefs

Sementara itu, reputasi dari website epoxyindonesia.com sudah mulai meningkat baik versi Ahrefs maupun Moz.com. Ahrefs menampilkan data bahwa reputasi dari *Domain Rating* dan *URL Rating* epoxyindonesia.com adalah 2.5 dan 31. Sedangkan versi Moz.com *Domain Authority* epoxyindonesia.com adalah 5.

Peningkatan juga terjadi secara signifikan pada Ahrefs Rank yang meningkat lebih dari 11 juta pada 1 bulan terakhir. Begitu pula dengan *referring domain* yang meningkat secara signifikan pada akhir Januari hingga Februari 2020. Peningkatan ini dari 0 hingga angka 150an. Peningkatan inilah yang menjadi salah satu alasan mengapa epoxyindonesia.com mampu naik ke posisi teratas mesin pencari meskipun reputasi dari website baru meningkat. Sayangnya, peningkatan yang secara drastis ini pula bisa menimbulkan kecurigaan bagi Google terhadap *unnatural link* yang berpotensi menurunkan peringkat dari epoxyindonesia.com kedepannya.

Sementara itu, pada sisi *internal link* epoxyindonesia.com terlihat masih kurang karena berdasarkan Google index baru ada 6 index halaman. Saat dilakukan pengecekan ke dalam website, epoxyindonesia.com belum memiliki halaman *internal link* mengenai epoxy terhadap homepage. Tabel 4.9 merupakan rangkuman hasil analisis website epoxyindonesia.com.

Tabel 4.9 Analisis Website Epoxyindonesia.com

Usia <i>Domain</i>	DR	UR	DA	RD	RD <i>Dofollow</i>	Google <i>Index</i>
8 bulan	2.5	31	5	157	137	6

4.5.2 Pilarutamaepoxy.com

Berdasarkan situs who.is pilarutamaepoxy.com didaftarkan sejak Juli 2019. Jadi, hingga analisis kompetitor ini dilakukan usia *domain* dari pilarutamaepoxy.com sekitar 1 tahun 3 bulan. Usia yang cukup matang bertahan di halaman pertama Google apabila *maintenance* dilakukan secara teratur.



Gambar 4.34 Analisis Pilarutamaepoxy.com dengan Ahrefs

Reputasi dari pilarutamaepoxy.com juga terbilang ada di *range* menengah, tidak terlalu tinggi dan tidak terlalu rendah pula. Reputasi dari Ahrefs melalui metrik mereka *domain rating* dan *url rating*, pilarutamaepoxy.com memiliki DR 36 dan UR 21. Sementara itu, Moz.com menampilkan data bahwa *domain authority* dari pilarutamaepoxy.com adalah 15.

Ahrefs *rank* dari pilarutamaepoxy.com selama 3 bulan terakhir mengalami peningkatan lebih dari 50 juta peringkat. Begitu pula dengan peningkatan *referring domain* dari pilarutamaepoxy.com mengalami peningkatan yang secara konstan. Pada saat mengembangkan *website referring domain* yang didapatkan tidak terlalu banyak, namun di saat usia *domain* sudah lebih dari 3 bulan *referring domain* mulai bertambah. Hingga Oktober 2020, pilarutamaepoxy.com telah mendapatkan 275 *referring domain* dengan 266 diantaranya merupakan *dofollow referring domain*. Sayangnya, pilarutamaepoxy.com kurang pada kontekstual *backlink*. Mayoritas *backlink* yang pilarutamaepoxy.com dapatkan merupakan jenis *redirect* dan *profile* sehingga kualitasnya tak sebagai kontekstual *backlink*.

Untuk sisi *internal link* dan *SEO on page*, pilarutamaepoxy.com telah menerapkannya dengan cukup baik. Berdasarkan hasil pengecekan dengan *query site:pilarutamaepoxy.com* pada Google didapatkan jumlah *index* 46. Saat pengecekan pada *internal website*, ditemukan konten-konten lain terkait *epoxy*, seperti artikel informatif dan artikel lain yang juga menargetkan kata kunci

turunan lainnya. Tabel 4.10 merupakan rangkuman hasil analisis kompetitor, pilarutamaepoxy.com.

Tabel 4.10 Analisis Website Pilarutamaepoxy.com

Usia <i>Domain</i>	DR	UR	DA	RD	RD <i>Dofollow</i>	Google <i>Index</i>
1 tahun	36	21	15	275	266	46

4.5.3 Indahjayaepoxy.com

Tak jauh berbeda dengan pilarutamaepoxy.com, indahjayaepoxy.com memiliki usia *domain*, yakni 10 bulan yang didaftarkan pada Desember 2019. Berdasarkan Ahrefs, saat ini indahjayaepoxy.com memiliki *domain rating* 19 dan *url rating* 29. Sementara itu, *domain authority*-nya adalah 13. Bila dibandingkan dengan epoxynesia.com, skor DR, UR, maupun DA dari indahjayaepoxy.com masih jauh lebih tinggi.



Gambar 4.35 Analisis Indahjayaepoxy.com dengan Ahrefs

Berdasarkan data dari Ahrefs, indahjayaepoxy.com mulai mendapatkan *referring domain* sebagai implementasi dari SEO *off page* pada bulan Januari 2020. Dari data ini diketahui bahwa indahjayaepoxy.com memulai optimasi SEO *off page* mereka 1 bulan setelah *domain* didaftarkan. Total *referring domain* yang didapatkan oleh indahjayaepoxy.com adalah 63 dalam rentang waktu Januari hingga November 2020 tersebut.

Begitu pula dengan Ahrefs rank dari indahjayaepoxy.com yang mengalami kenaikan dalam 3 bulan terakhir. Hingga saat ini indahjayaepoxy.com menduduki peringkat 6.238.230.



Gambar 4.36 Index Website Indahjayaepoxy.com

Terdapat 40 halaman indahjayaepoxy.com yang berada di Google. Pengecekan ini dilakukan dengan menggunakan *query* site:indahjayaepoxy.com. Namun, mayoritas dari 40 halaman tersebut merupakan halaman-halaman yang sifatnya *low quality* dan tidak ada kata kunci yang ditargetkan maupun artikel mengenai epoxy sehingga *internal link* pada website indahjayaepoxy.com belum terbentuk. Hal ini cukup berbeda dengan pilarutamaepoxy.com yang juga memiliki *index* dalam jumlah 40an, namun pilarutamaepoxy.com memiliki kata kunci yang ditarget dan konten pada tiap *index*nya. Tabel 4.11 merupakan rangkuman hasil analisis website indahjayaepoxy.com.

Tabel 4.11 Analisis Website Indahjayaepoxy.com

Usia <i>Domain</i>	DR	UR	DA	RD	RD <i>Dofollow</i>	Google <i>Index</i>
10 bulan	19	27	13	68	52	40

4.5.4 Zafiraepoxy.com

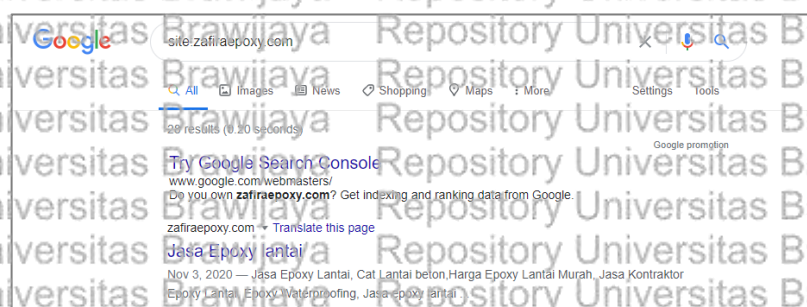
Zafiraepoxy.com didaftarkan pada Agustus 2018 sehingga usia *domain* zafiraepoxy.com hingga Oktober 2020 adalah 2 tahun. Usia ini merupakan usia *domain* yang cukup ideal untuk bertahan di halaman pertama Google seiring dengan optimasi dan maintenance yang dijalankan.

Reputasi dari zafiraepoxy.com sudah memiliki skor yang bagus, baik versi Ahrefs maupun Moz.com. Ahrefs menunjukkan *domain rating* dan *url rating* zafiraepoxy.com adalah 15 dan 38. Sementara itu, Moz.com menunjukkan *domain authority* zafiraepoxy.com adalah 21. Dari *domain authority* ini secara sekilas dapat diketahui bahwa zafiraepoxy.com merupakan kompetitor yang cukup kuat untuk kata kunci "jasa epoxy lantai".



Gambar 4.37 Analisis Website Zafiraepoxy.com dengan Ahrefs

Begitu pula dengan implementasi SEO *off page* zafiraepoxy.com yang menunjukkan progress meningkat dalam rentang waktu tertentu. Gambar 4.37 menunjukkan kenaikan *referring domain* yang dimulai pada Januari 2019, kenaikan ini terlihat stabil hingga akhir 2020. Meskipun sempat mengalami penurunan, pada waktu berikutnya zafiraepoxy.com mengalami kenaikan *referring domain* kembali. Total dari *referring domain* yang dimiliki oleh zafiraepoxy.com adalah 208 dengan 147 diantaranya merupakan *referring domain dofollow*.



Gambar 4.38 Index Website Zafiraepoxy.com

Jumlah *index* zafiraepoxy.com di Google adalah 28 sebagaimana gambar 4.38. Hanya saja, dari 28 *index* ini tidak seluruh halaman yang memiliki *index* tersebut berisi konten dan kata kunci tertentu. Apabila diamati lebih mendalam, *index* selain *homepage* merupakan halaman-halaman hasil *generate* otomatis saat menginstall tema tertentu pada wordpress. Hal ini membuat *internal link* pada zafiraepoxy.com belum diimplementasikan dengan baik.

Tabel 4.12 Analisis Website Zafiraepoxy.com

Usia Domain	DR	UR	DA	RD	RD Dofollow	Google Index
2 tahun	15	38	21	208	147	28

4.5.5 Rajaepoxy.com

Rajaepoxy.com hingga Oktober 2020 telah berusia 3 tahun yang didaftarkan pada Oktober 2017. Dengan usia yang cukup lama, diiringi optimasi dan *maintenance* yang stabil membuat *website* cukup bertahan di halaman pertama Google meskipun algoritma Google mengalami perubahan.



Gambar 4.39 Analisis Website Rajaepoxy.com dengan Ahrefs

Berdasarkan Ahrefs *domain rating* dan *url rating* rajaepoxy.com adalah 28 dan 38. Sedangkan, *domain authority* versi Moz.com mendapatkan skor 25. Dibandingkan dengan 4 kompetitor sebelumnya, rajaepoxy.com memiliki reputasi DR, UR, dan DA yang lebih tinggi namun Ahrefs *rank* dari rajaepoxy.com cenderung turun dalam 3 bulan terakhir.

Referring domain dari rajaepoxy.com adalah 257 dengan 166 diantaranya merupakan *referring domain dofollow*. Menariknya lagi, rajaepoxy.com juga mendapatkan *backlink* yang lumayan banyak dari *website* edu sebanyak 23 *website*. Sebagai contoh, apabila *website* rajaepoxy.com mendapatkan *backlink* dari blog.ub.ac.id/blogmahasiswa/ maka dihitung 1 *referring domain* edu.

Rajaepoxy.com memiliki 63 halaman yang berada di Google. Saat diteliti lebih dalam, halaman-halaman tersebut merupakan halaman yang mendukung untuk kata kunci utama atau *homepage* sehingga *internal link* pada rajaepoxy.com diimplementasikan dengan baik. Contoh halaman yang mendukung *homepage*

tersebut, seperti 7 manfaat cat epoxy lantai dalam bangunan, berapa ketebalan umum dalam epoxy, keuntungan menggunakan epoxy, cara melepas cat epoxy lantai, dan sebagainya. Namun, dari halaman-halaman tersebut terdapat halaman yang juga mengandung kata kunci “jasa epoxy lantai”. Hal ini akan berakibat pada kanibal konten yang nantinya hanya salah satu yang muncul pada SERP. Tabel 4.13 merupakan rangkuman hasil analisis website rajaepoxy.com.

Tabel 4.13 Analisis Website Rajaepoxy.com

Usia <i>Domain</i>	DR	UR	DA	RD	RD <i>Dofollow</i>	Google <i>Index</i>
3 tahun	28	38	25	257	166	63

4.5.6 Rajaepoxy.com/2018/08/jasa-epoxy-lantai.html/

Selain mendapatkan peringkat pada halaman *homepage*, rajaepoxy.com juga mendapatkan peringkat pada halaman 6 untuk halaman yang juga menargetkan jasa epoxy lantai tangerang. Namun, halaman ini juga mendapatkan peringkat pada kata kunci “jasa epoxy lantai”.



Gambar 4.40 Analisis Halaman Website Rajaepoxy.com dengan Ahrefs

Berdasarkan data dari Ahrefs, reputasi halaman ini cukup tinggi. *Domain rating* dan *url rating*nya adalah 28 dan 33. Sedangkan, *page authority* versi Moz.com adalah 19. Selain itu, Ahrefs juga menunjukkan bahwa terdapat 96 *referring domain* yang mengarah pada halaman ini, artinya ada 96 *website* yang memberikan *backlink* pada halaman rajaepoxy.com/2018/08/jasa-epoxy-lantai.html. Enam puluh empat dari 96 *referring domain* tersebut merupakan *referring domain dofollow* sehingga *authority* dari masing-masing *referring*

domain tersebut akan mengalir pada halaman. Beda halnya dengan *nofollow* yang tidak memberikan *authority* situs sumber ke situs tujuan.

Meskipun dipublikasikan pada Agustus 2018 namun halaman rajaepoxy.com ini masih berada di halaman pertama. Hal ini merupakan efek yang didapatkan apabila root *domain* juga memiliki *authority*. Tabel 4.14 merupakan rangkuman hasil analisis website rajaepoxy.com/2018/08/jasa-epoxy-lantai.html.

Tabel 4.14 Analisis Halaman Website Rajaepoxy.com

Usia <i>Domain</i>	DR	UR	PA	RD	RD <i>Dofollow</i>	Google Index
3 tahun	28	33	19	96	64	1

4.5.7 Raja-epoxy.com

Di urutan ketujuh berdasarkan hasil pengecekan peringkat untuk kata kunci “jasa epoxy lantai” pada 21 Oktober 2020 ada raja-epoxy.com. Berdasarkan *tools* who.is, didapatkan data bahwa *domain* raja-epoxy.com hingga Oktober 2020 telah berusia 4 tahun. Seiring dengan usia yang cukup lama tersebut, reputasi dari *website* raja-epoxy.com sudah terbentuk. Hal ini selaras dengan data yang disajikan oleh Ahrefs maupun Moz.com mengenai *domain rating*, *url rating*, dan *domain authority* raja-epoxy.com. Ahrefs mengeluarkan data bahwa *domain rating* dan *url rating* raja-epoxy.com adalah 27 dan 19. Angka ini tak jauh berbeda dari reputasi atau *authority* yang dikeluarkan oleh Moz, raja-epoxy.com memiliki skor *domain authority* 25.



Gambar 4.41 Analisis Website Raja-epoxy.com dengan Ahrefs

Referring domain raja-epoxy.com terbilang cukup sedikit, hanya 36 yang 31 diantaranya merupakan referring domain dofollow. Selain backlink pada konten dan forum, raja-epoxy.com juga mendapatkan backlink redirect yang kemungkinan situs mereka lainnya, yakni rajaepoxy.net, rajaepoxy.id, dan rajaepoxy.co.id. Anchor text yang digunakan dalam mengarahkan link dari website lain ke raja-epoxy.com cukup bervariasi, data dari Ahrefs menunjukkan ada 22 frasa yang digunakan.

Anchor text	Referring domains	dofollow	Referring pages	First seen	Last check
Anchor text	10	27%	19	20 Mar '18	22 May '20
Jasa epoxy lantai	10	27%	19	20 Mar '18	22 May '20
epoxy	10	27%	19	20 Mar '18	22 May '20
galeri foto	3	0%	18	5 Nov '18	11 May '20
perencanaan epoxy lantai harga meter raja	3	0%	3	5 Dec '19	6 d
lantai anti karat	2	0%	2	18 Apr '19	22 Jun '20
aplikator epoxy lantai profesional	1	3%	1	8 May '20	8 May '20
cat epoxy lantai	1	3%	1	1 Jun '19	10 Jul '20
lantai pelapis hidro	1	3%	1	20 Jul '20	20 Jul '20
asistan	1	3%	1	22 Jun '20	22 Jun '20
gambar dimensi ruang contoh ria	1	3%	1	13 Oct '20	31 d
mortar epoxy	1	3%	1	22 Jun '20	22 Jun '20
termurah se-bekas jasa epoxy lantai mulai rp 50.000/m2	1	3%	1	1 Nov '19	1 Nov '19
download	1	3%	1	7 Nov '20	6 d
http://www.raja-epoxy.com	2	6%	2	27 Mar '18	18 Jul '20
more @ www.raja-epoxy.com	2	6%	2	28 Mar '20	6 d

Gambar 4.42 Anchor Text Backlink Raja-epoxy.com berdasarkan Ahrefs

Sementara itu, total halaman raja-epoxy.com yang ada pada index Google terdapat 91 halaman yang mayoritas merupakan halaman arsip dan tag. Meskipun mayoritas tag dan beberapa halaman lain, raja-epoxy.com telah menerapkan internal link melalui artikel-artikel informatif, seperti <https://www.raja-epoxy.com/thermal-shock-resistant>, <https://www.raja-epoxy.com/pelapis-lantai-industri-penerbangan/>, <https://www.raja-epoxy.com/epoxy-lantai-metallic>, dan sebagainya. Tabel 4.15 merupakan rangkuman hasil analisis website raja-epoxy.com.

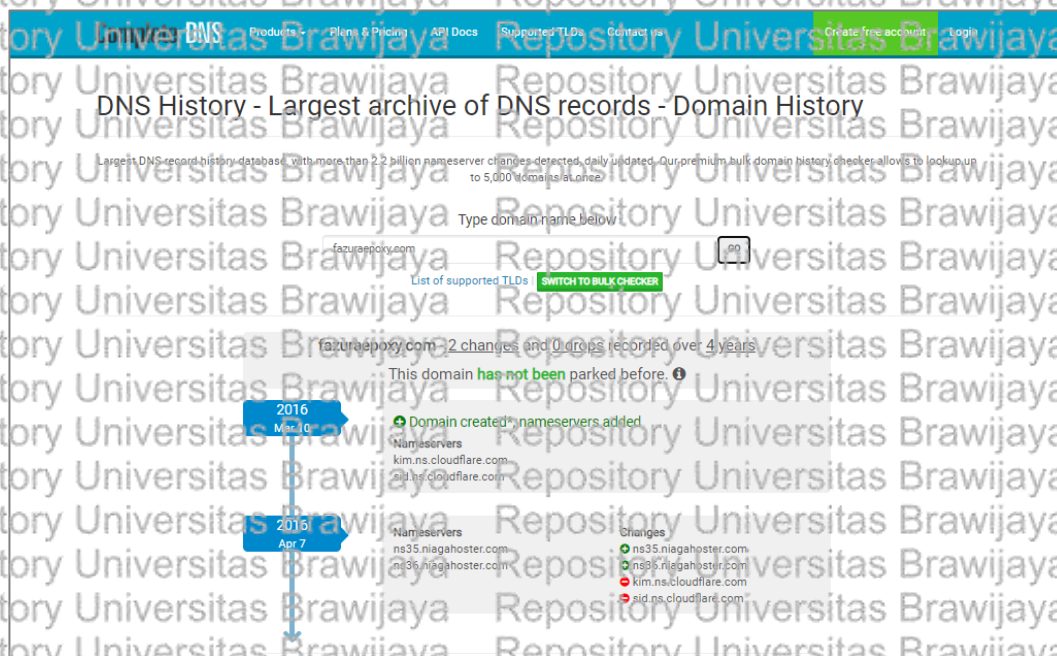
Tabel 4.15 Analisis Website Raja-epoxy.com

Usia Domain	DR	UR	DA	RD	RD Dofollow	Google Index
4 tahun	27	19	25	36	31	94



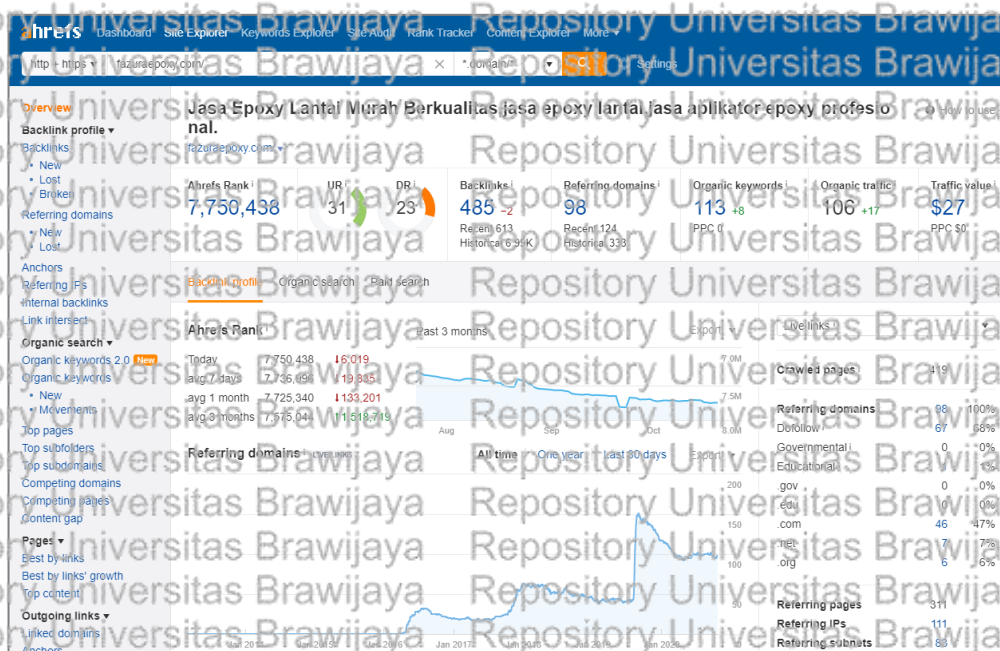
4.5.8 Fazuraepoxy.com

Usia domain *fazuraepoxy.com* hingga Oktober 2020 adalah 4 tahun. Situs *who.is* menyajikan data bahwa *fazuraepoxy.com* didaftarkan pada Maret 2016. Berdasarkan situs *completedns.com/dns-history* ditampilkan data bahwa *fazuraepoxy.com* memiliki 0 *drops* yang berarti situs ini terus aktif dari tahun 2016 hingga sekarang.



Gambar 4.43 Riwiyat DNS *Fazuraepoxy.com* berdasarkan *CompletedDNS.com*

Seiring dengan usia *domain* yang telah mencapai 4 tahun, reputasi *fazuraepoxy.com* pada *search engine* telah tampak sebagaimana skor *authority* yang dikeluarkan oleh Ahrefs maupun Moz.com. Ahrefs menyajikan data bahwa *fazuraepoxy.com* memiliki *domain rating* 23 dan *uri rating* 31. Begitu pula dengan Moz yang menyajikan data bahwa *domain authority* *fazuraepoxy.com* adalah 16.



Gambar 4.44 Analisis Website Fazuraepoxy.com dengan Ahrefs

Meskipun telah berusia 4 tahun, namun *referring domain* fazuraepoxy.com tidak sebanyak kompetitor-kompetitor jasa epoxy lantai yang lainnya. Data dari Ahrefs menampilkan bahwa fazuraepoxy.com mendapatkan 98 *referring domain* yang 67 diantaranya merupakan *dofollow referring domain*.

Jumlah *index* fazuraepoxy.com pada Google adalah 157. Bila dibanding dengan kompetitor sebelumnya *index* fazuraepoxy.com lebih banyak. Hanya saja, halaman-halaman yang berada pada *index* tersebut merupakan halaman tag, kategori, arsip, dan beberapa artikel. Untuk halaman tag dan category memiliki title yang juga mengandung kata-kata jasa epoxy lantai, hal ini berpotensi mengakibatkan tumpang tindih antara *homepage* dan halaman tersebut. Sementara itu, *internal link* berupa artikel pendukung seputar epoxy sudah tersedia pada *website*, seperti <https://fazuraepoxy.com/proses-pengerjaan-epoxy-lantai/>, <https://fazuraepoxy.com/epoxy-lantai-terbaik-gudang-farmasi/>, dan sebagainya. Tabel 4.16 merupakan rangkuman hasil analisis website fazuraepoxy.com

Tabel 4.16 Analisis Website Fazuraepoxy.com

Usia Domain	DR	UR	DA	RD	RD Dofollow	Google Index
4 tahun	23	31	16	98	67	157

4.5.9 Indojavaepoxy.com

Di posisi kesembilan ada terdapat indojavaepoxy.com dengan usia *domain* 1 tahun yang didaftarkan pada Mei 2019. *Domain rating* dan *url rating* indojavaepoxy.com sudah cukup baik, yakni 26 dan 23. Begitu pula dengan *domain authority* Moz.com dengan skor 16. Kedua metrik ini merupakan salah satu acuan

bahwa indojavaepoxy.com merupakan salah satu kompetitor yang cukup kompetitif.

Referring domain yang dimiliki oleh indojavaepoxy.com adalah 196 dengan 150 diantaranya merupakan *referring domain dofollow*. Kenaikan *referring domain* ini terlihat mulai di akhir kuartal 2019 yang berlanjut hingga akhir kuartal 2020. Seiring dengan peningkatan *referring domain* tersebut, Ahrefs rank dari indojavaepoxy.com juga naik di 3 bulan terakhir.



Gambar 4.45 Analisis Website Indahjavaepoxy.com dengan Ahrefs

Halaman indojavaepoxy.com yang berada di *index* Google, yakni 89 halaman. Berbeda dari kompetitor sebelumnya yang memiliki *index* banyak karena halaman tag dan archive, indojavaepoxy.com berbeda karena 89 halaman yang berada di Google tersebut merupakan halaman-halaman artikel informatif. Hal inilah yang menyebabkan organik traffic sekitar 2.800 dari indojavaepoxy.com lebih tinggi meskipun untuk kata kunci “jasa epoxy lantai” berada di posisi akhir halaman pertama Google. Adanya artikel-artikel informatif juga bermanfaat dalam optimasi SEO *on page* berupa penerapan *internal link* untuk mendukung kata kunci utama yang ditarget oleh indojavaepoxy.com. Tabel 4.17 merupakan rangkuman hasil analisis website indojavaepoxy.com

Tabel 4.17 Analisis Website Indojavaepoxy.com

Usia Domain	DR	UR	DA	RD	RD Dofollow	Google Index
1 tahun	23	26	16	196	150	89

4.5.10 Indojavaepoxy.com/jasa-epoxy-lantai/

Selain halaman homepage, indojavaepoxy.com juga mendapatkan peringkat untuk halaman indojavaepoxy.com/jasa-epoxy-lantai/. Domain rating dan url rating dari halaman ini adalah 23 dan 32. Sedangkan page authoritynya mendapatkan skor 33 seperti data Ahrefs pada gambar 4.46.



Gambar 4.46 Analisis Halaman Website Indojavaepoxy.com dengan Ahrefs

Disamping pengaruh dari homepage yang telah mendapatkan reputasi cukup bagus, halaman ini juga memiliki referring domain sehingga mendukung halaman ini untuk naik ke halaman pertama Google. Mayoritas tipe backlink yang didapatkan oleh halaman ini adalah backlink profiles dan forum, seperti <http://www.casaberabbtrani.it/component/k2/itemlist/user/1024060.html>.

Sayangnya, tipe backlink seperti ini rentan hilang karena dihapus oleh moderator atau sistem dari sumber backlink yang tidak mengizinkan. Seiring dengan hilangnya backlink tersebut berpotensi pula menurunkan peringkat dari halaman ini. Hal ini juga terlihat dari grafik referring domain yang ditampilkan oleh Ahrefs cenderung turun di kuartal akhir 2020. Tabel 4.18 merupakan rangkuman hasil analisis website indojavaepoxy.com/jasa-epoxy-lantai.

Tabel 4.18 Analisis Halaman Website Indojavaepoxy.com

Usia Domain	DR	UR	PA	RD	RD Dofollow	Google Index
1 tahun	23	32	33	104	73	1



BAB 5 PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SEO

Setelah dilakukan analisis dilakukan perancangan SEO untuk menyesuaikan kebutuhan berdasarkan hasil analisis terhadap cara kerja dari algoritma Google.

5.1 Perancangan SEO Tracker

Pada pemasangan Google Analytics, penulis memasang kode *tracker* di dalam bagian `<head></head>`. Adapun kode dari Google Analytics sebagai berikut:

Tabel 5.1 Rancangan Kode Tracking Google Analytics

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-
XXXXXXXX-X"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());
  gtag('config', 'UA-XXXXXXXX-X');
</script>
```

Sementara itu, kode *tracker* Google Search Console penulis pasang melalui DNS management *domain* via *cloudflare.com* dengan type TXT, name *epoxynesia.com*, dan content diisi dengan kode *google-site-verification=XXXX*.

5.2 Perancangan Kata Kunci

5.2.1 Perancangan Kata Kunci *Transactional*

5.2.1.1 Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”

Perancangan kata kunci “jasa epoxy lantai” dengan menempatkan frasa jasa epoxy lantai pada beberapa posisi, diantaranya *title tag*, *meta description*, *alt text*, H1, H2, dan bagian isi. Rincian mengenai perancangan kata kunci “jasa epoxy lantai” terdapat pada tabel 5.2 berikut:



Tabel 5.2 Rancangan Penempatan Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”

Lokasi	Konten
Title tag	Jasa Epoxy Lantai Jakarta & se-Indonesia, Berpengalaman!
Meta description	Berpengalaman lebih dari 5 tahun, epoxynesia hadir sebagai jasa epoxy lantai profesional untuk project di Jakarta, Tangerang, Bekasi, dan se-Indonesia.
ALT text	Jasa Epoxy Lantai Berkualitas
H1	Jasa Epoxy Lantai Jakarta dan se-Indonesia
H2	Epoxynesia.com: Jasa Epoxy Lantai Profesional
Bagian isi	Jasa epoxy lantai adalah sebuah perusahaan atau kontraktor yang menyediakan layanan pengecatan epoxy pada lantai dengan pengukuran tertentu untuk menyesuaikan spesifikasi cat epoxy yang digunakan dengan kebutuhan clients, kondisi lantai, dan standar tertentu.

5.2.1.2 Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta”

Untuk mendapatkan peringkat pada kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta”, penulis menempatkan kata kunci ini pada beberapa posisi. Sebagian besar ditempatkan beriringan dengan kata kunci utama, jasa epoxy lantai. Hal ini bisa diimplementasikan karena jasa epoxy lantai merupakan kata kunci turunan dari kata kunci “jasa epoxy lantai”.

Tabel 5.3 Rancangan Penempatan Kata Kunci Turunan “Jasa Epoxy Lantai Jakarta”

Lokasi	Konten
Title tag	Jasa Epoxy Lantai Jakarta & se-Indonesia, Berpengalaman!
Meta description	Berpengalaman lebih dari 5 tahun, epoxynesia hadir sebagai jasa epoxy lantai profesional untuk project di Jakarta, Tangerang, Bekasi, dan se-Indonesia.
ALT text	Jasa Epoxy Lantai Jakarta
H1	Jasa Epoxy Lantai Jakarta dan se-Indonesia
Bagian isi	Kami telah mengerjakan project jasa epoxy lantai di berbagai daerah di Indonesia, seperti Jakarta, Bandung, Tangerang, Karawang, Bekasi, Aceh, Palembang, dan daerah lainnya.

5.2.2 Perancangan Kata Kunci Informational

Sementara itu, kata kunci informational diimplementasikan berupa artikel informatif seputar epoxy lantai yang dipublikasikan pada blog epoxynesia.com. Rancangan topik artikel yang hendak dipublikasi beserta URL, sebagai berikut:



Tabel 5.4 Rancangan Implementasi Kata Kunci Informational

No	Keyword	URL
1	Apa itu epoxy	epoxynesia.com/apa-itu-epoxy/
2	Epoxy coating adalah	epoxynesia.com/apa-itu-epoxy/
3	Perbedaan epoxy primer dan epoxy surfacer	epoxynesia.com/perbedaan-epoxy-primer-epoxy-surfacer/
4	Cara mencampur epoxy	epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/
5	Cara mencampur epoxy dengan tiner	epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/
6	Cara menggunakan epoxy	epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/
7	Fungsi cat epoxy	epoxynesia.com/manfaat-epoxy-pada-lantai/
8	Hardener epoxy	epoxynesia.com/hardener-epoxy/
9	Jenis epoxy lantai	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/
10	Epoxy lantai 3D	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-lantai-3d/
11	Epoxy mortar	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-mortar/
12	Epoxy self levelling	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-self-leveling/
13	Epoxy anti static	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-anti-static/
14	Epoxy waterproofing	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-waterproofing/
15	Epoxy multilayer	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-multilayer/
16	Cara mengecat lantai dengan epoxy	epoxynesia.com/cara-mengecat-lantai-dengan-epoxy/
17	Keunggulan dan kelemahan epoxy	epoxynesia.com/keunggulan-kelemahan-epoxy/

5.3 Perancangan SEO

Setelah analisis SEO, terdapat beberapa poin yang dapat diperbaiki dan ditingkatkan. Pada perancangan SEO, poin-poin tersebut dilakukan perancangan sebagai dasar dari implementasi, baik SEO *on page* maupun SEO *off page*. Selain itu, perancangan dilakukan untuk mensiasati untuk optimasi terhadap Google Crawler dalam proses *crawling*, *indexing*, dan *servicing search result*. Tabel 5.5 merupakan perancangan SEO untuk menyesuaikan dengan cara Google Search bekerja.



Tabel 5.5 Hubungan Proses Google Bekerja dan Rancangan Implementasi SEO

Process	Key Factors	To Do
Crawling	Past Crawling	-
	Sitemaps	Sitemap.xml
Indexing	Content Render	Internal Link
		Content Render
		• Title Tag
		• Meta Tag
		• Heading
		• Keyword in Body
		• URL
		• ALT Text
		• Canonical
		• Alternate/duplicate
Serving Search Result (Search Algorithms)	Meaning of Query	• Hreflang
		Images
		Video
		Coverage Google Search Console
		Search Intent
		• Keyword Research
	Relevance of Webpages	Keyword in Content
		• Title Tag
		• Meta Tag
		• Heading
	Quality of Webpages	• Body
		• URL
		• ALT Text
		PageRank
	Usability of Webpages	• Backlink
		Expertise, Authoritativeness, dan Trustworthiness
		Mobile-Friendly
		Appears Correctly in Different Browser
		PageSpeed
		Lokasi
	Context and Settings	Past Search
		Pengaturan Google Search



5.3.1 Perancangan SEO On Page

5.3.1.1 Sitemap.xml

Berdasarkan hasil analisis untuk mengetahui sitemap.xml pada epoxynesia.com dengan *tools* SeoSiteCheckup.com dan NeilPatel.com dilaporkan bahwa epoxynesia.com belum memiliki *sitemap*. Oleh karena itu dilakukan perancangan dasar terhadap sitemap.xml tersebut berupa kode dasar dari sitemap.xml. Rancangan dasar dari kode sitemap.xml seperti kode berikut:

```
Sitemap.xml/
1 <urlset xmlns="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9"
  xmlns:xsi="http://www.w3.org/2001/XMLSchema-instance"
  xsi:schemaLocation="http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9
    http://www.sitemaps.org/schemas/sitemap/0.9/sitemap.xsd">
2 <url>
3 <loc>http://www.epoxynesia.com/</loc>
4 <lastmod>2020-01-01</lastmod>
5 <priority>0.8</priority>
6 </url>
7 </urlset>
```



Gambar 5.1 Visualisasi Sitemap pada Epoxynesia.com

Sedangkan implementasi lanjutan dari sitemap.xml pada epoxynesia.com akan menggunakan *plugin*. Hal ini disebabkan oleh epoxynesia.com yang berbasis CMS Wordpress sehingga implementasi sitemap.xml bisa dilakukan dengan bantuan *plugin*. *Plugin* yang akan digunakan adalah All in One SEO Pack dengan mengaktifkan fitur XML Sitemap.

5.3.1.2 PageSpeed

Berdasarkan hasil analisis *page speed* menggunakan Google PageSpeed Insight diketahui bahwa terdapat beberapa permasalahan pada halaman epoxynesia.com seperti *eliminate render-blocking resources*, *reduce initial server response time*, dan *defer offscreen images*.

Pada permasalahan *eliminate render-blocking resources*, Google PageSpeed Insight memberikan saran untuk optimasi JS/CSS dalam bentuk inline dan deferring setiap JS/CSS yang sifatnya tidak krusial. *Reduce initial server response time* Google PageSpeed Insight memberikan saran untuk melakukan konfigurasi pada sisi server supaya response time lebih meningkat. Sedangkan *defer offscreen images* diatasi dengan memberikan *lazyload* pada setiap gambar.



Rancangan untuk meningkatkan *PageSpeed* pada *epoxynesia.com* yang berbasis CMS, yakni menggunakan *plugin* *Fast Velocity Minify* yang menyediakan ragam fitur untuk optimasi JavaScript, CSS, HTML, gambar, Google Fonts, hingga CDN. Dalam implementasinya pada *epoxynesia.com* beberapa fitur yang akan digunakan adalah optimasi *JavaScript* dan *HTML*. Sedangkan *lazyload* menggunakan *plugin* *Smush*.

5.3.1.3 Title Tag

Pada *title tag* rancangan yang digunakan, yakni *title tag* yang mengandung kata kunci utama beserta kata kunci turunan. *Epoxynesia.com* telah menggunakan kata kunci utama pada *title tag*, yakni jasa *epoxy* lantai. Hanya saja, kata kunci "jasa *epoxy* lantai jakarta" belum ada pada *title tag* tersebut. Dari hasil analisis ini dilakukan perancangan ulang terhadap *title tag* dengan mengubah *title tag* *epoxynesia.com* dari "Jasa *Epoxy* Lantai Terpercaya & Berpengalaman di Indonesia" menjadi "Jasa *Epoxy* Lantai Jakarta & se-Indonesia, Berpengalaman!"

Perubahan *title tag* dilakukan pada *plugin* *Wordpress All in One SEO Pack* pada submenu *general setting*. Setelah dilakukan perubahan, Google Search tidak langsung mengubah *title tag* *epoxynesia.com* yang tampil pada SERP karena menunggu google bot hingga melakukan crawling ulang.

5.3.1.4 Meta Description

Terdapat 4 halaman yang belum memiliki *meta description*, yakni *homepage*, kontak, *projects*, dan tentang kami. Dalam SEO keberadaan *meta description* sangat diperlukan untuk memberikan ringkasan atau deskripsi singkat mengenai suatu halaman yang akan ditampilkan pada SERP. Jumlah karakter juga dibatasi, yakni maksimal 160 karakter. Hasil dari perancangan, masing-masing halaman sebagai berikut:

Tabel 5.6 Rancangan Meta Tag *Epoxynesia.com*

Halaman	Meta Description
<i>epoxynesia.com</i>	Berpengalaman lebih dari 5 tahun, <i>epoxynesia</i> hadir sebagai jasa <i>epoxy</i> lantai profesional untuk project di Jakarta, Tangerang, Bekasi, dan se-Indonesia.
<i>epoxynesia.com/kontak/</i>	Percayakan pemasangan <i>epoxy</i> lantai pada kami, konsultasikan kebutuhan Anda disini.
<i>epoxynesia.com/projects/</i>	Lihat daftar project <i>epoxy</i> lantai kami di Indonesia beserta hasil dari project serta material yang kami gunakan.
<i>epoxynesia.com/tentang/</i>	Simak lebih lengkap mengenai <i>epoxynesia.com</i> disini!



5.3.1.5 Uniform Resource Locator (URL)

Berdasarkan hasil analisis, URL atau *permalinks* yang digunakan oleh epoxynesia.com telah bersifat deskriptif dan SEO friendly URL. Pada CMS pengaturan ini dilakukan pada halaman *setting*.

Pada Wordpress, pengaturan URL terdapat pada halaman *setting* dengan submenu *permalinks*. Rancangan dasar yang digunakan, yakni post name dengan bentuk *permalink* <https://www.epoxynesia.com/sample-post/>. Jadi, pada model URL ini tidak terdapat penanda tahun, bulan, atau ID dari masing-masing halaman.

5.3.1.6 Heading Tag

Berdasarkan hasil analisis *heading tag* pada epoxynesia.com ditemukan beberapa peningkatan yang dapat dilakukan terkait hirarki dan penempatan kata kunci pada *heading tag* tersebut. Pada perancangan *heading tag*, dilakukan perubahan *html tag* pada beberapa *heading* beserta tambahan beberapa kata kunci turunan. Tabel 5.7 menunjukkan *heading tag* yang hendak diubah.

Tabel 5.7 Rancangan Heading Tag Epoxynesia.com

Tag	Konten
H1	Jasa Epoxy Lantai Jakarta dan se-Indonesia
H2	Clients Kami
H2	Anda Membutuhkan Lantai dengan Spesifikasi Berikut?
H2	Epoxynesia.com Jasa Epoxy Lantai Profesional
H2	Mengapa Bermitra dengan Kami?
H3	Quality Assurance
H3	Expert Advice
H3	Effective Team Work
H3	Creditable Integrity
H2	Jasa Epoxy Lantai Kami
H3	Epoxy Self Levelling
H3	Epoxy Mortar
H3	Epoxy Multilayer
H3	Epoxy Waterproofing
H2	Projects Kami
H3	PT Cargill Indonesia
H3	PT Dirgantara Indonesia
H3	PT Hanei Indonesia

Tabel 5.7 Rancangan *Heading Tag* *Epoxynesia.com* (lanjutan)

H2	FAQ Jasa <i>Epoxy</i> Lantai
H3	Apa itu <i>Epoxy</i> Lantai?
H3	Apa itu Jasa <i>Epoxy</i> Lantai?
H3	Mengapa Menggunakan <i>Epoxy</i> Lantai?
H3	Apa Cat yang Kami Gunakan dalam <i>Epoxy</i> Lantai?
H3	Berapa Lama Proses Pengerjaan <i>Epoxy</i> Lantai?
H3	Ada Pertanyaan Perihal <i>Epoxy</i> Lantai Lain?

Hasil dari tabel 5.7 akan diimplementasikan pada website *epoxynesia.com* dengan bantuan *plugin* *elementor* sebagai *plugin* utama yang digunakan dalam proses *drag and drop*.

5.3.1.7 ALT Text

Dengan bantuan *inspect element tools* pada browser terdapat beberapa gambar yang belum memiliki ALT text sehingga perlu ditambahkan. Pada website berbasis CMS Wordpress, penambahan ALT text dilakukan pada halaman wp-admin dan post dimana gambar tersebut berada. Setelah gambar ditemukan maka ALT text ditambahkan pada *field* yang telah tersedia. Rancangan dasar ALT text pada Wordpress sebagai berikut:

ALT Text
<pre></pre>

Sementara itu, *field* pada Wordpress seperti yang ditunjukkan oleh gambar 5.2 berikut:



Gambar 5.2 Field untuk Menambahkan ALT Text pada CMS Wordpress

5.3.1.8 Internal Link

Hasil dari analisis *internal link* pada *epoxynesia.com* diketahui bahwa *epoxynesia.com* membutuhkan tambahan halaman artikel untuk membangun *internal link* ke halaman *homepage*, *epoxynesia.com*. Oleh karena itu, rancangan dari *internal link* yang hendak diimplementasikan pada *epoxynesia.com* seperti tabel 5.8 berikut:

Tabel 5.8 Rancangan Internal Link *Epoxynesia.com*

No	Keyword	Rancangan URL	Tujuan
1	Epoxy adalah	epoxynesia.com/apa-itu-epoxy/	epoxynesia.com
2	Epoxy Coating Adalah	epoxynesia.com/apa-itu-epoxy/	epoxynesia.com
3	Perbedaan Epoxy Primer dan Epoxy Surfacer	epoxynesia.com/perbedaan-epoxy-primer-epoxy-surfacer/	epoxynesia.com
4	Cara Mencampur Epoxy dengan Tiner	epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/	epoxynesia.com
5	Fungsi Cat Epoxy	epoxynesia.com/manfaat-epoxy-pada-lantai/	epoxynesia.com
6	Kegunaan Epoxy	epoxynesia.com/manfaat-epoxy-pada-lantai/	epoxynesia.com
7	Hardener Epoxy	epoxynesia.com/hardener-epoxy/	epoxynesia.com
8	Jenis Jenis Epoxy Lantai	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/	epoxynesia.com

Tabel 5.8 Rancangan Internal Link *Epoxynesia.com* (lanjutan)

9	<i>Epoxy Lantai 3D</i>	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-lantai-3d/	epoxynesia.com
10	<i>Epoxy Mortar</i>	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-mortar/	epoxynesia.com
11	<i>Epoxy Self Levelling</i>	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-self-leveling/	epoxynesia.com
12	<i>Epoxy Anti Static</i>	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-anti-static/	epoxynesia.com
13	<i>Epoxy Waterproofing</i>	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-waterproofing/	epoxynesia.com
14	<i>Epoxy Multilayer</i>	epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-multilayer/	epoxynesia.com
15	Cara Mengecat Lantai dengan <i>Epoxy</i>	epoxynesia.com/cara-mengecat-lantai-dengan-epoxy/	epoxynesia.com
16	Keunggulan dan Kelemahan <i>Epoxy</i>	epoxynesia.com/keunggulan-kelemahan-epoxy/	epoxynesia.com

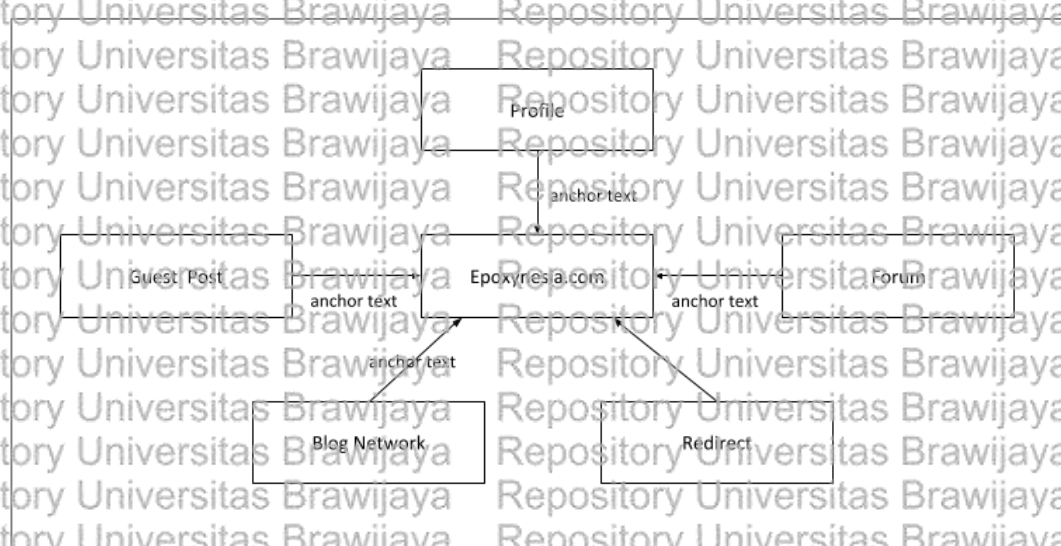
5.3.2 Perancangan *SEO Off Page*

Berdasarkan *Ahrefs site explorer* dan *Moz.com* diketahui bahwa *epoxynesia.com* belum memiliki *backlink*. Oleh karena itu, penulis melakukan beberapa implementasi *SEO off page* menggunakan beberapa cara dalam proses *backlink*, seperti *guest post*, *blog network*, *forum*, *profile*, dan *redirect*.

Guest post merupakan proses *backlink* dengan mengirimkan konten ke *webmaster* lain, nantinya dalam konten yang dikirim tersebut terdapat *link* yang mengarah pada *epoxynesia.com*. Sementara itu, *blog network* tak jauh berbeda dengan *guest post*. Hanya saja, *blog network* berupa proses *backlink* dengan menggunakan *micro blog* yang penulis miliki. Sedangkan, implementasi *SEO off page* pada forum berupa pemasangan *backlink* melalui postingan atau thread. Begitu pula dengan *backlink profile*, *backlink* dipasang melalui *field website* pada halaman isian *profile* akun yang biasanya disediakan oleh beberapa *website*. Sedangkan *redirect* berupa proses *redirect 301* dari *website* lain ke *website* target untuk kata kunci yang sama.



5.3.2.1 Skema Off Page



Gambar 5.3 Skema Implementasi SEO Off Page Epoxynesia.com

Rancangan dari implementasi SEO *off page* seperti gambar 5.3 dengan menggunakan 5 variasi sumber *backlink*, yakni *guest post*, *blog network*, *redirect*, *forum*, dan *profile*. Terdapat 4 variasi sumber *backlink* yang menggunakan *anchor text* sebagai penghubung antara sumber *backlink* dengan *website target*. Sementara *redirect* tidak menggunakan *anchor text* karena sifatnya berupa pengarahannya langsung dari suatu *website* ke *website target*. Adapun tipe *redirect* yang digunakan adalah *redirect 301*. Proses pemasangan *backlink* penulis lakukan secara bertahap untuk menghindari anggapan Google bahwa *epoxynesia.com* melakukan *unnatural* dan *spammy backlink*.

5.3.2.2 Anchor Text

Terdapat beberapa variasi yang akan digunakan untuk tiap *backlink* yang dipasang. Tidak ada rumus baku bagaimana memetakan *anchor text* untuk tiap *backlink*. Beberapa variasi *anchor text* yang akan penulis gunakan dalam implementasi SEO *off page* nantinya, yakni <https://www.epoxynesia.com>, *epoxynesia.com*, *epoxynesia*, *epoxy*, *jasa epoxy lantai*, *jasa epoxy lantai jakarta*, *epoxy lantai*, *jasa epoxy*, *epoxy lantai jakarta*, *jasa pemasangan epoxy*, dan *epoxy jakarta*.



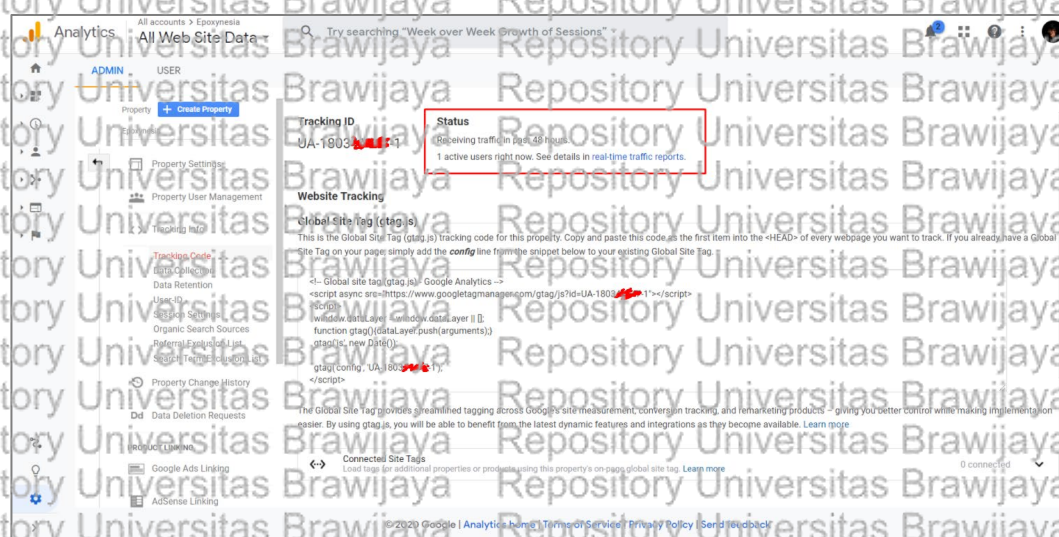
5.4 Implementasi SEO Tracker

Tools tracker pertama yang dipasang pada epoxynesia.com adalah Google Analytics untuk mengetahui detail pengunjung. Pemasangan kode *tracking* Google Analytics dengan menggunakan *plugin* Flying Analytics by WP Speed Matters dengan *developer* Gijo Varghese. *Plugin* ini diperlukan untuk menempatkan kode JS Google Analytics pada bagian footer Wordpress dengan jenis *load defer*.



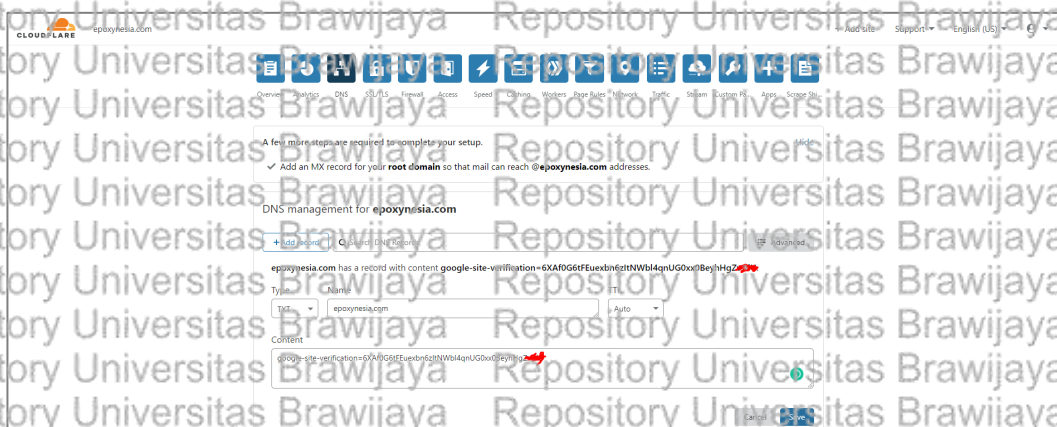
Gambar 5.4 Pemasangan Kode Tracking Google Analytics pada Epoxynesia.com

Setelah pemasangan, sistem akan menampilkan jumlah *visitor* yang sedang mengunjungi *website*, seperti gambar 5.5 berikut:



Gambar 5.5 Pengujian Kode Tracking Google Analytics untuk Mengetahui Visitor

Selain Google Analytics, penulis juga melakukan pemasangan kode *tracking* Google Search Console. Pemasangan kode verifikasi Google Search Console dengan menggunakan *DNS record*. Proses pemasangannya sebagai berikut:



Gambar 5.6 Pemasangan Kode Ownership Google Search Console



Gambar 5.7 Ownership Verified pada Google Search Console

Setelah pemasangan kode verifikasi, Google Search Console membutuhkan waktu beberapa hari untuk mendapatkan data mengenai epoxynesia.com, seperti yang ditunjukkan oleh gambar 5.8 berikut:



Gambar 5.8 Tampilan Dashboard Google Search Console Setelah Verifikasi

5.5 Implementasi SEO

5.5.1 Implementasi SEO On Page

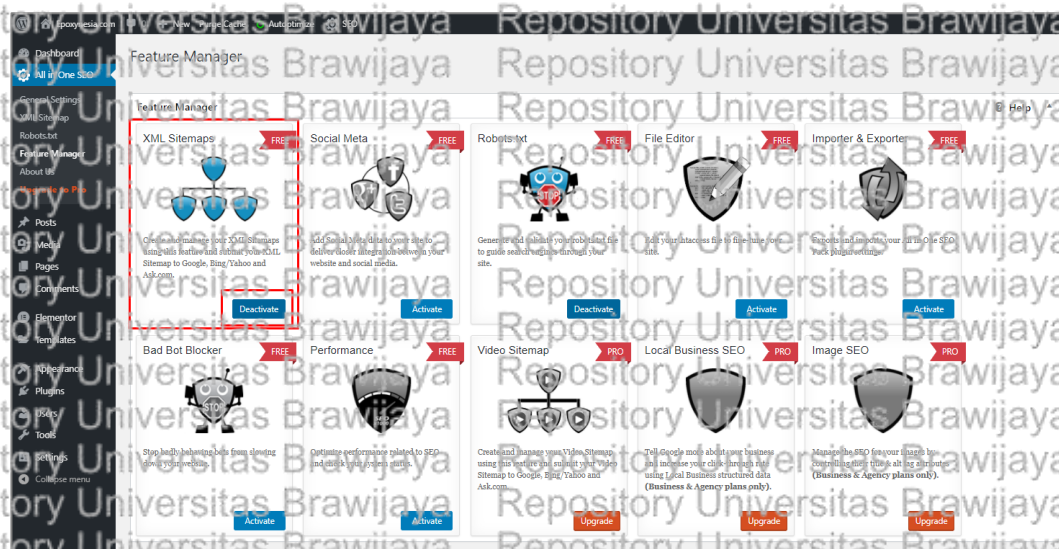
Berdasarkan hasil analisis dan perancangan, terdapat 8 poin yang memerlukan implementasi SEO lebih lanjut, baik untuk perbaikan maupun peningkatan. Dalam implementasi tersebut terdapat beberapa plugin, *tools*, maupun penggunaan pengaturan *default* yang telah tersedia pada CMS Wordpress. Tabel 5.9 merupakan daftar *plugin*, *tools*, dan pengaturan yang digunakan dalam menerapkan optimasi SEO *on page* pada epoxynesia.com.

Tabel 5.9 Implementasi SEO On Page Epoxynesia.com berbasis CMS Wordpress

No	Item SEO On Page	Implementasi pada CMS
1	Sitemap.xml	Plugin Wordpress All in One SEO Pack
2	PageSpeed	Plugin Wordpress Fast Velocity Minify
3	Title Tag	Plugin All in One SEO Pack
4	Meta Tag	Plugin All in One SEO Pack
5	URL	Setting Wordpress
6	Heading Tag	Plugin Elementor
7	ALT Text	Media Wordpress
8	Internal Link	Posts Wordpress

5.5.1.1 Sitemap.xml

Pada *website* berbasis CMS Wordpress *sitemap.xml* dapat dibuat atau *generate* dengan menggunakan bantuan *plugin*. Penulis pada penelitian ini menggunakan *plugin* All in One SEO Pack yang menyediakan *generator* *sitemap.xml* berdasarkan halaman yang ada pada *website*. Alasan lainnya adalah terdapat pengaturan yang memudahkan penulis untuk mengatur halaman yang dimasukkan pada *sitemap* atau tidak.



Gambar 5.9 Implementasi Mengaktifkan Sitemap.xml pada CMS Wordpress

Terdapat beberapa proses dalam pembuatan *sitemap*, yakni (1) mengaktifkan fitur XML Sitemaps pada *feature manager* All in One SEO Pack; (2) melakukan pengaturan terhadap beberapa opsi halaman yang hendak dimasukkan pada *sitemap*. Pada penelitian ini penulis hanya memasukkan halaman *Posts* dan *Pages* pada *sitemap*; (3) menyimpan dengan menekan tombol *Update Sitemap*. Proses dari 3 langkah ini seperti gambar 5.9, 5.10, dan 5.11.



Gambar 5.10 Konfigurasi Sitemap.xml dengan Plugin All in One SEO Pack

Setelah pengaturan sitemap.xml, hasilnya dapat dilihat pada halaman /sitemap.xml. Pada epoxynesia.com sitemap.xml dapat diakses pada halaman <https://www.epoxynesia.com/sitemap.xml>



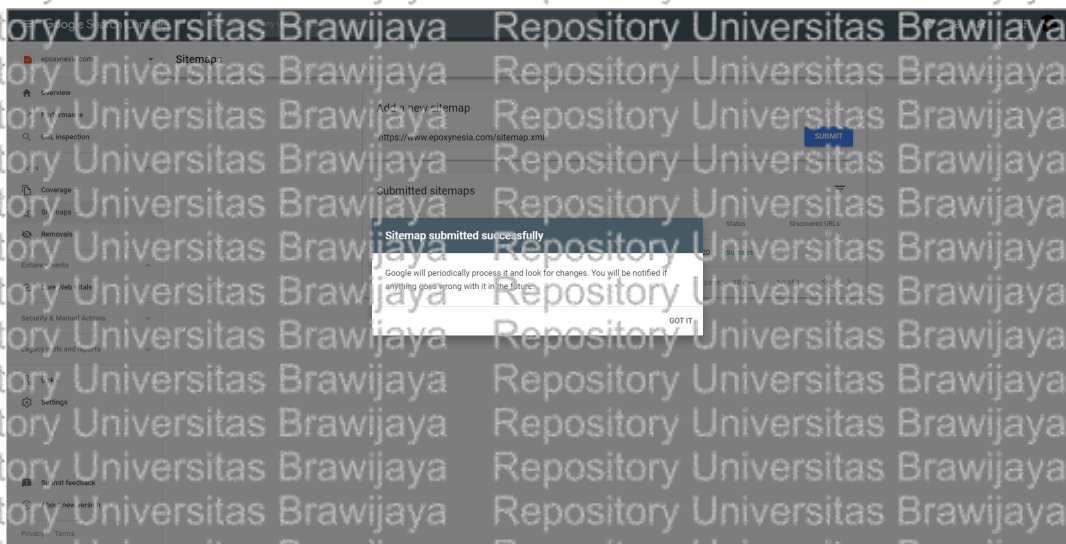
Gambar 5.11 Sitemap.xml pada Epoxynesia.com

Tahap berikutnya adalah mendaftarkan sitemap.xml ke Google Search Console. Pendaftaran sitemap.xml ke Google Search Console dilakukan pada menu Sitemaps, seperti gambar 5.12. Setelah dilakukan pendaftaran, Google Search Console memberikan keterangan mengenai *sitemap* telah sukses didaftarkan seperti gambar 5.13.



Gambar 5.12 Mendaftarkan Sitemap.xml/ pada Google Search Console

Setelah URL sitemap *website* dimasukkan, maka Google Search Console memberikan keterangan bahwa proses mendaftar sitemap telah sukses. Pada kondisi tertentu proses mendaftar sitemap dapat *error* atau terjadi kesalahan, misalnya sitemap dalam bentuk HTML, maka Google Search Console pada bagian status memberikan keterangan “Error” beserta kesalahannya yang harus diperbaiki.



Gambar 5.13 Sitemap.xml/ Epoxynesia.com Terhubung dengan Google Search Console

5.5.1.2 PageSpeed

Sementara itu, implementasi *sitemap* dengan menggunakan *plugin* CMS Wordpress Autotimize dengan mengaktifkan beberapa fitur, yakni *optimize JS* dan *HTML*. Sementara itu, optimasi pada gambar dengan menggunakan *plugin* *a3 Lazy Load*. Gambar 5.14 menunjukkan implementasi optimasi *page speed* pada *plugin* autotimize untuk optimasi JS dan HTML.

Fast Velocity Minify

Settings Status Help

Global Settings

Settings that affect the plugin and are not specific to speed optimization.

Global Options

Recommended Settings

- ☒ Preserve settings on uninstall / If unchecked, all FVM settings will be removed when you uninstall the plugin.
- ☒ Force HTTPS on merged files / Recommended if you have SSL, but still allow http access to the site.

Advanced Global Options

Handle with Care

- ☒ Purge Minified CSS/JS files instantly / Cache files can take up to 24 hours to be deleted by default, for compatibility reasons with certain hosts.

HTML Settings

Optimize your HTML and remove some clutter from the HTML page.

HTML Options

Recommended Settings

- ☒ Enable HTML Processing / Will enable processing for the settings below.
- ☒ Strip HTML Comments / Will strip HTML comments from your HTML page.
- ☒ Cleanup Header / Removes resource hints, generator tag, shortlinks, manifest link, etc.
- ☒ Remove Email / Removes browser/visitor scripts and styles that cause mail warnings.

CSS Settings

Optimize your CSS and stylesheets.

CSS Options

Recommended Settings

- ☒ Enable CSS Processing / Will enable processing for the settings below.
- ☐ Merge Fonts and Icons separately / Will merge fonts and icons into a separate CSS file.
- ☒ Remove Unused CSS files / Will remove CSS files of media queries that aren't used on the page.

Advanced CSS Options

Handle with Care

- ☒ Disable Merging and Minify of CSS / Will inline all CSS and prevent minifying CSS into one stylesheet (not recommended).
- ☐ Disable CSS Minification / Will allow merging but without CSS minification for testing purposes.
- ☐ Disable CSS link preload / Will remove the CSS link preload from the header (not recommended).
- ☒ Load generated CSS files asynchronously / Use your own critical path code like `<script>var critical = document.createElement('script');`

JS Settings

In this section you can optimize your JS files and inline scripts.

JS Options

Recommended Settings

- ☒ Enable JS Processing / Will enable processing for the settings below.

Advanced JS Options

Handle with Care

- ☐ Disable JS Minification / Will disable JS minification (merge only) for testing purposes.
- ☐ Disable JS link preload / Will remove the JS link preload from the header (not recommended).
- ☐ Upgrade to Query 3 / With ease Query 3.5.1 and Query Minimize 3.2.1 from Cloudflare (if requested).

Gambar 5.14 Optimasi PageSpeed pada JavaScript dengan Plugin Autoptimize

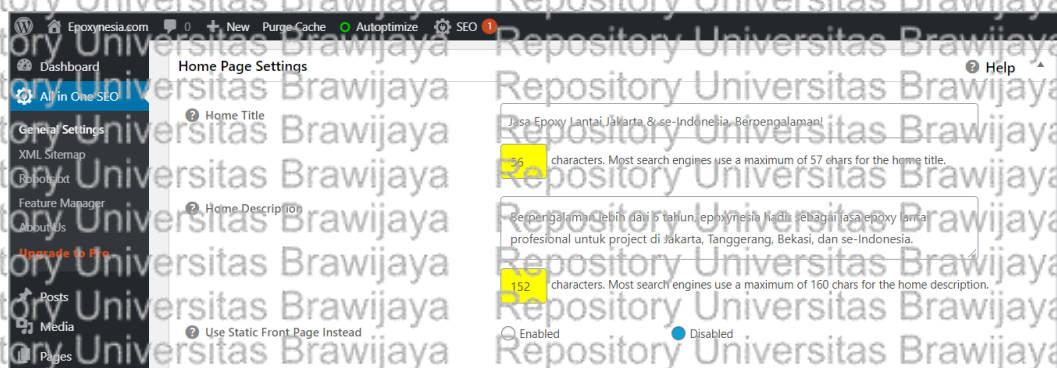
Untuk optimasi *lazyload* pada gambar menggunakan *plugin* Smush ditunjukkan oleh gambar 5.15. Pada pengaturan Smush, setiap gambar dengan format .jpeg, .png, .gif, .svg, dan iframe akan disematkan fungsi *lazyload*.



Gambar 5.15 Optimasi PageSpeed Lazy Load Images dengan Plugin Smush

5.5.1.3 Title Tag

Pada *title tag homepage* terdapat dua kata kunci yang diimplementasikan, yakni “jasa epoxy lantai” dan “jasa epoxy lantai jakarta”. Implementasinya pada CMS Wordpress menggunakan *plugin All in One SEO Pack* bagian *general setting* pada *field home title*. Implementasi *title tag* untuk dua kata kunci ini seperti gambar 5.16.



Gambar 5.16 Implementasi Title Tag dengan Plugin All in One SEO Pack

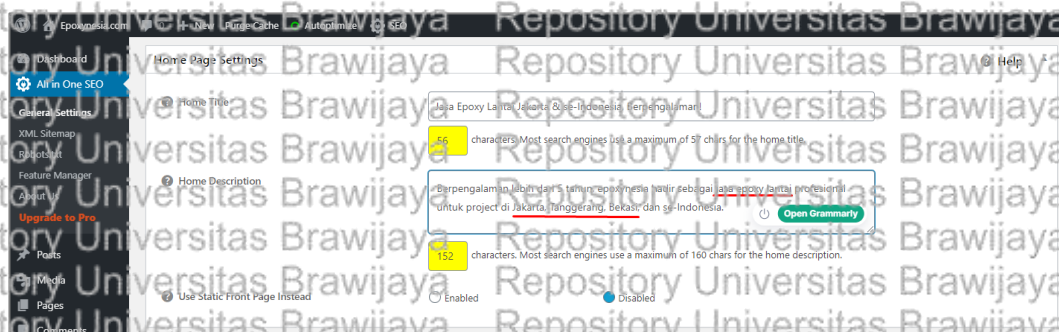
Sementara itu, hasil dari implementasi *title tag* dapat diamati melalui *view-source* pada browser. Gambar 5.17 menunjukkan hasil setelah pemasangan *title tag* pada epoxynesia.com.



Gambar 5.17 Pengecekan **Title Tag** dengan view-source pada Browser

5.5.1.4 Meta Tag

Berdasarkan perancangan terdapat beberapa kata kunci yang diimplementasikan pada *meta tag*, diantaranya “jasa epoxy lantai”, “jasa epoxy lantai jakarta”, “jasa epoxy lantai tangerang”, dan “jasa epoxy lantai bekas”. Implementasi *meta tag* pada CMS Wordpress ditambahkan dengan bantuan *plugin*. Sama halnya dengan *title tag*, penulis menggunakan *plugin* All in One SEO Pack. *Meta tag* ditambahkan pada bagian *home description*, implementasinya seperti gambar 5.18.



Gambar 5.18 Implementasi Meta Tag (Description) dengan *Plugin* All in One SEO Pack

5.5.1.5 Uniform Resource Locator (URL)

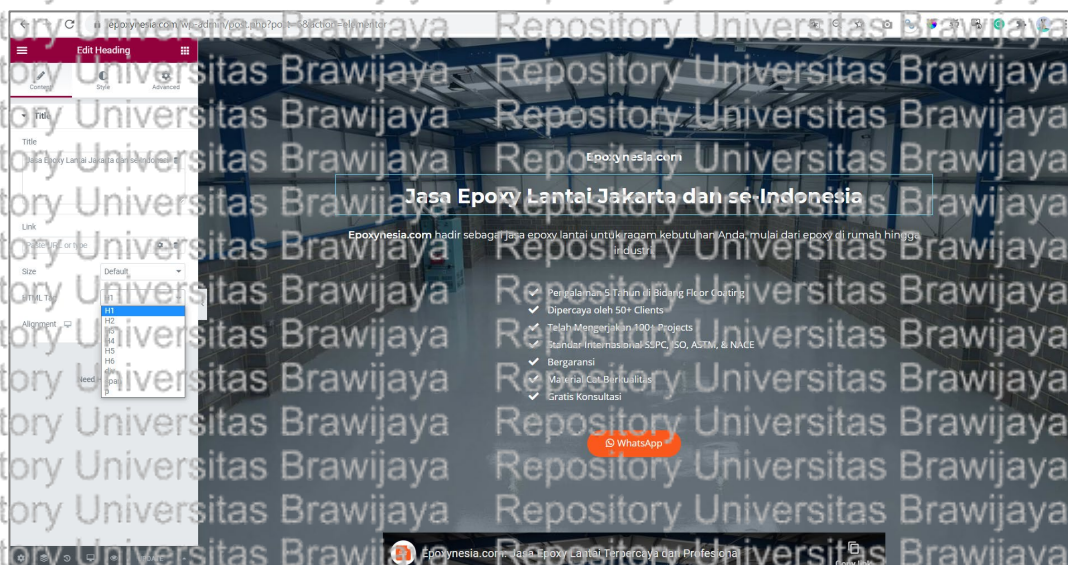
Berdasarkan perancangan, epoxynesia.com menggunakan *permalink* yang deskriptif, singkat, dan *SEO friendly*. Pada CMS Wordpress implementasi URL seperti spesifikasi yang telah ditetapkan sesuai dengan jenis *permalink post name* yang tidak mengandung tahun, bulan, tanggal, atau ID halaman. Implementasi untuk menetapkan default URL epoxynesia.com seperti gambar 5.19.



Gambar 5.19 Pengaturan SEO Friendly URL (Permalinks) pada Wordpress

5.5.1.6 Heading Tag

Epoxynesia.com dalam proses perubahan halaman dan HTML menggunakan *plugin page builder elementor*. Jadi, perbaikan atau penambahan *element* tertentu menggunakan sistem *drag and drop*. Perbaikan pertama yang dilakukan pada *heading tag* adalah penambahan H1 pada halaman *homepage* beserta penempatan kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta”, implementasi ini ditunjukkan oleh gambar 5.20.



Gambar 5.20 Implementasi Heading Tag (H1) pada Epoxynesia.com



Selain itu, terdapat pula penempatan H2 dan H3 beserta kata kunci pada bagian akhir epoxynesia.com. Penulis mengubah tag H3 ke H2 pada FAQ, serta H4 ke H3 untuk tiap pertanyaan FAQ. Hal ini dilakukan untuk merapikan struktur hirarki *heading tag*.



Gambar 5.21 Perubahan *Heading Tag* H3 ke H2

Gambar 5.22 merupakan tangkapan layar setelah dilakukan perubahan *heading tag* dari H3 menjadi H2. Adanya perubahan ini dilakukan untuk meningkatkan relevansi dan memberikan atensi pada pengunjung untuk section FAQ tersebut.



Gambar 5.22 Perubahan dan Penempatan Kata Kunci pada **Heading Tag 2 (H2)**

5.5.1.7 ALT Text

Terdapat beberapa ALT yang belum memiliki ALT sehingga perlu ditambahkan. Selain itu, ALT sebaiknya juga mengandung kata kunci tertentu sehingga gambar menjadi lebih deskriptif. Pada CMS Wordpress penambahan ALT *text* dilakukan pada bagian media dengan *field* ALT yang telah disediakan. Penulis pada epoxynesia.com menambahkan ALT pada gambar yang belum memiliki ALT *text* serta mengubah beberapa ALT untuk menempatkan kata kunci. Gambar 5.23 merupakan proses implementasi menambahkan ALT, lalu gambar 5.24 menunjukkan ALT yang telah berhasil ditambahkan saat dilakukan pengecekan menggunakan inspect element *tool* browser.



Gambar 5.23 Implementasi ALT Text pada Gambar yang Belum Memiliki ALT
Setelah dilakukan pengisian ALT beserta kata kunci tertentu, dilakukan pengecekan dengan menggunakan *inspect tools* pada browser untuk memastikan ALT telah berhasil ditambahkan atau tidak.



Gambar 5.24 Pengecekan ALT Text dengan Inspect Element Tools Browser

5.5.1.8 Internal Link

Internal link pada epoxynesia.com diimplementasikan dengan menggunakan artikel informatif yang dipublikasikan pada blog. Pada CMS Wordpress fitur yang digunakan adalah blog. Tiap artikel informatif tersebut akan memberikan *internal link* pada halaman *homepage* untuk meningkatkan peringkat pada kata kunci yang ditarget dan relevansi *website* mengenai *epoxy*. Gambar 5.25 merupakan *screenshot* sebelum implementasi halaman artikel informatif pada blog epoxynesia.com



Gambar 5.25 Halaman *Posts* Wordpress Epoxynesia.com

Tabel 5.10 merupakan daftar postingan yang penulis *publish* pada epoxynesia.com/blog/ untuk menambah *queries* yang berhasil masuk pada *website*, serta meningkatkan relevansi *website* tentang *epoxy* pada robot mesin pencari. Setiap artikel pada epoxynesia.com/blog/ berasal dari hasil menulis bukan *copy paste* dari situs lainnya. Hal ini ditujukan untuk menghindari duplikasi dan penalti yang diberikan oleh Google terhadap situs yang mengandung materi hasil *copy paste*.

Tabel 5.10 Artikel Informatif Epoxynesia.com/blog/

No	Keyword	URL
1	Apa itu epoxy	https://www.epoxynesia.com/apa-itu-epoxy/
2	Epoxy coating adalah	https://www.epoxynesia.com/apa-itu-epoxy/
3	Perbedaan epoxy primer dan epoxy surfacer	https://www.epoxynesia.com/perbedaan-epoxy-primer-epoxy-surfacer/
4	Cara mencampur epoxy	https://www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/
5	Cara mencampur epoxy dengan tiner	https://www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/
6	Cara menggunakan epoxy	https://www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/



Tabel 5.10 Artikel Informatif Epoxynesia.com/blog/ (lanjutan)

7	Fungsi cat epoxy	https://www.epoxynesia.com/manfaat-epoxy-pada-lantai/
8	Hardener epoxy	https://www.epoxynesia.com/hardener-epoxy/
9	Jenis epoxy lantai	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/
10	Epoxy lantai 3D	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-lantai-3d/
11	Epoxy mortar	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-mortar/
12	Epoxy self levelling	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-self-leveling/
13	Epoxy anti static	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-anti-static/
14	Epoxy waterproofing	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-waterproofing/
15	Epoxy multilayer	https://www.epoxynesia.com/jenis-epoxy-lantai/epoxy-multilayer/
16	Cara mengecat lantai dengan epoxy	https://www.epoxynesia.com/cara-mengecat-lantai-dengan-epoxy/
17	Keunggulan dan kelemahan epoxy	https://www.epoxynesia.com/keunggulan-kelemahan-epoxy/

5.5.2 Implementasi SEO Off Page

Implementasi SEO *off page* dimulai dengan pengumpulan sumber *backlink* dengan kriteria tertentu, dilanjutkan dengan penulisan artikel, dan *publish* artikel tersebut pada sumber-sumber *backlink*. Pada implementasi terhadap epoxynesia.com, penulis menggunakan beberapa tipe pemasangan *backlink*, seperti tabel 5.11 beserta jumlah *backlink* yang dipasang.

Tabel 5.11 Daftar Implementasi SEO Off Page

No	Tipe	Jumlah Backlink
1	Guest Post	4
2	Web 2.0	2
3	Blog Network	17
4	Forum	1
5	Profile	5
6	Redirect	3

5.5.2.1 Mengumpulkan Sumber Backlink

Tahap pertama dari proses implementasi SEO *off page* adalah mengumpulkan sumber *backlink*. Pada tahap ini penulis mengumpulkan *website-website* yang



mengizinkan secara legal untuk ditambahkan *link* keluar atau ke *website* lain. Beberapa tipe *website* yang penulis gunakan, yakni *guest post*, *blog network*, forum, *profile*, dan *redirect*.

Dalam pemilihan sumber-sumber *backlink* tersebut terdapat beberapa kriteria yang sebaiknya dipenuhi. Hal ini ditujukan untuk menjaga kualitas dari *backlink* yang didapat, sehingga memberikan dampak yang positif pula pada *epoxynesia.com*. Kriteria yang penulis gunakan dalam menyeleksi sumber *backlink*, yakni:

- Lebih baik *dofollow*
- Domain authority* lebih dari 10
- Domain rating* lebih dari 10
- Niche *website* tidak berhubungan dengan tema negatif

5.5.2.2 Penulisan Artikel

Untuk tipe *backlink guest post*, *blog network*, dan forum membutuhkan artikel sebagai media untuk mendapatkan *backlink*. Oleh karena itu, dalam memenuhi artikel tersebut penulis membuat artikel secara manual dengan teknik parafrase dari beberapa sumber tanpa bantuan *spinner article* atau *tools* sejenis. Hal ini dilakukan untuk menjaga orisinalitas konten dan meminimalisir plagiaris. Standar yang penulis gunakan dalam menulis artikel untuk konten *backlink*, yakni minimal 700 kata. Setelah artikel tersebut dipublikasi maka dilakukan pengecekan plagiaris menggunakan *copyscape.com*. Apabila masih terdapat plagiaris, maka dilakukan parafrase ulang.

5.5.2.3 Backlink Guest Post

Tahap pertama adalah *backlink guest post* pada beberapa situs, yakni *minions2015.com*, *dekadeko.com*, dan sebagainya. Pada masing-masing *website* dipublikasikan artikel dengan topik yang berbeda beserta *anchor text* tertentu. *Backlink* dipasang dari situs *guest post* ke *epoxynesia.com* menggunakan *anchor text* tertentu. Tabel 5.13 merupakan contoh daftar situs yang telah penulis pasang *guest post*.

Tabel 5.12 Daftar *Backlink Guest Post Epoxynesia.com*

No	URL	Anchor Text
1	https://minions2015.com/harga-cat-epoxy-upox/	Jasa epoxy lantai
2	https://dekadeko.com/harga-cat-epoxy-lantai/	Epoxynesia.com



Gambar 5.26 Implementasi *Backlink Guest Post* Epoxynesia.com

5.5.2.4 *Backlink Web 2.0*

Pemasangan *backlink* berikutnya pada *web 2.0*. Pada penelitian ini penulis menggunakan 2 *web 2.0*, yakni *poptype.co* dan *ello.co*. Topik artikel yang penulis publikasikan pada *poptype.co* adalah biaya *epoxy* lantai. Pada artikel ini penulis memberikan *link* ke *epoxynesia.com* dengan *anchor text* “jasa *epoxy* lantai”. Tabel 5.14 merupakan rincian mengenai *backlink web 2.0* ke *epoxynesia.com*.

Tabel 5.13 Daftar *Backlink Web 2.0* Epoxynesia.com

No	URL	Anchor Text
1	https://poptype.co/erlens-brown/biaya-epoxy-lantai-cara-menghitungnya	Jasa epoxy lantai
2	https://ello.co/elloellala/post/gbupr4qn0el8mbnuni9-mw	Epoxy pada lantai



Gambar 5.27 Implementasi *Backlink Web 2.0* Epoxynesia.com

5.5.2.5 Backlink Blog Network

Setelah pemasangan *backlink* pada *guest post* dan *web 2.0*, penulis melanjutkan implementasi SEO *off page* pada *website blog network*. Konsep dari *blog network* tidak jauh berbeda dengan dua tipe *backlink* sebelumnya. Beberapa hal yang membedakannya adalah model konten dan kepemilikan terhadap *website*. Meskipun berada pada jaringan blog penulis, pada pengaturan masing-masing dibuat perbedaan tertentu, misalnya IP server. Tabel 5.15 merupakan contoh dari pemasangan *backlink* pada *blog network*.

Tabel 5.14 Daftar Implementasi *Backlink Blog Network Epoxynesia.com*

No	URL	Anchor Text
1	https://blog.ub.ac.id/halovan/2020/10/30/apa-itu-epoxy/	Epoxynesia.com
2	https://www.mezzela.com/harga-jasa-epoxy-lantai/	Jasa epoxy lantai
3	https://www.loveyourplot.com/epoxy-mortar/	Epoxynesia
4	https://rioouteamo.net/lem-epoxy-untuk-besi-terbaik/	Epoxynesia.com

Gambar 5.28 merupakan salah satu *backlink* blog network yang dipasang pada blog.ub.ac.id/halovan/. *Anchor text* yang digunakan adalah [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com) dengan tujuan <https://www.epoxynesia.com>.



Gambar 5.28 Implementasi *Backlink Blog Network Epoxynesia.com*



5.5.2.6 Backlink Forum

Implementasi SEO *off page* berikutnya adalah memasang *link* melalui *website* dengan tipe forum. Pada studi kasus [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com), penulis menggunakan [kaskus.co.id](https://www.kaskus.co.id) sebagai sumber *backlink* dengan memasang melalui *thread*. Pemasangan *backlink* dengan menggunakan *anchor text* "[Epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com)" yang mengarah ke <https://www.epoxynesia.com>.

Tabel 5.15 Daftar Implementasi Backlink Forum

No	URL	Anchor Text
1	https://www.kaskus.co.id/post/5fca1604337f93631519d693/1#post5fca1604337f93631519d693	Epoxynesia.com

5.5.2.7 Backlink Profile

Backlink profile merupakan istilah yang digunakan karena *backlink* dipasang pada menu *profile account* pada suatu *website*. *Backlink* tersebut dipasang pada *field* yang mengizinkan dipasang URL, misalnya pada ello.co yang menyediakan *field* seperti ditunjukkan oleh gambar 5.29 berikut:



Gambar 5.29 Implementasi Backlink Profile

Terdapat 5 *backlink profile* yang penulis gunakan untuk optimasi [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com) dengan 4 variasi *anchor text*, <https://www.epoxynesia.com/>, [epoxynesia.com](https://www.epoxynesia.com), [svg](https://www.epoxynesia.com), dan [Web](https://www.epoxynesia.com). Tabel 5.17 merupakan beberapa dari *backlink profile* yang penulis implementasikan.



Tabel 5.16 Daftar Implementasi Backlink Profile

No	URL	Anchor Text
1	https://ello.co/elloellala	https://www.epoxynesia.com/
2	https://linktr.ee/epoxynesia	epoxynesia.com
3	https://www.intensedebate.com/people/epoxynesia	epoxynesia.com

5.5.2.8 Backlink Redirect

Implementasi berikutnya adalah *backlink redirect*. Teknik *redirect* digunakan dengan mengarahkan URL yang telah ada pada suatu *website* ke *website* lain. Tipe *redirect* yang digunakan adalah *redirect 301*. Bagi robot Google, *redirect 301* dikenali sebagai perpindahan sebuah *website* sehingga *index* pada SERP dalam rentang waktu tertentu akan berubah ke *website* tujuan *redirect*. Teknik ini merujuk pada Google Search Central yang menjelaskan mengenai *redirect 301*, salah satunya adalah pemindahan suatu *website* ke domain baru.

Tabel 5.17 Daftar Implementasi Backlink Redirect

No	URL	Tujuan Redirect	Tanggal Redirect	Jenis Redirect
1	https://daxgallery.com/perbedaan-epoxy-primer-dan-epoxy-surfacer/	https://www.epoxynesia.com/perbedaan-epoxy-primer-epoxy-surfacer/	24 Nov 2020	301
2	https://easybrazilianrecapes.com/keunggulan-kelemahan-epoxy/	https://www.epoxynesia.com/keunggulan-kelemahan-epoxy/	24 Nov 2020	301
3	https://www.sociallook.net/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/	https://www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/	24 Nov 2020	301

Berdasarkan Hardwick (2020) pada blog Ahrefs disebutkan bahwa teknik *redirect 301* dapat memberikan meningkatkan *organic traffic* karena *consolidation of authority* yang berarti *pagerank* dari halaman awal suatu *website* tidak akan hilang saat dilakukan *redirect* pada halaman lain. Hal ini membuat halaman akan memiliki reputasi yang sama dengan halaman awal. Namun, praktik ini tidak dapat dilakukan untuk semua hal pada *website* karena *redirect* dapat membawa risiko (Shepard, 2016) melalui Moz.com blog.

Gambar 5.30 merupakan hasil pengecekan dengan menggunakan *redirect-checker.org* untuk mengetahui status *redirect* yang telah diimplementasikan. Pada gambar 5.30 terdapat keterangan 301 *Moved Permanently* pada salah satu implementasi *backlink redirect*.

Check Your Redirects and Statuscode

301 vs 302, meta refresh & javascript redirects

<https://easybrazilianrecipes.com/keu>

analyse

add http:// or https:// on your URL

Redirect Checker Options:

You what to check your redirect with a specific user-agent. Just select the browser user-agent to test your redirect.

Set User-Agent:

Result

CONGRATULATION. Everything seems to be fine.

<https://easybrazilianrecipes.com/keunggulan-kelenjarian-epoxy/>

301 Moved Permanently

<https://www.epoxynesia.com/keunggulan-kelenjarian-epoxy/>

200 OK

Gambar 5.30 Implementasi Backlink Redirect

5.6 Implementasi Berdasarkan Waktu

Implementasi SEO dimulai pada minggu kedua Oktober 2020, setelah pengembangan website pada bulan September 2020. Langkah pertama yang dilakukan adalah pemasangan kode *tracking tools* SEO dan focus pada optimasi *SEO on page*. Pada bulan Oktober 2020 tersebut juga dimulai penulisan artikel atau konten yang ditujukan untuk proses *link building*.

Implementasi dan *maintenance* SEO terus dilakukan hingga Desember 2020. Sementara itu, pada Januari 2021 dilakukan pengamatan terhadap perubahan-perubahan yang terjadi. Tabel 5.19 merupakan daftar implementasi yang dilakukan berdasarkan rentang waktu implementasi.



Tabel 5.18 Implementasi SEO Berdasarkan Waktu

Waktu	Implementasi
Oktober 2020	1. Pemasangan kode <i>tracking</i> Google Search Console. 2. Pemasangan kode <i>tracking</i> Google Analytics. 3. Implementasi <i>sitemap.xml</i>. 4. Implementasi SEO <i>on page</i> (<i>title tag</i>, <i>meta tag</i>, <i>permalink</i>, <i>page speed</i>, <i>heading tag</i>, <i>alt text</i>, dan <i>sitemap.xml</i>). 5. Penulisan konten <i>link building</i> (<i>backlink</i>). 6. Implementasi <i>link building</i> pada <i>blog network</i>, <i>guest post</i>, dan <i>web 2.0</i>.
November 2020	1. Penulisan konten <i>link building</i>. 2. Implementasi <i>link building</i> pada <i>blog network</i> dan <i>guest post</i>. 3. Pengaktifan <i>redirect 301</i> konten dengan kata kunci informatif dari <i>sociallook.net</i>, <i>easybrazilianrecipes.com</i>, dan <i>daxgallery.com</i> ke <i>epoxynesia.com</i>. 4. Implementasi <i>link building</i> pada <i>blog network</i>, <i>web 2.0</i>, dan <i>profile</i>. 5. <i>Publish</i> artikel informatif pada <i>epoxynesia.com/blog/</i>.
Desember 2020	1. Penulisan konten <i>link building</i>. 2. Implementasi <i>link building</i> pada forum dan <i>blog network</i>. 3. <i>Publish</i> artikel informatif pada <i>epoxynesia.com/blog/</i>.
Januari 2021	1. <i>Maintenance</i> terhadap implementasi SEO <i>on page</i> dan <i>off page</i>.
Februari 2021	1. <i>Maintenance</i> terhadap implementasi SEO <i>on page</i> dan <i>off page</i>. 2. Implementasi <i>link building</i> pada <i>blog network</i>.

BAB 6 HASIL IMPLEMENTASI SEO

Setelah dilakukan implementasi SEO *on page* dan *off page* terdapat kenaikan pada SEO KPIs epoxynesia.com, seperti *impression*, *clicks*, *queries*, *visitor*, dan sebagainya. Kenaikan tersebut selama 5 bulan implementasi, yakni dimulai pada Oktober 2020 hingga Februari 2021. Tabel 6.1 merupakan rangkuman statistik hasil implementasi SEO pada epoxynesia.com.

Tabel 6.1 Statistik Hasil Implementasi SEO

Bulan	Okt 2020	Nov 2020	Des 2020	Jan 2021	Feb 2021
Queries	11	21	37	59	77
Impression	58	237	1.050	2.850	3.250
Clicks	2	11	70	168	244
Users/Visitors	8	58	120	198	280
New Visitor	72,7%	87,7%	89,6%	87,9%	90,6%
Returning Visitor	27,3%	12,3%	10,4%	12,1%	9,4%
Domain Rating	0	27	29	29	31
Domain Authority	1	10	13	13	14

6.1. Skor SEO

Hasil skor SEO merupakan pengukuran hasil dari implementasi SEO dengan menggunakan beberapa *tools*, seperti Ahrefs, Moz.com, Google *PageSpeed* Insight, Google Search Console, SeoSiteCheckup.com, dan NeilPatel.com. Analisis hasil skor SEO ditujukan untuk mengetahui hasil dari implementasi untuk tiap poin implementasi SEO *on page* dan *off page*. Tabel 6.2 merupakan rangkuman perubahan skor SEO sebelum, saat, dan setelah implementasi.

Tabel 6.2 Perubahan Skor SEO *Epoxynesia.com*

Tanggal	Usia Domain (bulan)	DR	UR	DA	RD	Google Index	Total Trafik
14 Okt 2020	1	0	0	1	No Data	4	0
29 Des 2020	3	29	8	12	23	20	153
28 Feb 2021	5	31	8	14	23	20	650

6.1.1 Authority versi Moz.com

Pada tahap analisis diketahui bahwa *authority* dari *epoxynesia.com* mendapatkan nilai 0. Setelah dilakukan implementasi SEO dengan memperbaiki struktur situs, *internal link*, dan *link building*, *epoxynesia.com* mendapatkan *domain authority* dengan nilai 12 untuk rentang 0 hingga 100. Tabel 6.3 merupakan rekam jejak kenaikan dari skor *domain authority* dari sebelum optimasi hingga setelah implementasi SEO.

Tabel 6.3 Analisis Hasil Authority *Epoxynesia.com*

Tanggal	Domain Authority
14 Oktober 2020	No Data
10 November 2020	1
4 Desember 2020	11
29 Desember 2020	12
21 Februari 2021	14

Sementara itu, gambar 6.1 merupakan tangkapan layar pengecekan *domain authority* pada 21 Februari 2021 beserta grafik kenaikannya. Dari gambar diketahui bahwa *domain authority* *epoxynesia.com* mulai naik ke nilai 12 pada tanggal 20 Desember 2020 hingga mendapatkan *domain authority* 14 pada 28 Februari 2021.



Gambar 6.1 Perubahan Domain Authority *Epoxynesia.com*

6.1.2 Rating versi Ahrefs

Tren peningkatan juga ditunjukkan oleh Ahrefs melalui metrik yang mereka bangun, yakni *Ahrefs rank*, *URL rating* (UR), *domain rating* (DR), *organic keywords*, dan *organic traffic*. Pada masing-masing metrik terjadi peningkatan seperti grafik yang terlihat pada gambar 6.2. Hanya *Ahrefs rank* yang tampak fluktuatif dalam 3 bulan. Namun, jumlah *referring domains*, *backlink*, *organic keywords*, dan *organic traffic* mengalami peningkatan yang menandakan bahwa adanya perubahan setelah dilakukan implementasi SEO.

Tabel 6.4 merupakan rangkuman data peningkatan skor metrik versi Ahrefs antara sebelum optimasi (14 Oktober 2020) dengan setelah implementasi (28 Februari 2021).

Tabel 6.4 Perbedaan Sebelum dan Sesudah Implementasi SEO terhadap Matriks Ahrefs

Matriks Ahrefs	14 Okt 2020	29 Des 2020	28 Feb 2021
Ahrefs Rank	No Data	4.555.924	3.581.099
URL Rating	No Data	8	8
Domain Rating	N/A	29	31
Backlinks	No Data	138	136
Referring Domain	No Data	23	23
Organic Keywords	0	6	16
Organic Traffic	0	6	74



Gambar 6.2 Analisis Hasil Epoxynesia.com dengan Ahrefs

Sementara itu, gambar 6.3 merupakan tangkapan layar pada 14 Oktober 2020 sebelum dilakukan implementasi SEO. Dari gambar 6.3 diketahui bahwa belum ada metrik yang berhasil didapatkan oleh robot Ahrefs. Jadi, setelah dilakukan implementasi terdapat ragam kenaikan pada masing-masing metrik.



Gambar 6.3 Analisis Epoxynesia.com Sebelum Implementasi SEO

Selain itu, pada Ahrefs bagian *organic keyword* juga dapat diketahui kata kunci kata kunci yang mendapatkan peringkat pada Google serta estimasi trafik yang didapatkan. Dari data *organic keywords* seperti gambar 6.4 diketahui bahwa kata kunci “cara mencampur epoxy dengan tiner” mendapatkan peringkat 9 dengan volume pencarian per bulan 100, serta kata kunci-kata kunci lainnya.

Keyword	Volume	KD	CPC	Traffic	Position	URL	Upd.
cara menggunakan epoxy dengan thinner	150	0	—	—	—	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	21 Feb
cara mencampur epoxy dengan thinner	100	0	—	—	—	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	1 Feb
cara mencampur epoxy	60	0	0.20	7	3	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	4 Feb
cara menggunakan epoxy	70	0	—	—	—	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	1 Feb
cara menggunakan epoxy thinner	4	60	—	—	6	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	5 Feb
cara menggunakan epoxy	450	17	0.35	0.00	41	www.epoxynesia.com	8 Feb
cara menggunakan epoxy thinner	3	100	—	0.00	41	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	21 Feb
cara menggunakan epoxy thinner	100	0	—	0.00	15	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	11 Feb
perbedaan epoxy primer dan epoxy surfacer	3	200	0	0.35	35	www.epoxynesia.com/perbedaan-epoxy-primer-epoxy-surfacer	13 Feb
cara menggunakan epoxy dengan thinner	150	0	—	0.00	15	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	11 Feb
hardener epoxy	3	70	—	0.00	45	www.epoxynesia.com/hardener-epoxy	25 Feb
cara menggunakan epoxy dengan thinner	90	0	—	0.00	15	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	23 Feb
cara menggunakan epoxy	3	150	—	0.00	50	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	20 Feb
cara menggunakan epoxy	90	0	—	0.00	15	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	8 Feb
cara menggunakan epoxy	3	60	0	0.20	50	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	4 Feb
cara menggunakan epoxy	100	0	0.35	0.00	—	www.epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-thinner	7

Gambar 6.4 Organic Keywords *Epoxynesia.com* pada Ahrefs

6.1.3 SEO On Page

Pada SEO *on page* terdapat beberapa optimasi yang dilakukan, baik memperbaiki atau menambah elemen tertentu. Berdasarkan analisis terdapat beberapa hal yang perlu dioptimasi, seperti *heading tag*, *page speed*, *ALT text*, *internal link*, *meta description*, *sitemap.xml*, dan *coverage*. Pada beberapa optimasi yang dilakukan terdapat metrik tertentu untuk mengukur antara sebelum dan setelah optimasi dilakukan. Tujuannya dilakukan optimasi SEO *on page* adalah menyesuaikan *website* *epoxynesia.com* dengan algoritma Google.

6.1.3.1 PageSpeed

Penulis menggunakan Google *PageSpeed* Insight sebagai *tools* untuk mengukur dan mengaudit *pagespeed* *epoxynesia.com*. Sebelum dilakukan optimasi dan perbaikan pada beberapa elemen, Google *PageSpeed* Insight memberikan skor *epoxynesia.com* 47 dengan beberapa *opportunity* untuk meningkatkan skor tersebut. Tabel 6.5 merupakan perubahan sebelum dan setelah dilakukan optimasi untuk meningkatkan *pagespeed* *epoxynesia.com*.

Tabel 6.5 Hasil Optimasi *PageSpeed Epoxynesia.com*

Matriks Google <i>PageSpeed</i> Insight	Sebelum Optimasi	Setelah Optimasi	Perubahan
Skor <i>PageSpeed</i>	47	66	+19
First Contentful Paint	4.8s	3.4s	+1.4s
Speed Index	7.0s	5.2s	+2.2s
Largest Contentful Paint	7.7s	5.2s	+2.5s
Time to Interactive	7.8s	4.7s	+3.1s



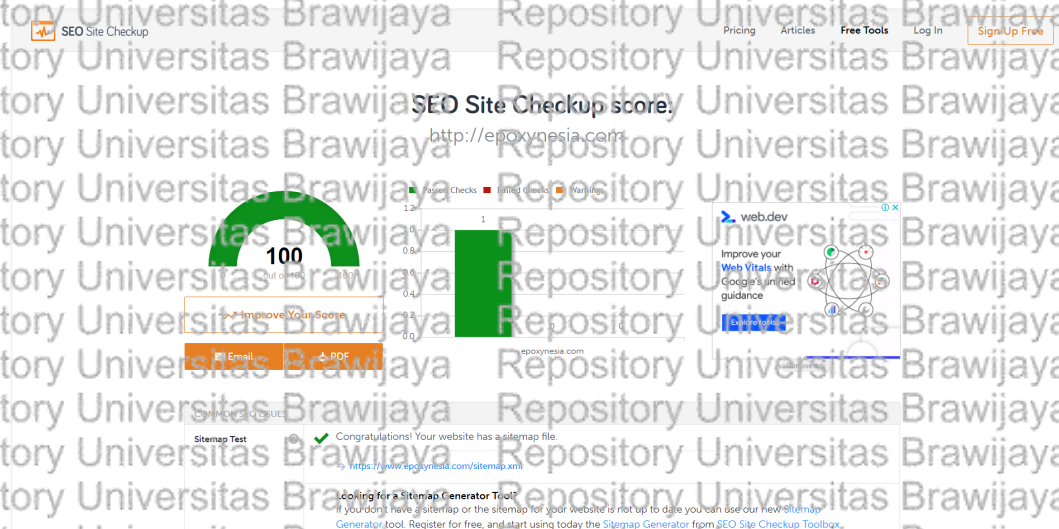
Gambar 6.5 merupakan hasil tangkapan layar setelah optimasi *page speed* diimplementasikan pada CMS Wordpress dengan bantuan *plugin* Fast Velocity Minify. Optimasi dilakukan sesuai dengan saran yang diberikan oleh Google *PageSpeed* Insight, yakni *eliminate render-blocking resources*, *reduce initial server response time*, dan *defer offscreen images*.



Gambar 6.5 Hasil Implementasi *PageSpeed* *Epoxynesia.com*

6.1.3.2 Sitemap.xml

Berdasarkan hasil analisis dengan *SeoSiteCheckup.com*, *epoxynesia.com* belum memiliki *sitemap.xml* sehingga perlu ditambahkan. Pada *epoxynesia.com* penulis menambahkan *sitemap.xml* dengan bantuan *plugin* All in One SEO Pack. Dengan *plugin* All in One SEO Pack, setiap halaman-halaman baru akan langsung dimasukkan pada *sitemap* secara otomatis. Hasil dari implementasi *sitemap.xml* pada *epoxynesia.com* dapat diakses pada halaman <https://www.epoxynesia.com/sitemap.xml>. Setelah dilakukan pengecekan ulang dengan *seositecheckup.com*, *sitemap.xml* dari *epoxynesia.com* telah valid seperti ditunjukkan oleh gambar 6.6.



Gambar 6.6 Hasil Implementasi Sitemap.xml Epoxynesia.com

6.1.3.3 Coverage

Coverage merupakan tools yang digunakan untuk mengecek kondisi halaman-halaman website. Pada coverage terdapat menu error yang harus segera diperbaiki untuk menghindari hilangnya index website pada mesin pencari. Pada epoxynesia.com kondisi coverage dalam kondisi baik karena tidak terdapat error. Seiring dengan penambahan halaman pada epoxynesia.com/blog/ nilai valid pada coverage meningkat menjadi 19 dengan error 0. Hal ini seperti ditunjukkan oleh gambar 6.7.



Gambar 6.7 Hasil Implementasi Coverage Epoxynesia.com

6.1.4 SEO Off Page

Pengukuran SEO off page dilakukan menggunakan tools Ahrefs dan Google Search Console untuk mengetahui jumlah serta website yang memberikan link pada epoxynesia.com. Pada Ahrefs pengukuran website yang memberikan link pada epoxynesia.com terdapat pada menu *referring domains* dan *backlinks*,

sedangkan Google Search Console terdapat pada menu links. Tabel 6.6 menunjukkan perubahan jumlah referring domain yang meningkat mulai bulan November 2020 hingga 28 Februari 2021. Peningkatan ini merupakan hasil kumulatif dari pemasangan *backlink* yang penulis lakukan.

Tabel 6.6 Hasil Implementasi SEO terhadap Skor SEO Off Page

No	Item SEO Off Page	12 Oktober 2020		01 Januari 2021		28 Februari 2021	
		Ahrefs	Google Search Console	Ahrefs	Google Search Console	Ahrefs	Google Search Console
1	Referring Domains	0	0	23	26	23	29
2	Backlinks	0	0	137	123	136	206

Sementara itu, gambar 6.8 memperlihatkan pergerakan skor metrik SEO *off page* selama 1 tahun terakhir yang meningkat menjadi ke 23 *referring domains*. Peningkatan *referring domains* dimulai pada November 2020 hingga 28 Februari 2021.



Gambar 6.8 Hasil Implementasi SEO Off Page Epoxynesia.com

Tren kenaikan juga terdapat pada *Google Search Console* yang menampilkan data bahwa terdapat 206 *external link* yang telah didapatkan oleh epoxynesia.com dari beberapa *website*. Gambar 6.9 merupakan hasil tangkapan layar *website* yang telah memberikan *link* pada epoxynesia.com, seperti sociallook.net, projects.co.id, daxgallery.com, wurk.net, dekadeko.com, dan sebagainya.



Gambar 6.9 Hasil SEO Off Page berdasarkan Google Search Console

6.2 Analisis Hasil Implementasi SEO

Analisis implementasi SEO merupakan analisis yang dilakukan terhadap optimasi *on page* dan *off page* pada terhadap perubahan epoxynesia.com pada *search engine* Google. Matriks yang diperhatikan, diantaranya peringkat kata kunci, *performance* berdasarkan Google Search Console, dan pengunjung (*visitor*) berdasarkan Google Analytics. Tabel 6.7 merupakan daftar implementasi yang dilakukan serta perubahan terhadap epoxynesia.com dalam rentang waktu tertentu.

Tabel 6.7 Analisis Hasil Implementasi SEO Performance dan Analytics

Bulan	Performance				Analytics	
	Queries	Impression	Clicks	Visitor	New Visitor	Returning Visitor
Oktober 2020	11	58	2	8	72,7%	27,3%
November 2020	21	237	11	58	87,7%	12,3%
Desember 2020	37	1.050	70	120	89,6%	10,4%
Januari 2021	59	2.850	168	193	87,9%	12,1%
Februari 2021	77	3.260	244	280	90,6%	9,4%

6.2.1 Peringkat Kata Kunci

Ada dua tipe kata kunci yang diperhatikan pada penelitian ini, yakni kata kunci *transactional* dan *informational*. Pengukuran dilakukan dengan memperhatikan perubahan peringkat dari kata kunci tersebut serta peringkat terbaik yang pernah



diraih oleh epoxynesia.com. Pengecekan peringkat tersebut dilakukan dengan bantuan tools Google Search, Google Search Console, dan Whatsmyserp.com.

6.2.1.1 Kata Kunci Transactional

Terdapat 2 kata kunci *transactional* yang dioptimasi pada penelitian ini, yakni “jasa epoxy lantai” dan “jasa epoxy lantai jakarta”. Pengamatan posisi kata kunci dimulai pada tanggal 12 Oktober 2020 hingga 1 Maret 2021. Dengan hal ini diharapkan terlihat perubahan peringkat mesin pencari sebelum dan setelah dilakukan optimasi SEO.

Tabel 6.8 Peringkat Kata Kunci Transactional Epoxynesia.com

No	Kata Kunci	Peringkat			
		12 Okt 20	1 Mar 21	Terbaik	Ket.
1	Jasa Epoxy Lantai	>100	>100	62	03 Nov 2020
2	Jasa Epoxy Lantai Jakarta	>100	>100	44	1 Feb 2021

Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”

Kata kunci utama yang diharapkan mendapatkan peringkat di SERP Google pada epoxynesia.com adalah jasa epoxy lantai. Setelah dilakukan implementasi SEO sekitar 4 bulan, hasil untuk peringkat kata kunci “jasa epoxy lantai” pada epoxynesia.com masih fluktuatif, seperti data pada tabel 6.4. Berdasarkan tabel 6.4 dapat diketahui bahwa peringkat kata kunci “jasa epoxy lantai” mengalami kenaikan dan penurunan setiap bulannya.

Tabel 6.9 Data Historis Perubahan Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” pada Epoxynesia.com

Tanggal	Peringkat
12-Okt	>100
19-Okt	>100
26-Okt	>100
01-Nov	106
02-Nov	>100
03-Nov	62
04-Nov	63
05-Nov	>100
06-Nov	71
07-Nov	>100
12-Nov	>100
16-Nov	63
17-Nov	>100
22-Nov	>100
23-Nov	83
24-Nov	83

Tabel 6.9 Data Historis Perubahan Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” pada Epoxynesia.com (lanjutan)

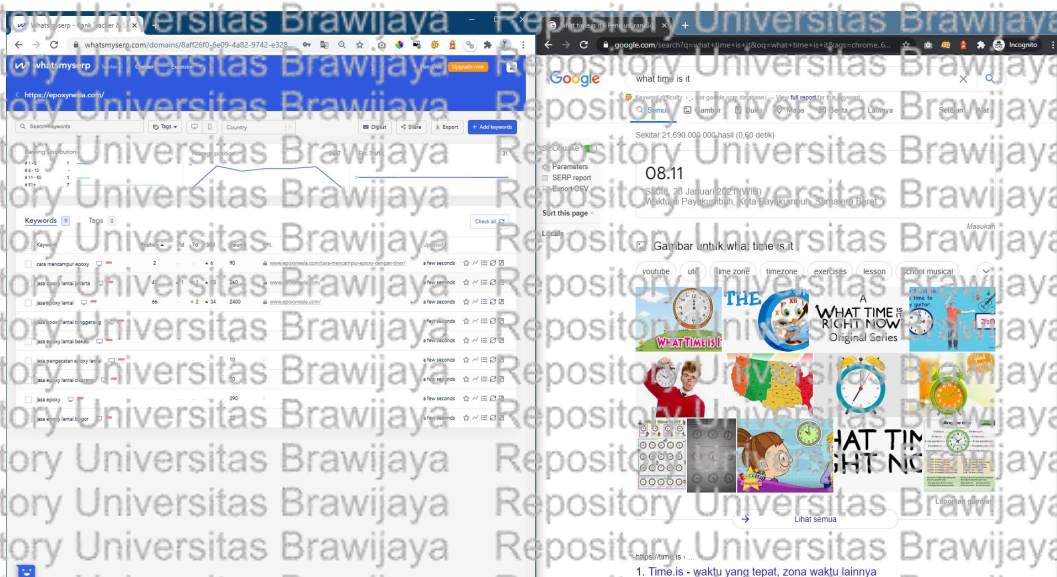
25-Nov	>100
05-Des	>100
29-Des	>100
6-Jan	69
10-Jan	>100
17-Jan	>100
20-Jan	>100
23-Jan	66
27-Jan	>100
1-Feb	>100
6-Feb	>100
13-Feb	>100
21-Feb	>100
1-Mar	>100

Peringkat tertinggi yang pernah diraih oleh epoxynesia.com adalah 62 pada tanggal 03 November 2020. Namun, dalam rentang bulan Desember 2020 hingga Februari 2021, epoxynesia.com kembali mengalami penurunan pada peringkat “jasa epoxy lantai”. Gambar 6.10 merupakan tangkapan layar peringkat tertinggi epoxynesia.com di Google untuk kata kunci “jasa epoxy lantai”.



Gambar 6.10 Peringkat Tertinggi Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai”

Sementara itu, gambar 6.11 merupakan beberapa tangkapan layar lainnya untuk peringkat epoxynesia.com pada bulan Januari 2021. Berdasarkan whatsmyserp.com terlihat bahwa peringkat epoxynesia.com pada 23 Januari 2021 adalah 66 yang naik 34 peringkat dalam 30 hari terakhir. Namun, beberapa hari kemudian mengalami penurunan lebih dari peringkat 100 teratas.



Gambar 6.11 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai” pada 23 Januari 2021

Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta”

Kata kunci berikutnya yang ditargetkan adalah jasa epoxy lantai jakarta. Dengan *search volume* yang lebih sedikit, kompetisi pada kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta” relatif lebih mudah dibandingkan dengan “jasa epoxy lantai”. Berdasarkan hasil pengecekan posisi *keyword*, baik dengan Google Search, Google Search Console, maupun Whatsmyserp.com, kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta” pernah berada pada peringkat 80an beberapa hari setelah implementasi *SEO off page* dimulai. Hanya saja, setelah update algoritma Google pada 4 Desember 2020, peringkat untuk kata kunci ini menurun. Tabel 6.10 merupakan data historis pergerakan kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta” dari 12 Oktober 2020 hingga 29 Oktober 2020.

Tabel 6.10 Data Historis Perubahan Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada Epoxynesia.com

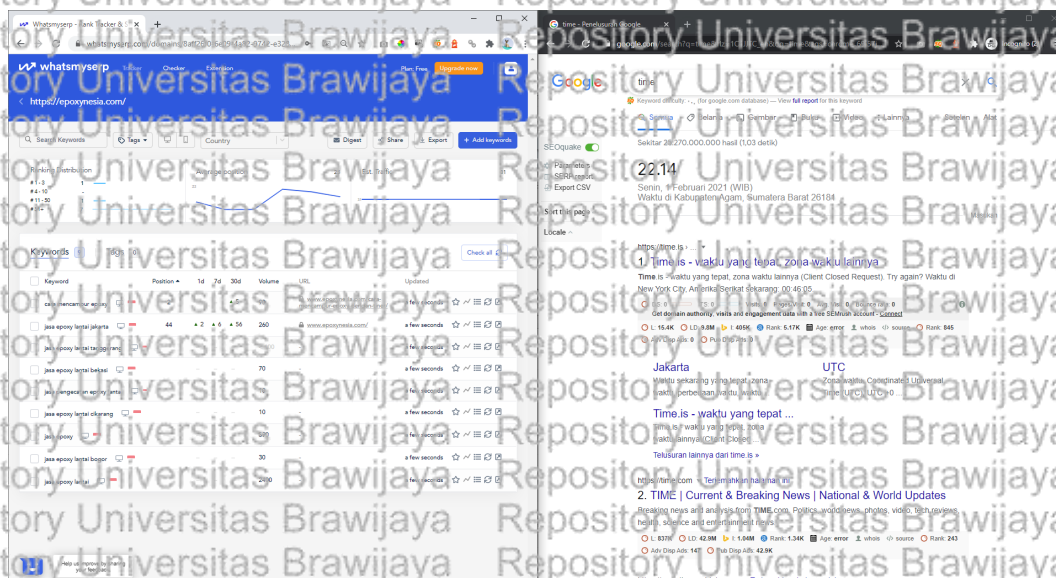
Tanggal	Peringkat
12-Okt	>100
19-Okt	>100
24-Okt	88
25-Okt	>100
06-Nov	>100
07-Nov	86
08-Nov	>100
09-Nov	82
10-Nov	87
11-Nov	>100
20-Nov	>100
27-Des	>100
29-Des	>100



Tabel 6.11 Data Historis Perubahan Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada Epoxynesia.com (lanjutan)

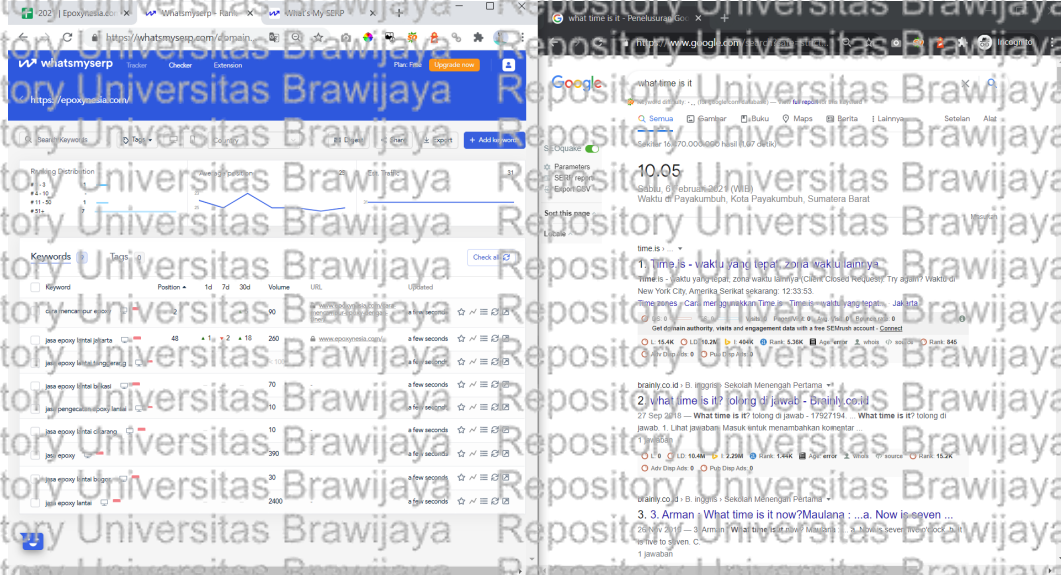
6-Jan	69
10-Jan	46
12-Jan	>100
15-Jan	47
17-Jan	47
20-Jan	50
23-Jan	47
27-Jan	55
1-Feb	44
6-Feb	48
13-Feb	>100
18-Feb	>100
21-Feb	>100
1-Mar	>100

Peringkat tertinggi yang didapatkan oleh epoxynesia.com untuk kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta” adalah 44 pada tanggal 1 Februari 2021. Peringkat pada kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta” lebih stabil dibanding peringkat untuk kata kunci “jasa epoxy lantai”. Hal ini seiring dengan kompetisi yang tidak terlalu kompetitif dibandingkan dengan kata kunci “jasa epoxy lantai” berdasarkan analisis kata kunci. Namun, mulai 13 Februari 2021, epoxynesia.com mengalami penurunan. Gambar 6.12 merupakan tangkapan layar pada tanggal 1 Februari 2021 dengan tools whatsmyserp.com.



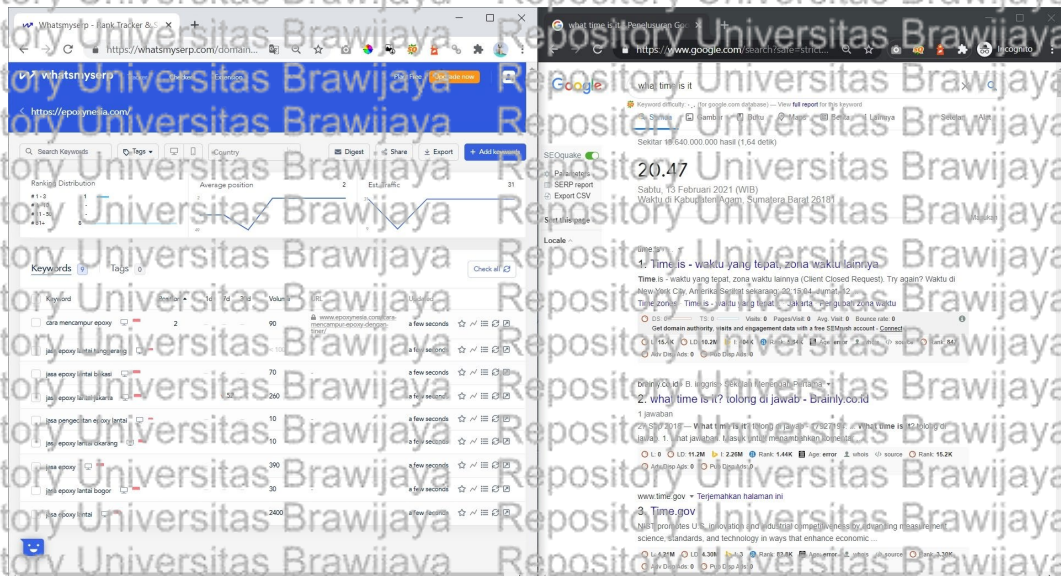
Gambar 6.12 Peringkat Tertinggi Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta”

Pada tanggal 6 Februari 2021, terdapat penurunan 2 peringkat pada epoxynesia.com menjadi peringkat 48, seperti ditunjukkan oleh gambar 6.13.



Gambar 6.13 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada 6 Februari 2021

Lalu, pada 13 Februari 2021 epoxynesia.com mengalami penurunan 52 peringkat sehingga keluar dari top 100 mesin pencari. Hingga 1 Maret 2021, website epoxynesia.com belum mengalami peningkatan peringkat pada kata kunci “jasa epoxy lantai” Gambar 6.14 merupakan tangkapan layar peringkat epoxynesia.com pada tanggal 13 Februari 2021.

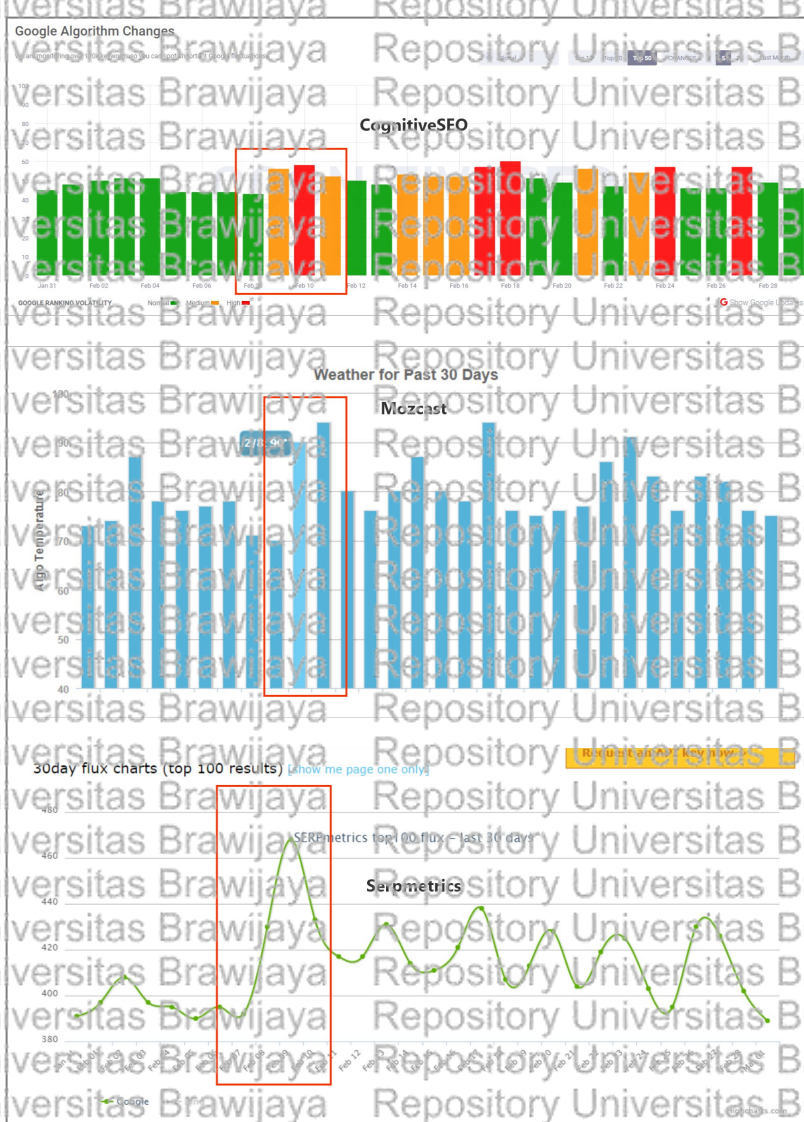


Gambar 6.14 Peringkat Kata Kunci “Jasa Epoxy Lantai Jakarta” pada 13 Januari 2021



Penurunan peringkat pada kata kunci ini seiring dengan update algoritma Google pada tanggal 8 Februari 2021. Moz.com melalui laman Mozcast memperlihatkan grafik adanya indikasi update algoritma Google pada 8 Februari 2021 tersebut. Berdasarkan grafik tersebut, terdapat kenaikan dari 70 hingga 90 yang menandakan adanya perubahan cukup besar pada hasil SERP Google untuk berbagai kata kunci.

Informasi update mengenai update algoritma Google juga dirilis oleh seroundtable.com bahwa terdapat *unconfirmed* update algoritma dari Google di laman <https://www.seroundtable.com/google-search-ranking-algorithm-update-30898.html>. Selain Moz.com, *tools* SEO *cognitiveseo.com* dan *serpmetrics.com* juga memperlihatkan bahwa terdapat perubahan pada hasil SERP Google untuk berbagai kata kunci, seperti gambar 6.15.



Gambar 6.15 Grafik Terhadap Indikasi Update Algoritma Google

Berdasarkan *rank tracker* dari Ahrefs, diketahui bahwa pada tanggal 8 Februari 2021 tersebut *epoxynesia.com* berada pada peringkat 44, namun pada hari berikutnya mengalami penurunan hingga tidak ada pada top 100 Google. Gambar 6.16 merupakan tangkapan layar yang memperlihatkan peringkat dari *epoxynesia.com* mengalami kenaikan ke posisi 44 namun turun lagi setelah 8 Februari 2021.



Gambar 6.16 Peringkat Kata Kunci “*Jasa Epoxy Lantai Jakarta*” pada 8 Februari 2021

6.2.1.2 Peringkat Kata Kunci Informational

Selain mengimplementasikan kata kunci yang bersifat *transactional*, penulis juga mengimplementasikan kata kunci informational seputar *epoxy*. Hal ini ditujukan untuk meningkatkan relevansi *website* mengenai *epoxy*. Terdapat 14 kata kunci informational yang diimplementasikan pada *epoxynesia.com/blog/*. Implementasi internal *link* dimulai pada 24 November 2020 hingga 4 Desember 2020.

Dalam implementasi penulis mengimplementasikan 3 artikel dengan menerapkan teknik *SEO off page redirect 301*, sementara 11 artikel lainnya tidak. Dari hasil implementasi ini, artikel dengan *redirect 301* mendapatkan peringkat pada top 10 SERP Google, sementara 11 artikel lainnya masih berada di luar top 100 SERP Google. Hasil ini seperti gambar 6.17 bahwa kata kunci “perbedaan *epoxy primer* dan *epoxy surfacer*” berada pada posisi 5, “cara mencampur *epoxy*” posisi 2, “cara mencampur *epoxy* dengan tiner” posisi 7, dan “keunggulan dan kelemahan *epoxy*” berada pada posisi 10. Seiring dengan peningkatan posisi pada beberapa kata kunci informational, *impression* dan *clicks* yang didapatkan oleh *epoxynesia.com* juga meningkat.

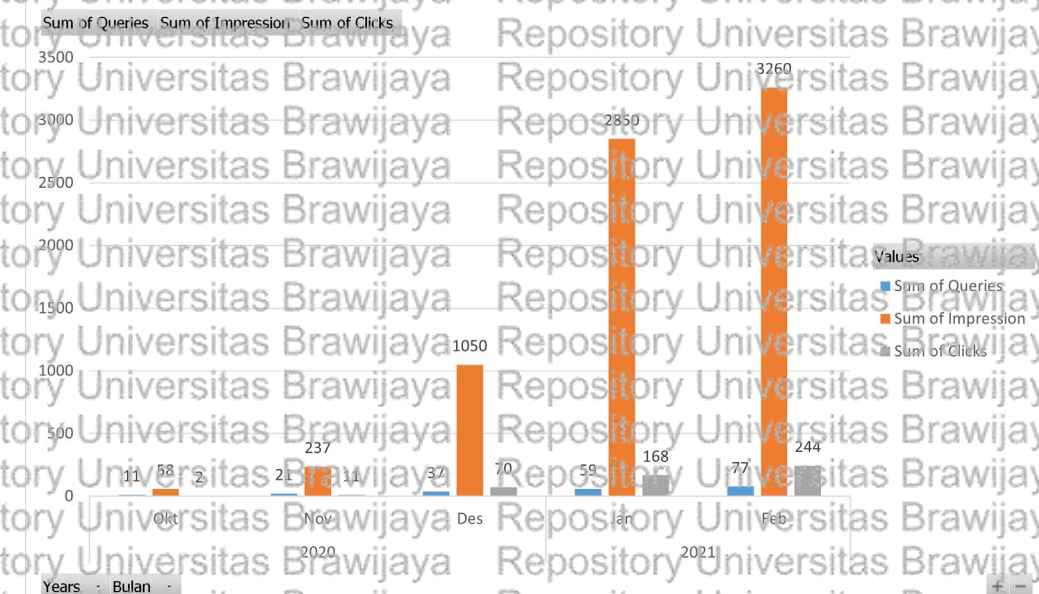
Kompetisi pada kata kunci informational memiliki tingkat kesulitan yang lebih rendah dibanding kata kunci-kata kunci *transactional*. Berdasarkan Ahrefs mayoritas kata kunci informational yang ada pada *epoxynesia.com* memiliki *keyword difficulty* dengan nilai 0. Berbeda dengan kata kunci *transactional* yang memiliki *keyword difficulty* di atas 10. Peringkat kata kunci informational ini pula yang meningkatkan *impression*, *clicks*, dan *visitor* yang didapatkan oleh *epoxynesia.com*. Tabel 6.11 merupakan daftar peringkat kata kunci informational pada *epoxynesia.com*.

Tabel 6.12 *History* Peringkat Kata Kunci Informational *Epoxy*nesia.com

No	Kata Kunci	Peringkat		
		12 Okt 20	29 Des 20	1 Mar 21
1	Apa itu <i>epoxy</i>	>100	>100	60
2	<i>Epoxy</i> coating adalah	>100	>100	>100
3	Perbedaan <i>epoxy</i> primer dan <i>epoxy</i> surfacer	>100	5	4
4	Cara mencampur <i>epoxy</i>	>100	2	1
5	Cara mencampur <i>epoxy</i> dengan tiner	>100	7	5
6	Cara menggunakan <i>epoxy</i>	>100	>100	3
7	Fungsi cat <i>epoxy</i>	>100	>100	>100
8	Hardener <i>epoxy</i>	>100	>100	45
9	Jenis <i>epoxy</i> lantai	>100	>100	37
10	<i>Epoxy</i> lantai 3D	>100	>100	>100
11	<i>Epoxy</i> mortar	>100	>100	>100
12	<i>Epoxy</i> self levelling	>100	>100	>100
13	<i>Epoxy</i> anti static	>100	>100	17
14	<i>Epoxy</i> waterproofing	>100	>100	>100
15	<i>Epoxy</i> multilayer	>100	>100	11
16	Cara mengecat lantai dengan <i>epoxy</i>	>100	>100	>100
17	Keunggulan dan kelemahan <i>epoxy</i>	>100	10	4



6.2.2 Performance



Gambar 6.17 Performance Epoxynesia.com dari Bulan Oktober 2020 hingga Februari 2021

Pada *performance*, terdapat beberapa hal yang diperhatikan, yakni *impression*, *clicks*, dan *queries*. Semakin tinggi angka yang dicapai oleh masing-masing metrik, semakin bagus pula performa *web* pada mesin pencari. Misalnya, semakin tinggi *impression* suatu kata kunci maka peluang mendapatkan klik juga semakin besar. Gambar 6.17 merupakan perubahan data dari 11 Oktober 2020 hingga 28 Februari 2021.

Tabel 6.13 Performance Epoxynesia.com dari Oktober 2020 hingga Februari 2021

Bulan	Performance		
	Queries	Impression	Clicks
Oktober 2020	11	58	2
November 2020	21	237	11
Desember 2020	37	1.050	70
Januari 2021	59	2.850	168
Februari 2021	77	3.260	244



6.2.2.1 Queries

Dengan adanya tambahan halaman-halaman pada epoxynesia.com/blog/ terdapat peningkatan dari sisi *queries* yang berhasil didapatkan oleh epoxynesia.com. Pada Oktober 2020, terdapat sekitar 11 *queries*. Lalu, pada bulan November dan Desember 2020 dimulai penambahan artikel pada epoxynesia.com/blog. Setelah penambahan artikel tersebut, terdapat peningkatan *queries* dari 11 menjadi 77 pada Februari 2021.



Gambar 6.18 Jumlah Queries Epoxynesia.com Berdasarkan Google Search Console

Gambar 6.18 merupakan grafik mengenai peningkatan *queries* yang didapatkan oleh epoxynesia.com selama bulan Oktober hingga Februari 2021. Pada Januari dan Februari 2021, terdapat peningkatan *queries* karena kata kunci-kata kunci informatif mulai mendapatkan peringkat di Google.

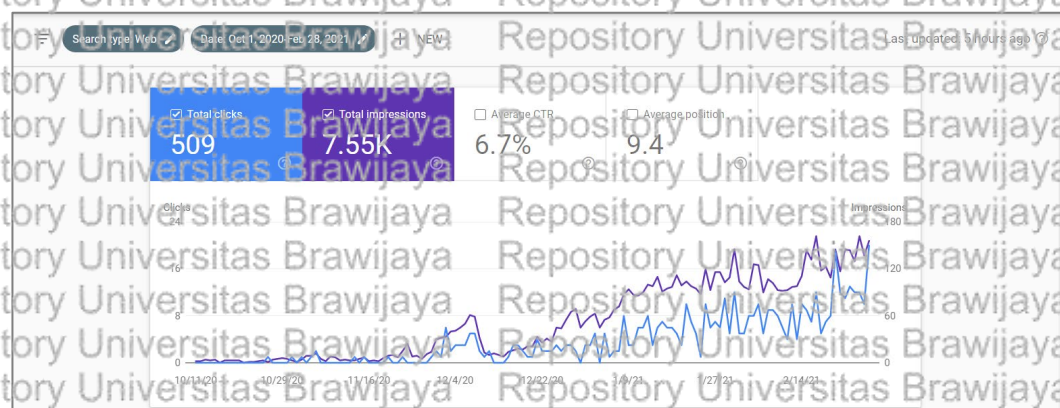


6.2.2.2 Impression



Gambar 6.19 Performance Impression Epoxynesia.com Berdasarkan Google Search Console

Berdasarkan Gambar 6.19 terdapat peningkatan yang cukup tinggi dari bulan Oktober 2020 hingga Februari 2021. Peningkatan *impression* ini seiring dengan optimasi dan masuknya kata kunci-kata kunci pada Index mesin pencari dan dilihat oleh pengguna. Pada Oktober 2020, *website* epoxynesia.com baru saja dimulai untuk optimasi SEO *on page* dan *off page* sehingga *impression* yang didapatkan relatif kecil. Setelah implementasi SEO *on page* dan *off page* mulai terdapat peningkatan di tiap bulannya. Gambar 6.10 merupakan tangkapan layar *impression* epoxynesia.com dari bulan Oktober 2020 hingga Februari 2021 pada Google Search Console.



Gambar 6.20 Performance Epoxynesia.com berdasarkan Google Search Console



6.2.2.3 Clicks



Gambar 6.21 Performance Clicks Epoxynesia.com Berdasarkan Google Search Console

Gambar 6.21 merupakan grafik peningkatan *clicks* yang didapatkan oleh epoxynesia.com. Peningkatan jumlah *clicks* seiring dengan meningkatnya *impression* dan peringkat kata kunci-kata kunci pada bulan Oktober 2020 hingga Februari 2021. Namun, peningkatan *clicks* tersebut sebagian besar berasal dari kata kunci-kata kunci informational yang berada pada 5 teratas mesin pencari, misalnya cara mencampur epoxy.

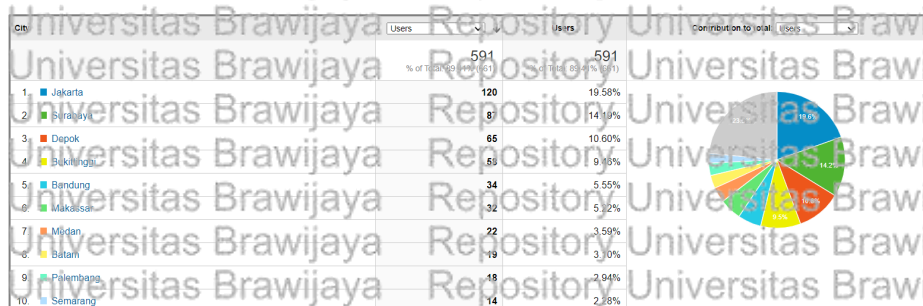
6.2.3 Statistik Pengunjung

Tabel 6.14 Statistik Pengunjung Epoxynesia.com

Bulan	Analytics		
	Visitor	New Visitor	Returning Visitor
Oktober 2020	8	72,7%	27,3%
November 2020	58	87,7%	12,3%
Desember 2020	120	89,6%	10,4%
Januari 2021	198	87,9%	12,1%
Februari 2021	280	90,6%	9,4%



Tabel 6.13 merupakan rangkuman statistic pengunjung yang mengunjungi *website* epoxynesia.com selama bulan Oktober 2020 hingga Februari 2021. Peningkatan jumlah *visitor* seiring dengan peningkatan *queries*, *impression*, dan peringkat dari kata kunci-kata kunci pada epoxynesia.com. Mayoritas pengunjung dari epoxynesia.com adalah pengunjung dari daerah Jakarta. Berdasarkan Google Analytics 19,6% merupakan pencari dari daerah Jakarta. Gambar 6.22 merupakan pie chart Google Analytics mengenai lokasi pengunjung epoxynesia.com



Gambar 6.22 Pie Chart Lokasi Pengunjung Epoxynesia.com

6.2.3.1 Visitor

Berdasarkan Google Analytics, kunjungan pada bulan Oktober 2020 adalah 8 kunjungan. Angka ini mulai naik pada bulan November 2020 sebesar 58 pengunjung. Kenaikan pengunjung didapatkan karena terdapat halaman yang mendapatkan peringkat pada top 10 Google untuk beberapa kata kunci. Halaman tersebut adalah epoxynesia.com/cara-mencampur-epoxy-dengan-tiner/. Data ini selaras dengan yang ditampilkan pada Google Search Console bahwa terdapat *clicks* yang juga meningkat. Gambar 6.23 merupakan peningkatan pada tiap bulannya terhadap visitor berdasarkan Google Analytics.

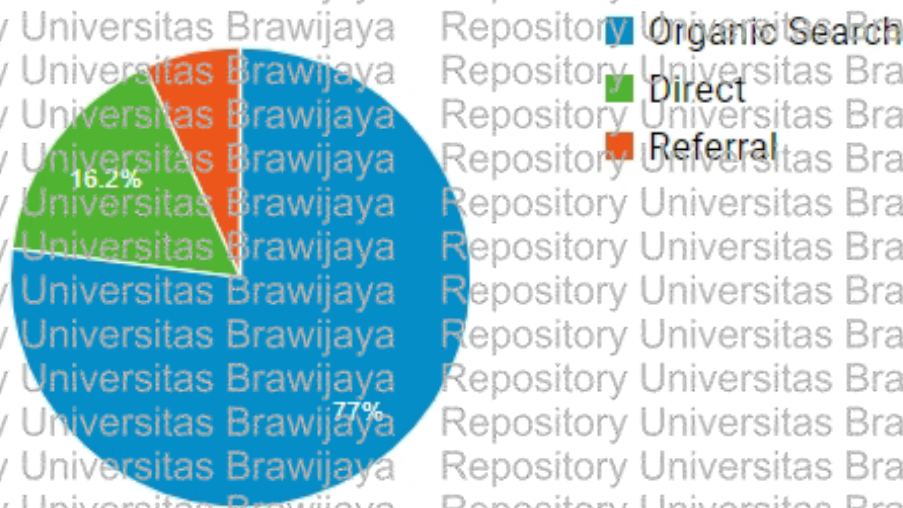


Gambar 6.23 Visitor Epoxynesia.com dari Oktober 2020 hingga Februari 2021



6.2.3.2 Channels

Top Channels



Gambar 6.24 Distribusi *Traffic Channels* pada *Epoxynesia.com*

Selain itu, persentase sumber pengunjung berdasarkan Google Analytics yang terbesar adalah *organic search* dengan persentase 77%. Persentase ini diikuti oleh *direct* 16.2%, dan *referral* 8.8%. Persentase tersebut ditunjukkan oleh gambar 6.24. Persentase pada *organic search* tersebut merupakan persentase pengunjung yang berasal dari mesin pencari sebagai hasil dari optimasi SEO.

BAB 7 PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Implementasi *Marketing Automation* Menggunakan Metode *Search Engine Optimization* (SEO) *on page* dan *off page* pada *Website* Berbasis *Content Management System* (CMS) pada PT. Eltama Prima Indo, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis SEO yang terdiri dari analisis *website*, analisis kata kunci, analisis SEO *on page*, analisis SEO *off page*, dan analisis kompetitor diketahui bahwa terdapat beberapa implementasi SEO *on page* dan *off page* yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan pada *epoxynesia.com*. Berdasarkan analisis *website* dengan tujuan mengetahui reputasi *website* berdasarkan *tools* Ahrefs dan Moz, *epoxynesia.com* mendapatkan skor yang reputasi rendah, yakni *domain rating* 0, *URL rating* 0, *domain authority* 1, dan trafik 0 (nol) pada tanggal 12 s.d 18 Oktober 2020. Sementara itu, berdasarkan analisis kata kunci terdapat berbagai kata kunci yang dapat diimplementasikan pada *epoxynesia.com* baik *transactional* maupun *informational*. Perbedaan dari kedua tipe kata kunci ini adalah kompetisi kata kunci *transactional* lebih kompetitif dibandingkan kata kunci *informational*. Lalu, analisis SEO *on page* yang ditujukan untuk menilai implementasi SEO yang telah diterapkan pada *epoxynesia.com* didapatkan bahwa terdapat 8 dari 10 poin implementasi SEO *on page* yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan. Delapan dari sepuluh poin implementasi tersebut, yakni *sitemap.xml*, *pagespeed*, *title tag*, *meta tag*, *URL*, *heading tag*, *ALT text*, dan *internal link*. Kemudian dilanjutkan dengan analisis SEO *off page* yang menunjukkan bahwa belum terdapat *website* lain yang memberikan rujukan pada *epoxynesia.com*, baik berdasarkan Ahrefs maupun Google Search Console. Sementara itu, analisis kompetitor menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang cukup jauh antara *epoxynesia.com* dengan rata-rata metrik dari kompetitor. Analisis kompetitor menunjukkan rata-rata kompetitor telah berusia 25 bulan, *domain rating* 22, *URL rating* 29, *domain authority* 17, dan *referring domain* 149. Data tersebut memberikan petunjuk bahwa kompetitor merupakan kompetitor yang kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan implementasi SEO *on page* dan *off page* bagi *epoxynesia.com* untuk bisa bersaing terhadap kompetitor-kompetitor tersebut.

2. Berdasarkan hasil analisis tersebut, maka dilakukan perancangan dan implementasi SEO *on page* dan *off page*. Setelah dilakukan implementasi SEO secara umum terdapat peningkatan berbagai metrik yang pada tahap analisis SEO menunjukkan angka cukup rendah. Pengujian pada 28 Februari dan 1 Maret 2021 menunjukkan terdapat peningkatan pada *domain rating* dari 0 ke 31, *URL rating* dari 0 ke 8, *domain authority* dari 1 ke 14, *referring domain* dari 0 ke 23, dan trafik dengan total dari 0 (Oktober 2020) ke 664 (Februari 2021). Sementara itu, berdasarkan SEO KPIs terdapat peningkatan pada *performance* (*query*, *impression*, dan *clicks*), *visitor* (*unique visitors*, *pageviews*, dan *organic search*), serta peringkat kata kunci pada Oktober 2020 hingga Februari 2021.



Performance pada Google Search Console menunjukkan peningkatan pada *query*, *impression*, dan *clicks* di tiap bulannya. Pada Oktober 2020, epoxynesia.com mendapatkan 11 *queries*, 58 *impression*, dan 2 *clicks*. Setelah dilakukan implementasi pada bulan Oktober hingga Februari, *performance* tertinggi didapatkan pada Februari 2021, yakni 77 *queries*, 3.260 *impression*, dan 244 *clicks*. Sementara itu, *visitor* berdasarkan Google Analytics juga mengalami peningkatan. Pada Oktober 2020, epoxynesia.com mendapatkan 8 *visitor* saja. Setelah implementasi pada Oktober 2020 hingga Februari 2021, epoxynesia.com mendapatkan *visitor* tertinggi pada Februari 2021 dengan total 280 *visitor* dengan persentase 90,6% *new visitor* dan 9,4% *returning visitor*. KPIs berikutnya adalah peringkat kata kunci *transactional* dan *informational* yang fluktuatif. Kata kunci *transactional* “jasa epoxy lantai” mendapatkan peringkat tertinggi, yakni 62 pada 3 November 2020. Sementara itu, kata kunci “jasa epoxy lantai jakarta” mendapatkan peringkat tertinggi, yakni 44 pada 1 Februari 2021. Adapun kata kunci *informational* lebih kompetitif bersaing di Google, seperti data pada 1 Maret 2021 untuk kata kunci “perbedaan epoxy primer dan epoxy surfacer” peringkat 4, “cara mencampur epoxy” peringkat 1, “apa itu hardener epoxy” peringkat 23, “epoxy multilayer” peringkat 11, “keunggulan dan kelemahan epoxy” peringkat 4, “cara menggunakan epoxy” peringkat 3, dan “manfaat epoxy pada lantai” peringkat 75.

7.2 Saran

Adapun saran penelitian untuk penelitian berikutnya dengan topik *marketing automation* menggunakan metode SEO pada *website* epoxynesia.com, diantaranya:

1. Melakukan penelitian dengan menggunakan metode SEO *off page* menggunakan *review blogger*, *guest post*, dan media berita. Penelitian ini ditujukan untuk meningkatkan *quality of webpages* epoxynesia.com di *search engine*, Google. Dengan meningkatkan *quality of webpages* tersebut potensi peningkatan peringkat kata kunci dan SEO KPIs lainnya akan lebih tinggi.
2. Melakukan penelitian dengan menggunakan metode *technical SEO* yang salah satunya untuk menyesuaikan *website* dengan algoritma Google, yakni *Core Web Vitals*. Analisis pada penelitian berikut dapat dilakukan dengan menggunakan Chrome User Experience Report, PageSpeed Insight, atau Google Search Console untuk meningkatkan skor *Largest Contentful Paint* (LCP), *First Input Delay* (FID), dan *Cumulative Layout Shift* (CLS) menjadi lebih baik.



DAFTAR REFERENSI

- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Johannesson, P. & Perjons, E., 2014. *An Introduction to Design Science*. New York: Springer.
- Salim, Haidar., 2019. *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, dan Jenis*. Jakarta: Kencana
- Yuhelizar, Mooduto, H.A. & Hidayat, R., 2015. *CMM Website Interaktif MCMS Joomla (CMS)*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Astono, Rianto., 2017. *The Book of SEO*. Palembang: Gaptex Indo Media.
- Nasirudin, Widardjo., Munin., 2012. *Blueprint Bisnis Online Ekspansi ke Bisnis Online dengan Mudah dan Aman*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Helianthusonfri, Jefferly., 2013. *Praktis dan Mudah Mendesain Website*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Buttle, Francis., 2009. *Customer Relationship Management Concepts and Technologies*. USA: Elsevier.
- Schwartz, Eli., 2021. *Product Led SEO: The Why Behind Building Your Organic Growth Strategy*. USA: Houndstooth Press.
- Datareportal.com, 2020. *Digital 2020: Indonesia*. [online] Tersedia di: <<https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>> [Diakses 2 September 2020]
- Brightedge Research, 2019. *Channel Report 2019*. [online] Tersedia di: <https://videos.brightedge.com/research-report/BrightEdge_ChannelReport2019_FINAL.pdf> [Diakses 2 September 2020]
- Sweezy, Mathew., 2014. *Marketing Automation For Dummies*. [e-book] Hoboken: John Wiley & Sons, Inc. Tersedia di: Google Books <<https://books.google.co.id/books?id=IAMrAwAAQBAI>> [Diakses 21 September 2020]
- Jones, Kristopher B., 2008. *Search Engine Optimization: Your Visual Blueprint for Effective Internet Marketing*. [e-book] Indianapolis: Wiley Publishing, Inc. Tersedia di: Google Books <<https://books.google.co.id/books?id=VnJD2Mv59rcC>> [Diakses 22 September 2020]
- Netmarketshare.com. *Search Engine Market Share*. [online] Tersedia di: <<https://netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx>> [Diakses 21 September 2020]



Hardwick, Joshua., 2020. *What are SERPs? Search Engine Results Pages Explained.* [online] Tersedia di: <<https://ahrefs.com/blog/serps/>> [Diakses 21 September 2020]

Google, 2020. *Search Engine Optimization (SEO) Starter Guide.* [online] Tersedia di: <<https://support.google.com/webmasters/answer/7451184>> [Diakses 21 September 2020]

Nazar, Najam. , 2009. *Exploring SEO Techniques for Web 2.0 Websites.* S2. Chalmers University of Technology. Tersedia di: <<https://odr.chalmers.se/bitstream/20.500.12380/96559/1/96559.pdf>> [Diakses 22 September 2020]

Babu, S., 2012. *Indian Journal of Computer Science and Engineering (IJCSSE). Relevance of Search Engine Optimization in Promoting Online Business.* [online] Tersedia di: <<https://core.ac.uk/download/pdf/25840377.pdf>> [Diakses 22 September 2020]

Bai, et al., 2014. *Procedia Computer Science. Analysis and Detection of Bogus Behavior in Web Crawler Measurement.* [online] Tersedia di: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050914005407>> [Diakses 21 September 2020]

Ledford, J.L., 2015. *Search Engine Optimization Bible.* [e-book] Indianapolis: John Wiley & Sons. Tersedia di: Google Books <<https://books.google.co.id/books?id=2Gz-CAAQBAI>> [Diakses 24 September 2020]

Tonkin, S., Whitmore, C. and Cutroni, J., 2011. *Performance Marketing with Google Analytics: Strategies And Techniques For Maximizing Online ROI.* [e-book] Indianapolis: John Wiley and Sons. Tersedia di: Google Books <<https://books.google.co.id/books?id=9Kb2MNCtKTMC>> [Diakses 24 September 2020]

Pratomo, Adi., et al., 2018. *Jurnal Impact : Implementation and Action. Optimasi E-Commerce dengan Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UKM Nida Sasirangan.* [online] Tersedia di: <<https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/impact/article/view/615/604>> [Diakses 17 Oktober 2020]

Setiawan, Agus., et al., 2020. *CommIT (Communication & Information Technology) Journal. The Optimization of Website Visibility and Traffic by Implementing Search Engine Optimization (SEO) in Palembang Polytechnic of Tourism.* [online] Tersedia di: <<https://journal.binus.ac.id/index.php/commit/article/view/5953/3825>> [Diakses 17 Oktober 2020]

Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D., 2014. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications. Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet.*



[online] Tersedia di:
<<https://journal.binus.ac.id/index.php/comtech/article/view/2363/1789>>
[Diakses 17 Oktober 2020]

Himawan, H., Arisantoso, A., & Saefullah, A., 2017. *Prosiding SNATIF. Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO untuk Meningkatkan Peringkat dan Trafik Kunjungan Website*. [online] Tersedia di:
<<https://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1451/988>> [Diakses 17 Oktober 2020]

Hayaty, M., & Meylasari, D., 2018. *Jurnal Informatika. Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi*. [online] Tersedia di:
<<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ji/article/view/4027/pdf>> [Diakses 17 Oktober 2020]

Babu, S., 2019. *Indian Journal of Computer Science and Engineering (IJCSE). Relevance of Search Engine Optimization in Promoting Online Business*. [online] Tersedia di: <<https://core.ac.uk/download/pdf/25840377.pdf>> [Diakses 17 Oktober 2020]

Mayrdis, T., & Symeonidis, A. L., 2015. *Engineering Applications of Artificial Intelligence. Identifying Valid Search Engine Ranking Factors in a Web 2.0 and Web 3.0 Context for Building Efficient SEO Mechanisms*. [online] Tersedia di:
<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0952197615000329>> [Diakses 17 September 2020]

Kumar, R., & Saini, S., 2011. *International Journal of Computer Science, Engineering and Information Technology (IJCSEIT). A Study On SEO Monitoring System Based On Corporate Website Development*. [online] Tersedia di:
<<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.207.5383&rep=rep1&type=pdf>> [Diakses 17 September 2020]

Moz, 2020. *Domain Authority*. [online] Tersedia di:
<<https://moz.com/learn/seo/domain-authority>> [Diakses 17 November 2020]

Whatsmyserp, 2020. *Google SERP & Rank Checker*. [online] Tersedia di:
<<https://whatsmyserp.com/serp-check>> [Diakses 17 November 2020]

Koval, Vlad., 2020. *What's the Difference Between Referring Domains and Backlinks?*. [online] Tersedia di:
<<https://help.ahrefs.com/en/articles/2791107-what-s-the-difference-between-referring-domains-and-backlinks>> [Diakses 26 Desember 2020]

Google, 2020. *Make your web pages fast on all devices*. [online] Tersedia di:
<<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>> [Diakses 26 Desember 2020]



Shepard, Cyrus., 2016. *301 Redirects Rules Change: What You Need to Know for SEO*. [online] Tersedia di: <<https://Moz.com/blog/301-redirection-rules-for-seo>> [Diakses 28 Desember 2020]

Google, 2010. *Google Search Engine Optimization Starter Guide*. [online] Tersedia di: <<https://static.googleusercontent.com/media/www.google.dk/en/dk/webmasters/docs/search-engine-optimization-starter-guide.pdf>> [Diakses 18 April 2021]

Google, 2020. *Search Quality Evaluator Guidelines*. [online] Tersedia di: <<https://static.googleusercontent.com/media/guidelines.raterhub.com/en/searchqualityevaluatorguidelines.pdf>> [Diakses 18 April 2021]

Google, 2021. *How Search Works (for beginners)*. [online] Tersedia di: <<https://developers.google.com/search/docs/basics/how-search-works>> [Diakses 18 April 2021]

Google, 2019. *Speed is now a landing page factor for Google Search and Ads*. [online] Tersedia di: <<https://developers.google.com/web/updates/2018/07/search-ads-speed>> [Diakses 3 Mei 2021].

Dewanjee, Sumit., 2020. *The Mobile-First SEO*. [online] Tersedia di: <https://www.google.co.id/books/edition/The_Mobile_First_SEO/wvX4DwAAQBAJ> [Diakses 3 Mei 2021]

Google, 2021. *Mobile-Friendliness Getting Started*. [online] Tersedia di: <<https://developers.google.com/search/mobile-sites/get-started>> [Diakses 3 Mei 2021]

Ahrefs, 2021. *What is Ahrefs.com?*. [online] Tersedia di: <<https://help.ahrefs.com/en/articles/78203-what-is-ahrefs-com>> [Diakses 4 Mei 2021]

Google, 2021. *About Search Console*. [online] Tersedia di: <<https://support.google.com/webmasters/answer/9128668>> [Diakses 4 Mei 2021]

Google Analytics, 2018. *Google Analytics Get The Insights You Need*. [online] Tersedia di: <https://services.google.com/fh/files/misc/analytics_product_overview.pdf> [Diakses 4 Mei 2021]