

IMPLEMENTASI TEKNIK SEO DALAM MENINGKATKAN TRAFFIC SERP PADA WEB STUDI KASUS (KOPERASI SYARIAH BMI)

Fithri Wulandari¹, Taufik Hidayat², Hanifatul Riskiya Lubis³, Rifal Multiansyah⁴
^{1,2,3,4}Program Studi Bisnis Digital, Universitas Cendekia Abditama, Jln. Islamic Raya, Kelapa

Dua, Kabupaten Tangerang – Provinsi Banten

¹fithri@uca.ac.id, ²taufikhidayat@uca.ac.id, ³hanifatulriskiya@uca.ac.id,
⁴rivalmultiansyah119@gmail.com

Abstract

Benteng Micro Indonesia Sharia Cooperative or abbreviated as Kopsyah BMI. Kopsyah BMI is a sharia microfinance institution that is committed to improving community welfare through various sharia financial products and services. One of the services offered by Kopsyah BMI is the management of ZISWAF (Zakat, Infaq, Alms and Waqf) funds. The use of a website to promote a service available at ZISWAF is considered ineffective, because the website has not been able to reach first place in the search engine results page or SERP. In fact, it is difficult for search engines to find it because there are so many competing websites that already exist. So it affects the number of visitors to the website. The research method that will be used in this research is the SDLC (system Development Life Cycle) method. This SDLC method is a method used to develop a system or technique which consists of stages including planning, analysis, design, implementation, testing, evaluating (maintenance) stages. This research produces and increases SERP traffic on the Ziswaf website which has been optimized using SEO technique and has been tested. This research aims to implement SEO techniques on the Ziswaf website, Benteng Mikro Indonesia Sharia Cooperative. In implementing SEO techniques, the main focus is on On Page SEO and Off Page SEO techniques.

Keyword: SEO On Page, SEO Off Page, SERP

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dunia yang semakin pesat sekarang ini menjadi kebutuhan masyarakat yang paling utama, khususnya dalam mencari kebutuhan informasi yang mudah hanya dengan mengakses internet. Dalam mempermudah pencarian situs pada *website* disetiap orang yang mencari kebutuhan informasi, maka diperlukan sebuah *search engine* atau mesin pencari. Terdapat beberapa mesin pencari yang biasa digunakan untuk mencari dan mendapatkan informasi diantaranya yang paling populer dan paling banyak digunakan adalah Google. Google dapat mencari dan mengumpulkan data informasi tersebut berdasarkan kesesuaian kata kunci (*keyword*) yang dimasukkan. Website seringkali digunakan dalam memasarkan suatu produk atau layanan secara online. Penggunaan *website* atau *e-commerce* dalam memasarkan suatu produk atau layanan terbilang cukup efektif, dimana biaya yang dibutuhkan lebih murah juga jangkauannya bisa diperluas ke seluruh dunia. Penjualan melalui *website* akan lebih efektif jika didukung dengan strategi promosi yang baik. Tidak semua *website* bisa mencapai urutan pertama (peringkat) pada hasil pencarian atau *search engine result page* (SERP). Faktanya, mesin pencari sulit menemukannya karena banyaknya website pesaing yang sudah ada. Sehingga mempengaruhi jumlah pengunjung website tersebut.

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar *website* yang sudah dibuat berada di peringkat teratas atau halaman pertama (*first page*) sebuah halaman mesin pencari (Halilintar & Ariyus, 2018). Penerapan teknik SEO merupakan salah satu teknik yang dilakukan dalam meningkatkan peringkat pada hasil pencarian (SERP) mesin pencari halaman pertama sehingga dapat meningkatkan juga jumlah pengunjung dan calon pembeli. Untuk itu penerapan teknik SEO ini diharapkan dapat membangun sebuah sistem yang sangat penting diantaranya meningkatkan

lalu lintas organik, meningkatkan konversi, membangun *brand awareness*

Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia atau disingkat dengan Kopsyah BMI. Kopsyah BMI merupakan lembaga keuangan mikro syariah yang berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai produk dan layanan keuangan syariah. Salah satu layanan yang ditawarkan Kopsyah BMI adalah pengelolaan dana ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf). Penggunaan website dalam mempromosikan suatu layanan yang tersedia pada ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) masih terbilang kurang aktif. Sebagai lembaga pengelolaan amil zakat Kopsyah BMI, dimana BMI turut serta dalam memanfaatkan perkembangan teknologi khususnya untuk website ZISWAF. Website yang merupakan salah satu media online yang dapat digunakan sebagai alat promosi dan penjualan. Dikarenakan hal tersebut Kopsyah BMI, khususnya pengguna layanan ZISWAF berupaya meningkatkan jumlah donatur yang bisa dilakukan secara online dan bersyiar kebaikan secara online. Website yang telah dimiliki oleh Kopsyah BMI, khususnya *website* ZISWAF masih terbilang cukup baru dan terbilang belum efektif dalam melakukan kegiatan berdonasi secara online. Dalam hal ini *website* belum bisa mencapai urutan pertama pada hasil pencarian atau *search engine result page* (SERP). Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan teknik SEO pada website Ziswaf Koperasi Syariah Benteng Mikro Indonesia. Dalam penerapan teknik SEO, fokus utama adalah pada teknik SEO On Page dan SEO Off Page

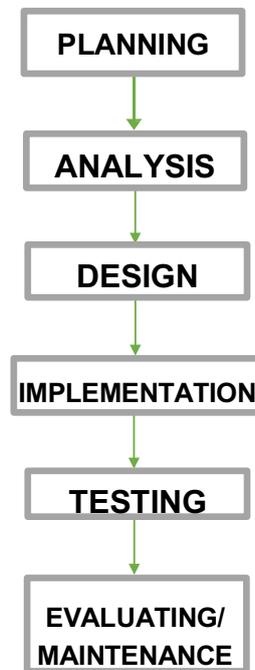
Dengan latar belakang yang ada, maka dianggap memerlukan penerapan teknik SEO dalam websitenya. Teknik yang akan digunakan adalah teknik SEO *On Page* dan SEO *Off Page*. Menurut Nazar (2013) Teknik SEO *On Page* adalah suatu teknik mengoptimalkan website dengan menerapkan beberapa dasar kata kunci yang ditargetkan kedalamnya. Menurut Indra (2013) Teknik SEO *Off Page* yaitu dengan cara dilakukan diluar situs dan berfokus pada *backlink*, yaitu mencantumkan *link* website Ziswaf pada *website* lain yang sering dikunjungi oleh pengguna internet. Dengan menerapkan teknik SEO pada *website* yang dimiliki oleh Ziswaf diharapkan mampu membuat website semakin cepat terindex oleh mesin pencari. Oleh karena itu permasalahan ini diangkat sebagai bahan Penelitian dengan judul “Implementasi Teknik SEO dalam meningkatkan Traffic SERP pada Web Studi Kasus (Koperasi Syariah BMI).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode SDLC (*system Development Life Cycle*), dimana tahapan ini terdiri dari tahapan *planning, analysis, design, implementation, testing, evaluating (maintenance)*. Berikut merupakan penjabaran tahapan lebih lanjut, yaitu:

- a. Tahapan *planning* yaitu dimulai dengan membuat perencanaan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan SERP mulai dari melakukan observasi dan studi literatur,
- b. Tahapan *analyze* yaitu melakukan analisa untuk mengidentifikasi permasalahan yang bisa diperbaiki dalam rangka meningkatkan traffic SERP diantaranya melakukan analisa kompetitor, analisa S.W.O.T dan analisa riset kata kunci.
- c. Tahapan *design* yaitu dimana pada tahap ini adalah tahapan perancangan teknik- teknik SEO berdasarkan analisa analisa identifikasi masalah dan studi literatur yang telah dilakukan.
- d. Tahapan *implementation* yaitu dimana menerapkan rancangan teknik-teknik SEO *website* berdasarkan dari perancangan strategi yang sudah dibuat
- e. Tahapan *testing* atau pengujian dilakukan untuk mencari keberhasilan dari penerapan teknik SEO berdasarkan perancangan strategi yang dilakukan
- f. Tahapan *evaluating* yaitu tahapan pengukuran untuk mengevaluasi dan *maintenance* secara terus menerus agar mendapatkan hasil yang lebih baik

Berikut bagan yang menggambarkan tahapan *planning, analysis, design, implementation, testing, evaluating (maintenance)*.



Gambar 1. Alur Penelitian

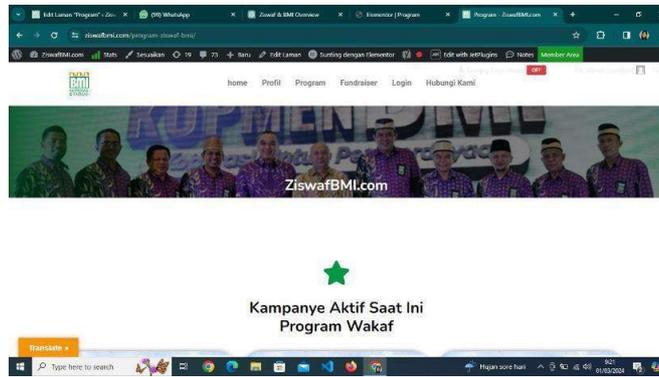
Perancangan dalam meningkatkan *traffic* SERP agar dapat mengoptimalkan posisi *website* untuk tetap berada dihalaman pertama yaitu dengan menggunakan metode SEO *On Page* dan SEO *Off Page*.

1. Metode Perencanaan (*planning*)

Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan dengan cara melakukan studi kasus langsung ke Kopsyah BMI. Identifikasi masalah yang ditemukan pada *website* Ziswaf yaitu penggunaan *website* dalam mempromosikan suatu layanan yang tersedia pada ZISWAF (Zakat, Infaq, Sedekah, dan Wakaf) masih terbilang kurang aktif. Khususnya *website* ZISWAF masih terbilang cukup baru dan terbilang belum efektif dalam melakukan kegiatan berdonasi secara *online*. *Website* ZISWAF belum bisa mencapai urutan pertama pada hasil pencarian atau *search engine result page* (SERP). Tahapan selanjutnya yaitu pengumpulan data, peneliti melakukan studi literatur agar mendapatkan teori dan referensi yang relevan terkait penelitian. Pada tahapan ini juga dilakukan pengamatan langsung terhadap *website* Ziswaf sebelum adanya penerapan SEO dan sesudah adanya penerapan SEO pada *website*.

2. Metode Analisa (*analyze*)

Setelah mendapatkan data dan observasi yang akurat, Langkah berikutnya dilakukan tahapan analisa untuk memecahkan permasalahan dalam rangka meningkatkan *traffic* SERP. Tahapan awal yang dilakukan adalah mencoba menganalisa dari tampilan awal *website*, Berikut dibawah adalah tampilan awal web ziswaf



Gambar 2. Landing Page

Setelah melihat tampilan *webite* awal ziswaf, penulis mencoba menganalisa S.W.O.T dari website tersebut dan berikut adalah tabel hasil dari analisanya: **Analisa S.W.O.T**

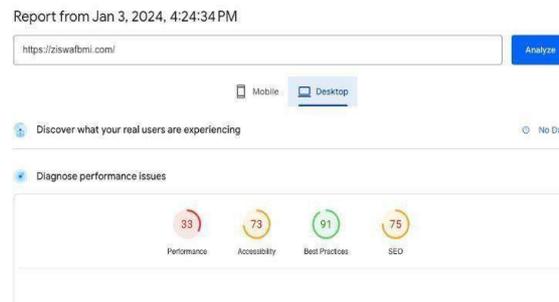
Tabel 1. Analisa SWOT

NO	INDIKATOR	POINT-POINT PENJELASAN
1	<i>Strength</i> (kekuatan)	Menawarkan untuk semua kalangan menengah hingga ke atas dan biaya lebih murah hanya seribu untuk bersedekah Berdonasi bisa melalui <i>Virtual account</i> semua Bank tersedia Konten yang informatif dan edukatif, Website Ziswaf Benteng Mikro Indonesia menyediakan informasi yang lengkap dan mudah dipahami tentang zakat, infak, sedekah dan wakaf
2	<i>Weakness</i> (kelemahan)	Tampilan <i>landing page</i> masih standar harus diberikan fitur yang menarik Performa (Situs web) saat loading yang lama bisa membuat pengunjung bosan terlalu lama tunggu hingga selesai untuk memilih kembali ke hasil penelusuran Google <i>Meta title website</i> tidak mengandung kata kunci yang relevan dengan target <i>audience website</i> Website yang memiliki banyak gambar dengan <i>file name</i> dan <i>alt text</i> yang tidak sesuai gambar Belum ada artikel sama sekali, sehingga tidak terdapat <i>engagement</i> secara baik
3	<i>Opportunities</i> (peluang)	Menciptakan optimasi SEO secara rutin agar tetap jalan <i>trafficya</i> Menambahkan banyak artikel agar dapat dilakukan <i>engagement</i> terhadap <i>link</i> pada media sosial lainnya
4	<i>Threats</i> (Ancaman)	Pencapaian tujuan yang membutuhkan waktu lama dalam menjalankan optimasi SEO secara organik

Kesimpulan dari hasil analisa S.W.O.T diatas, terdapat beberapa kekurangan yang harus diatasi pada *website* ziswaf, diantaranya:

- (1) Tampilan *landing page* masih standar harus diberikan fitur yang menarik. Untuk tampilan *landing page* bisa kita lihat pada gambar 3.4 *Landing Page*

- (2) Performa (Situs web) saat loading yang lama bisa membuat pengunjung bosan terlalu lama tunggu hingga selesai untuk memilih kembali ke hasil penelusuran Google



Gambar 3. Before Pagespeed

Pada gambar diatas menjelaskan analisa *website* menggunakan analitik *pagespeed insight* yang membaca laporan diagnose ada 4 isu yang dibahas yaitu Performa, Aksesibilitas, Praktek Terbaik dan SEO.

- (a) *Performance*
Performa terkait hasil dari performa website perusahaan baik dalam hal kecepatan dan juga optimasi secara keseluruhan. Kecepatankinerja situs web sangat penting untuk pengoptimalan padaperforma. (bisa dilihat *diagnose performance* rendah sebesar 33). Situs web dengan waktu *loading* yang lama bisa membuatpengunjung bosan terlalu lama tunggu hingga selesai untuk memilih kembali ke hasil penelusuran Google, sehingga hal seperti ini tidak baik untuk reputasi situs web
 - (b) *Accesibility*
Aksesibilitas tekait untuk mengukur seberapa baik kemudahan akses yang dimiliki *website* untuk pengunjungnya (bisa dilihat *diagnose acessibility* stabil sebesar 73)
 - (c) *Best Practise*
Praktek Terbaik (*best practise*) terkait untuk mengukur seberapa baik website perusahaan mematuhi praktik pengembangan *website* dari Google (bisa dilihat *diagnose* terbilang stabil sebesar 91)
 - (d) *Search Engine Optimization*
- (3) *Meta title website* tidak mengandung kata kunci yang relevan dengan target *audience website*

```

line wrap
1 <!DOCTYPE html>
2 <html lang="id">
3 <head>
4 <meta charset="UTF-8">
5 <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1">
6 <link rel="profile" href="https://gmpg.org/xfn/11">
7 <title>ZiswafBMI.com &#8211; Raih Berkah Dunia Akhirat</title>
8 <style>
9 #wpadminbar #wp-admin-bar-vtrts_free_top_button .ab-icon:before {
10 content: "\f185";
11 color: #1DAE22;
12 top: 3px;
13 }
14 </style>
15 <script src="https://kit.fontawesome.com/eefaa3dbe5.js" crossorigin="anonymous">
16 jQuery(document).ready(function($){
17 $.confirm.input().on("input", function(){
18 if($(this).val().length==$(this).attr("maxlength")){
19

```

Gambar 4. Meta Title

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa Meta title website tidak menjualhanya nama situs saja dan tidak mengandung kata kunci yang relevan dengan target *audience website* dengan target *audience website* ziswaf dan harus lebih spesifik, yaitu:

<title>ZiswafBMI.com – Raih Berkah Dunia Akhirat</title>

- (4) Website yang memiliki banyak gambar dengan file name dan alt text yang tidak sesuai gambar



Gambar 5. Alt Text

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa *website* yang memiliki banyak gambar dengan *file name* dan *alt text* yang tidak sesuai gambar akan dianggap sebagai berkualitas rendah atau bisa dibilang *spam* oleh mesin pencari.

- (5) Belum ada artikel sama sekali, sehingga tidak terdapat *engagement* secara baik

Analisa Kompetitor

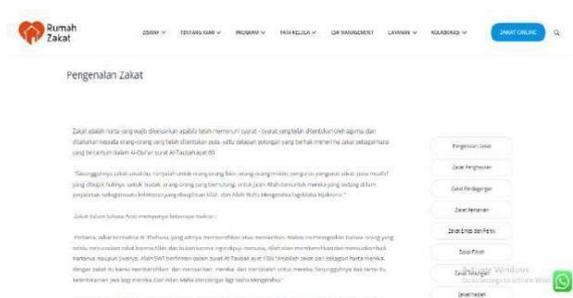
Setelah melihat tampilan *website* awal *ziswaf*, penulis juga mencoba menganalisa Kompetitor dari *website* tersebut dan berikut adalah tabel hasil dari analisisnya

- (1) Analisa Dompot Dhuafa



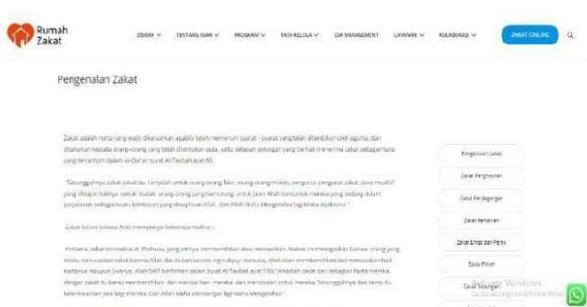
Gambar 6. Analisa Kompetitor Dompot Dhuafa

- (2) Analisa Pelopor Kepedulian



Gambar 7. Analisa Kompetitor Pelopor Kepedulian

- (3) Analisa Rumah Zakat



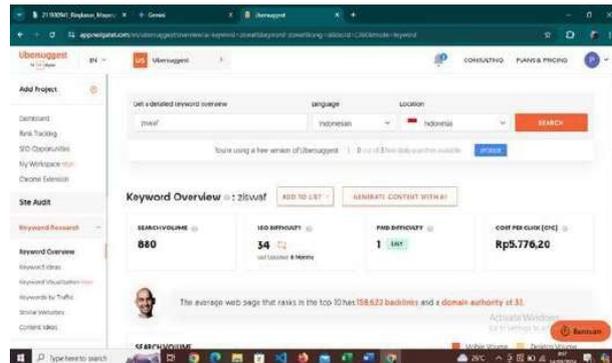
Gambar 8. Analisa Rumah Zakat

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa banyaknya pesaing yang menduduki posisi teratas pada mesin pencari dengan *keyword* yang telah ditentukan dan artikel SEO yang informatif. Oleh karena itu *ziswaf* bmi harus meriset *keyword* yang relevan dan analisa SWOT

agar mengetahui kelebihan dan kekurangan *website* www.ziswafbmi.com tersebut.

Analisa riset kata kunci

(1) *Ubersuggest*



Gambar 9. Tools Ubersuggest

Tools untuk menentukan artikel yang pertama adalah *Ubersuggest*, yaitu alat untuk mencari kata kunci yang sedang populer pada saat yang sama di Internet. Tentu saja tujuan *ubersuggest* adalah untuk mengembangkan strategi pemasaran, khususnya untuk penulisan artikel ini. Melalui *tools* ini penulis mencari tahu kata kunci apa yang bisa penulis jadikan konsep artikel ini dan penulis menganalisis riset kata kunci dari kompetitor.

3. Metode Perancangan (*design*)

Pada tahapan ini maka selanjutnya dilakukan perancangan sistem/teknik SEO pada website Ziswaf yang perlu dioptimalkan sehingga diperlukan rancangan Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) agar mempermudah peneliti mengetahui proses yang berjalan pada wensite. Perancangan untuk pengoptimalan *website* Ziswaf agar bisa terindeks pada halaman pertama mesin pencari (SERP) dengan menggunakan teknik SEO, diantaranya:

Teknik SEO On Page

SEO *On-page* adalah praktek SEO untuk mengoptimalkan konten yang diterbitkan. Langkah-langkah optimasi SEO *on-page* fokus pada faktor-faktor di dalam konten. Untuk meningkatkan kualitas konten sehingga menjadi lebih mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca *website* atau *blog*. Teknik *on-page* SEO termasuk optimasi *page title*, *meta description*, *content website*, dan *website structure*.

Dalam proses mengimplementasikan SEO *on-page* yang akan dilaksanakan pada *website* Ziswaf, maka dilakukan melalui beberapa tahapan dalam optimasi. Proses dilakukan saat membuat artikel atau halaman yang akan dioptimasi. Hal-hal yang dilakukan pada teknik SEO *On Page* adalah (A. Riyanto, 2018):

Tabel 2. Teknik SEO *On Page*

No.	Nama Kegiatan	Hasil Ukuran
1.	Optimasi judul konten (<i>Title Tag</i>)	Memberikan penyisipan kata kunci pada judul halaman website
2.	<i>Meta Keyword</i> and <i>Description</i>	Membuat deskripsi serangkaian kalimat mewakili halaman dan membuat kata kunci yang dibaca oleh mesin pencari
3.	Optimasi Gambar (<i>Heading Tag</i>)	Gambar mempunyai ukuran kecil agar ringan diakses dan terdapat <i>alt text description</i> yang mengandung kata kunci

4	Optimasi slug URL (<i>URL Structure</i>)	URL singkat dan memuat kata kunci
5	Optimasi <i>Anchor Text</i>	Menyiapkan <i>internal link</i> maupun <i>external link</i> pada konten agar struktur URL pada website bisa dipahami oleh mesin pencari
6	Optimasi Isi Konten (<i>Content</i>)	Mengandung isi konten yang menarik, mengandung kata kunci dan berisi minimal 300 kata

Teknik SEO Off Page

Dalam proses mengimplementasikan SEO *Off Page* yang dilaksanakan pada *website* Ziswaf dilakukan melalui beberapa tahapan dalam optimasi. Proses dilakukan dengan beberapa tahapan cara diantaranya:

Tabel 3. Teknik SEO *Off Page*

No.	Nama Kegiatan	Hasil Ukuran
1.	Optimasi <i>Link/Back link</i>	Menghubungkan <i>link/backlink</i> agar terdapat <i>engagement</i> pada media Social
2	Optimasi <i>Instagram Ads</i>	Menggunakan berbagai platform media sosial diantaranya <i>Instagram ads</i> karena secara sistem algoritma <i>google</i> Instagram merupakan <i>website</i> besar yang telah diakui eksistensinya
3	Optimasi <i>Google My Business</i>	Tools yang disediakan <i>google</i> untuk membantu bisnis mendapat listingan <i>google</i> secara gratis
4	Optimasi <i>Pagespeed</i>	Melakukan uji skor dari <i>pagespeed</i> untuk mengukur strategi yang sudah dibuat apakah <i>website</i> sudah berhasil dioptimasi
5	Optimasi Statistik pengunjung pada <i>website</i>	Melakukan pengecekan langsung dari <i>website</i> statistik terkait peningkatan visitor atau pengunjung pada <i>website</i>
6	Analisa parameter dari SEO dan SERP	Melakukan pengecekan langsung dari mesin pencari terkait <i>keyword</i> dari halaman mesin pencari apakah sudah mengalami peningkatan pada halaman satu <i>google</i>

4. Metode Implementasi (*implementation*)

Teknik SEO On Page

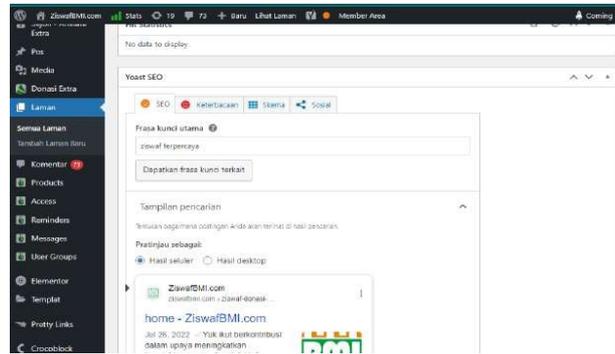
Penerapan dan pengimplementasian SEO *On Page* meliputi beberapa hal diantaranya:

a. Optimasi judul konten (*Title Tag*)

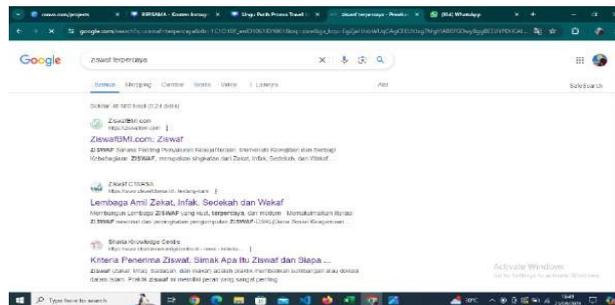
Untuk meningkatkan kualitas konten sehingga menjadi lebih mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca *website* atau *blog* maka dilakukan teknik optimasi penyisipan *keyword* pada judul halaman, berikut *website* Ziswaf sudah berhasil mengimplementasikan SEO Pada Laman HOME dengan Menggunakan

Before Title tag: Keyword “Ziswaf terpercaya” (28 Maret 2024)

After Title Tag: implementasi SEO dengan Keyword “Ziswaf Terpercaya” Sudah cukup meningkat berada di posisi teratas (26 April 2024)



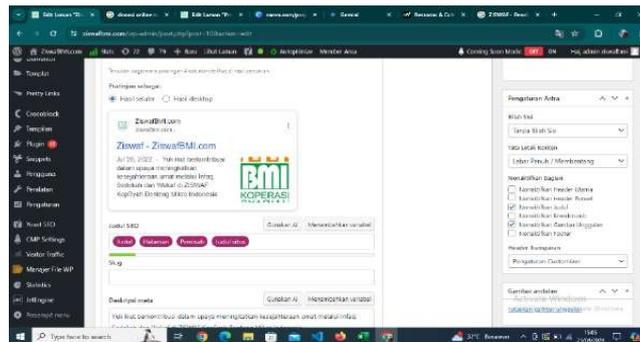
Gambar 10. Before Title tag



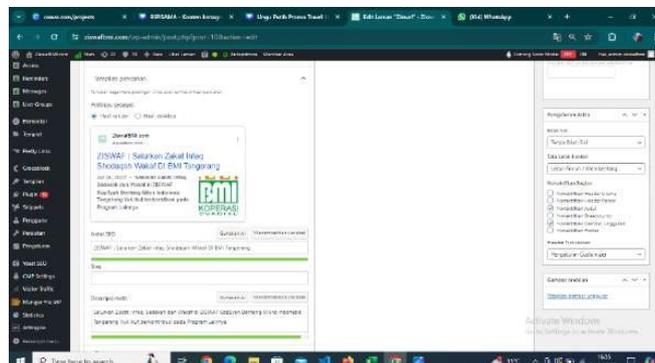
Gambar 11. After Title Tag

b. *Meta Keyword and Description*

Selanjutnya agar *website* mudah dicari oleh mesin pencari dan menjelaskan konten yang dibuat dalam *meta description* dengan Panjang 150-160 karakter. Berikut penambahan *meta title* **Before Meta Title** : Ziswaf – Ziswaf BMI.com. dan dianggap *Meta Title* kurang menjual **After Meta Title** : Ziswaf | Salurkan Zakat, infaq, Shodaqoh wakaf di BMI Tangerang



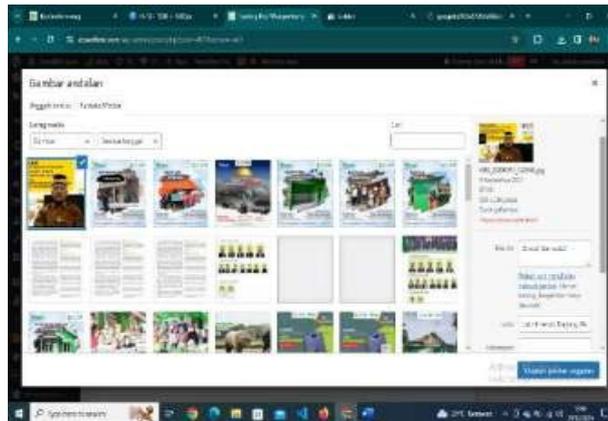
Gambar 12. Before Meta Title



Gambar 13. After fix Meta Title

c. Optimasi Gambar (*Heading Tag*)

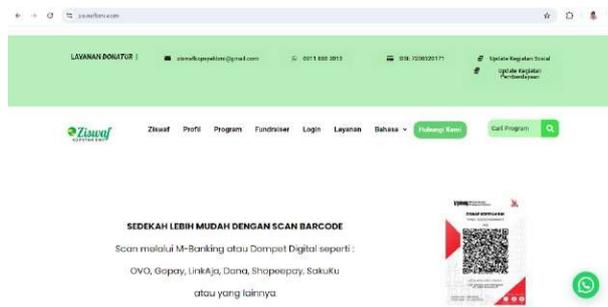
Memberikan *tag Alt* dan *Tag title* pada setiap gambar untuk mengidentifikasi gambar tersebut. Berikut menambahkan **Teks Alt IMG** pada konten *Blog*



Gambar 14. Teks Alt img

d. Optimasi slug URL (*URL Structure*)

Pada nama situs URL Ziswaf: www.ziswaf.com URL sudah singkat dan memuat *keyword*



Gambar 15. URL Website ziswaf.com

e. Optimasi *Anchor Text*

Menyiapkan *internal link* maupun *external link* pada konten agar struktur URL pada website bisa dipahami oleh mesin pencari. Berikut menyisipkan *internal link* yang sudah ditambahkan pada sebuah artikel mengenai "Lembaga Amil Ziswaf Tangerang". Beberapa kalimat yang memiliki penebalan (*Bold*) merupakan *internal link* yang bisa terkoneksi keluar halaman *website*



Gambar 16. *Internal link* pada artikel konten

f. Optimasi Isi Konten (*Content*)

Dalam rangka mengaktifkan suatu website dengan info – info terbaru, maka berikut penulis menerapkan beberapa strategi untuk membuat isi konten pada artikel dan menerapkan tools SEO nya ke dalam artikel dan juga *website*



Gambar 17. Artikel konten yang menarik

Teknik SEO Off Page

Penerapan dan pengimplementasian SEO Off Page meliputi beberapa hal diantaranya:

a. Optimasi Link/Back link

Menghubungkan link/backlink agar terdapat engagement pada media sosial. Berikut inbound link/backlink hingga share di media sosial



Gambar 18. Optimasi back link

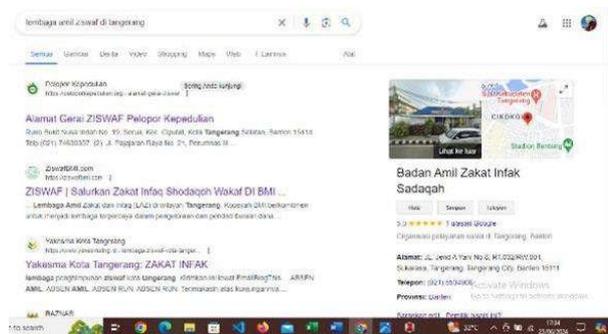
b. Optimasi Instagram Ads



Gambar 19. Optimasi back link

c. Optimasi Google Business Profile

Selanjutnya ditambahkan tools Google Business Profile yang disediakan google untuk membantu bisnis mendapat listingan google secara gratis. Berikut sudah terdaftar ziswaf pada google business profile



Gambar 20. Optimasi Google Business Profile

5. Metode Pengujian (Testing)

Dalam pengukuran dan pemantauan hasil optimasi SEO, selanjutnya kita melakukan pengujian dengan menganalisa/mentesting kembali parameter dari *website* ziswaf dengan menggunakan teknik parameter. Berikut akan digambarkan lebih rinci tentang teknik parameter pemantauan hasil optimasi SEO

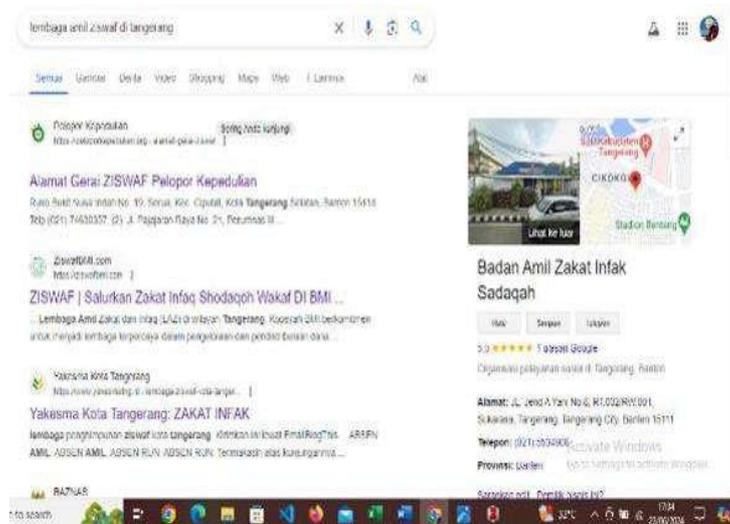
Tabel 3. Teknik parameter hasil optimasi SEO

No.	Nama Kegiatan	Hasil Ukuran
1.	Pencarian secara manual atau SERP (<i>Search Engine Result Page</i>)	Pengecekan langsung dari mesin pencari terkait keyword dari halaman mesin pencari apakah sudah mengalami peningkatan pada halaman satu google
2	<i>Google pagespeed</i>	Alat ini digunakan untuk mengetahui tingkat kecepatan loading sutau website. Hal ini dapat mengevaluasi terhadap konten yang ditampilkan
3	<i>Google search console</i>	Menunjukkan peningkatan yang signifikan terhadap jumlah tayangan untuk situs website

Sesuai dengan tahapan diatas

a. Parameter SERP

Pengecekan langsung dari mesin pencari terkait implementasi SEO dengan *Keyword* “Ziswaf Terpercaya” Sudah cukup meningkat berada di posisi teratas.



Gambar 21. After SERP

Pada gambar dibawah ini menjelaskan bahwa dengan menggunakan *tools ubersuggest* pada kurun waktu tiga bulan dilakukan riset terhadap kata kunci yang relevan yang menyatakan bahwa untuk kata kunci “Lembaga amil ziswaf di tangerang” berada pada halaman ke 1 pada mesin pencari *google*

b. *Google Pagespeed*

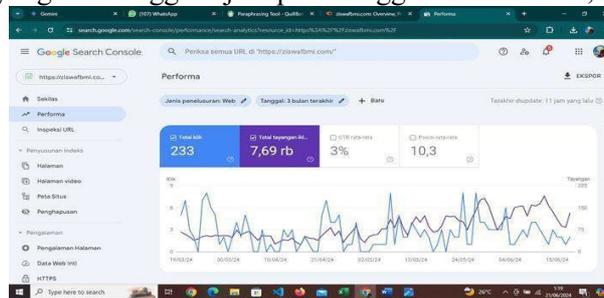
Sebelumnya sudah melakukan analisa *pagespeed* pada ziswaf dan berikut bisa kita lihat *pagespeed* mengalami peningkatan skor performa dari 33 menjadi 40, aksesibilitas dari 73 menjadi 79, praktik terbaik dari 91 menjadi 93 dan SEO dari 75 menjadi 100. Hasil dari peningkatan ini adalah. Situs web ini menjadi lebih cepat, menjadi lebih mudah diakses oleh pengguna, dan lebih mudah ditemukan oleh mesin pencari. Berikut merupakan analisa *before pagespeed* (Gambar 3) dan *after pagespeed* (Gambar 22) menggunakan teknik SEO



Gambar 22. After Pagespeed

c. *Google Search Console*

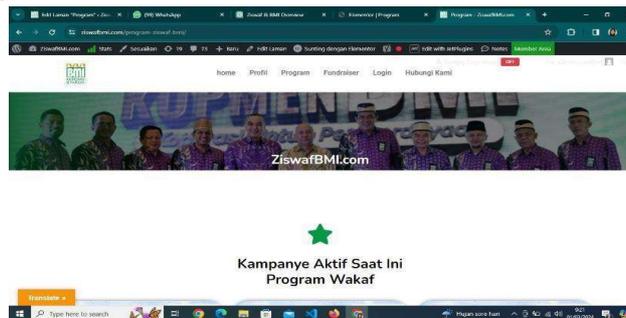
Google Search Console menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah tayangan untuk situs web www.ziswafbmi.com. Dalam 3 bulan terakhir, situs web BMI telah menerima 7.690 tayangan dari *Google Search*. Tingkat Klik- Melalui (CTR) rata-rata untuk tayangan ini adalah 3%. Jumlah tayangan tertinggi terjadi pada tanggal 15 Juni 2024, dengan 233 tayangan



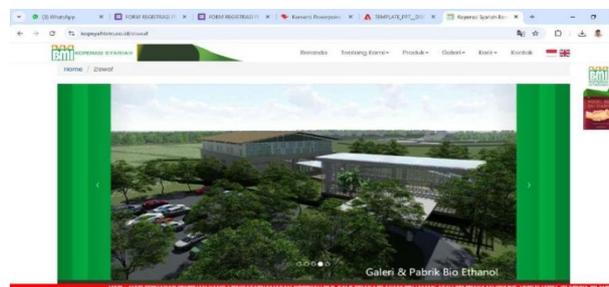
Gambar 23. Hasil SEO Google Search Console

6. **Metode Evaluasi (Maintenance)**

Melakukan pra tahapan dan pasca tahapan sehingga menghasilkan beberapa evaluasi selama kurang lebih 3 bulan

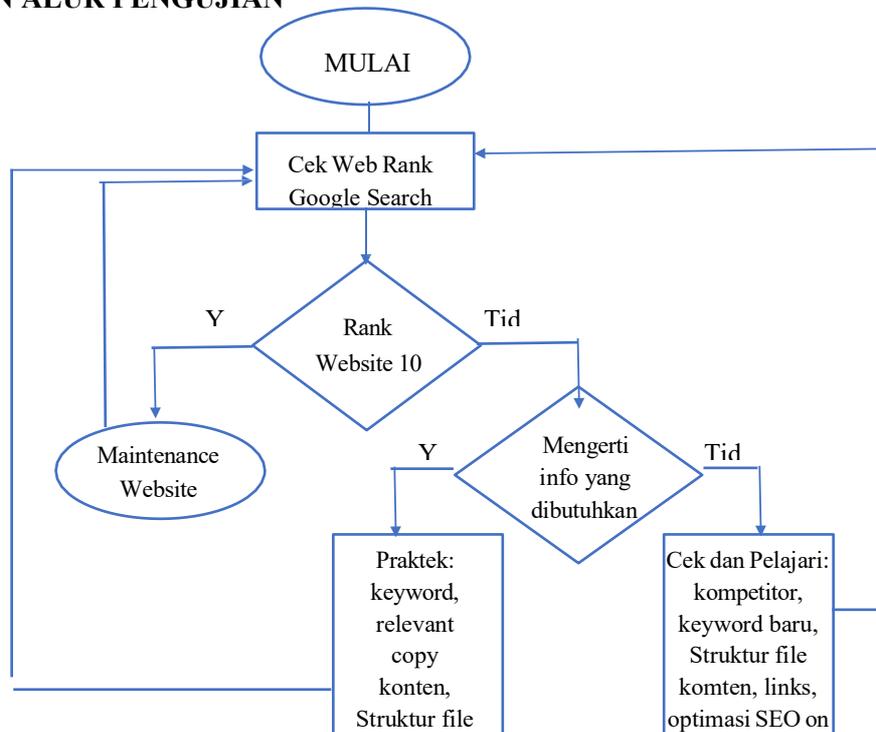


Gambar 24. Before Maintenance And Evaluating



Gambar 25. After Maintenance And Evaluating

TAHAPAN ALUR PENGUJIAN



Gambar 26. Alur Pengujian dan Evaluasi SEO

HASIL DAN PEMBAHASAN

Studi ini menggunakan metode SDLC dimana peneliti mengobservasi dan mengimplementasi teknik SEO pada Kopsyah BMI dan melakukan uji coba secara bertahap dan melakukan pemeliharaan secara berkala. Selain itu, penelitian ini juga melakukan analisa data SEO menggunakan *google console*. Dimana peneliti mencoba untuk mengevaluasi *traffic* pada *website* Ziswaf dengan mengimplementasikan beberapa strategi teknik SEO, yaitu menggunakan teknik SEO *On Page* dan SEO *Off Page* pada *website* Ziswaf, Selanjutnya dianalisis secara mendalam hingga mendapatkan hasil dari penerapan teknik SEO dalam meningkatkan *traffic* SERP pada *website* Ziswaf Kopsyah BMI.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuann tentang bagaimana implementasi teknik SEO dapat meningkatkan *traffic* SERP Web studi kasus Kopsyah BMI. Parameter dari keberhasilan teknik SEO yaitu melakukan pengukuran hasil (*testing*) setelah menggunakan strategi teknik SEO.yang telah diterapkan. Berikut beberapa teknik yang dilakukan dalam pengujian yaitu diantaranya kecepatan *loading website*, *responsive design* serta pengamatan posisi *website* dimesin pencari (samakan denagn tahapan pengukuran diatas). Selanjutnya setelah penerapan strategi teknik SEO diantaranya dengan memasukkan *keyword* ke dalam *script* telah dilakukan, Website Ziswaf telah berhasil dioptimasi dengan sempurna.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan teknik SEO dalam meningkatkan Traffic SERP Pada Web Studi kasus (Koperasi Syariah BMI). Dalam penerapan teknik SEO, fokus utama adalah pada teknik SEO *On Page* dan SEO *Off Page*. Peneliti menghadapi tantangan untuk membuat websitenya lebih optimal agar dapat muncul di mesin pencari dan bersaing dengan pesaing sejenis. Hasil implementasi teknik SEO *On Page* melibatkan

penggunaan kata kunci yang ditargetkan, pengoptimalan gambar, dan aspek-aspek lainnya untuk meningkatkan visibilitas *website* di mesin pencari. Selain itu, penerapan SEO *Off Page* melibatkan upaya membangun *backlink* dari *website* lain yang sering dikunjungi oleh pengguna internet.

Dengan demikian, implementasi teknik SEO dalam meningkatkan Traffic SERP Pada Web Studi kasus (Koperasi Syariah BMI) membawa dampak positif terhadap visibilitas dan kinerja *website* Ziswaf, memberikan peluang lebih besar untuk menarik pengunjung baru, serta meningkatkan potensi penjualan dan keuntungan perusahaan. (Riyanto, 2016).

SARAN

Diharapkan implementasi teknik SEO dalam meningkatkan *Traffic* SERP Pada Web Studi kasus (Koperasi Syariah BMI) dapat berjalan optimal dan dapat terus dilakukan tahapan *maintenance* setiap bulannya agar terus dapat dianalisa dan mendapatkan hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Marcos, H. (2020). Implementasi Teknik SEO (*Search Engine Optimatization*) Dengan Menggunakan Metode On Page dan Off Page SEO (Studi Kasus KUB Sumber Rejeki). *Infoman's: Jurnal Ilmu-Ilmu Manajemen Dan Informatika*, 14(2), 117–126.
- Artanto, H., & Nurdiyansyah, F. (2017). Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk meningkatkan penjualan produk. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 2(1).
- Berners-Lee, T., Cailliau, R., Groff, J. F., & Pollermann, B. (1992). *World-Wide Web: The Information. Electronic Networking*.
- Handayani, I., Febriyanto, E., & Shofwatullah, M. (2019). Optimalisasi visibilitas situs iLearning Journal Center (iJC) Pada Mesin Pencari Berbasis Search Engine Optimization (SEO) On Page. *Sains Dan Teknologi Informasi*, 5(1), 27–35.
- Hasanudin, H., & Widiyasono, N. (2021). Implementasi Yoast SEO Dan Optimasi Keyword Untuk Meningkatkan Rank Pada Google Search Engine Result Page (SERP). *Jurnal Siliwangi Seri Sains Dan Teknologi*, 7(2).
- Hayaty, M., & Meylasari, D. (2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika*, 5(2), 295–300.
- Imaniawan, F. F. D., Wijianto, R., & Mulyanto, J. D. (2020). Penerapan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Peringkat Website Pada Search Engine Results Page Google (Studi Kasus: [www. superbengkel. co. id](http://www.superbengkel.co.id)). *EVOLUSI: Jurnal Sains Dan Manajemen*, 8(2).
- Wildan Abdillah, H. M. R. (2020). Implementasi Teknik SEO (*Search Engine Optimatization*) Dengan Menggunakan Metode On Page dan Off Page SEO (Studi Kasus KUB Sumber Rejeki). *Jurnal Ilmu-Ilmu Informatika Dan Manajemen STMIK Vol*, 14(2).
- Ledford, J. L. (2009). *Search Engine Oprimization*. Canada: Wiley Publishing inc.
- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). Penerapan Teknik SEO (*Search Engine Optimization*) Pada Website Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. *ComTech: Computer, Mathematics and Engineering Applications*, 5(2), 1050–1058.
- Mardiyantoro, N., & Kholid, A. L. (2021). Peningkatan Branding Pada Website Sikidang. Com Dengan Menggunakan Teknik Search Engine Optimization (Seo) On Page Dan Off Page Di Cv. Oafindo Wonosobo. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(3), 262–267.