



## **PEMANFAATAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* (SEO) SERTA *SEARCH ENGINE MARKETING* (SEM) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MOBIL**

**Meldi Anggara Saputra<sup>1</sup>, Iqbal Fernando<sup>2</sup>, Agus Irawan<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Falatehan, <sup>3</sup>Universitas Serang Raya

Jl. Raya Cilegon KM. 06 Pelamunan, Kec. Kramatwatu, Kabupaten Serang, Banten 42161

Email: <sup>1</sup>[meldianggarasaputra@gmail.com](mailto:meldianggarasaputra@gmail.com), <sup>2</sup>[iqbal.28nando@gmail.com](mailto:iqbal.28nando@gmail.com),  
<sup>3</sup>[agusirawan.email@gmail.com](mailto:agusirawan.email@gmail.com)

### **Abstract**

*The media for marketing products and services is not only in print and electronic media but also in Internet media. Moreover, the cost is relatively cheap. But making an internet site that is visited a lot is not easy enough because it needs optimization in the Search for the website address. Optimization on the website is better known as SEO (Search Engine Optimization) with the method of applying Site Audit, Page Optimization and Off Page Optimization and SEM (Search Engine Marketing) by applying Search Strategy, Targeted Keywords, Site Backlinks, and social media which are important rules for Internet Sites are easier to find. By utilizing SEO and SEM, the website can appear on the first page of disbursement, and with that, it is hoped that visitor traffic will also increase, and as a promotional medium, it can increase sales. It is proven that in the last three months after using SEO and SEM in October, November to December 2021, there was an increase in web visits by 1027% Unique Visitors, 666% Number of Visits, 1157% Pages, and 3166% Hits, and an increase in sales of 38%.*

**Keywords :** *SEO, SEM, Car dealer*

### **PENDAHULUAN**

Honda Auto Serang adalah dealer mobil yang selalu ingin mengikuti perkembangan teknologi informasi yang sedang berkembang pada saat ini. Bidang penjualan yang selama ini masih terasa sulit untuk mencapai target penjualan karena pemanfaatan digital marketing yang kurang maksimal. Perkembangan teknologi khususnya internet semakin pesat. Dengan mudahnya masyarakat mengakses *internet*, setiap orang dapat mencari informasi yang mereka butuhkan melalui *Website*. *Website* yang ada sekarang ini sudah sangat banyak dan akan terus bertambah. Untuk memudahkan mencari *Website*, diperlukanlah sebuah mesin pencari atau *Search engine* salah satunya yaitu *Google*.

Saat ini *Website* sudah banyak diterapkan untuk media promosi dari suatu produk. Karena selain efektif, biayanya lebih murah dan jangkauannya yang dapat merambah ke seluruh dunia. Walaupun begitu tidak *semua website* dapat memperoleh posisi teratas pada hasil pencarian atau SERP (*Search Engine Result Page*), bahkan sulit ditemukan oleh *Search engine* karena sangat banyaknya *website* yang ada. Sehingga akan berdampak pada jumlah pengunjung *Website*-nya. Apabila *Website* tersebut tidak memperoleh posisi yang baik atau bahkan sulit ditemukan maka jumlah pengunjungnya menjadi sedikit sehingga promosi yang dilakukan tidak tepat sasaran. Tapi jika mendapat posisi yang sangat baik, jumlah pengunjungnya juga akan sangat banyak sehingga promosi yang dilakukan berhasil dan diharapkan angka penjualannya- pun juga terus meningkat. Agar *Website* tersebut lebih mudah ditemukan oleh *Search Engine* maka perlu diterapkan teknik

## **Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil**

*SEO* (*Search Engine Optimization*) dan *SEM* (*Search Engine Marketing*). Tujuan dari *SEO* dan *SEM* adalah menempatkan sebuah *Website* pada posisi teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci atau *Keyword* tertentu yang ditargetkan. *Website* yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung. *SEO* adalah teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman-halaman *web*, informasi tersebut yang akan di indeks oleh mesin pencari (Ledford, 2009). Dalam hasil pencarian ini, mesin pencari menampilkan iklan bersponsor yang dikenal sebagai *SEM* (*Search Engine Marketing*) yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan. Mesin pencari adalah sumber informasi pertama bagi pengguna (Shaikh & Karjaluoto, n.d.) dimana mereka mempelajari perilaku pengguna di mesin telusur ini. Hasil yang ditampilkan oleh mesin pencari tidak semuanya menghasilkan pendapatan ketika pengguna mengkliknya. Namun, jika hasil yang disponsori menerima klik, mesin pencari memperoleh komisi dari pemilik iklan BPK (Biaya per Klik). Secara umum, hasil pencarian yang disponsori ini adalah sumber pendapatan utama untuk mesin pencari (Nabout et al., 2012). Ada begitu banyak data yang dikelola oleh *Website* Honda Auto Serang yang masih belum mampu membantu manager dalam mengambil keputusan karena laporan yang dihasilkan tidak jelas dan sulit untuk dipahami. Oleh karena itu, diperlukan suatu penerapan *Business Intelligence* (BI) yang mampu memberikan visualisasi hasil transaksi secara jelas sehingga dapat memudahkan manager dalam mengambil keputusan yang lebih baik untuk meningkatkan penjualan (Retno et al., 2019).

(Vyas, 2019) dalam penelitian dengan judul *Investigating Search engine Optimization in media website*, membahas tentang bagaimana dampak SEO dengan melakukan analisis kuantitatif melalui survey, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan survey namun SEO digunakan untuk meningkatkan trafik web. Pada penelitian (Jie et al., 2021), dengan judul *an efficient group-based search engine marketing system for e-commerce*, menjelaskan system penawaran untuk pemasaran mesin pencari pada Walmart.com pada penelitian ini penggunaan SEM untuk mengoptimalkan promosi pada dealer mobil. pada penelitian (Giomelakis & Veglis, 2015) yang berjudul *Investigating Search engine Optimization Factors in media websites*, Penelitian ini membahas tentang secara rinci dampak *Search Engine Optimization* (SEO) pada jurnalisme digital. Melalui analisis kuantitatif, survei tentang situs *web* media Yunani disajikan. Tujuannya ada dua: di satu sisi, untuk mengetahui sejauh mana penggunaan *SEO* mempengaruhi lalu lintas situs *web* media Sementara, di sisi lain, untuk mengetahui sejauh mana profesional media di Yunani memanfaatkan kemungkinan yang diberikan melalui mesin pencari untuk meningkatkan lalu lintas. Sedangkan pada penelitian ini Peneliti melakukan secara analisis kuantitatif, survey tentang situs dealer mobil untuk mengetahui pemanfaatan dan mesin pencari untuk meningkatkan lalu lintas *web*.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis penelitian**

Penelitian pemanfaatan *SEO* serta *SEM* untuk meningkatkan penjualan dealer mobil, penelitian ini menerapkan metode penelitian campuran (kuantitatif & kualitatif), dimana pengumpulan data akan dilakukan dengan cara metode survei melakukan wawancara/*interview* langsung ke pihak-pihak yang telah ditentukan.

#### **Alat dan bahan penelitian**

Alat penelitian

a. Spesifikasi komputer :

1. Prosesor intel R
2. Ram 4GB
3. SSD 256GB

b. Sistem operasi *windows* 10 enterprise

c. Penjelajah web google chrome.

### **Bahan penelitian**

Bahan dari penelitian ini merupakan data penjualan dari dealer Honda Auto Serang yang akan diolah menjadi sebuah informasi dalam bentuk database untuk dapat membantu mempermudah dalam memahami perhitungan optimalisasi situs dengan *SEO* dan *SEM* yang akan diterapkan dan laporan data kunjungan serta penjualan.

### **Tempat penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah studi kasus perusahaan bernama Honda Auto Serang yang memiliki kantor di Taktakan Serang Banten, yang mana perusahaan ini bergerak di bidang otomotif yang berkaitan dengan *penjualan, service dan part* mobil Honda.

### **Langkah-langkah Penelitian**

Langkah-langkah pada tahapan pelaksanaan penelitian akan melalui beberapa tahapan proses yaitu :

- A. **Studi Pustaka, Tinjauan Penelitian dan Pengumpulan Data.** Tahapan ini dilakukan dengan mempelajari literatur yang berkaitan dengan pemanfaatan *SEO* dan *SEM* dalam program *digital marketing*. Dalam tahapan ini juga dilakukan studi dan analisa dari beberapa penelitian sebelumnya, berupa jurnal internasional, nasional maupun tesis mengenai pemanfaatan *SEO* dan *SEM*. Serta Proses pengumpulan data ini dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan observasi dengan Manajemen untuk mempelajari kebutuhan dari *Output* atau keluaran yang diinginkan dari pemanfaatan *SEM* dan *SEO* dalam program digital marketing.
- B. **Tinjauan Obyek Penelitian.** Pada tahap ini akan dilakukan identifikasi obyek penelitian berdasarkan aspek organisasi dan aspek teknis. Secara organisasi menyangkut ketersediaan organisasi pelaksana sistem dan aturan-aturan pendukung. Secara teknis menyangkut ketersediaan sumber daya berupa *hardware, software, jaringan, data, dan sumber daya manusia*.
- C. **Pembangunan Site dan Penentuan Existing Site.** Di dalam proses ini akan menerapkan *SEO* dan *SEM* ke sebuah *Website* Honda Auto Serang.
  - a. **SEO**

**Site Audit.** Proses ini adalah mengaudit *Website* yang akan dipakai sebagai bahan penelitian ini. Proses audit yang ada di dalam penelitian ini ada 12 yaitu *Total Readable Content, Internal Links, Average Speed, Broken Links, Canonical URL Check, (Flash, Frames and Ajax), Google banned URLs, Site Map, Site Index, Tags and Meta tags, Competitor Analysis, Search engine Page Results*.

**On Page Optimization.** Pada bagian ini, kami mengusulkan pendekatan kami untuk mengoptimalkan situs *web* secara internal berdasarkan audit situs pada tahap 2. Kegiatan utama dalam fase ini adalah penelitian kata kunci. Daftar kata kunci yang disarankan perlu disiapkan oleh analis berdasarkan saran / umpan balik yang dicari dari klien. Setelah ini, situs *web* harus diisi secara internal dengan kata kunci dengan menerapkannya di tempat di mana-mana yaitu, dalam judul, tag, metatag, dan konten dari halaman *web*.

**Off Page Optimization.** Pengoptimalan *Off Page* ini berhubungan dengan praktik yang melaluinya situs *web* dan kontennya disebarakan melalui Internet untuk meningkatkan peringkat situs *web Google* dan posisi yang lebih baik di *Search*.
  - b. **SEM**

**Search Strategy.** Hal utama yang perlu dilakukan untuk mengaplikasikan *Search Engine Marketing (SEM)* pada bisnis adalah dengan menyusun Strategi Pencarian atau *Search Strategy* terlebih dahulu. Sebelum memilih strategi yang tepat dan sesuai untuk bisnis, peneliti membandingkan terlebih dahulu kedua strategi yang ada yaitu strategi dengan pencarian organik dan *Paid Search* (strategi pencarian berbayar). Lalu setelah itu, pertimbangkan kedua strategi tersebut berdasarkan jumlah *trafik* pengunjung yang diharapkan, anggaran dana dan tujuan berpromosi. Setelah itu baru mempertimbangkan jangka waktu dan untung ruginya.

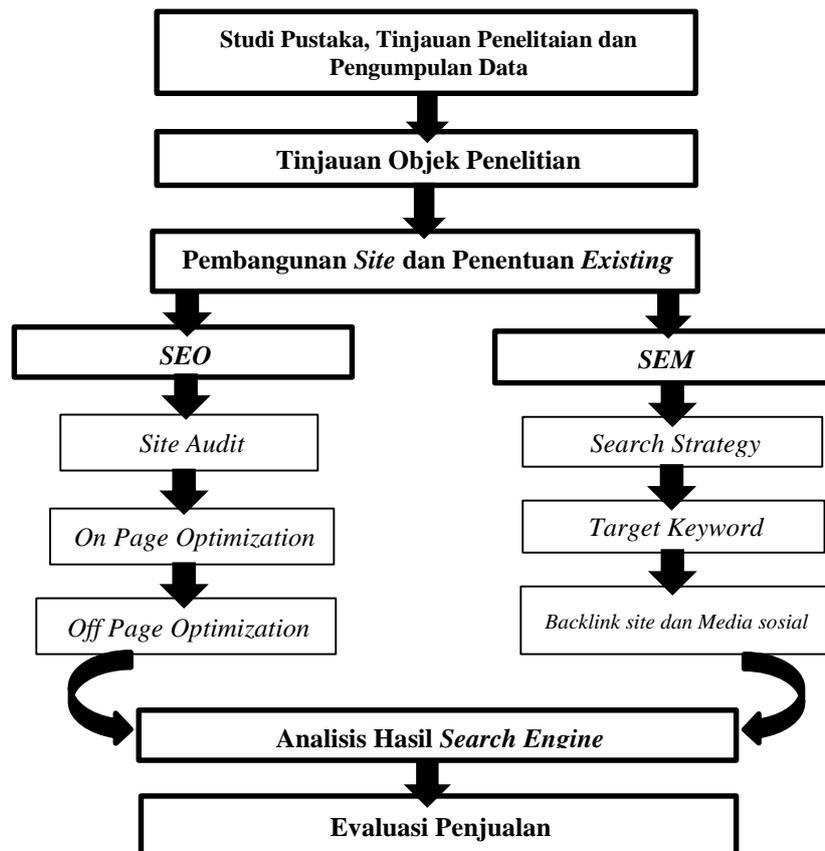
## Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil

**Target Keyword.** Mengoptimasi situs *Website* untuk promosi produk jualan, hal yang dilakukan adalah dengan menyusun daftar target kata kunci (*Keyword*) yang akan digunakan untuk promosi tersebut. Susun dan buatlah target kata kunci yang relevan dengan produk bisnis, agar audiens dapat lebih mudah mencerna informasi yang diberikan.

**Backlink Site dan Media Social.** Backlink adalah julukan untuk menandai sebuah link atau tautan yang menuju situs *Website* kita atau *Website* lain yang sedang di optimasi. Backlink ini dimanfaatkan untuk memudahkan para pengguna internet untuk keperluan optimasi agar situs *Website* bisa lebih terkenal di mesin pencari atau *Search engine*. Karena *Search engine* seperti *Google* ini akan memberikan poin lebih kepada situs *website* yang terhubung dengan situs *website* lain atau sebaliknya. Dalam melakukan promosi produk yang yang dijual, tidak bisa hanya mengandalkan situs *Website* untuk beriklan saja. Masih banyak platform-platform lain yang bisa digunakan sebagai media untuk mempromosikan atau memasarkan produk atau jasa bisnis seperti dengan menggunakan akun media sosial bisnis, melalui konten artikel atau blog, menggunakan *RSS feed* yang digunakan untuk menautkan konten terbaru dari situs *Website* ke situs *Website* orang lain, dan membagikan sebuah press release yang sebelumnya sudah di optimasi.

- 1) **Analisis Hasil *Search Engine*.** Di dalam proses ini akan ditarik kesimpulan mengenai peringkat *website* tersebut berdasarkan hasil pencarian *Search engine* yaitu *Google*, *Yahoo*, dan *Bing*.
- 2) **Evaluasi Penjualan.** Mengumpulkan informasi mengenai alternatif terbaik dalam membuat keputusan oleh manager marketing.

Langkah-langkah penelitian digambarkan pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Langkah-langkah Penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Implementasi Search Engine Optimization (SEO)

*Website* yang dibangun pada penelitian ini adalah *website* mengenai penjualan mobil dalam situs <http://hondaautoserang.co.id>. Situs ini berisi informasi penjualan *semua* tipe mobil Honda mulai dari tipe Honda Brio, Mobilio, BRV dan lainnya. *Website* ini dibuat menggunakan CMS dari Wordpress dengan konten yang belum dimasukkan elemen *SEO*nya.

#### a. Site Audit

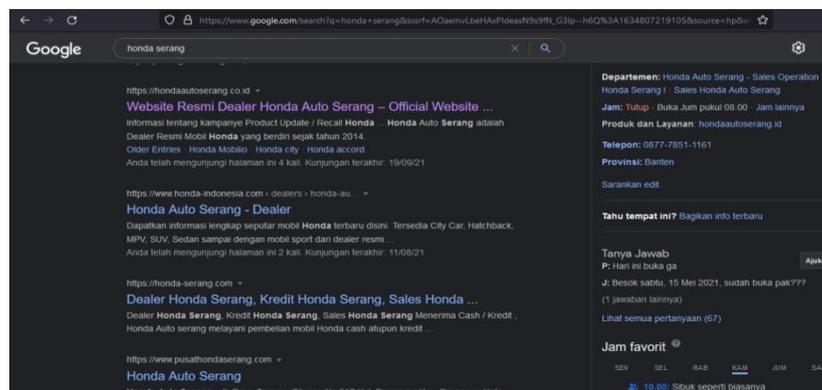
Tahapan selanjutnya adalah mengaudit *Site* yang akan dioptimalisasi *SEO* nya. Dalam audit ini ada hal yang perlu diperhatikan. Tahap ini memeriksa konten yang dapat dibaca di dalam situs Honda Auto Serang. Situs tersebut memiliki berbagai elemen yang dapat dibaca oleh *Google* yakni dari *Front Page*, gambar slide, kategori, gambar mobil, deskripsi mobil, harga mobil dan kontak kami.

Situs ini memiliki *Readable Content* yang dapat dibaca oleh mesin penelusur dan siap untuk dilakukan indexing. Internal Links yang ada di dalam *website* ini sudah diarahkan untuk mendukung *SEO* yang akan diimplementasikan. *Average Speed* merupakan berapa lama waktu respons dari *website* untuk dapat tampil sempurna. Didapatkan waktu rata-rata dari beberapa kali percobaan menuju *website* adalah 3.2 detik.



Gambar 2. Average Speed Web

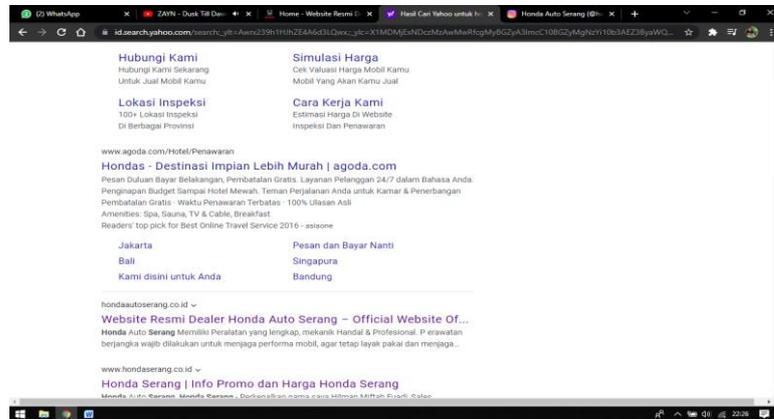
*Canonical URL Check* ada pada *website* ini. *website* ini menerapkan *SEO Ultimate* merupakan tools plugin yang ada dalam *website* yang berguna untuk memudahkan mesin penelusur dalam mencari setiap kata yang ada dalam page yang terpisah. *Google banned URLs* sudah ada di dalam meta data di situs ini, *Site Map* dalam situs ini belum ada, *Site Index* sudah ada di dalam *website* ini, *Tags and Meta tags* sudah ada di dalam page maupun konten yang ada di *website* ini, *Competitor Analysis* yang ada sangat tinggi dan sudah aware terhadap *Search engine*. Sedangkan untuk *Search Engine Page Results* pada awal pembuatan *website* ini, honda autoserang.co.id menduduki peringkat page diatas 10 untuk pencarian dari *Google*, yahoo, dan bing.



Gambar 3. Hasil Pencarian di Google

## Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil

Pada gambar di atas ketika kita melakukan pencarian di halaman *Google* dengan mengetik kata kunci *Honda Serang*, tampilan yang akan muncul alamat *website* *honda auto serang* diurutan pertama.



Gambar 4. Hasil Pencarian di *Yahoo*

Pada gambar di atas ketika kita melakukan pencarian di halaman *Yahoo* dengan mengetik kata kunci *Honda Serang*, tampilan yang akan muncul alamat *website* *honda auto serang* diurutan pertama.



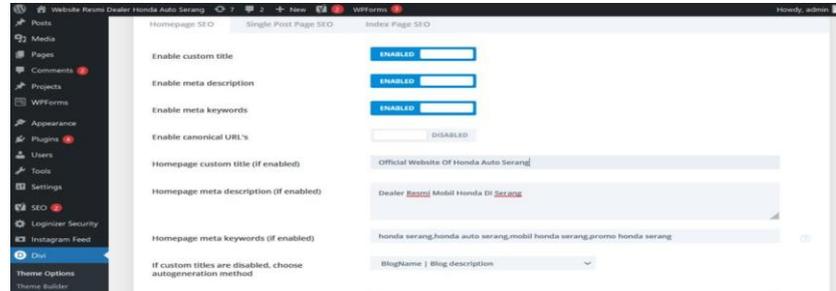
Gambar 5. Hasil Pencarian di *Bing*

Pada gambar di atas ketika kita melakukan pencarian di halaman *Bing* dengan mengetik kata kunci *Honda Serang*, tampilan yang akan muncul alamat *website* *honda auto serang* diurutan pertama.

### 2. *On Page Optimization*

*On-page Optimization* dalam adalah suatu unsur yang sangat penting untuk mendapatkan peringkat yang paling atas dalam mesin penelusur. *Honda Auto Serang* telah menerapkan *On Page Optimization* dalam *websitenya*. Dimulai dari segi konten *website* ini memiliki konten yang unik dimana konten yang diciptakan tidak berasal dari *website* lainnya sehingga memudahkan mesin browser untuk mencari *website* *Honda Auto Serang* ini. Sedangkan untuk *Keyword* atau kata kunci *Honda Auto Serang* menggunakan kata kunci yang umum seperti mobil honda, promo mobil honda, promo honda, dan sebagainya di setiap meta data dari konten tersebut. Hal ini membantu *website* *Honda Auto Serang* untuk mendapatkan peringkat atas dalam pencarian di *Search engine*. Dalam segi judul nama barang, dengan memberikan dalam judul tersebut dengan menambahkan kata "promo dp murah honda" hal ini juga dilakukan dalam penjualan di marketplace tokopedia, *Honda Auto Serang* mendapatkan jumlah pencarian yang banyak. Hal ini juga tentunya dapat menambah node dalam pencarian di *Search engine*. Dalam segi *New Url* yang ada dalam *Honda Auto Serang* juga sudah ditambahkan unsur *SEOnya* sehingga dapat membantu

menaikkan pencarian di *Search engine* tersebut. Dalam *Meta description* di dalam gambar di *website* Honda Auto Serang ini telah ditambahkan metadata yang sesuai dengan unsur *SEO* nya. Meta data yang sesuai dengan unsur *SEO* disini dimasukkan dalam judul, subjek, *tags*, *comment*, *author* dan *copyright* yang ada di setiap gambar. Meta data yang disematkan pada gambar dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Meta Data pada Gambar

### 3. Off Page Optimization

Langkah selanjutnya adalah dengan mengoptimalkan *Off Page Optimization*. Optimasi *Off Page* ini mempunyai definisi sebagai teknik yang dapat membantu situs *web* untuk meningkatkan peringkatnya pada halaman hasil mesin pencari dengan cara diluar *website* itu sendiri. *Off Page Optimization* mempunyai faktor yang berfungsi di luar halaman *web*. Faktor peringkat ini tidak secara langsung dikendalikan oleh developer *website* dengan merubah *websitenya* melainkan dengan memperbanyak link yang mengarahkan ke *website* ini.

*Off Page SEO* adalah proses jangka panjang dan memakan banyak waktu untuk berproses. Hal ini termasuk memperoleh *backlink* (tautan balik) ke halaman *web* dari situs lain termasuk dari media sosial. *Off Page* mempunyai faktor yang bekerja di belakang untuk meningkatkan peringkat pencarian. Honda Auto Serang telah mempunyai banyak link yang mengarahkan pada *website* tersebut. *Website* Honda Auto Serang sudah tersebar diberbagai blog, media sosial, dan berbagai *website* forum. Pertukaran link ini dapat didapatkan karena adanya kerjasama yang mencantumkan link dari Honda Auto Serang ke dalam *website* atau media sosial tersebut. Honda Auto Serang juga sudah mempunyai event "Give away" yang mampu meningkatkan *Off Page SEO*nya dengan cara menyebarkan foto dari salah produk ke media sosial pengunjungnya. Dalam event ini juga diberikan aturan untuk mencantumkan alamat *websitenya* sehingga link alamat *website* dari Honda Auto Serang dapat diakses dari setiap profile pengunjungnya. Hal ini tentu saja menambah *ranking* dari Honda Auto Serang di mesin penelusur *website*.

## 4. Implementasi Search Engine Marketing (SEM)

### a. Search Strategi

Suatu *website* harus kaya akan *Keyword* yang sering dicari oleh para pencari informasi. Untuk mencapai posisi halaman pertama pada mesin pencari, pelaku bisnis online harus menerapkan manajemen *Keyword* pada *website* yang memajang produk dagangannya. Strategi *Search* ini meliputi beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Mencari *Keyword* atau frase *Keyword* tentang suatu produk yang populer di *Search engine*.
- 2) Membuat nama domain yang mengandung frase *Keyword* yang relevan.
- 3) Memperindah *website* dengan content yang bagus dan kaya *Keyword*.

### b. Target Keyword

Berbagai usaha mencari tahu *Keyword* atau frase *Keyword* yang berhubungan dengan produk yang akan dijual. Sebagai pelaku bisnis online yang menjual produk mobil harus mencari tahu *Keyword* yang berhubungan dengan produknya, seperti bengkel resmi

**Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil**

mobil honda, dealer mobil honda serang, harga all new brv, harga honda city hatchback rs, honda auto serang, honda serang, honda crv, promo honda serang.

**Tabel 1. Google Keyword 01 s/d 30 November 2021**

<i>Keyword</i>	<i>Segmentation</i>	<i>Estimated Clicks</i>	<i>Estimated Impressions</i>	<i>Estimated Cost</i>	<i>Estimated CTR</i>	<i>Estimated Average CPC</i>
	Total kampanye	402,17	3968,73	913640,00	10,1%	2271,79
	Desktop	64,35	332,22	138243,62	19,4%	2148,28
	Seluler	331,06	3610,61	758929,73	9,2%	2292,43
	Tablet	6,76	25,9	16466,65	26,1%	2436,89
	Indonesia	402,17	3968,73	913640,00	10,1%	2271,79
	Indonesia – Desktop	64,35	332,22	138243,62	19,4%	2148,28
	Indonesia – Seluler	331,06	3610,61	758929,73	9,2%	2292,43
	Indonesia – Tablet	6,76	25,9	16466,65	26,1%	2436,89
	Total grup iklan	402,17	3968,73	913640,00	10,1%	2271,79
bengkel resmi mobil honda serang		0	0	0,00		
dealer mobil honda serang		2,46	32,12	5831,02	7,7%	2367,95
harga all new brv		153,97	1438,66	348987,14	10,7%	2266,59
harga honda city hatchback rs		171,91	1576,4	387614,66	10,9%	2254,79
honda auto serang		15,45	233,88	36368,72	6,6%	2353,40
honda serang		56,31	660,15	129941,63	8,5%	2307,59
promo honda serang		2,06	27,53	4896,83	7,5%	2373,28

**Tabel 2. Google Ads 20 s/d 30 November 2021**

<i>Kata kunci</i>	<i>Jenis kecocokan</i>	<i>Kampanye</i>	<i>Grup iklan</i>	<i>Status</i>	<i>Tayang</i>	<i>CTR</i>	<i>Biaya (RP)</i>
honda auto serang	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Valid	35	5,71%	6190
honda serang	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Valid	71	16,90%	48756
promo honda serang	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Valid	7	0,00%	0
dealer mobil honda serang	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Valid	15	26,67%	24854

harga all new brv bengkel resmi mobil honda serang	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Valid	20	15,00%	11025
harga honda city hatchback rs	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Tidak valid	0	--	0
	Pencocokan luas	Sales-Search-1	Ad group 1	Valid	13	0,00%	0
	Total: Semua kecuali kata kunci yang dihapus				161	13,04%	90825
	<b>Total:</b>				<b>161</b>	<b>13,04%</b>	<b>90825</b>
	<b>Total:</b>				<b>161</b>	<b>13,04%</b>	<b>90825</b>
	<b>Akun</b>				<b>161</b>	<b>13,04%</b>	<b>90825</b>
	<b>Total:</b>				<b>161</b>	<b>13,04%</b>	<b>90825</b>
	<b>Telusuri</b>				<b>161</b>	<b>13,04%</b>	<b>90825</b>



Gambar 7. Data Waktu Kunjungan WEB

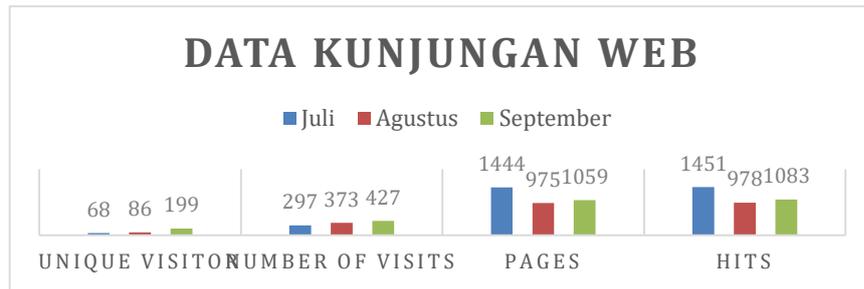
### 5. Backlink Site

- Membuat Konten yang Unik dan Menarik  
Penulis membuat konten yang baik akan menarik banyak orang untuk membaca sekaligus mereferensikannya. Fokus mencari ide baru sebagai bahan tulisan, agar menjadi rujukan situs authority seperti Wikipedia yang memang terkenal sering memberikan backlink berkualitas.
- Aktif Membangun Relasi Pertemanan  
Aktif untuk ikut bergabung dalam sebuah komunitas.
- Tulis Informasi yang Sedang Banyak Dicari  
Menulis dengan menemukan topik bahasan yang sedang banyak dibutuhkan.
- Melakukan Blogwalking ke Website yang Memiliki Topik Sama  
Gunakan Tools, penelitian ini menggunakan juga tools seperti Ahrefs, MOZ, atau Majestic yang bisa menampilkan data backlink dari website kompetitor. Dari data tersebut, kemudian bisa Anda pilih untuk dijadikan target membuat link building yang lebih optimal.

**Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil**

1. Analisis Hasil *Search Engine*

Berikut grafik perbandingan data pengunjung sebelum Teknik SEO dan SEM :



**Gambar 8.** Data Kunjungan *WEB* sebelum *SEO* dan *SEM*

Keterangan :

- *Unique Visitor* adalah Jumlah pengunjung dari satu IP dalam kurun waktu tertentu.
- *Number Of Visits* adalah jumlah kunjungan. *Seorang* pengunjung dapat mengunjungi *website* ini bisa beberapa kali, dan untuk *Number Of Visits* semua kunjungan ini dihitung. Atau yang juga dikenal dengan *Impression* adalah kejadian dimana *user* memuat sebuah halaman *website* (loaded) memuat ulang halaman *website* (reloaded) atau navigasi ke halaman *website* dalam satu *website* yang sama.
- Hit adalah permintaan satu file ke server *web*. Sebagai contoh, jika Anda meminta (yaitu kunjungan) satu halaman *web* yang hanya berisi teks, *web* server akan mengirimkan halaman tersebut sebagai file. Proses ini disebut hit.

Grafik perbandingan data pengunjung setelah teknik *SEO* dan *SEM*.



**Gambar 9.** Data Kunjungan *WEB* setelah *SEO* dan *SEM*

Keterangan :

- a. *Unique Visitor* adalah Jumlah pengunjung dari satu IP dalam kurun waktu tertentu.
- b. *Number Of Visits* adalah jumlah kunjungan. *Seorang* pengunjung dapat mengunjungi *website* ini bisa beberapa kali, dan untuk *Number Of Visits* semua kunjungan ini dihitung. Atau yang juga dikenal dengan *Impression* adalah kejadian dimana *user* memuat sebuah halaman *website* (loaded) memuat ulang halaman *website* (reloaded) atau navigasi ke halaman *website* dalam satu *website* yang sama.
- c. Hit adalah permintaan satu file ke server *web*. Sebagai contoh, jika Anda meminta (yaitu kunjungan) satu halaman *web* yang hanya berisi teks, *web* server akan mengirimkan halaman tersebut sebagai file. Proses ini disebut hit.

**Tabel 3.** Total Kunjungan WEB

Keterangan	Unique Visitor	Number Of Visits	Pages	Hits
Total Kunjungan WEB Juli s.d September	353	1097	3478	3512
Total Kunjungan WEB Oktober s.d Desember	3979	8402	43717	114696
Peningkatan	3626	7305	40239	111184
Peningkatan Persentasi	1027%	666%	1157%	3166%

Rumus : Persentase (%) = (akhir – awal) / awal x 100% dimana nilai akhir adalah nilai yang lebih besar dari nilai awal. Dari hasil analisa yang telah dilakukan antara eksperimen sebelum dan sesudah menggunakan teknik *SEO* dan *SEM* terjadi perbedaan yang sangat signifikan tergambar pada Grafik 4.3 Kunjungan *Web* dimana pada tiga bulan terakhir bulan Oktober, November sampai Desember 2021 terjadi peningkatan kunjungan *web* setelah menggunakan teknik *SEO* dan *SEM* yaitu sebesar 1027 % *Unique Visitor*, 666 % *Number Of Visits*, 1157 % *Pages* dan 3166 % *Hits*. Berdasarkan data tersebut maka pemanfaatan teknik *SEO* dan *SEM* sangat relevan digunakan untuk menambah kunjungan *web* sehingga dapat meningkatkan penjualan dealer mobil.

## 2. Evaluasi Penjualan

**Tabel 4.** Tabel Data Penjualan sebelum *SEO* dan *SEM*

Sumber SPK	Bulan		
	Juli	Agustus	September
CC Mall	3	5	11
Croselling	4	1	2
CFD Cilegon			
CFD Pandeglang			
Database	6	8	3
GIANT	1		
KANVASING	2	11	7
Mayofield			
Mediator			
KARYAWAN			
MOS	4	2	21
Pameran	3	2	5
POM Lopang		1	
RABINZA	9	8	4
Ramayana S	4	10	22
REFERENSI	37	56	26
REPEAT ORD	9	12	9
Transmart			
WALK IN	2	8	11
Website	1		2
<b>Total Penjualan</b>	<b>85</b>	<b>124</b>	<b>123</b>

**Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil**

**Tabel 5.** Tabel Data Penjualan sesudah *SEO* dan *SEM*

Sumber SPK	Bulan		
	Oktober	November	Desember
CC Mall	9	2	14
Croselling	3		5
CFD Cilegon		1	1
CFD Pandeglang			
Database	4	3	2
GIANT			
KANVASING	3	4	7
Mayofield		2	3
Mediator			1
KARYAWAN	1		
MOS	3	38	1
Pameran	10	25	13
POM Lopang			
RABINZA	5	2	3
Ramayana S	35	30	47
REFERENSI	25	21	35
REPEAT ORD	3	3	8
Transmart	7	6	5
WALK IN	5	12	23
Website	7	9	11
<b>Total Penjualan</b>	<b>120</b>	<b>158</b>	<b>179</b>

**Tabel 6.** Tabel Total Data Penjualan Bulan Juli s.d Desember 2021

Sumber SPK	Bulan					
	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
CC Mall	3	5	11	9	2	14
Croselling	4	1	2	3		5
CFD Cilegon					1	1
CFD Pandeglang						
Database	6	8	3	4	3	2
GIANT	1					
KANVASING	2	11	7	3	4	7
Mayofield					2	3
Mediator						1
KARYAWAN				1		
MOS	4	2	21	3	38	1
Pameran	3	2	5	10	25	13
POM Lopang		1				
RABINZA	9	8	4	5	2	3
Ramayana S	4	10	22	35	30	47
REFERENSI	37	56	26	25	21	35

REPEAT ORD	9	12	9	3	3	8
Transmart				7	6	5
WALK IN	2	8	11	5	12	23
Website	1		2	7	9	11
<b>Total Penjualan</b>	<b>85</b>	<b>124</b>	<b>123</b>	<b>120</b>	<b>158</b>	<b>179</b>

Keterangan	Jumlah
Total Penjualan Juli s.d September	332
Total Penjualan Oktober s.d Desember	457
Peningkatan	125
Peningkatan Persentasi	38%

Rumus :

Persentase(%)=(akhir-awal)/awalx100%

dimana nilai akhir adalah nilai yang lebih besar dari nilai awal. Dari hasil evaluasi yang telah dilakukan antara eksperimen sebelum dan sesudah menggunakan teknik *SEO* dan *SEM* terjadi perbedaan yang sangat signifikan tergambar pada Tabel 4.6 Total Data Penjualan Bulan Juli s.d Desember 2021 dimana pada tiga bulan terakhir bulan Oktober, November sampai Desember 2021 terjadi peningkatan penjualan setelah menggunakan teknik *SEO* dan *SEM* yaitu sebesar 38%. Berdasarkan data tersebut maka pemanfaatan teknik *SEO* dan *SEM* sangat relevan digunakan untuk menambah kunjungan *web* sehingga dapat meningkatkan penjualan dealer mobil.

## KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh hasil tahapan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut: Penerapan *SEO* dan *SEM* telah berhasil meningkatkan kunjungan ke *website* dealer Honda Auto Serang. *SEO* dan *SEM* telah meningkatkan kunjungan *web* 3 bulan sebelum penerapan dengan 3 bulan setelah penerapan yaitu sebesar 1027 % *Unique Visitor*, 666 % *Number Of Visits*, 1157 % *Pages* dan 3166 % *Hits* serta telah berhasil meningkatkan penjualan 3 bulan sebelum penerapan dengan 3 bulan setelah penerapan *SEO* dan *SEM* yaitu sebesar 38%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Feldman, J., Muthukrishnan, S., Pal, M., & Stein, C. (2007). Budget Optimization in Search-Based Advertising Auctions. *Proceedings of the 8th ACM Conference on Electronic Commerce*, 40–49. <https://doi.org/10.1145/1250910.1250917>
- Giomelakis, D., & Veglis, A. (2015). Investigating Search Engine Optimization Factors in Media Websites. *Digital Journalism*, 4, 1–22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1046992>
- Jie, C., Xu, D., Wang, Z., Wang, L., & Shen, W.-Y. (2021). *An Efficient Group-based Search Engine Marketing System for E-Commerce*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:236090285>
- Ledford, J. L. (2009). *Search Engine Optimization bible* (2nd ed.). Wiley Publishing Inc.
- Nabout, N. A., Skiera, B., Stepanchuk, T., & Gerstmeier, E. (2012). An analysis of the profitability of fee-based compensation plans for search engine marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 29(1), 68–80. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2011.07.002>

**Pemanfaatan *Search Engine Optimization* (SEO) Serta *Search Engine Marketing* (SEM) untuk Meningkatkan Penjualan Mobil**

- Rayson, S. (2013). The Social Media Optimization (SMO) of SEO: 7 Key Steps. In <https://www.socialmediatoday.com/content/social-media-optimization-smo-seo-7-key-steps>.  
<https://www.socialmediatoday.com/content/social-media-optimization-smo-seo-7-key-steps>
- Retno, A. T., Ditha, T. K., & Rosa, I. D. (n.d.). 1231-2589-2-PB.
- Shaikh, A. A., & Karjaluto, H. (n.d.). *Mobile banking adoption: A literature review*.
- Vyas, C. (2019). Evaluating state tourism *websites* using Search Engine Optimization tools. *Tourism Management*, 73, 64–70. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.01.019>