

Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) untuk Meningkatkan Penjualan Lariss.id

1rd Muhammad Jilan Dalilah Fathsa
Teknologi Rekayasa Multimedia
Fakultas Ilmu Terapan
Bandung, Indonesia
jilandf@student.telkomuniversity.ac.id

2rd Agus Pratondo
Teknologi Rekayasa Multimedia
Fakultas Ilmu Terapan
Bandung, Indonesia
agus@tass.telkomuniversity.ac.id

3rd Ismail Rusli
Teknologi Rekayasa Multimedia
Fakultas Ilmu Terapan
Bandung, Indonesia
ismailrusli@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — Proyek akhir ini bertujuan menerapkan Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan penjualan Lariss.id, sebuah brand percetakan kemasan milik PT Aksama Brewu Berkah. Metode SEO yang diterapkan meliputi riset kata kunci, pembuatan konten, deskripsi produk, dan strategi posting terencana. Implementasi dimulai dengan perencanaan dan evaluasi konten sebelumnya. Teknik SEO seperti pembuatan backlink berkualitas juga digunakan. Pengujian efektivitas dilakukan menggunakan Google Spreadsheet. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam interaksi dan jumlah pengunjung, dengan lonjakan tertinggi pada Januari 2024 dibandingkan Agustus 2023. Beberapa interaksi melalui chat berhasil dikonversi menjadi pembelian, menunjukkan peningkatan dalam konversi. Namun, konversi dari interaksi ke pembelian masih memerlukan optimasi lebih lanjut. Saran yang diberikan meliputi optimasi konten untuk konversi, peningkatan kualitas backlink, pemanfaatan media sosial, analisis strategi berkala, serta penggunaan testimoni dan ulasan pelanggan.

Kata kunci — SEO, Penjualan, Pemasaran Digital, Interaksi

I. PENDAHULUAN

PT Aksama Brewu Berkah (Firli.id) adalah perusahaan yang menyediakan jasa bisnis di bidang digital marketing. Firli.id memiliki beberapa brand yang telah berkembang, antara lain FirliFashion.com (fashion islami), Miniplant.id (pertanian), Quran Firdaus.com (pembelajaran kitab suci Al-Quran dan bahasa Arab), Probiz.id (mentoring bisnis), By Your Side (psikologi), Lariss.id (percetakan kemasan dan lainnya), Superbrain.id (IT computing dan pemrograman), serta Sahal (dakwah dan pendidikan agama Islam). Kantor Firli.id berlokasi di Bandung Techno Park.

Lariss.id, yang berfokus pada bidang percetakan kemasan, awalnya hanya memasarkan produk secara offline. Namun, dengan perkembangan teknologi, Lariss.id mulai beralih ke pemasaran online menggunakan teknik Search Engine Optimization (SEO). SEO adalah metode yang efektif untuk meningkatkan peringkat website di mesin pencari Google. Dalam era digital yang terus berkembang, kehadiran online sangat penting bagi perusahaan. Konsumen kini lebih sering mencari produk dan layanan melalui mesin pencari serta media sosial. Maka dari itu, perusahaan harus memanfaatkan SEO dan strategi branding media sosial untuk meningkatkan eksposur online mereka.

Penggunaan iklan online di platform mesin pencari membantu pelanggan menemukan situs web perusahaan

dengan lebih mudah. Ini dilakukan dengan menyisipkan pesan pada mesin pencari untuk mendorong pengguna agar mengklik situs web perusahaan saat mencari kata kunci tertentu. Di era digital ini, baik konsumen maupun produsen sangat diuntungkan oleh mesin pencari seperti Google dan media sosial digital. Hal ini memudahkan produsen untuk memasarkan produk mereka dan mempermudah konsumen untuk berbelanja secara online hanya dengan menggunakan smartphone dan internet.

II. KAJIAN TEORI

A. Search Engine Optimization

Para pelaku bisnis perlu memahami konsep digital marketing untuk bersaing secara efektif dalam pemasaran, salah satunya melalui penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO). SEO adalah upaya mengoptimalkan laman web dengan menggunakan "kata kunci" atau frasa yang relevan, sehingga mesin pencari dapat dengan mudah menemukan situs web yang relevan dengan kata kunci yang dicari oleh pengguna. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, SEO menjadi sangat penting karena dapat meningkatkan visibilitas dan trafik organik ke situs web, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada penjualan produk atau jasa yang ditawarkan.

B. Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan bisnis secara lebih efisien, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Ini adalah representasi online dari perusahaan, memungkinkan perusahaan dikenal oleh banyak pengguna internet. Internet menghilangkan batasan geografis, memungkinkan perusahaan untuk menjangkau pasar global dengan lebih mudah dan cepat. Pemasaran digital mencakup berbagai strategi dan alat, seperti SEO, media sosial, email marketing, dan iklan berbayar, yang semuanya dirancang untuk menarik minat konsumen dan memperkuat hubungan dengan mereka.

C. Media Sosial

Kemunculan media sosial telah mendorong interaksi sosial manusia secara tidak langsung. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna berbagi, mencari informasi, dan berkomunikasi tanpa batasan ruang dan waktu. Melalui media sosial, pengguna dapat dengan mudah terhubung dengan teman, keluarga, dan komunitas

global serta memperluas jaringan sosial mereka. Platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan LinkedIn telah mengubah cara orang berkomunikasi, berbagi pengalaman, dan membentuk hubungan baik dalam konteks pribadi maupun profesional.

D. Website

Website atau situs web dapat dipahami sebagai sekumpulan halaman yang menyajikan informasi dalam bentuk teks, gambar, animasi, suara, video, atau gabungan dari semuanya. Baik dalam bentuk statis maupun dinamis, situs web membentuk sebuah struktur yang saling terhubung, di mana setiap halaman dihubungkan melalui jaringan hyperlink. Secara umum, situs web berfungsi sebagai wadah digital yang memungkinkan individu, perusahaan, organisasi, dan entitas lainnya untuk berbagi informasi, menjual produk atau layanan, atau menyampaikan pesan kepada audiens mereka secara online.

E. Desain Grafis

Desain grafis adalah bidang dalam komunikasi visual yang fokus pada grafika dan elemen dua dimensi yang tidak bergerak. Secara khusus, desain grafis melibatkan kemampuan untuk menyusun dan merancang elemen visual sehingga informasi tersebut dapat dipahami oleh masyarakat. Profesi desain grafis melibatkan pengelolaan konsep komunikasi grafis, perancangan, serta penyelarasan elemen desain seperti huruf, gambar, foto, elemen grafis, dan warna sesuai dengan tujuan komunikasi. Selain itu, desainer grafis juga mengawasi produksi cetak dan memberikan brief serta arahan kepada ilustrator atau fotografer untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan konsep desain yang telah dibuat.

III. METODE

A. Alur Pelaksanaan Kerja

Metodologi pengerjaan praktik kerja melibatkan tahapan yang mencakup penetapan tujuan yang jelas, perencanaan terstruktur, orientasi komprehensif, pengerjaan tugas relevan, evaluasi kinerja teratur, pembelajaran berkelanjutan, dan evaluasi keseluruhan. Langkah-langkah ini memastikan tujuan praktik kerja selaras dengan kebutuhan perusahaan serta memberikan dukungan yang tepat pada setiap tahap, sehingga pengalaman praktik kerja menjadi bermakna dan berkontribusi pada perkembangan profesional. Dalam alur pelaksanaan, langkah-langkah yang dilakukan meliputi perencanaan matang tentang tujuan dan konten kampanye digital, pemberian tugas oleh tim leader kepada anggota tim untuk membuat konten gambar, pemeriksaan dan revisi konten oleh tim leader, publikasi konten di media sosial, pengecekan grafik atau insight konten yang telah dipublikasikan, serta evaluasi dan perbaikan konten untuk publikasi selanjutnya.

B. Analisis Permasalahan

Dalam melaksanakan program praktik kerja di PT. Firli.id, khususnya di divisi Digital Marketing untuk brand Lariss.id, beberapa permasalahan utama dalam penerapan metode Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan penjualan produk telah diidentifikasi. Masalah utamanya adalah rendahnya visibilitas situs web Lariss.id di mesin pencari seperti Google, yang

mengakibatkan rendahnya eksposur dan trafik organik, serta berdampak negatif pada penjualan produk kemasan. Selain itu, kekurangan backlink berkualitas yang mengarah ke situs web Lariss.id juga menjadi kendala signifikan, mengingat pentingnya backlink dari situs otoritatif untuk meningkatkan otoritas domain dan peringkat pencarian. Persaingan ketat di pasar kemasan dengan banyaknya pemain besar yang sudah menerapkan teknik SEO canggih semakin memperburuk tantangan ini. Untuk mengatasi masalah tersebut, perlu diterapkan strategi perbaikan yang mencakup pengembangan link building yang lebih baik, peningkatan aktivitas media sosial, pembuatan konten menarik yang dapat dibagikan, dan partisipasi aktif dalam komunitas online relevan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan jumlah dan kualitas backlink serta memperbaiki visibilitas dan peringkat situs Lariss.id di mesin pencari.

C. Perancangan Sistem

Bagian ini membahas perancangan sistem untuk meningkatkan penjualan produk Lariss.id melalui penerapan metode Search Engine Optimization (SEO). Sistem ini dirancang untuk mengoptimalkan visibilitas dan peringkat situs web Lariss.id di mesin pencari, khususnya Google. Komponen utama dari sistem ini meliputi beberapa elemen strategis yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas SEO.

Pertama, sistem dimulai dengan analisis awal dan penelitian kata kunci, bertujuan untuk menemukan kata kunci yang paling relevan dan memiliki volume pencarian tinggi untuk produk kemasan Lariss.id. Proses ini melibatkan penggunaan alat seperti Keywordtools.io untuk mengidentifikasi kata kunci yang banyak dicari terkait produk, serta penilaian terhadap kompetisi dan relevansi kata kunci. Selanjutnya, strategi link building diterapkan untuk meningkatkan jumlah dan kualitas backlink yang menuju situs Lariss.id. Ini dicapai dengan membuat konten yang menarik dan informatif sehingga dapat menarik backlink alami dari situs-situs otoritatif.

Penciptaan konten yang dapat dibagikan merupakan komponen berikutnya, yang bertujuan membuat konten menarik dan informatif untuk mendapatkan backlink dari pengguna lain. Alat seperti Canva digunakan untuk membuat konten visual yang menarik, yang kemudian dipublikasikan di berbagai platform media sosial dan situs web terkait untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Terakhir, monitoring dan analisis backlink dilakukan untuk memastikan kualitas dan efektivitas strategi SEO. Alat seperti Google Spreadsheets digunakan untuk memantau performa backlink, menganalisis hasil peringkat di mesin pencari, dan mengidentifikasi backlink yang berkualitas serta mengeliminasi yang tidak efektif.

D. Implementasi Sistem

Tim SEO dan manajer media sosial akan berkolaborasi untuk menciptakan konten multimedia yang relevan dengan analisis data dan tren pasar, serta menentukan waktu posting yang optimal. Proses ini mencakup pembuatan konten yang harus sesuai dengan produk yang ditawarkan dan menarik bagi target audiens, dengan penggunaan desain grafis yang menarik untuk memperkuat pesan. Selain itu, akan dilakukan pengecekan peringkat teratas untuk menilai kinerja dengan bantuan alat seperti Google Spreadsheets.

Evaluasi kinerja konten akan dilakukan secara rutin, memanfaatkan metrik seperti jumlah klik, jumlah share, dan tingkat konversi untuk menilai efektivitasnya. Berdasarkan hasil evaluasi ini, strategi akan disesuaikan untuk terus meningkatkan performa. Dengan penerapan sistem ini, diharapkan Lariss.id dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat situs webnya di mesin pencari, yang pada gilirannya akan berdampak positif pada penjualan produk kemasan.



Gambar 1 Tim SEO membuat perancangan sistem

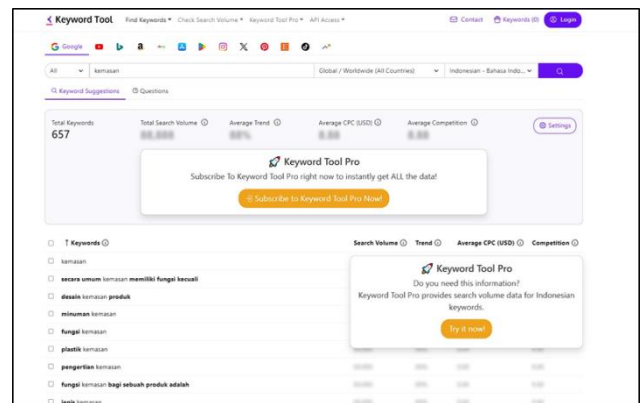
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Implementasi

Selama menjalani kegiatan magang, penulis menerapkan sistem SEO off-page untuk meningkatkan penjualan Lariss.id dengan mengikuti beberapa tahapan utama. Berikut adalah rincian langkah-langkah yang dilaksanakan:

1. Riset Kata Kunci

Langkah pertama dalam implementasi adalah melakukan riset kata kunci, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan produk kemasan Lariss.id dan memiliki volume pencarian tinggi. Riset ini menggunakan alat seperti Keywordtools.io, dan hasilnya digunakan untuk mengoptimalkan konten di berbagai platform. Memilih kata kunci yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa konten sesuai dengan pencarian audiens target, sehingga meningkatkan kemungkinan mendapatkan trafik organik yang lebih tinggi.



Gambar 2 Riset kata kunci menggunakan Keywordtools.io

Riset kata kunci yang dilakukan menggunakan Keywordtools.io mencakup beberapa aspek penting. Pertama, identifikasi kata kunci utama dan turunannya dilakukan untuk mengarahkan strategi SEO dengan memilih istilah yang sering dicari seperti "kemasan box" serta variasi spesifik terkait. Kedua, analisis kompetisi kata kunci sangat penting; tim Lariss.id memilih kata kunci dengan kompetisi tinggi untuk bersaing di pasar yang ramai dan menarik pengunjung organik lebih banyak, sementara kata kunci dengan kompetisi rendah dihindari karena volume pencarian yang tidak signifikan. Ketiga, strategi ini bertujuan meningkatkan trafik organik di mesin pencari Google dengan fokus pada kata kunci relevan dan kompetitif untuk meningkatkan visibilitas situs. Terakhir, hasil riset disimpan dalam spreadsheets untuk memudahkan organisasi, akses, dan pembaruan daftar kata kunci, memastikan strategi SEO tetap efektif dan terarah.

Tabel 1 Hasil riset kata kunci

Keyword	A	B	C
Keyword	Search Volume	Competition	
kotak snack box	1600	94 (High)	
packaging t shirt	3,6	100 (High)	
cetak kardus kemasan	110	100 (High)	
cetak kotak kemasan	110	94 (High)	
cetak kemasan surabaya	140	77 (High)	
cetak kemasan makassar	140	86 (High)	
cetak nasi kotak	480	100 (High)	
percetakan box nasi terdekat	110	99 (High)	
print box packaging	1,3	100 (High)	
cetak packaging	210	87 (High)	
cetak box kemasan	140	87 (High)	
custom box parfum	110	99 (High)	
kotak perhiasan emas	720	99 (High)	
box perhiasan	390	100 (High)	
box perhiasan seserahan	210	98 (High)	
kotak perhiasan mewah	210	98 (High)	
kotak perhiasan lengkap	170	98 (High)	

2. Pembuatan Konten

Pembuatan konten merupakan elemen krusial dalam penerapan sistem SEO untuk meningkatkan penjualan Lariss.id. Konten yang dihasilkan harus memiliki daya tarik, memberikan informasi yang bermanfaat, dan relevan dengan produk kemasan yang dipasarkan.

V. KESIMPULAN

Setelah melaksanakan dan menguji sistem SEO, sejumlah kesimpulan penting diperoleh. Data yang terkumpul selama periode implementasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam interaksi pelanggan serta konversi penjualan. Dari 110 orang yang berinteraksi melalui chat, 6 di antaranya berhasil melakukan pembelian, menandakan bahwa upaya SEO berhasil dalam meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian calon pelanggan, meskipun rasio konversi masih perlu diperbaiki. Tren positif juga terlihat dalam data bulanan, yang menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung dan interaksi dengan Lariss.id. Secara keseluruhan, strategi SEO yang mencakup riset kata kunci, pembuatan konten, deskripsi, dan posting konten secara teratur terbukti efektif dalam menarik pengunjung dan meningkatkan interaksi. Namun, perbaikan masih diperlukan untuk meningkatkan konversi dari interaksi menjadi pembelian.

REFERENSI

- [1] "Firli.id." Accessed: Jul. 22, 2024. [Online]. Available: <https://firli.id/>
- [2] T. Indriyatmoko and M. Rahardi, "Relevansi Search Engine Optimization (SEO) On- pages Di 2021," *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, vol. 12, no. 1, pp. 205–214, May 2021, doi: 10.47927/jikb.v12i1.106.
- [3] S. W. Azhar et al., "Pengaruh Social Media dan Search Engine Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM," *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, vol. 4, no. 1, pp. 223–230, 2022.
- [4] "LinkedIn Firli Group", Accessed: Jul. 22, 2024. [Online]. Available: <https://www.linkedin.com/company/firli-group>
- [5] Sintha Erika Putri and Budi Prabowo, "Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Pada Strategi Digital Marketing UMKM," *NUSANTARA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 3, pp. 123–131, Jul. 2023, doi: 10.55606/nusantara.v3i3.1452.
- [6] F. Budi Dewanto, M. Habib Purnama Febrian, M. Raihan Amir, and I. Farida Adi Prawira, "Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan," *JURNAL MANEKSI*, vol. 12, no. 4, p. 2023.
- [7] T. H. Sinaga and E. Hadinata, "Implementasi Teknik Search Engine Optimization Dalam Meningkatkan Trafik Website Bima Utomo Waterpark," 2019.
- [8] M. Hayaty and D. Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi," *JURNAL INFORMATIKA*, vol. 5, no. 2, 2018.
- [9] G. Putu Sudiarta, I. Made Sutajaya, A. Tommy Adi Prawira Kusuma, I. Bagus Neo Kurnia Amadea, C. Tonyjanto, and I. Gusti Putu Sudiarta, "Pemanfaatan SEO (Search Engine Optimization) dalam meningkatkan Penjualan Produk Speaker X9 Pro Audio dalam Kewirausahaan Bidang Pendidikan," *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, vol. 5, no. 1, 2024, doi: 10.33365/jsstcs.v5i1.2927.
- [10] Su Rahman, *SEO PAMUNGKAS : Implementasi Seo Ke Dalam Website*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2022.
- [11] S. Fajrin Triananda, D. A. Dewi, and Y. F. Furnamasari, "Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja".
- [12] R. R. Armayani, L. Chintiya Tambunan, R. M. Siregar, N. R. Lubis, and A. Azahra, "Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online".
- [13] S. Gradiani, "Literatur Review :Analisis Mengenai Facebook," 2024.
- [14] A. N. Sa'adah, A. Rosma, and D. Aulia, "Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok", [Online]. Available: <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika>
- [15] D. Maharani, F. Helmiyah, and N. Rahmadani, "Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19," *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, vol. 1, no. 1, pp. 1–7, May 2021, doi: 10.25008/abdifomatika.v1i1.130.
- [16] A. D. Sutiasih, "Penerapan Strategi Pembelajaran Active Knowledge Sharing Berbasis Microblogging Tumblr Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Pada Mata Diklat Kkpi Siswa Kelas X Ap Di Smkn 1 Sijunjung".
- [17] S. H. , M. H. , CLA. Dr. Kadarudin, *Cerdas Bermedia Sosial Dari Kacamata Hukum DR. KADARUDIN*, 1st ed., vol. 1. Kota Semarang, Jawa Tengah.: CV. Pilar Nusantara, 2020.
- [18] A. N. Andina, A. Miranti, S. Barokah, A. A. Girsang, R. Aprilia, and N. Afifah, "Pemanfaatan Carousell untuk Bisnis Online pada Ibu-ibu di Sekitar PKBM Ar RosyidPurwokerto," 2021. [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>