

## IMPLEMENTASI TEKNIK SEO (*SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*) UNTUK OPTIMASI WEBSITE PENJUALAN DI LESTARI JAYA MEBEL

Isbandi<sup>1\*</sup>, Zatnika<sup>2</sup>, Edwin Trityatna<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Nusantara, Indonesia

\*e-mail: [isbandis@gmail.com](mailto:isbandis@gmail.com)

**Abstract:** The background of this research is to help Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which need promotional media in the form of websites. Therefore the author has an idea to implement SEO (Search Engine Optimization). SEO (Search Engine Optimization) is a technique for improving a website in the search results of search engines such as Google, Bing, etc. SEO (Search Engine Optimization) is an important marketing strategy for increasing the visibility of a website and the number of organic visitors to the intended site. This research uses quantitative methods. Data collected by online survey and interview techniques. Toko Lestari Jaya Mebel has not been ranked optimally enough on search engines or search engines, with the implementation of SEO (Search Engine Optimization) techniques it is hoped that it can improve the website's position on search engines. So that the site can be easily found and compete with competitors, and is expected to increase sales.

**Keywords:** Website, SEO, UMKM, Search Engine.

**Abstrak:** Penelitian ini dilatar belakangi untuk membantu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang membutuhkan media promosi berupa *website*. Maka dari itu penulis memiliki sebuah gagasan untuk menerapkan SEO (*Search Engine Optimization*). SEO (*Search Engine Optimization*) adalah sebuah teknik untuk meningkatkan suatu website di hasil pencarian mesin pencari seperti *Google*, *Bing*, dsb. SEO (*Search Engine Optimization*) menjadi strategi pemasaran yang penting untuk meningkatkan visibilitas sebuah *website* dan jumlah pengunjung organik pada situs yang dituju. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang dikumpulkan dengan teknik survei *online* dan wawancara. Toko Lestari Jaya Mebel belum menduduki peringkat yang cukup optimal di *search engine* atau mesin pencari, dengan diterapkannya teknik SEO (*Search Engine Optimization*) ini diharapkan dapat meningkatkan posisi *website* di *search engine*. Sehingga situs dapat mudah ditemukan dan bersaing dengan kompetitor, serta diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

**Kata Kunci:** Website, SEO, UMKM, Search Engine.

Copyright (c) 2023 The Authors. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi khususnya internet semakin pesat, memungkinkan seseorang untuk membuat situs yang diinginkan menjadi lebih mudah. Saat ini situs sudah banyak diterapkan untuk media promosi dari produk sebuah toko. Karena efektif, biayanya cukup murah dan jangkauannya yang dapat merambah ke seluruh indonesia maupun dunia . Tetapi tidak semua situs dapat memperoleh posisi yang optimal di SERP (*Search Engine Result Page*), bahkan sulit ditemukan oleh *Search Engine* karena

banyaknya situs yang ada (Hasanudin & Widiyasono, 2021; Utari, 2022). Sehingga akan berdampak pada jumlah pengunjung situs.

Agar situs mudah ditemukan oleh *search engine* maka perlu diterapkan Teknik SEO (*Search Engine Optimization*). Tujuannya dari SEO adalah menempatkan sebuah *website* pada posisi yang optimal dari hasil pencarian berdasarkan kata kunci atau frase tertentu yang di targetkan. Situs yang menempati posisi teratas pada SERP (*Search Engine Result Page*) memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung atau visitor. Permasalahan yang muncul yaitu situs tidak mendapatkan posisi terbaik di SERP (*Search Engine Result Page*), serta situs sulit ditemukan oleh *search engine*, karena banyaknya persaingan. Bagaimana agar situs berada pada posisi yang optimal di SERP (*Search Engine Result Page*) sehingga akan mendatangkan visitor yang banyak dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan (Imaniawan et al., 2020).

Internet merupakan sebuah revolusi dalam bidang teknologi pada abad ke-21 yang menyatukan teknologi telekomunikasi dan computer (Muliawati & Hamdani, 2021). Kedua teknologi ini kemudian dikenal sebagai ICT (*Information and Communication Technology*). Perkembangan internet dimulai dengan dibuatnya sebuah aplikasi *World Wide Web* oleh Berners-lee dan timnya pada tahun 1990. Situs *web* pertamanya yang dibuat berners-lee beralamat di <http://info.cern.ch/> dan dimasukan *online* untuk pertama kalinya pada 6 agustus 1991. Lee kemudian meluncurkan browsernya pada tahun 1991 (Berners-lee, Cailliau, Groff, & Pollermann, 1992). Orang pertama yang memperkenalkan WWW adalah Marc Andressen dengan meluncurkan sebuah *browser* dengan nama mosaic. Beberapa tahun setelah lee meluncurkan *browser* pertamanya. Pada tahun 1994, Lee mendirikan *World Wide Web Consortium* (W3C) di *Massachusetts Institute of Technology* Marc Andressen lantas mendirikan Netscape. Sejak itu pengguna internet dan WWW berkembang dengan sangat cepat hingga saat ini.

Internet marketing merupakan strategi pemasaran produk menggunakan internet untuk menjangkau pelanggan. Menurut Widiyanto & Hayaty (2019), keduanya merumuskan internet marketing dengan Bahasa e-marketing dalam *Journal of American Academy of Business*. E-marketing merupakan proses memasarkan produk dan layanan ke konsumen dengan memanfaatkan media *website*. Pengguna e-marketing akan lebih mudah dilakukan akses mengenai informasi produk yang dijual kapan saja dan dimana

saja, selama sambungan internet dengan komputer tetap terhubung (Turbudi & Hamdani, 2022).

Menurut Widyasmara & Sugeng Wahyudiono, (2019) memberi definisi internet marketing dalam istilah yang lebih modern yaitu e-marketing. E-marketing serupa dengan internet marketing yang dianggap sebagai upaya perusahaan. Dalam rangka mempromosikan, menginformasikan, mengkomunikasikan, dan menjual produk maupun jasa menggunakan media internet. Sedangkan menurut Wildan Abdillah (2020) internet marketing yang dinilai sebagai filosofi baru dan sebuah praktek bisnis modern. Hal-hal yang berhubungan satu sama lain yakni informasi, pemasaran barang atau jasa, dan ide melalui jaringan internet. Sehingga kebutuhan dan tujuan kedua belah pihak dapat dicapai.

*Search Engine* atau mesin pencari merupakan salah satu program komputer yang dirancang untuk menemukan atau mencari file-file yang disimpan dalam komputer. Mesin pencari memungkinkan kita untuk menemukan file sesuai dengan kriteria yang spesifik yang mengandung kata kunci atau *keyword* yang ingin dicari (Masruri, 2022). Sedangkan *web search engine* atau mesin pencari *web* merupakan mesin pencari yang dirancang untuk mencari informasi di WWW (*World Wide Web*) dan server FTP (*File Transfer Protocol*). Hasil pencarian pada mesin pencarian pada mesin pencari *web* biasanya disajikan dalam bentuk daftar dan biasanya disebut SERP (*Search Engine Result Page*). Informasi yang didapat dari hasil pencarian tersebut bisa berupa halaman *web*, gambar, dan jenis informasi lain (Ledford, 2009) Hardian Artanto, & Firman Nurdiansyah (2002;56).

SEO (*Search Engine Optimization*) merupakan teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman-halaman *web*, informasi tersebut yang akan diindeks oleh mesin pencari (Ledford, 2009). Serta SEO juga merupakan teknik pengoptimasian sebuah halaman yang mengandung kata kunci atau frase yang bersangkutan yang akan diindeks oleh mesin pencari sebagai kata kunci pencarian (Viney, 2008).

Tujuan dari SEO (*Search Engine Optimization*) adalah supaya situs selalu berada pada posisi yang optimal dan teratas dari suatu *search engine*, maka besar kemungkinan situs tersebut akan sering dikunjungi oleh *visitor* organik (Septiani & Kurniawan, 2020).

Secara garis besar, teknik yang digunakan dalam penerapan metode SEO terdapat dua, yaitu:

1) *SEO On Page*

*SEO On Page* merupakan sebuah teknik SEO yang memfokuskan pada optimasi pada situs bagian internal. Menurut (Masruri & Nihayati, 2022) teknik *SEO on page* yang dilakukan pada penelitian ini yaitu:

1. *Title Tags*, yaitu memberikan penyisipan kata kunci pada title pada halaman *website*.
2. Meta kata kunci dan meta deskripsi yaitu memberikan kata kunci yang telah ditentukan agar *website* mudah dicari oleh mesin pencari dan menjelaskan *content* atau produk yang dibuat, dalam meta deskripsi dengan panjang 150-160 karakter
3. *Heading Tag* yaitu memberikan tag *ALT* dan tag *TITLE* pada setiap gambar untuk mendefinisikan gambar tersebut.
4. *URL Structure*
5. *Image*
6. *Content* yaitu memberikan penebalan pada kata-kata dari isi situs lestari jaya mebel sebagai penanda kata kunci.

2) *SEO Off Page*

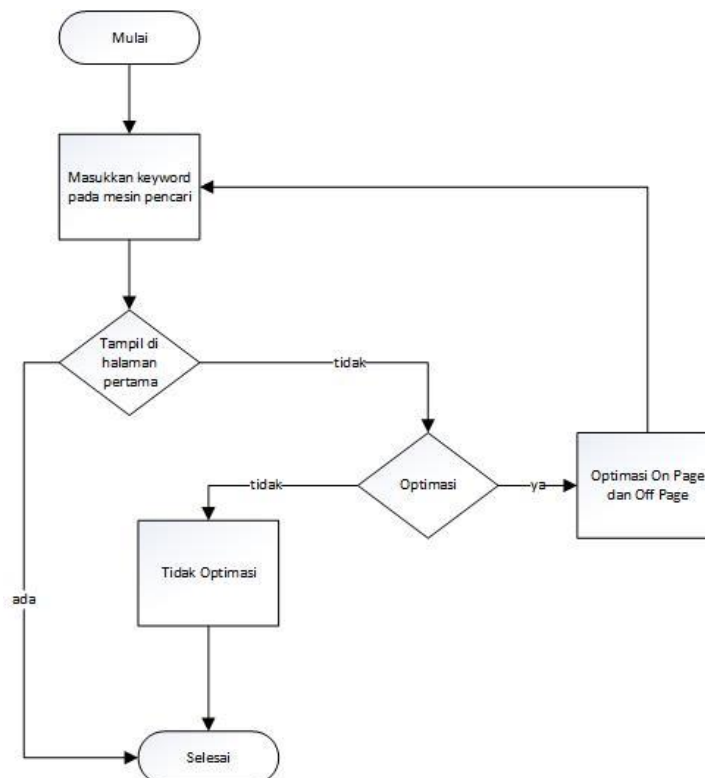
*SEO Off Page* merupakan sebuah teknik SEO yang memfokuskan pada optimasi pada situs bagian eksternal. Metode *Off Page* ini erat kaitannya dengan *backlink*, atau *link* yang tertaut pada situs yang dituju. Sebuah *backlink* dapat dianalogikan sebagai rekomendasi, semakin banyak yang merekomendasikan sebuah situs, maka akan semakin besar pula kesempatan situs tersebut mendapatkan perhatian dari mesin pencari (Martias & Bramayudha, 2023). Dari paparan di atas dapat kita pahami bahwa tujuan penelitian ini adalah implementasi teknik SEO untuk optimalisasi *web* penjualan pada Lestari Jaya Mebel.

## **METODE**

Penulis menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian survei. Metode kuantitatif jenis survey adalah metode penelitian yang mengumpulkan data melalui kuesioner yang diberikan pada responden. Tujuan dari metode ini adalah untuk mengukur variabel-variabel tertentu dan menganalisis hubungan antar variabel tersebut (Rakhman

et al., 2023). Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan teknik statistik untuk menghasilkan informasi yang dapat dijadikan dasar dalam membuat keputusan atau membuat generalisasi terhadap populasi yang lebih besar. Metode survey sering digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari sejumlah besar responden secara efisien dan akurat.

Instrumen yang digunakan berupa pertanyaan terhadap pemilik toko Lestari Jaya Mebel, dengan menggunakan survei *online* atau wawancara. Survei tersebut digunakan untuk mengetahui apakah situs [www.lestarijayamebel.com](http://www.lestarijayamebel.com) sudah menerapkan teknik SEO dengan benar atau tidak. Jika terdapat kekurangan, maka penulis akan mencoba untuk mengoptimasi situs tersebut. Berikut di bawah ini *flowchart* optimasi SEO yang telah penulis rancang.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

#### 1. Menentukan Kata Kunci Artikel

Kata kunci merupakan poin utama yang harus dipersiapkan sebelum membuat artikel, dalam membuat artikel kata kunci harus terkandung pada judul artikel, agar hasil pencarian di *Google* akan merekomendasikan artikel dengan kata

kunci yang sesuai dan berpeluang mendapatkan posisi yang optimal pada *search engine*.

Pada penelitian ini penulis menggunakan kata kunci “toko mebel cicadas bandung”, dikarenakan kata kunci tersebut cukup potensial untuk dioptimasi.

## **2. Membuat Isi Artikel**

Isi artikel yang dibuat juga harus mengandung kata kunci yang telah ditentukan sebelumnya yaitu “toko mebel cicadas bandung.” Dalam membuat artikel juga penulis harus melakukan riset terhadap kompetitor, yang penulis lakukan ialah mengoptimasi secara *on page* yang meliputi frasa kunci utama, judul, permalink atau *slug*, gambar, *meta description*, *internal links*, *outbond links*, dan frasa kunci gambar.

## **3. Pengujian Menggunakan YOAST SEO**

Proses pembuatan artikel penulis menggunakan alat tambahan yaitu *yoast* SEO yang membantu penulis menerapkan SEO *on page* pada artikel, maka dari itu penulis dapat mengetahui pada bagian mana artikel tersebut yang belum optimal saat penerapan SEO *on page*.

### **1) Frasa kunci gambar**

Frasa kunci gambar di *yoast* SEO adalah kata atau kalimat yang digunakan untuk mengoptimalkan SEO gambar pada suatu halaman atau artikel. Frasa kunci gambar ini digunakan untuk memperjelas konten gambar yang terkait dengan halaman atau artikel tersebut, sehingga mesin pencari dapat dengan mudah mengindeks gambar tersebut dan menampilkan gambar tersebut dalam hasil pencarian yang relevan dengan kata kunci yang digunakan.

### **2) Frasa kunci pada judul SEO**

Frasa kunci pada judul SEO di *yoast* SEO adalah kata atau rangkaian kata yang menjadi fokus utama dalam judul halaman atau artikel. Frasa kunci ini harus relevan dengan isi konten yang ada di dalam halaman atau artikel tersebut, sehingga dapat membantu mesin pencari dalam memahami topik yang dibahas dan meningkatkan peluang halaman tersebut muncul pada hasil pencarian yang relevan.

### **3) *Outbond Links***

*Outbound links* pada *yoast* SEO adalah tautan yang mengarah dari halaman situs Anda ke situs web lain di luar domain Anda. *Outbound links* dapat

membantu meningkatkan kredibilitas dan otoritas situs anda karena menunjukkan kepada mesin pencari bahwa situs anda memperhatikan informasi di luar situs anda dan terhubung dengan sumber informasi yang dapat dipercaya.

#### **4) Gambar**

*Yoast* SEO tidak memiliki fungsi khusus untuk mengoptimalkan gambar. Namun, *yoast* SEO dapat membantu dalam mengevaluasi kualitas dan relevansi gambar pada halaman *web* anda melalui analisis konten halaman. Anda dapat memperbaiki kualitas dan relevansi gambar dengan mengoptimalkan ukuran *file*, menambahkan deskripsi yang sesuai, dan menempatkan gambar pada tempat yang tepat dalam halaman.

#### **5) Internal Links**

Internal links pada *yoast* SEO merujuk pada *link* yang mengarah ke halaman lain dalam situs *web* yang sama. Dalam hal SEO, internal *links* dapat membantu meningkatkan keterbacaan situs *web*, meningkatkan pengalaman pengguna, dan membantu mesin pencari memahami struktur situs *web* Anda.

#### **6) Frasa kunci di awal**

Frasa kunci di awal pada *yoast* SEO merujuk pada penggunaan frasa kunci di bagian awal konten, seperti pada judul atau paragraf pertama. Hal ini dianggap penting untuk membantu mesin pencari memahami topik yang dibahas dalam konten.

#### **7) Panjang frasa kunci**

Frasa kunci di *yoast* SEO merujuk pada kata kunci atau frasa yang paling relevan untuk sebuah konten. Hal ini membantu mesin pencari untuk memahami topik atau fokus dari konten tersebut. Dengan menggunakan frasa kunci utama yang tepat, konten anda memiliki peluang lebih besar untuk muncul di halaman pertama mesin pencari saat seseorang melakukan pencarian menggunakan kata kunci yang sama atau mirip dengan frasa kunci utama anda.

#### **8) Kepadatan frasa kunci**

Kepadatan frasa kunci atau *keyword density* pada *yoast* SEO merujuk pada seberapa sering kata kunci tertentu muncul dalam teks sebuah artikel atau halaman.

#### **9) Frasa kunci dalam deskripsi meta**

Frasa kunci dalam deskripsi meta pada *yoast* SEO adalah kata atau frasa yang menunjukkan topik atau fokus utama dari halaman *web* tersebut. Frasa kunci ini harus relevan dengan isi halaman *web* dan harus dipilih dengan hati-hati untuk meningkatkan kemungkinan halaman *web* muncul pada hasil pencarian.

#### **10) Panjang deskripsi meta**

Panjang deskripsi meta pada *yoast* SEO adalah antara 120 hingga 155 karakter. Ini adalah jumlah karakter yang disarankan oleh *yoast* SEO agar deskripsi meta muncul dengan sempurna di hasil pencarian *google*.

#### **11) Frasa kunci yang digunakan sebelumnya**

Frasa kunci yang digunakan sebelumnya pada *yoast* SEO mengacu pada frasa kunci yang telah digunakan pada artikel atau halaman situs sebelumnya untuk mengoptimalkan SEO.

#### **12) Frasa kunci dalam slug**

Frasa kunci dalam slug pada *yoast* SEO mengacu pada frasa atau kata kunci yang muncul di bagian URL atau alamat *web* halaman atau postingan.

#### **13) Frasa kunci pada sub judul**

Frasa kunci pada sub judul pada *yoast* SEO mengacu pada kata atau frasa yang digunakan dalam sub judul atau *heading* di dalam konten halaman *web* yang ingin dioptimalkan untuk mesin pencari.

#### **14) Panjang teks**

Panjang teks pada *yoast* SEO merujuk pada jumlah kata atau karakter dalam konten yang akan dioptimalkan untuk SEO. Jumlah kata atau karakter ini diukur untuk memastikan bahwa konten memiliki cukup jumlah kata untuk dianggap relevan dan bermanfaat oleh mesin pencari, namun tidak terlalu panjang sehingga pengguna tidak terlalu malas membacanya. Di *yoast* SEO, panjang teks diukur dalam jumlah kata, di mana panjang teks minimum yang direkomendasikan adalah 300 kata.

#### **15) Panjang judul SEO**

Panjang judul SEO pada *yoast* SEO merujuk pada jumlah karakter atau panjang judul halaman yang direkomendasikan oleh *plugin Yoast* SEO agar mendapatkan hasil terbaik dalam optimasi mesin pencari.



#### 4. Pengindeksan Artikel di *Google Search Console*

Setelah membuat artikel, penulis kemudian melakukan proses pengindeksan artikel pada *google search console* yang bertujuan agar artikel yang dibuat dapat tampil pada mesin pencari *google*. Secara umum proses indeks ini memakan waktu 1 sampai dengan 7 hari. Jika artikel telah diindeks, maka situs mendapat kesempatan untuk ditemukan oleh pengguna.

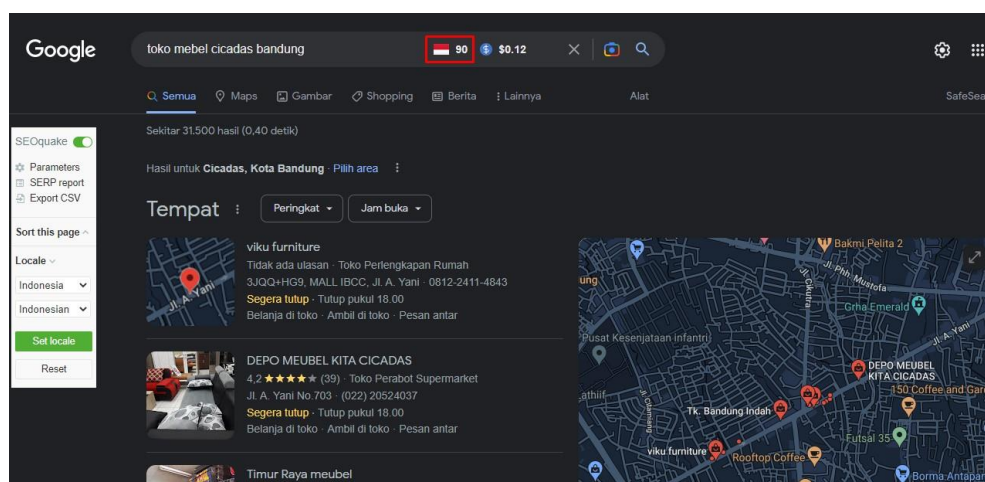
#### 5. Pengujian Pencarian di *Google*

Setelah melakukan proses pengindeksan, maka tahapan selanjutnya adalah melakukan pengujian melalui *search engine google*. Pengujian yang dilakukan ialah dengan cara mengetikkan kata kunci yang telah ditarget, penulis menggunakan kata kunci “toko mebel cicadas bandung.”

#### 6. Melakukan *Guest Post*

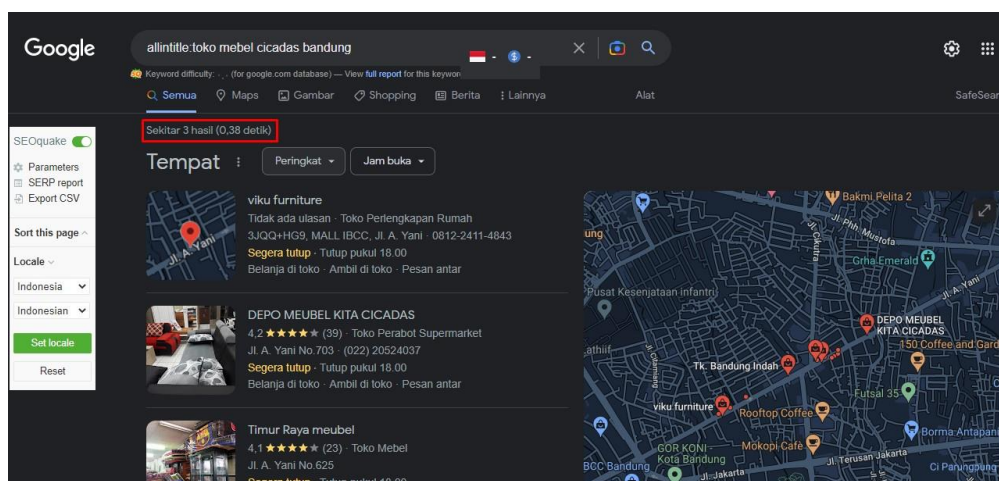
Penulis juga menerapkan *SEO off page* untuk menyokong keperluan *SEO* pada situs [www.lestarijayamebel.com](http://www.lestarijayamebel.com). Diantaranya dengan melakukan *guest post* atau memposting artikel dengan topik yang sesuai *niche* atau tema situs utama.

Hasil analisis kata kunci pada mesin pencari bertujuan untuk menerapkan teknik *SEO (Search Engine Optimization)* pada situs [www.lestarijayamebel.com](http://www.lestarijayamebel.com), serta bukti bahwa kata kunci “toko mebel cicadas bandung” berpotensi untuk dioptimasi sehingga situs [www.lestarijayamebel.com](http://www.lestarijayamebel.com) dapat menduduki peringkat yang optimal. Berikut di bawah ini gambar yang menunjukkan bahwa *keyword* “toko mebel cicadas bandung” memiliki volume pencarian perbulannya yaitu 90.



Gambar 1. keyword toko mebel cicadas bandung

Dan gambar 2 di bawah menunjukkan bahwa persaingan untuk kata kunci “*toko mebel cicadas bandung*” memiliki persaingan yang sedikit, sehingga dengan diterapkannya teknik SEO diharapkan dapat meningkatkan situs [www.lestarijamebel.com](http://www.lestarijamebel.com) pada posisi yang optimal.



**Gambar 2.** persaingan keyword toko mebel cicadas bandung

## Pembahasan

Di era digital saat ini, memiliki *website* penjualan yang efektif dan teroptimasi SEO (*search engine optimization*) adalah suatu keharusan. Dengan mengoptimalkan penjualan *website* Anda menggunakan teknik SEO, anda dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat *website* anda di mesin pencari seperti *google* (Riandika & Hamdani, 2020). Sangat penting untuk dipahami bahwa teknik SEO mencakup dua aspek utama: *SEO on page* dan *SEO off page*. *SEO On page* melibatkan langkah-langkah yang diambil di dalam situs *web* untuk meningkatkan peringkatnya, sedangkan *SEO* di luar halaman melibatkan langkah-langkah yang diambil di luar situs *web* untuk meningkatkan otoritas dan popularitasnya (Shita et al., 2022).

Penggunaan teknik *SEO (search engine optimization)* yang efektif dan terarah sangat penting dalam mengoptimalkan penjualan *website*. *Website* yang muncul di halaman pertama hasil pencarian seperti milik *google* dapat memberikan keuntungan yang luar biasa bagi bisnis anda. Teknik *SEO* yang dapat membantu mengoptimalkan situs *web* anda untuk penjualan dan meningkatkan visibilitas dan konversi (Handayani et al., 2019). Aspek penting dari optimasi *SEO* adalah memilih kata kunci yang relevan. Lakukan penelitian kata kunci untuk menemukan kata kunci yang paling sering dicari

oleh *audiens* target anda (Mardiyantoro & Kholid, 2021). Gunakan kata kunci ini dalam judul, deskripsi, konten, dan tag situs anda. Selain itu, pastikan konten yang anda berikan informatif, relevan, dan mudah dibaca oleh pengunjung dan mesin telusur anda. Buat konten yang unik dan menarik untuk melibatkan pengunjung anda dan pertahankan mereka di situs anda lebih lama.

Selain itu, optimalisasi struktur URL anda. Pastikan URL yang anda gunakan jelas, deskriptif, dan mengandung kata kunci yang relevan. Gunakan format seperti "www.websitename.com/product-category/product-name" untuk membantu mesin telusur memahami konten situs *web* anda. Teknik SEO *on page* lainnya adalah pengoptimalan tag HTML. Gunakan tag tajuk (H1, H2, H3, dll.) untuk menyorot tajuk dan subjudul penting dalam konten anda. Tambahkan juga tag meta deskripsi yang relevan dan menarik ke setiap halaman di situs *web* anda. Tag ini akan muncul di hasil pencarian dan mempengaruhi keputusan pengunjung untuk mengklik link anda (Abdillah & Marcos, 2020).

Salah satu aspek utama SEO *off page* adalah membangun *backlink* berkualitas. Tautan balik adalah tautan ke situs *web* anda dari situs *web* lain. Berusahalah untuk mendapatkan *backlink* dari situs *web* yang sangat berwibawa dan relevan dengan *niche* anda. Pengguna dapat melakukannya dengan bermitra dengan *blogger*, bergabung dengan program pertukaran tautan, atau menerbitkan konten berkualitas tinggi yang menarik perhatian pengguna dan mengumpulkan tautan secara alami (Lukito et al., 2014). Selain itu gunakan juga media sosial untuk mempromosikan *website* penjualan anda. Peningkatan aktifitas pada platform media sosial yang relevan dengan *audiens* tertentu dapat menarik minat pengguna dan sangat bermanfaat (Hayaty & Meylasari, 2018). Upaya lain untuk meningkatkan peluang adalah dengan memperluas jangkauan situs *web* dan dapatkan lebih banyak *backlink* dengan meningkatkan kehadiran media sosial (Artanto & Nurdiyansyah, 2017).

Dengan mengoptimalkan penjualan situs *web* anda menggunakan teknik SEO, anda dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat situs *web* anda di mesin pencari seperti *google* (Pratomo et al., 2019). Upayakan teknik menautkan balik tautan ke situs *web* dari situs *web* lain berdampak pada peningkatan view pada pengguna. SEO *on page* melibatkan langkah-langkah yang diambil di dalam situs *web* untuk meningkatkan

peringkatnya, sedangkan SEO di luar halaman melibatkan langkah-langkah yang diambil di luar situs *web* untuk meningkatkan otoritas dan popularitasnya.

## SIMPULAN

Setelah dilakukan optimasi terhadap *website* [www.lestarijayamebel.com](http://www.lestarijayamebel.com), terdapat sedikit peningkatan, yakni terdapat beberapa *client* yang mulai menghubungi ke nomor yang tertera pada *Google Maps* dengan menanyakan berbagai macam furniture. Berikut di bawah ini merupakan beberapa bukti *client* yang telah menghubungi Lestari Jaya Mebel dalam 1 bulan ke belakang. Tercatat baru 3 *client* yang berhasil menemukan Lestari Jaya Mebel melalui *google*, namun seiring berkembangnya *website* optimasi akan terus dilakukan agar mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Adapun tampilan Lestari Jaya Mebel melalui *google* setelah didaftarkan melalui *platform Google My Business*, dengan mengetikkan *keyword* “lestari jaya mebel cicadas”.

## DAFTAR RUJUKAN

- 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., & Nurdiansyah, 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). *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.
- Martias, X. M. Y., & Bramayudha, A. (2023). Optimalisasi Website Dalam Pelayanan Aqiqah Di Nurul Hayat Surabaya. *Journal of Islamic Management*, 3(1), 31–47.
- Masruri, N. H. (2022). Kajian Metode Seo Berbasis On-Page Sebagai Strategi Meningkatkan Visibilitas Website Di Serp. *Jurnal Teknologi Informasi: Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*, 16(1), 39–49.
- Masruri, N. H., & Nihayati, D. A. (2022). Optimasi SEO On-Page pada Long-Tail Keyword untuk meningkatkan Visibilitas Website di dalam SERP. *JRST (Jurnal Riset Sains Dan Teknologi)*, 6(2), 141–149.
- Muliawati, W. D., & Hamdani, A. U. (2021). *MODEL E-COMMERCE UNTUK MENUNJANG PENJUALAN PRODUK PERCETAKAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS, TEKNIK SEO DAN STRATEGI MARKETING 4P PADA CV. XYZ*.
- Pratomo, A., Najwaini, E., Irawan, A., & Risa, M. (2019). Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan

- Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 1(1), 37–47.
- Rakhman, F., Surur, M., Hayati, F. A., Emyus, Z., & Ramli, A. (2023). *Integrated Farming Model Strategy For Developing The Islamic Boarding School Economy*.
- Riandika, D., & Hamdani, A. U. (2020). Implementasi E-Commerce Dengan Teknik SEO dan Strategi Pemasaran 4P Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Aksesoris Motor Pada XYZ Motoshop. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(3), 785–796.
- Septiani, P., & Kurniawan, H. (2020). Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO). *Respati*, 15(3), 83–91.
- Shita, R. T., Hin, L. L., Diana, A., Achadiani, D., & Fatmasari, F. (2022). Pelatihan optimasi pemasaran online dengan memanfaatkan search engine optimization (seo) pada komunitas pengusaha muda. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 16–23.
- Turbudi, T., & Hamdani, A. U. (2022). Penerapan Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Kerajinan Tangan. *IDEALIS: InDonEsiA JournalL Information System*, 5(1), 19–29.
- Utari, T. (2022). Pengembangan Search Engine Optimization (SEO) pada Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *International Journal of Demos*, 4, 677–685.
- Viney, D. (2008). *Get to the top on Google*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Widiyanto, B., & Hayaty, M. (2019). Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis Search Engine Optimization Pada Burgeon Indonesia. *INFOS Journal-Information System Journal*, 1(2), 7–13.
- Widyasmara, H., & Sugeng Wahyudiono, K. (2019). ANALISIS PENERAPAN SEO DENGAN METODE OPTIMASI CRAWL BUDGET UNTUK MENINGKATKAN INDEX WEBSITE. *TRANSFORMASI*, 15(2).