

Penerapan Search Engine Optimization (SEO) Dalam Meningkatkan Trafik Menggunakan White Hat SEO

Wahyu Tri Yuni Saputro

*¹ Program Studi Sistem Informasi, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta
Jl. Ringroad Selatan, Kragilan, Tamanan, Banguntapan, Bantul, DIY 55191
Email: ¹wahyu1300016049@webmail.uad.ac.id*

ABSTRAK

Mataram Catering memiliki situs web dengan nama domain <http://mataramcatering.com> sebagai media promosi usaha cateringnya. Situs web tersebut belum adanya optimasi untuk meningkatkan kunjungan trafik pada website mataram catering. Dengan diterapkannya teknik (Search Engine Optimization) SEO pada website Mataram Catering, maka diharapkan dapat meningkatkan posisi website menjadi posisi teratas. Teknik SEO yang akan diterapkan pada website Mataram Catering menggunakan White Hat SEO.

Langkah - langkah yang dilakukan dalam upaya menerapkan SEO adalah observasi untuk pengumpulan data awal dengan pengamatan langsung terhadap situs web Mataram catering dengan tools online, menganalisa kebutuhan optimasi, melakukan optimasi SEO On Page dan Off Page, Analisis, Desain, Implementasi, Testing, dan kemudian melakukan Evaluasi. Metode SEO On Page dilakukan dengan menerapkan Title Tag, Meta Description, Meta Keyword, Heading Tag, Image Optimization dan Internal Link, sedangkan SEO Off Page dilakukan dengan menggunakan Backlink.

Hasil pengukuran awal menunjukkan hasil yang kurang optimal, berdasarkan kondisi tersebut maka dilakukan optimasi. Hasil dari optimasi penerapan SEO On Page dan Off Page, menunjukkan kenaikan yang sangat signifikan. Hal ini dibuktikan dari pengukuran akhir menggunakan Google Analytics untuk melihat kenaikan posisi website. Dalam grafik tersebut terlihat dari semua parameter mengalami peningkatan setelah dilakukan optimasi, pengguna mengalami peningkatan dari 6 pengguna menjadi 184, pengguna baru mengalami peningkatan dari 6 menjadi 174 pengguna baru, sesi mengalami peningkatan dari 7 menjadi 288 sesi, jumlah sesi perpengguna mengalami peningkatan dari 1,17 menjadi 1,57 jumlah sesi perpengguna, tayangan halaman mengalami peningkatan dari 9 menjadi 698 tayangan halaman, dan halaman/sesi juga mengalami peningkatan dari 1,29 menjadi 2,42 halaman/sesi.

Kata kunci : *Search Engine Optimization, White Hat SEO, On page Optimization, Off page Optimization*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi pada saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dari tahun ke tahun. Salah satu bukti nyata dari kemajuan teknologi informasi tersebut bisa dilihat pada perkembangan internet. Perkembangan teknologi web dan internet yang ada saat ini memungkinkan seseorang membuat *website* yang diinginkan menjadi lebih mudah. Cukup banyak *website* terbentuk tiap tahunnya, berbagai *website* tersebut berusaha menjadi situs yang terkenal dan paling banyak dicari di internet terutama di *search engine* (mesin pencari).

Berdasarkan data dari *worldwidewebsite* pada tanggal 20 Mei 2017 (*WorldWebSize*, 2017), menunjukkan setidaknya terdapat 4.47 miliar halaman yang terdaftar dalam *World Wide Web*, baik yang dimiliki oleh suatu organisasi maupun yang dimiliki perorangan, menjadikan *website* sebagai salah satu media yang sangat penting dalam menampilkan informasi, dengan begitu banyaknya *website* yang bermunculan, maka kesempatan untuk mendapatkan pengunjung juga akan menjadi lebih berat. Berdasarkan survey terhadap sebagian besar pengguna internet di seluruh dunia, hampir 95% *user* melakukan pencarian dengan *search engine* dalam aktifitas *online* meliputi *browsing* dan *surfing*. Dari semua daftar *search engine* yang tersedia di internet, Google dan Yahoo adalah dua *search engine* yang paling populer diikuti oleh MSN, Alexa, Altavista dan Search.com. Dari fakta ini, kita dapat membayangkan betapa banyaknya kunjungan pengguna internet ke situs *search engine* setiap harinya yang pastinya akan berimbas pada *website/situs* yang kita miliki apabila terindeks dengan baik oleh *search engine* tersebut.

Penyedia jasa makanan bernama Mataram Catering memiliki media promosi berupa *website* *mataramcatering.com*. *Website* ini digunakan sebagai satu - satunya media *online* untuk promosi usaha ini. Sebagai satu - satunya media promosi *online*, *website* ini harus digunakan secara maksimal sehingga dapat diakses dan diketahui oleh orang banyak. Namun kondisinya saat ini *website* *mataramcatering.com* masih memiliki kendala, yaitu sepi pengunjung pada *website* tersebut. Sehingga media promosi *website* tidak maksimal dan mempersempit kemungkinan orang untuk tahu dan menggunakan jasa *mataram catering*, minimnya pengetahuan orang akan berpengaruh pada penghasilan *mataram catering*.

Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan hasil pengukuran trafik *website* selama 2 minggu dan diketahui bahwa trafik *website* masih rendah, oleh karena itu diperlukan adanya optimasi yang mampu menaikkan trafik kunjungan *website* melalui *search engine* yaitu dengan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Dengan diterapkannya teknik *Search Engine Optimization* (SEO) pada *website* *Mataram Catering*, maka diharapkan dapat meningkatkan trafik pengunjung *website*. Penelitian ini berjudul Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Meningkatkan Trafik Menggunakan *White Hat* SEO untuk menjadi solusi dari masalah tersebut. Sehingga trafik pada *website* *mataramcatering.com* dapat meningkat dan dapat diketahui oleh orang banyak.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian terdiri dari 2 sub bab yaitu alat dan bahan, tahap pengumpulan data dan jalannya penelitian. Jika analisis data bersifat spesifik, atau cara analisisnya baru, maka dapat ditambahkan sub bab Analisis Data. Sub bab ditulis tanpa *numbering* maupun *bullet*.

Alat dan Bahan

Alat-alat yang digunakan berupa perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) sebagai berikut:

1. Perangkat keras (*hardware*) dengan spesifikasi sebagai berikut:
 - a. Laptop
 - 1). Processor : AMD Dual-Core E112002.7Ghz@1.60GHz
 - 2). Memory : 4 GB DDR3
 - 3). Monitor : 14" HD LED
 - 4). Hard Disk : 320 GB SATA
 - 5). VGA : AMD Radeon HD 7310 Discete-Class
2. Perangkat lunak (*software*) dengan spesifikasi sebagai berikut:
 - 1). Sistem Operasi : Microsoft Windows 7 Home Premium

- 2). Editor Tool : Sublime text 3.0 dan Microsoft Office 2019
- 3). SEO Tools : Google Analytics
- 4). Web Browser : Google Chrome

Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap ini dilakukan proses pengumpulan data yang akan dilakukan untuk menunjang penelitian mengenai penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) yaitu :

1. Observasi
Metode observasi dalam penelitian ini adalah dengan mengamati dan mengidentifikasi masalah yang terjadi pada objek penelitian dengan cara pengamatan langsung terhadap *website* Mataram Catering.
2. Studi Literatur
Metode studi literatur dimaksudkan untuk mendapat data-data yang diperlukan dalam menelaah dan menganalisis kenyataan yang ada pada objek penelitian, yaitu dengan cara mengumpulkan, mempelajari, dan memahami buku-buku referensi serta laporan tugas akhir yang berhubungan dengan penelitian ini. Data-data yang diperoleh dari metode ini adalah referensi mengenai kajian hasil penelitian dan metode perancangan optimasi yang tepat.

Jalannya Penelitian

Tahapan ini menjelaskan langkah, indikator penyelesaian dan hasil dari langkah yang dilakukan dalam optimasi *website*. Melalui tahapan ini, diharapkan implementasi optimasi dapat terselesaikan dan sesuai dengan metode yang diterapkan.

1. Analisis

Analisis yang diperlukan dalam penelitian ini adalah analisis kebutuhan sistem dan analisis kebutuhan optimasi. Analisis kebutuhan sistem berisi kebutuhan perangkat lunak (*software*) dan kebutuhan perangkat keras (*hardware*). Analisis kebutuhan optimasi ditentukan berdasarkan pengumpulan data awal pada tahap sebelumnya, data yang sudah terkumpul akan dianalisis dalam menentukan optimasi yang akan diterapkan.

2. Desain

Tahap ini akan memaparkan dan menampilkan gambaran mengenai cara kerja SEO *On Page* dan *Off Page* pada *website* mataramcatering.com ketika optimasi dilakukan. Gambaran yang dilakukan adalah dengan menunjukkan model proses optimasi sehingga dapat disampaikan dan dipahami dengan lebih jelas.

3. Implementasi

Implementasi dilakukan dengan dua cara, yaitu optimasi SEO *On Page* dan *Off Page*. Optimasi SEO *On Page* dilakukan dengan *Title Tags*, *Meta Description*, *Heading Tags*, *Image Optimization*, dan *Internal Link*, sedangkan optimasi SEO *Off Page* dilakukan dengan menggunakan *Backlink* pada situs yang berkredibilitas baik dan menyediakan *Backlink*.

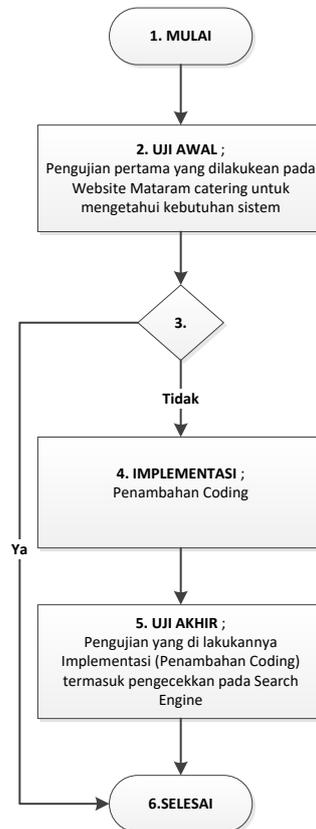
4. *Testing*

Tahap *testing* adalah dimana tahap ini dilakukan setelah tahap implementasi. Pengukuran akhir dilakukan pada *website* Mataram Catering yang telah dioptimasi menggunakan SEO *On Page* dan SEO *Off Page*. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui trafik kunjungan setelah dilakukan optimasi. *Testing* yang dilakukan berdasarkan hasil pencarian dari *search engine* Google, Yahoo dan Bing serta data – data dari *Google Analytic*.

Alur Konseptual Sistem

Gambar skema *flowchart* dan diagram proses optimasi pada *website* mataramcatering.com.

Flowchart

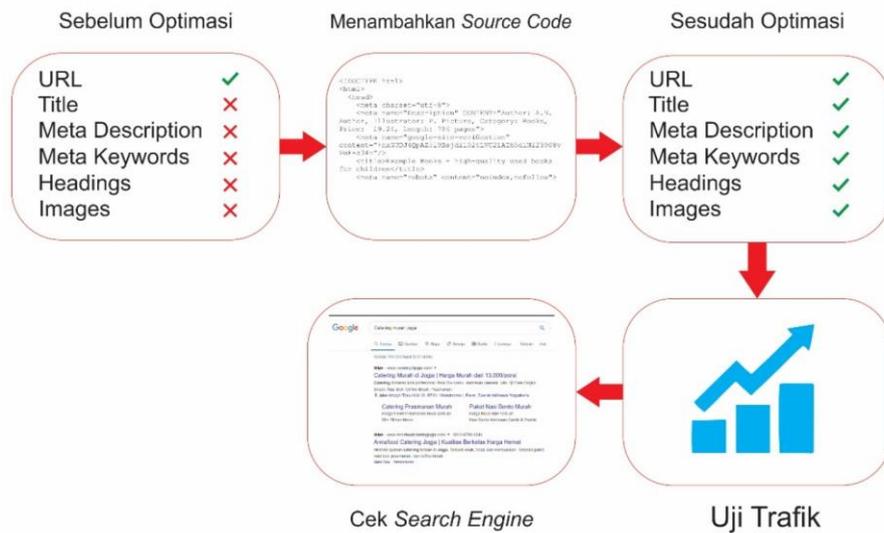


Gambar 1. Diagram *Flowchart*

Pada gambar 1 menjelaskan mengenai alur atau *flowchart* proses optimasi SEO *White Hatt* dilakukan. Adapun penjelasan mengenai alur tersebut sebagai berikut.

1. Pengujian pertama yang dilakukan pada *website* mataramcatering.com dengan menggunakan *Google Analytc* dan pencarian pada *search engine* untuk mengetahui keadaan (kelemahan) *website* sehingga dapat di ketahui kebutuhan guna penerapan SEO.
2. Dari hasil dari pengujian pertama dapat diketahui apakah *website* membutuhkan pengoptimalan atau tidak. Pada kasus *website* mataramcatering.com di dapatkan hasil bahwa *website* tersebut membutuhkan pengoptimalan.
3. Implementasi dilakukan untuk melakukan pengoptimalan *website* dengan cara menambahkan *coding* yang diperlukan pada halaman *website* sesuai dengan metode *White Hatt* SEO.
4. Pengujian akhir dilakukan setelah mendapatkan hasil implementasi dengan metode *White Hatt* SEO. Pengujian akhir dilakukan dengan cara melihat hasil setelah implementasi dan membandingkan hasil pengujian akhir dengan pengujian awal. Serta pengujian dengan mencari *website* pada *search engine*.

Diagram Proses



Gambar 2. Diagram Proses

Berdasarkan gambar 2 dapat dideskripsikan sebagai berikut : indikator penyelesaian masalah yaitu *URL*, *Title*, *Meta Description*, *Meta Keyword*, *Headings* dan *Images* belum dioptimalkan. Maka selanjutnya di butuhkan implementasi untuk dapat memenuhi indikator penyelesaian. Berdasarkan hasil implementasi, dapat diketahui bahwa proses optimasi dapat berjalan di *website* *mataramcatering.com*. Hasil dari langkah optimasi yang dilakukan dapat dilihat hasil pengujian (cek trafik) menggunakan *Google Analityc* dan pencarian pada *search engine*.

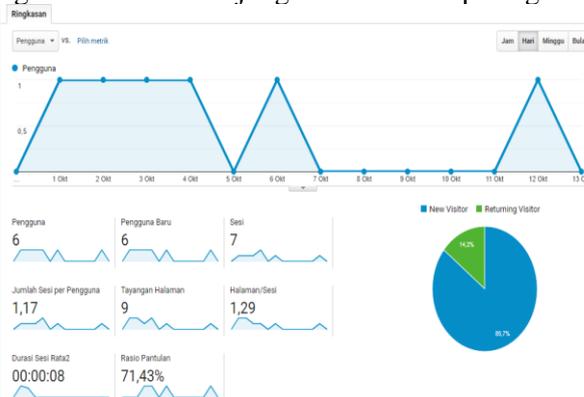
HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Observasi

Tahap observasi adalah tahap yang dilakukan untuk pengumpulan data awal dengan melakukan pengamatan langsung terhadap *website* <http://mataramcatering.com> seperti :

a. Pengamatan Trafik Kunjungan

Pengamatan trafik kunjungan dilakukan untuk mengumpulkan data awal trafik kunjungan menggunakan *Google Analytic*, tahap ini dilaksanakan pada 30 September – 13 Oktober 2019. Hasil pengamatan trafik kunjungan bisa dilihat pada gambar 3.

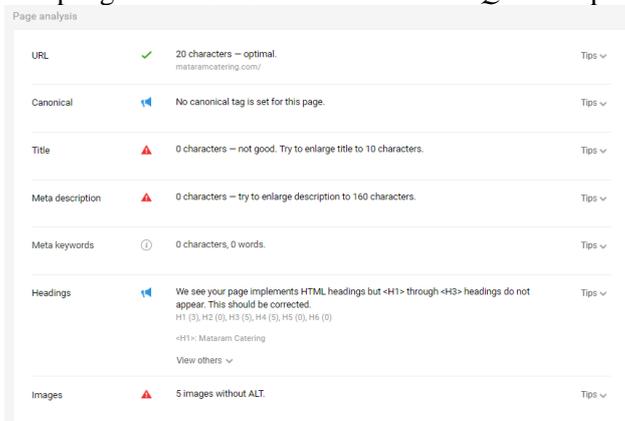


Gambar 3. Hasil Pengamatan Awal Trafik Kunjungan Menggunakan *Google Analytic*

Berdasarkan gambar tersebut, terdapat 6 *user* baru dengan 7 sesi kunjungan, sehingga rata-rata jumlah sesi per *user* adalah 1,17. Jumlah halaman yang ditampilkan mencapai 9 halaman, sehingga rata-rata jumlah halaman tiap sesinya adalah 1,29. Hal ini berarti pengunjung *website* rata-rata melihat tiga halaman web dalam setiap sesi kunjungan dengan rata-rata durasi kunjungannya adalah 8 detik. Jumlah pengunjung yang keluar setelah mengunjungi satu halaman *website* saja (*bounce rate*) adalah 71,43%. Hal ini menunjukkan bahwa *website* mataram catering memiliki trafik kunjungan yang rendah. Berdasarkan parameter-parameter tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa optimasi pada *website* mataram catering perlu diterapkan dengan optimasi SEO *On Page* dan *Off Page* karena belum adanya optimasi pada kedua parameter tersebut.

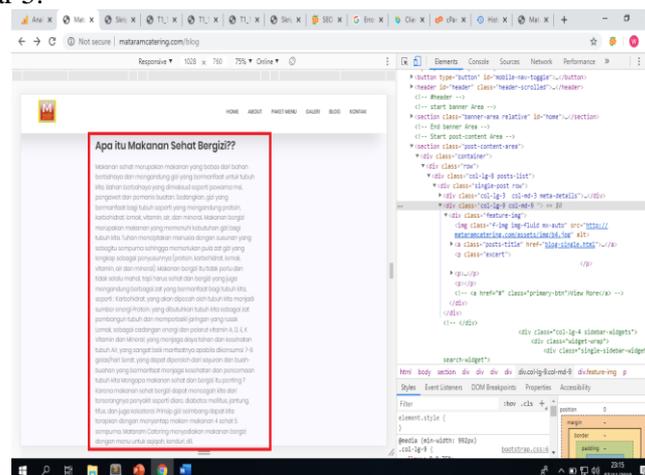
b. Pengamatan SEO

Pengamatan SEO dilakukan dengan menggunakan *tool* SEO *Quake* sebelum *website* dioptimasi. Hasil pengamatan SEO melalui *tool* SEO *Quake* dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Pengamatan SEO Menggunakan Google *Quake*

Berdasarkan hasil pengamatan SEO situs mataramcatering.com, terlihat bahwa *Title Tags* tidak sesuai dengan halaman atau judul artikel, *Meta Description*, *Heading Tags* pada sub-judul, *Image Optimization* masih kosong dikarenakan situs mataramcatering.com belum di optimasi. Parameter *Internal Link* juga belum dioptimasi seperti yang terlihat pada gambar 5.



Gambar 5. Hasil Pengamatan *Internal Link*

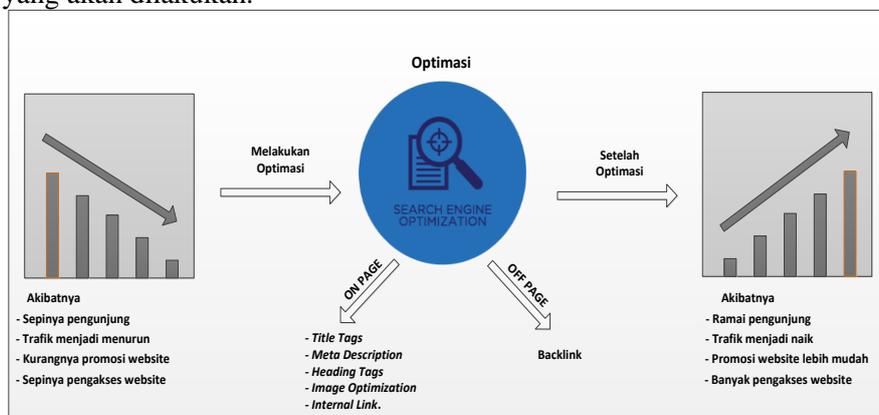
Sedangkan untuk parameter SEO *Off page* seperti *backlink*, pengukurannya dapat dilihat pada gambar 6.

#	URL	Link params		Domain params			
		No-follow	Google index	Bing index	Alexa rank	Webarchive age	SEMrush Rank
1	https://www.facebook.com/Mataram-catering-1425999070975314/		1,400,000,000	498,000,000	7	1998/12/12	4

Gambar 6. Hasil Pengamatan SEO *Off Page* Menggunakan *External Links*

ANALISIS

Berdasarkan hasil analisis dan pengumpulan data awal gambar 7, terdapat 6 *user* baru dengan 7 sesi kunjungan, sehingga rata-rata jumlah sesi per *user* adalah 1,17. Jumlah halaman yang ditampilkan mencapai 9 halaman, sehingga rata-rata jumlah halaman tiap sesinya adalah 1,29. Jumlah pengunjung yang keluar setelah mengunjungi satu halaman *website* saja (*bounce rate*) adalah 71,43%. Analisis ini menghasilkan kesimpulan bahwa kunjungan pada *website* *mataramcatering.com* masih rendah. Optimasi pada *website* *mataram catering* dilakukan dengan menerapkan optimasi SEO *On Page* dan SEO *Off Page*. Optimasi SEO *On Page* dilakukan dengan *Title Tags*, *Meta Description*, *Heading Tags*, *Image Optimization* dan *Internal Link*., sedangkan optimasi SEO *Off Page* dilakukan dengan memanfaatkan *backlink* untuk meningkatkan trafik kunjungan. Pada gambar di bawah menunjukkan model proses dari penelitian yang akan dilakukan.



Gambar 7. Model Proses

Gambar 7 merupakan model proses penerapan SEO pada penelitian ini. Penjelasan dari model prose diatas yaitu setelah dilakukan analisis dan pengamatan pada *website* *mataramcatering.com* ditemukan permasalahan bahwa *website* tersebut masih memiliki trafik kunjungan yang rendah, sepinya pengunjung yang mengakses *website* dan *website* yang masih sulit ditemukan karena tidak berada pada posisi teratas di halaman pertama *search engine*. Sehingga dilakukan implementasi untuk menerapkan SEO pada *website* tersebut dengan menggunakan teknik SEO *On Page* dan *Off Page*. Diterapkannya SEO *On Page* dan *Off Page* pada *website* tersebut bertujuan agar dapat memberikan beberapa keuntungan atau solusi dari permasalahan *website*

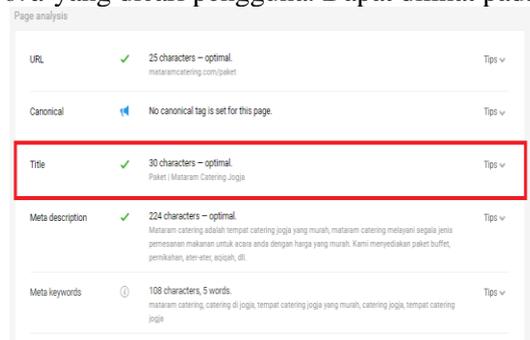
mataramcatering.com yaitu trafik pengunjung yang meningkat serta naiknya posisi *website* menjadi posisi teratas pada halaman pertama *search engine*.

IMPLEMENTASI

Pada tahap ini dilaksanakan tanggal 14 Oktober 2019 – 19 Oktober 2019. Optimasi diterapkan ke dalam penelitian setelah dilakukan pengukuran awal dan diketahui hasil awal dari tiap parameter yang akan dioptimalkan dan dianalisis. Proses implementasi ini yang dilakukan yaitu melakukan optimasi *Title Tags*, *Meta Description*, *Heading Tags*, *Image Optimization*, *Internal Link*, dan *backlinks* atau istilahnya dalam SEO disebut dengan *SEO On Page* dan *Off Page*. Tahapan implementasi dilakukan dengan beberapa tahapan. Dalam tahapan ini mempunyai tahap yang tersendiri yang dilakukan sebagai berikut:

1. Optimasi Title Tag

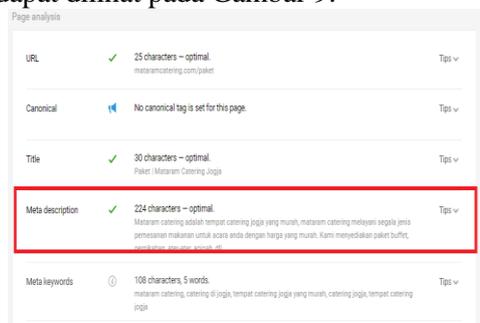
Dengan adanya *Title Tag* maka pengunjung bisa mengetahui garis besar dari informasi yang disajikan. Sangat penting untuk mengoptimalkan *Title Tag* baik itu untuk Judul Blog maupun untuk judul sebuah artikel. Dalam SEO, *Title Tag* memainkan peranan yang sangat penting karena *Title Tag* sendiri merupakan faktor dasar *search engine* untuk mengukur relevansi dari *keyword* yang dicari pengguna. Dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Penerapan *Title Tag*

2. Optimasi Meta Description

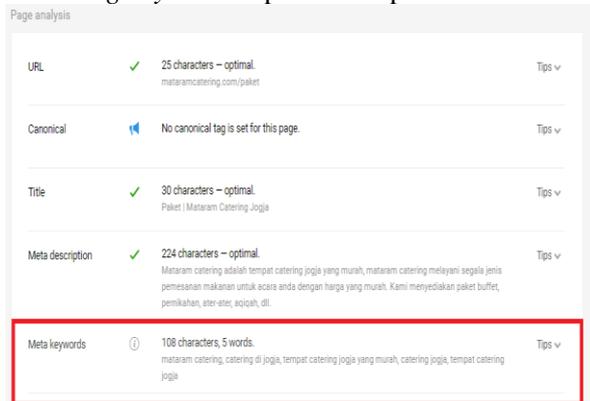
Meta description adalah salah satu *meta tag* yang mendeskripsikan isi dari sebuah halaman dan bisa di baca oleh mesin pencari. *Meta description* digunakan *google* sebagai alternatif jika *google* tidak dapat menemukan informasi yang tepat. *Meta tags* tidak muncul di halaman *posting*, sehingga kebanyakan pengunjung tidak pernah melihatnya. *Meta tags* yang berbeda memiliki fungsi yang berbeda, namun secara umum semuanya digunakan untuk memberikan informasi tambahan mengenai kondisi sebuah halaman situs kepada robot mesin pencari. dapat dilihat pada Gambar 9.



Gambar 9. Penerapan *Meta Description*

3. Optimasi Meta Keyword

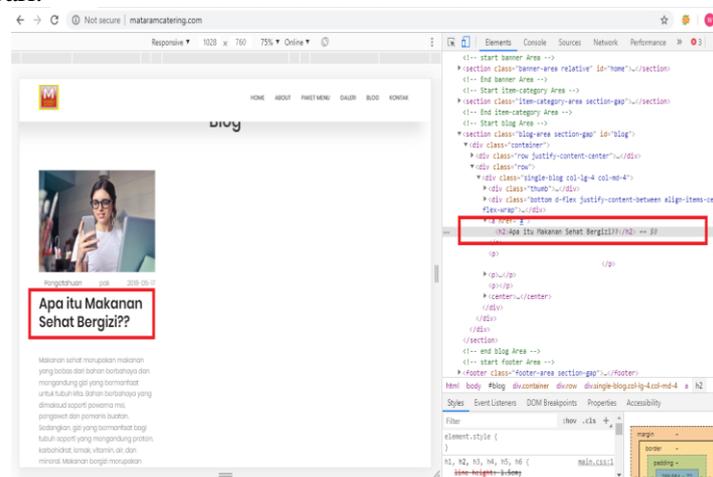
Meta tag keyword biasanya ditempatkan setelah meta tag description dalam kode html, bentuk penulisan meta tag keyword dapat dilihat pada Gambar 10.



Gambar 10. Penerapan Meta Keyword

4. Optimasi Heading Tag

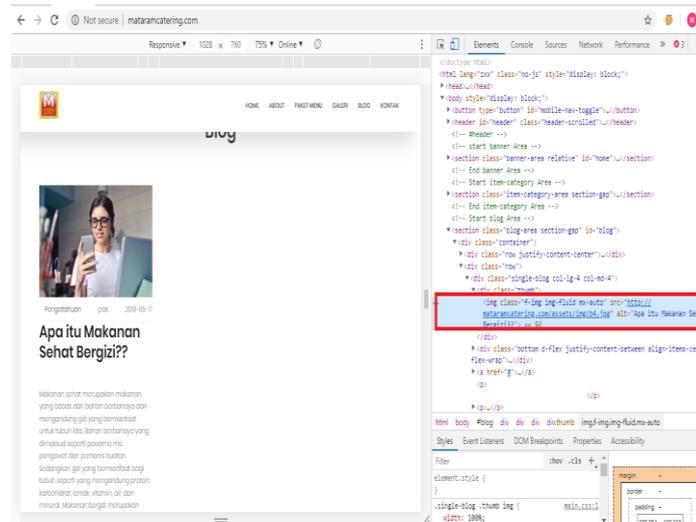
Tag heading atau yang juga disebut heading tags merupakan sebuah tag yang berguna untuk membuat suatu judul pada halaman web. Secara default, tag yang satu ini sudah tersedia di blogger yang ditandai dengan huruf yang lebih besar dan lebih tebal. Dengan adanya tag-tag tersebut, robot google semakin mudah untuk merayapi dan menentukan elemen-elemen mana dari suatu blog atau web yang penting dan juga tidak. Di samping itu, tag ini juga sebagai salah satu diantara 200 faktor yang menentukan ranking website di mesin pencari.



Gambar 11. Penerapan Heading Tags

5. Optimasi Image Optimization

SEO images merupakan salah satu proses yang dilakukan secara sistematis terhadap media gambar atau images yang bertujuan untuk meningkatkan volume kunjungan dari mesin pencari. Images dapat menjadi komponen suatu website penggunaannya dapat dioptimasi dengan memanfaatkan attribute ALT untuk menentukan teks alternatif untuk sebuah images, hal ini bermanfaat untuk jika images tersebut tidak dapat ditampilkan untuk alasan tertentu.

Gambar 12. Penerapan *Image Optimization*

6. Optimasi melalui *Backlink*

Optimasi melalui *backlink* dibagi menjadi dua jenis, yaitu *backlink* Forum dan *backlink* Web 2.0.

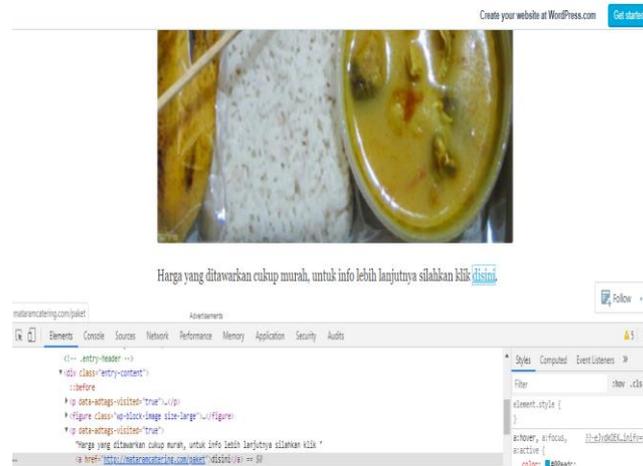
a. *Backlink* Forum

Optimasi *backlink* forum dilakukan dengan mendaftar pada suatu *website* bertipe forum dan membuat *thread*/mengomentari *thread* lain dengan menyelipkan *link* untuk menuju suatu *website* yang akan dioptimasi. Contoh optimasi *backlink* forum pada *website* mataramcatering.com adalah melalui forum kaskus, tampilannya dapat dilihat pada gambar 13.

Gambar 13. Penerapan *Backlink* Forum

b. *Backlink* Web 2.0

Prinsip *backlink* Web 2.0 pada dasarnya adalah memanfaatkan subdomain dari *website* yang sudah memiliki peringkat yang tinggi untuk memberi *link* pada *website* yang akan dioptimasi, dengan demikian kualitas *link* yang dihasilkan pun juga berkualitas tinggi. Penerapan *backlink* Web 2.0 melalui *wordpress* dapat dilihat pada gambar 14.



Gambar 14. Penerapan *Backlink Web 2.0* melalui *Wordpress*

TESTING

Tahap *testing* atau pengujian adalah tahap pengukuran akhir, dimana tahap ini dilakukan setelah tahap implementasi dilakukan. Pengukuran akhir dilakukan pada situs web *mataramcatering.com* yang telah dioptimasi menggunakan *SEO On Page* dan *SEO Off Page*. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui hasil akhir trafik kunjungan setelah dilakukan optimasi. Pengukuran akhir dilakukan pada tanggal 20 Oktober – 1 November 2019 menggunakan *Google Analytic* untuk trafik kunjungan.

1. Trafik Kunjungan



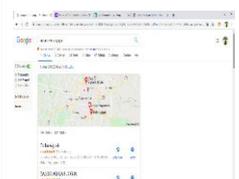
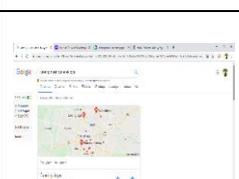
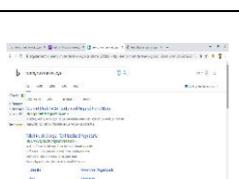
Gambar 15. Hasil Pengukuran Akhir Trafik Kunjungan

Berdasarkan gambar tersebut, dari hasil optimasi *SEO On Page* dan *SEO Off Page* yang dilakukan selama 2 minggu dapat disimpulkan 179 *user* baru dengan 288 sesi kunjungan, sehingga rata-rata jumlah sesi per *user* adalah 1,57. Jumlah halaman yang ditampilkan mencapai 698 halaman, sehingga rata-rata jumlah halaman tiap sesinya adalah 2,42. Hal ini berarti pengunjung *website* rata-rata melihat tiga halaman web dalam setiap sesi kunjungan dengan rata-rata durasi kunjungannya adalah 1 menit 30 detik. Jumlah pengunjung yang keluar setelah mengunjungi satu halaman *website* saja (*bounce rate*) adalah 42,01%.

2. Hasil Search Engine

Hasil *search engine* merupakan hasil yang didapat dari penelusuran beberapa kata kunci yang berhubungan dengan mataramcatering.com di tiga *search engine* yaitu Google, Yahoo dan Bing. Hasil ini disajikan dalam bentuk *table* sehingga dapat terlihat perbandingan dari tiga *search engine*.

Tabel 1. Perbandingan dari Tiga Search Engine

No .	Kata Kunci	Google	Yahoo	Bing
1.	Catering Murah jogja			
2.	Aqiqoh Murah jogja			
3.	Catering murah dan enak jogja			

Hasil yang didapat dari table diatas menunjukkan bahwa dari tiga kata kunci dan tiga *search engine* tidak ditemukan situs *website* mataramcatering.com di peringkat teratas pada halaman pertama *search engine*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) untuk Menaikkan Trafik Kunjungan *website* dengan Studi Kasus *website* mataramcatering.com, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan teknik SEO (*Search Engine Optimazition*) menggunakan teknik SEO *On Page* dan *Off Page*. Teknik SEO *On Page* ini dilakukan dengan *Title Tag*, *Meta Keyword*, *Meta Description*, *Heading Tag*, *Image Alt Tag*, dan *Internal Link*. Sedangkan SEO *Off Page* dilakukan dengan memanfaatkan *Backlink* sebagai solusi permasalahan yang ada pada *website* mataramcatering.com yang dapat menghasilkan peningkatan trafik kunjungan pengguna dari 6 pengguna menjadi 184, pengguna baru mengalami peningkatan dari 6 menjadi 174 pengguna baru, sesi mengalami peningkatan dari 7 menjadi 288 sesi, jumlah

sesi perpengguna mengalami peningkatan dari 1,17 menjadi 1,57 jumlah sesi perpengguna, tayangan halaman mengalami peningkatan dari 9 menjadi 698 tayangan halaman, dan halaman/sesi juga mengalami peningkatan dari 1,29 menjadi 2,42 halaman/sesi.

2. Hasil pengamatan yang dilakukan, meskipun trafik kunjungan meningkat namun posisi *website* belum optimal karena belum menjadi posisi teratas pada halaman pertama *search engine*.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelheid, A. (2012). Mengungkap Rahasia SEO (White Hat SEO & Black Hat SEO). Dalam A. Adelheid, Backlink/Link Exchange (hal. 31). Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Akram, M., dkk. (2010). Search Engine Optimization Techniques Practiced in Organizations : A Study of Four Organizations, *Journal of Computing*, Vol.2, Issue 6.
- Alim, Aziiz.M.(2015). Analisis Penerapan Metode SEO (Search Engine Optimization) On Page dan Off Page untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) Pada Website Designwebtutorials.com.
- Artanto.H, Nurdiansyah.F.(2012). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. Universitas Widyagama Malang.
- Azim.F.(2019). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimisation) Dengan Metode Onpage Dan Offpage Pada Website Cargoriau.Com. Program Studi Pendidikan Vokasional Teknik Elektronika Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP)Universitas Muhammadiyah Riau.
- Fiftin Noviyanto.F, Setiawan.A.(2017). Penerapan Seo (Search Engine Optimization) White Hat Menggunakan Metode Link Kontekstual Untuk Meningkatkan Serp Di Website Infonasa.Com. Universitas Ahmad Dahlan.
- Hadi, Dinar.P.(2016). Analisis dan Implementasi SEO (Search Engine Optimization) Pada Website Baru dengan Teknik White- hat Seo dan Black-hat Seo untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) di Google dan Yahoo.
- Halilintar.B.R, Ariyus.D.(2018). Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Agc (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page) (Studi Kasus : Website Gallery). Program Studi Informatika, Universitas AMIKOM Yogyakarta.
- Hayaty.M, Meylasari.D.(2018). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. Informatika, Universitas Amikom Yogyakarta.
- Himawan , dkk.(2017). Search Engine Optimization (Seo) Menggunakan Metode White Hat Seo Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website. Universitas Islam Attahiriyah.

- Himawan, dkk. (2015). Analisa Pengaruh Penggunaan Search Engine Optimization (SEO) Pada Website E-Commerce. Proceedings in Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (SESINDO).
- Madasari.A.T.(2010). Analisis Pemanfaatan Metode Search Engine Optimization (Seo) Untuk Peningkatan Volume Traffic Situs.(Skripsi). Fakultas Matematika Dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Nurjaya.W, Riyanto.A.(2018). Analisis dan Penerapan Search Engine Optimization Pada Website Menggunakan Metode White Hat Seo. (Studi Kasus Di Pt.Suryaputra Adipradana).Skripsi, Program Studi Teknik Informatika, Stmik Lpkia Bandung.
- Triyanto.A.W, Susanti.N.(2017). Optimasi Meta Tag HTML untuk Meningkatkan Search Engine Optimization (SEO) pada Website E-Commerce UMKM. Universitas Muria Kudus.
- Sohail, A. (2012). Search Engine Optimization Methods & Search Engine Indexing for CMS Applications, Master's Thesis, Lappeenranta University of Technology.
- Satibi, dkk.(2017). Analisis pemanfaatan search engine optimization dalam Meningkatkan penjualan produk ukm di pasar internasional (studi kasus pada cv. Ayung sportindo). Vol, 50, No. 6.
- Santoso, J. Trias.(2012). Analisis dan Penerapan Metode SEO (search engine optimization) Image untuk Meningkatkan SERP (Search Engine Result Page).
- Yulianingsih .E.(2016).Metode Search Engine Optimization (Seo) Sistem Informasi Akademik.(Studi Kasus: Sma Muhammadiyah 3 Palembang).