

Penerapan Teknik *Search Engine Optimization* (SEO) untuk Memenangkan Persaingan Kata Kunci pada Mesin Pencari Google (Studi Kasus: Paguyuban Pengrajin Alas Kaki SIMBA Purwokerto, Banyumas)

(Implementation Techniques Search Engine Optimization (SEO) for Winning Competition Keywords on Google Search Engines (Case Study: Custom Footwear Association SIMBA Purwokerto, Banyumas))

Andi Dwi Riyanto¹, Purwadi²

^{1,2}*Teknik Informatika - STMIK AMIKOM Purwokerto
Jl. Let. Jend. Pol. Sumarto Purwokerto*

¹*andi@amikompurwokerto.ac.id*

²*purwadi@amikompurwokerto.ac.id*

Abstrak - Pengrajin di kelurahan Pasir Kidul diwadhahi dalam Paguyuban SIMBA. Pada Paguyuban Simba tersebut memiliki masalah dimana terjadi penumpukan barang dikarenakan produksi banyak, namun permintaan sedikit. Hal tersebut dikarenakan permintaan pasar produk didominasi dari kota-kota sekitar. Pada saat tim peneliti melakukan survey, Paguyuban SIMBA belum memiliki website. Adapun data pencarian yang berkaitan dengan kerajinan alas kaki yakni sepatu melalui mesin pencari Google di Indonesia dalam 12 bulan terakhir rata-rata mencapai 60.500 pencarian, sedangkan pencarian sandal mencapai angka 9.900 pencarian. Melihat potensi tersebut, tim peneliti mengajukan penelitian untuk membuat website sebagai media promosi dan memenangkan persaingan dalam mesin pencari Google. Untuk memenangkan persaingan peringkat website pada mesin pencari Google, dapat menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO), *SEO Off Page* ataupun *SEO On Page*. Hal tersebut yang menjadi fokus tim peneliti untuk membuat website promosi dan mengimplementasikan teknik SEO pada Paguyuban pengrajin alas kaki SIMBA. Dalam menerapkan *SEO On Page*, tim peneliti menggunakan tools *Google Trends* dan *Google*

Keywords Planner, sedangkan dalam menerapkan *SEO Off Page* tim peneliti memperbanyak pembuatan *link building (backlink)* ke beberapa website yang memiliki *trust* tinggi yaitu website berdomain *.go.id*, *.ac.id*, *.sch.id*, *.gov*, dan *.edu*. Hasil dari penelitian ini adalah website *www.simbandol.com* yang memiliki persaingan kata kunci kompetitif pada mesin pencari di Google, sehingga meningkatkan penjualan pada Paguyuban SIMBA.

Kata kunci : Penerapan Teknik SEO , Pengrajin Alas Kaki, Website Promosi, Google Trends, Google Keyword Planner.

Abstract - *Craftsmen in the village of Pasir Kidul accommodated in Paguyuban SIMBA. In the Circle of Friends Simba have a problem where there is accumulation of goods due to a production lot, but little demand. That is because the market demand for products predominantly from neighboring towns. At the time of the research team conducted a survey, the Society of SIMBA not have a website. The search data relating to craft footwear namely shoes through the Google search engine in Indonesia in the last 12 months averaged 60,500 searches, while searches search*

slippers reached 9,900. Seeing this potential, the researchers propose a study to create a website as a media campaign and win the competition in the search engine Google. To win the competition website ranking on search engines Google, can use techniques of Search Engine Optimization (SEO), SEO Off Page or SEO On Page. It is the focus of the research team to create a promotional website and implement SEO techniques on the Society of footwear craftsmen SIMBA. In applying SEO On Page, a team of researchers using tools Google Trends and Google Keywords Planner, while in implementing the Off Page SEO team of researchers to reproduce the manufacture of building links (backlinks) to some websites that have high trust that the website in domain .go.id, .Ac.id, .sch.id, .gov, and .edu. The results of this study are www.simbandol.com website where competition competitive keywords on Google search engine, thus increasing sales at Circle of SIMBA.

Keywords: *SEO Techniques, Custom Footwear, Website Promotion, Google Trends, Google Keyword Planner.*

I. PENDAHULUAN

Kelurahan Pasir Kidul terletak di Kecamatan Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas. Kelurahan pasir kidul merupakan sentra kerajinan alas kaki yang tentu saja aneka produk yang dihasilkan yaitu alas kaki berupa sepatu dan sandal. Berdasarkan pendataan Dinas Industri, Perdagangan dan Koperasi (Dinperidagkop Kab. Banyumas Februari, 2013) jumlah pengrajin alas kaki di kelurahan pasir kidul sebanyak 16 pengrajin. Nilai total investasi pengrajin mencapai 493.000.000 (empat ratus sembilan puluh tiga juta rupiah) dengan rata-rata investasi 30.810.000 (tiga puluh juta delapan ratus sepuluh ribu rupiah). Tenaga kerja yang diserap sebanyak 498 orang. Tenaga kerja tersebut terdiri dari laki-laki 398 orang dan perempuan 200 orang. Total produksi

per tahun mencapai 139.058 (seratus tiga puluh Sembilan ribu lima puluh delapan) kodi dengan nilai produksi per tahun sebanyak Rp 24.228.619.500 (Dua puluh empat milyar dua ratus dua puluh delapan enam ratus Sembilan belas ribu lima ratus rupiah).

Di sisi lain, meskipun prospek usaha alas kaki cukup cerah dengan menyerap tenaga kerja mencapai 498 orang. Namun kenyataannya banyak pengrajin masih belum merasakan manisnya usaha kerja keras mereka, terutama pengrajin yang tiap harinya menghasilkan 3 – 5 kodi. Tiap kodi mereka hanya mendapatkan keuntungan sebesar Rp 25.000. Kemiskinan sangat terasa di kalangan pengrajin alas kaki. Menurut seorang pengrajin alas kaki H. Sudarso, banyak diantara pengrajin yang gulung tikar disebabkan karena masalah penumpukan barang yang dikarenakan produksi banyak, namun permintaan sedikit. Hal tersebut dikarenakan permintaan pasar produk didominasi dari kota-kota sekitar.

Industri alas kaki adalah salah satu industri yang menjanjikan dimasa yang akan datang bagi pertumbuhan perekonomian Indonesia, karena industri ini adalah salah satu industri yang menjadi unggulan Indonesia [1]. Setelah pemerintah menggalakkan ekspor dalam sektor non migas maka industri alas kaki merupakan salah satu alternatif yang menjanjikan dari berbagai komoditi lainnya dalam fenomena perekonomian dewasa ini. Adapun yang dimaksud alas kaki yaitu sepatu dan sandal.

Berdasarkan data yang diambil dari [2], data pencarian tentang sepatu dalam 12 bulan terakhir melalui mesin pencari Google di internet memiliki rata-rata pencarian mencapai 60.500 kali pencarian dan untuk sandal adalah sebanyak 9.900 pencarian seperti terlihat pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Data Pencarian dengan Kata Kunci “Sepatu” dan “Sandal” dalam 12 Bulan Terakhir di Indonesia [2]

Menurut data yang diambil dari [2], dalam 12 bulan terakhir di Indonesia pencari sepatu yang tercatat di mesin pencari google adalah dari kota-kota berikut : Jakarta, Kota Bekasi, Depok, Bandar Lampung, Surabaya, Yogyakarta, Banjarmasin,

Pontianak, Bandung dan Medan. Sedangkan peminat sandal berasal dari kota-kota berikut : Jakarta, Denpasar, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Jember, Kediri, Depok, Malang dan Kota Bekasi seperti tertera pada Gambar 2 dan Gambar 3 berikut:



Gambar 2. Data Kota Pencari Produk “Sepatu” dalam 12 Bulan Terakhir di Indonesia [3]



Gambar 3. Data Kota Pencari Produk “Sandal” dalam 12 Bulan Terakhir di Indonesia [3]

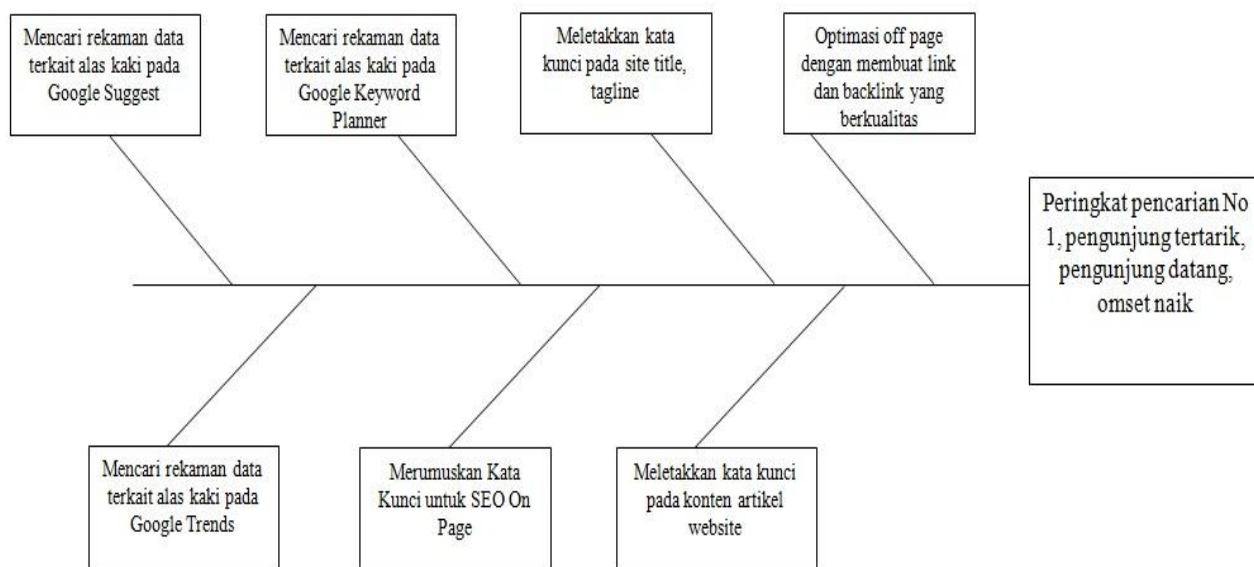
Melihat potensi pencarian sepatu dan sandal menggunakan mesin pencari Google, tim peneliti optimis untuk dapat meraih pasar menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan penjualan pada produk kerajinan alas kaki sepatu dan sandal Paguyuban SIMBA. SEO adalah teknik yang digunakan untuk memaksimalkan suatu website agar lebih dikenal atau lebih mudah dibaca oleh *search engine* untuk menaikkan peringkat pada mesin pencari sehingga banyak pengunjung. Ada 2 (dua) macam SEO yaitu SEO On Page dan SEO Off Page [4]. SEO On Page yaitu teknik melakukan optimasi dari dalam suatu website dengan jalan memodifikasi faktor-faktor tertentu dari bagian suatu website misalkan menentukan title, tag, content yang relevan dengan title dan lain-lain. Sedangkan SEO Off Page merupakan teknik

optimasi yang dilakukan dari luar bagian website dengan tetap mengacu pada algoritma *search engine* tertentu.

Penerapan teknik SEO bertujuan supaya mendapat posisi terbaik di Google, salah satunya dengan menanamkan *backlink* [5]. *Backlink* merupakan *link* pada sebuah website yang mengarah ke alamat lain. Bisa ke alamat website itu juga, bisa ke website lain. Ada beberapa jenis *backlink* mulai dari *article directory*, *blog comment*, *forum*, *guest post*, *pingpack*, *trackback*, *web 2.0* hingga *wiki*.

II. METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan tahapan penelitian seperti yang tertera pada Gambar 4.



Gambar 4. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mencari rekaman data terkait alas kaki pada Google Suggest.
2. Mencari rekaman data terkait alas kaki pada Google Trends.
3. Mencari rekaman data terkait alas kaki pada Google Keyword Planner.
4. Merumuskan Kata Kunci untuk SEO On Page.
5. Meletakkan kata kunci pada site title, tagline.
6. Meletakkan kata kunci pada konten artikel website.
7. Optimasi membuat link dan backlink berkualitas baik.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Data pada Google suggest yang terkait alas kaki yaitu :
 - a. sepatu handmade online
 - b. sepatu handmade indonesia
 - c. sepatu handmade wanita
 - d. sepatu handmade kaskus
 - e. sepatu handmade pria
 - f. sepatu handmade terbaik
 - g. sepatu handmade wanita murah
 - h. sandal wanita 2016
 - i. sandal wanita
 - j. sandal ukir

- k. sandal pria
- 2. Data pencarian pada Google Trends terkait sandal dan sepatu yaitu :
 - a. sandal sepatu
 - b. sepatu
 - c. sandal wanita
 - d. sandal terbaru
 - e. model sandal
 - f. sandal anak anak
 - g. sandal jepit
 - h. sandal
 - i. sandal sepatu wanita
 - j. sepatu wanita
 - k. model sandal 2016
 - l. sandal terbaru 2016
 - m. sandal wanita 2016
 - n. sandal ukir
 - o. harga sepatu
 - p. sepatu terbaru
 - q. sepatu wanita
 - r. model sepatu
 - s. sepatu anak
 - t. sepatu wanita terbaru
- 3. Data pencarian pada Google Keyword Planner terkait sandal dan sepatu yaitu :
 - a. sepatu wanita
 - b. model sepatu terbaru
 - c. sepatu olahraga
 - d. sepatu anak
 - e. sepatu sport
 - f. sepatu online
 - g. model sepatu
 - h. sepatu keren
 - i. sepatu pria
 - j. sepatu casual
 - k. sepatu wanita terbaru
 - l. sepatu kulit
 - m. sepatu terbaru
 - n. toko sepatu online
 - o. sepatu murah
 - p. sepatu sandal
 - q. jual sepatu online
 - r. harga sepatu
 - s. sepatu wanita murah
 - t. sepatu kerja wanita
 - u. grosir sepatu
 - v. toko sepatu
 - w. model sepatu wanita
 - x. grosir sepatu murah
 - y. jual sepatu
 - z. sepatu kerja
 - aa. online shop sepatu

- bb. sepatu pria terbaru
- cc. pabrik sepatu
- dd. sepatu perempuan
- ee. sepatu wanita online
- ff. sepatu kerja pria
- gg. grosir sepatu wanita
- hh. sepatu original

- 4. Merumuskan Kata Kunci untuk SEO On Page didapatkan dari menggabungkan data pada Google Suggest, Google Trends dan Google Keyword Planner. Jika ada data yang sama maka dihilangkan. Total ada 55 daftar kata kunci.
- 5. Meletakkan kata kunci pada site title, tagline. Untuk lebih mudah terindex oleh mesin pencari Google, maka peletakan kata kunci pada website sangat diperlukan. Peletakan kata kunci akan lebih maksimal jika menggunakan longtail yaitu dengan cara menggunakan kombinasi kata kunci kedalam kalimat. Kalimat tersebut diletakkan pada site title dan tagline. Tabel 1 berikut menunjukkan kata kunci yang ditempatkan pada site title dan tagline:

TABEL I.
MELETAKKAN KATA KUNCI PADA SITE TITLE,
TAGLINE

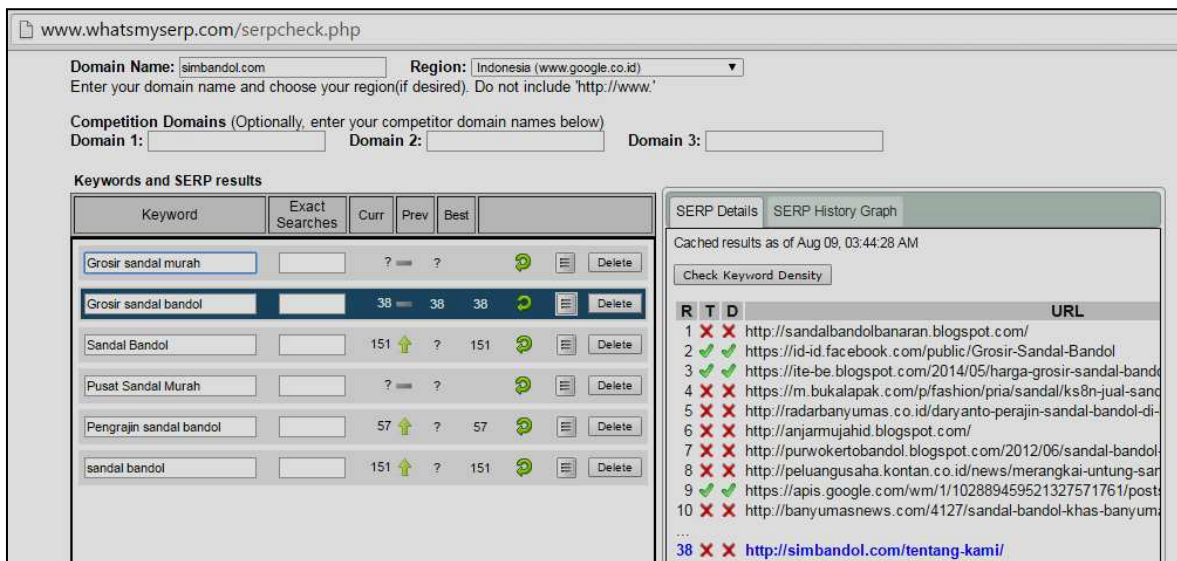
Peletakan	Kata kunci
Site Title	Simbandol (Paguyuban Simba) : Pabrik/produsen alas kaki sepatu dan sandal(sandal) handmade yang terbuat dari ban bodol (ban bekas) asli buatan Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia
Tagline	Toko online shop yang menjual sepatu kerja, casual, olahraga/sport dan sandal/sandal jepit untuk anak-anak, pria dan wanita/perempuan dengan harga murah (grosir), model keren dan terbaru serta kualitas terbaik

- 6. Meletakkan kata kunci pada konten artikel website. Selain peletakan kata kunci pada site title dan tagline, pada saat membuat konten artikel yang mengandung unsur kata kunci terkait agar lebih mudah terindex oleh mesin pencari Google.
- 7. Optimasi membuat link dan backlink berkualitas baik.

Agar website ini memiliki reputasi yang baik, maka perlu dilakukan optimasi secara off page yaitu dengan cara menipiskan link kepada website-website yang memiliki reputasi baik seperti website pemerintahan dan web sekolah. Website pemerintah dan sekolah dianggap baik karena tidak semua orang dapat mendaftarkan domain tersebut dan banyak pengunjungnya. Sehingga dengan membuat link dari website pemerintah dan website sekolah yang mengarah ke website www.simbandol.com diharapkan meningkatkan pengunjung dan memperbaiki peringkat pencarian pada mesin pencari Google.

Pada website www.sombadol.com masih sangat kecil angka link dari website-website tersebut. Site .go.id sudah ada 39 link yang mengarah ke ww.simbadol.com, site .gov baru 1 website, site .ac.id sebanyak 6 website dan site .sch.id sebanyak 37 website. Sehingga untuk pencapaian pemenangan kata kunci kompetitif masih kurang bagus.

Gambar 5 berikut menunjukkan beberapa kata kunci utama dan hasil pencarian yang ditargetkan menggunakan situs <http://www.whatsmyserp.com/serpcheck.php>:



Gambar 5 Peringkat www.simbandol.com pada kata kunci kompetitif

IV. PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian tentang penerapan metode Search Engine Optimization (SEO) untuk Meningkatkan Penjualan pada Paguyuban Pengrajin Alas Kaki SIMBA Purwokerto, Banyumas telah menghasilkan website www.simbandol.com. Adapun peletakankata kunci pada website www.simbandol.com pada Site Title adalah "Simbandol (Paguyuban Simba) : Pabrik/produsen alas kaki sepatu dan sandal(sandal) handmade yang terbuat dari ban bodol (ban bekas) asli buatan Banyumas, Jawa Tengah, Indonesia". Sedangkan Tagline pada www.simbandol.com yaitu "Toko online shop yang menjual sepatu kerja, casual, olahraga/sport dan sandal/sandal jepit untuk anak-anak, pria dan wanita/perempuan dengan harga murah (grosir), model keren dan terbaru serta kualitas terbaik".

B. Saran

Adapun saran-saran untuk pengembangan penelitian ini adalah bahwa agar penelitian lebih maksimal, penelitian ini masih dilanjutkan pada metode SEO off page.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Megasari. 2014. Identifikasi Kesiapan Daya Saing Industri Kecil Menengah (IKM) Alas Kaki di Kota Mojokerto Menghadapi Pasar Bebas Asean, <http://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/1142/1051>, diakses 21 April 2015.
- [2] Google Keyword Planner, 2015. Perencana Kata Kunci – Google Adwords. https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner/Home?__u=4328268039&__c=8441511999&autouser=0#search, diakses 27 April 2015.

- [3] Google Trends, 2014. Google Trends - Minat Penelusuran Web:sandal, sepatu - Indonesia, 12 Bulan Terakhir. <http://www.google.co.id/trends/explore#q=sandal%2C%20sepatu&geo=ID&date=today%2012-m&cmpt=q&tz=> , diakses 27 April 2015.
- [4] Spais, S.George, 2010, Search Engine Optimization (SEO) as a dynamic online promotion technique: the implications of activity theory for promotion managers, Volume 6, Issue 1, Innovative Marketing, pp 7-24.
- [5] Cahyono., Triyono., Raharjo. 2013. Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) pada Blog (Studi Kasus: Nova13.Com). Jurnal Teknologi Technoscintia Vol. 6 No. 1 Agustus 2013. Hal 80-88.