

PENERAPAN TEKNIK SEO UNTUK PENINGKATAN POTENSI PEMASARAN PERALATAN PEMADAM KEBAKARAN

Angela^{1*}, Chatrine Sylvia¹, Fandi Halim¹

¹Program Studi Sistem Informasi, STMIK Mikroskil

email: angela.woen@mikroskil.ac.id

Abstract: Sinar Jaya store is a store that sells fire extinguishers in Medan city. In majority, this store still serves transactions by accepting customer to the store directly. Since the COVID-19 pandemic has lasted for so long, this store has begun to explore technology by utilizing Instagram as social media and having a website which can be accessed via www.sinarjayamedan.com as a medium to introduce the store, market the products digitally and increase business legitimacy. However, existing web pages must be optimized further to improve the ability of Toko Sinar Jaya in response to marketing needs. The measurement results using 2 (two) Search Engine Optimization (SEO) measurement websites show an average score of 61,5 out of a scale of 100. Thus, this community service activity is aimed at increasing this SEO score. SEO activities are carried out by using the on-page SEO method on existing web pages and continued with Content Management training for off-page SEO implementation. On-page SEO is carried out with activities including the installation of the Yoast SEO plugin, keyword research, visibility and permalink settings, Google Search Console, Google Analytics, sitemap generator and schema markup. The SEO score then increased significantly from 61,5 to 74,5.

Keywords: inbound marketing; micro, small and medium enterprise; search engine optimization (SEO)

Abstrak: Toko Sinar Jaya merupakan toko yang menjual alat-alat pemadam kebakaran di kota Medan. Secara mayoritas, toko ini masih melayani transaksi langsung dengan menerima kedatangan pelanggan ke toko. Sejak pandemi COVID-19 yang berlangsung telah begitu lama, toko ini mulai mengeksplorasi teknologi dengan memanfaatkan media sosial Instagram dan memiliki website yang bisa diakses lewat www.sinarjayamedan.com sebagai media untuk memperkenalkan toko, memasarkan produk secara digital dan meningkatkan legitimasi bisnis. Namun demikian, laman web yang ada harus dioptimalkan lagi untuk lebih meningkatkan kemampuan Toko Sinar Jaya dalam menjawab kebutuhan pemasaran. Hasil pengukuran menggunakan 2 (dua) website pengukuran Search Engine Optimization (SEO) masih menunjukkan rata-rata skor 61,5 dari skala 100. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk meningkatkan skor SEO ini. Kegiatan SEO dilakukan secara on-page terhadap laman web dan dilanjutkan dengan pelatihan Content Management untuk implementasi SEO secara off-page. SEO on-page dilakukan dengan kegiatan meliputi Instalasi plugin Yoast SEO, keyword research, visibility and permalink setting, Google Search Console, Google Analytics, sitemap generator dan schema markup. Skor SEO kemudian meningkat dengan cukup signifikan dari angka 61,5 menjadi 74,5.

Kata kunci: inbound marketing; search engine optimization (SEO); usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)



PENDAHULUAN

Toko Sinar Jaya merupakan toko yang menjual alat-alat pemadam kebakaran. Toko ini beralamat di jalan Brigjend Katamso No 213, Sukaraja, Medan Maimun di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Toko ini didirikan oleh Bapak Jimmy Rustam pada bulan November 1997. Toko ini memiliki pelanggan yang tersebar dari berbagai kota seperti kota Siantar, Rantauprapat, Tebing Tinggi, Aceh, Pekanbaru, Sibolga, Padang, Jambi, Bengkulu dan Palembang. Adapun produk alat pemadam kebakaran yang dijual oleh toko ini meliputi ragam jenis dari model *dry chemical powder*, *CO2*, *liquid foam*, *wheeled*/roda besar (25 kg, 50 kg, 70 kg, dan 80 kg). Secara mayoritas, dalam melakukan transaksi dengan pelanggan, toko ini masih melayani transaksi langsung dengan menerima kedatangan pelanggan ke tempat toko.

Kondisi pandemi COVID-19 yang berlangsung telah begitu lama secara global dan khususnya di Indonesia serta masih belum selesai menjadi salah satu pemicu utama dilakukannya kegiatan pengabdian ini. Kondisi ini menyebabkan adanya kebutuhan setiap bidang usaha pada umumnya dan Toko Sinar Jaya pada khususnya untuk melakukan eksplorasi lebih lanjut untuk memanfaatkan teknologi agar dapat meningkatkan potensi pemasaran dan penjualan.

Sebagai salah satu usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), Toko Sinar Jaya telah mulai memanfaatkan sosial media seperti Instagram untuk memperkenalkan produk dan melakukan pemasaran digital. Toko ini juga telah memiliki *website* yang dapat diakses lewat www.sinarjayamedan.com sebagai media untuk memperkenalkan toko,

memasarkan produk secara digital dan meningkatkan legitimasi bisnis. Laman *web* tersebut merupakan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya sebagai bentuk penerapan *inbound marketing* untuk meningkatkan potensi pemasaran dan penjualan pada Toko Sinar Jaya (Sylvia, Angela, & Halim, 2021). Selain *website*, pendampingan untuk implementasi konsep *inbound marketing* juga telah turut dilakukan. Namun demikian, laman *web* yang telah dihasilkan harus terus dioptimalkan lagi untuk meningkatkan kemampuan Toko Sinar Jaya dalam menjawab kebutuhan pemasaran terutama pada masa pandemi yang masih berlangsung.

Berdasarkan hasil pengukuran menggunakan 2 (dua) *website* pengukuran *search engine optimization* (SEO), skor SEO *website* www.sinarjayamedan.com saat ini masih berada pada rata-rata skor 61,5 dari skala 100. Pengukuran pada <https://seositecheckup.com/analysis> menunjukkan skor 70, sedangkan pada <https://neilpatel.com/seo-analyzer> mendapatkan skor 53.

Skor ini masih dapat ditingkatkan lagi dengan melakukan optimasi pada *website* yang ada. Dengan meningkatnya skor, maka diharapkan visibilitas *website* pada hasil pencarian oleh mesin pencari juga ikut meningkat. Dengan demikian diharapkan akan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah *traffic* oleh pengunjung ke *website*. Meningkatkan skor dapat dilakukan dengan melalui SEO. SEO adalah cara organik untuk memaksimalkan jumlah pengunjung terhadap sebuah *website* dengan memastikan *website* dapat sering muncul pada halaman pencarian (Bapat, 2018). Dengan diterapkannya SEO, dampak yang paling dirasakan adalah terhadap

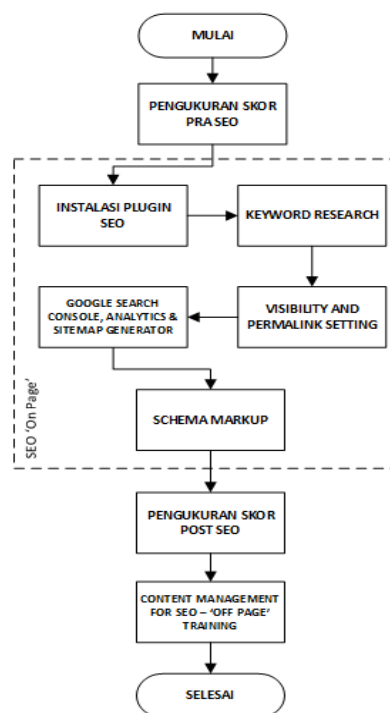
berbagai parameter pemasaran dan diharapkan dapat digunakan untuk membantu mengembangkan strategi yang lebih layak dan efektif (Bhandari & Bansal, 2018). Hal ini dapat terjadi karena melalui teknik baru dalam SEO, *website* dapat menjadi lebih populer dan mendapatkan ranking yang lebih tinggi di hasil pencarian oleh mesin pencari. SEO dapat meningkatkan visibilitas *website* jika kata kunci dapat ditemukan dengan benar oleh *crawler*. Ranking yang lebih tinggi akan dapat menarik pengunjung ke *website* dan meningkatkan bisnis karena peluang terjadinya transaksi semakin besar (Bhandari & Bansal, 2018; Husain, Sani, Ardhiansyah, & Wiliani, 2020; Khan & Mahmood, 2018). Beberapa penerapan SEO juga telah terbukti mampu meningkatkan jumlah kunjungan dan peringkat *website* pada hasil pencarian (Artanto & Nurdiansyah, 2017; Karisma, Putra, & Wiranatha, 2019; Lukito, Lukito, & Arifin, 2014; Suni & Devianto, 2020).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan ditujukan untuk melakukan SEO terhadap laman www.sinarjayamedan.com dengan harapan akan dapat meningkatkan nilai skor SEO. Dengan meningkatnya nilai skor diharapkan dapat disertai dengan meningkatnya visibilitas *website* terutama pada hasil mesin pencari yang akhirnya dapat meningkatkan potensi *brand awareness* dan disertai dengan peningkatan potensi penjualan. SEO dapat dilakukan secara *on-page* dan *off-page* (Khan & Mahmood, 2018; Nurfauziah & Wati, 2020). Penerapan secara *on-page* dapat dilakukan dengan melakukan rekayasa pada halaman *website* (Nurfauziah & Wati, 2020). Penerapan secara *off-page* dapat dilakukan dengan menautkan halaman *website* ke *website* lainnya (Nurfauziah & Wati,

2020). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan meliputi kedua hal tersebut.

METODE

Adapun kegiatan pengabdian dilakukan dengan tahapan seperti gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pengabdian

Penjabaran lebih lanjut dari tahapan dan gambaran iptek yang diterapkan adalah sebagai berikut:

Pengukuran skor pra SEO: kegiatan ini merupakan kegiatan awal sebelum dilakukannya optimasi terhadap *website* mitra. Kegiatan ini bertujuan untuk menetapkan skor awal sebagai dasar untuk mengukur keberhasilan kegiatan optimasi yang akan dilakukan.

SEO *on-page*: kegiatan lalu dilanjutkan dengan tahapan optimasi *website* mitra dengan SEO secara on-

page. Untuk tahapan ini, beberapa kegiatan yang akan dilakukan termasuk melakukan instalasi *plugin* Yoast SEO pada Wordpress, melakukan riset kata kunci (*keyword*) dengan menggunakan KWFinder dan Ubersuggest, mengaktifkan *search engine visibility* dan mengatur struktur *permalink* pada Wordpress, menambahkan laman *web* ke Google Search Console, mengintegrasikan Google Analytics, menambahkan *sitemap* ke Google, serta menambahkan *schema markup*.

Pengukuran skor post SEO: setelah dilakukan kegiatan SEO *on-page*, maka tim pengabdian akan kembali melakukan pengukuran terhadap *website* mitra menggunakan kedua *web* pengukuran SEO yang sama seperti pengukuran pra SEO. Dalam kegiatan pengukuran ini, diharapkan skor SEO yang telah meningkat akan menjadi indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan SEO ini.

SEO off-page: kegiatan disusun dengan pendampingan atau pelatihan *Content Management* untuk implementasi SEO secara *off-page* oleh pemilik toko. Kegiatan SEO *off-page* berkaitan dengan menautkan *link website* pada *website* lain yang lebih berkualitas. Namun untuk dapat melakukan kegiatan ini, *website* membutuhkan konten yang relevan yang diposting secara rutin dan berkala. Oleh karena itu, kegiatan akan dilakukan dalam bentuk pelatihan tips pembuatan dan pengelolaan konten pada *website* sesuai dengan teknik SEO secara *off-page*.

PEMBAHASAN

Sebelum dilakukan optimasi, *website* sinarjayamedan.com masih memiliki rata-rata skor 61,5 dari skala

100. Hasil ini didapatkan dengan menggunakan dua *website* pengukuran sebagaimana yang telah disebutkan sebelumnya. Sesuai dengan tahapan pengabdian pada gambar 1, maka kegiatan dilakukan dalam 2 kategori besar yakni, kegiatan optimasi SEO secara *on-page* dan kemudian dilanjutkan dengan diseminasi hasil optimasi SEO berikut pendampingan SEO *off-page* dengan tema pelatihan “*content management* untuk SEO”. Untuk SEO secara *on-page*, adapun hasil kegiatan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

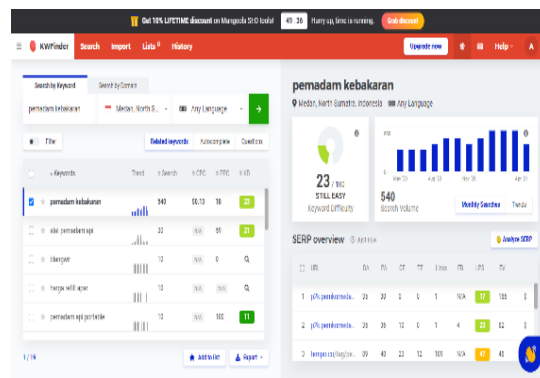
Plugin SEO diinstalasi mengikuti *plugin* yang telah direncanakan sebelumnya yakni *plugin* Yoast SEO sebagai salah satu *plugin* SEO yang tersedia pada platform Wordpress. Instalasi dilakukan dengan memanfaatkan *configuration wizard* yang meliputi konfigurasi terhadap *environment*, *site type*, *organization/person data*, *search engine visibility*, *multiple authors*, dan *title setting*. Konfigurasi *environment* adalah agar situs dapat terindeks oleh Google. Konfigurasi *site type* adalah untuk penentuan jenis *website* untuk memudahkan *setting* fitur pada *plugin*. Konfigurasi *organization/person data* agar situs memiliki metadata yang tepat sehingga dapat memberikan informasi yang tepat kepada Google untuk *Knowledge Graph*. Konfigurasi *search engine visibility* untuk mengatur visibilitas tipe konten tertentu dari *website* yang dapat diakses oleh mesin pencari. Dan akhirnya konfigurasi *multiple authors* untuk menentukan status *multiple author* agar mesin pencari dapat lebih mudah dalam menentukan peringkat konten pada *website* nantinya.

Kegiatan *keyword research* ditujukan untuk melakukan riset atas kata kunci yang memungkinkan

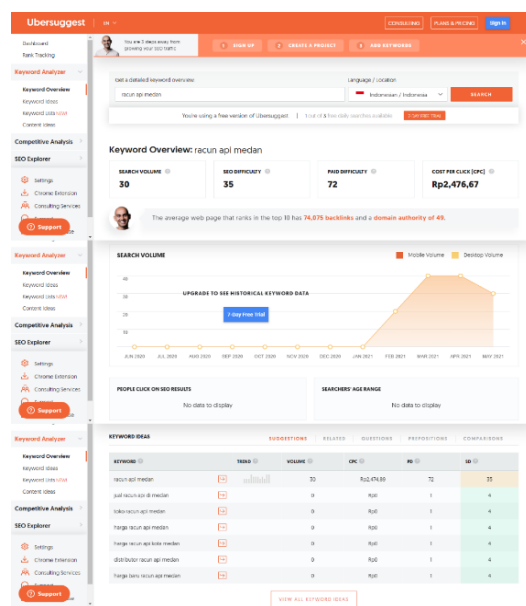
peningkatan pengunjung ke *website* mitra. Kegiatan *keyword research* dilakukan dengan memanfaatkan KWFinder dan Ubersuggest. Metode riset *keyword* yang digunakan adalah *seed keyword*. *Tools* ini nantinya akan memberikan rekomendasi berdasarkan relevansi topik serta fitur *autocomplete* sekaligus menawarkan metrik SEO untuk membantu analisis dan pemilihan kata kunci yang tepat. Informasi yang diberikan meliputi volume pencarian, kesulitan kata kunci, dan halaman hasil pencarian (SERP: *search result page*).

Hasil rekomendasi *tools* KWFinder dengan kata kunci “pemadam kebakaran” dan “*fire extinguisher*” dengan pencarian yang dibatasi untuk lokasi di kota Medan, Sumatera Utara, Indonesia sebagai tempat beroperasi Toko Sinar Jaya. Adapun salah satu tampilan hasil dengan salah satu kata kunci yakni “pemadam kebakaran”, dapat dilihat pada gambar 2. Sedangkan hasil rekomendasi *tools* Ubersuggest dengan kata kunci “alat pemadam api” dan “racun api medan” dengan pencarian yang dibatasi untuk bahasa Indonesia dan lokasi di Indonesia. Adapun salah satu tampilan hasil dengan kata kunci “racun api medan” dapat dilihat pada gambar 3. Dari hasil riset *keyword* dengan kedua *tools*, terdapat beberapa topik yang sering muncul dalam hasil pencarian seperti harga alat pemadam kebakaran, toko/distributor yang menjual alat pemadam kebakaran, tipe dan merek alat pemadam kebakaran, serta alat pemadam kebakaran yang cocok untuk kebutuhan pengguna (misal: rumah, kantor, mobil, dan lainnya). Menggunakan hasil ini, mitra bisa membuat konten-konten yang berkaitan dengan topik-topik yang telah disebutkan sehingga dapat meningkatkan relevansi konten dengan pencarian yang dilakukan

pengguna di internet dengan harapan dapat membuat pengguna tertarik untuk mengunjungi *website*.



Gambar 2. Hasil *keyword research* dari KWFinder



Gambar 3. Hasil *keyword research* dari Ubersuggest

Akan lebih baik lagi jika *website* sinarjayamedan.com dapat mempublikasi konten yang dibuat dengan mengikutsertakan keseluruhan topik yang telah disebutkan secara lengkap dan mendalam.

Kegiatan *visibility setting* bertujuan untuk melakukan *setting* mengaktifkan keberadaan *website* mitra untuk dapat diindeks oleh mesin pencari.

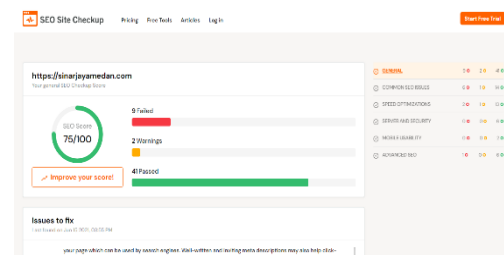
Kegiatan *permalink setting* adalah ditunjukkan untuk mengatur struktur *permalink* agar lebih mudah dilacak oleh mesin pencari. Kegiatan ini dilakukan dengan memanfaatkan Yoast SEO. Untuk *visibility setting* yang telah dilakukan, semua tipe konten yang ada telah diaktifkan pengaturan visibilitasnya. Sedangkan untuk *permalink setting*, pengaturan yang telah dilakukan adalah penambahan *post name* di belakang *domain name*.

Kegiatan berikutnya adalah mengintegrasikan layanan yang ditawarkan oleh Google sebagai mesin pencari dengan *website* mitra. Untuk kegiatan ini, akun untuk Google Search Console bagi mitra telah dibuat dan dilanjutkan dengan verifikasi *ownership* untuk *website* mitra. Integrasi dengan layanan *plugin* Yoast SEO juga telah dikonfigurasi. *Website* juga telah diintegrasikan dengan Google Analytics dengan mendaftarkan *website* mitra pada laman <https://analytics.google.com/>. Agar kelak pihak mitra dapat lebih mudah melihat data Google Analytics ini, maka pada *website* mitra di-*install plugin* MonsterInsights. Selanjutnya kegiatan juga diteruskan dengan menambahkan XML *Sitemap* ke Google.

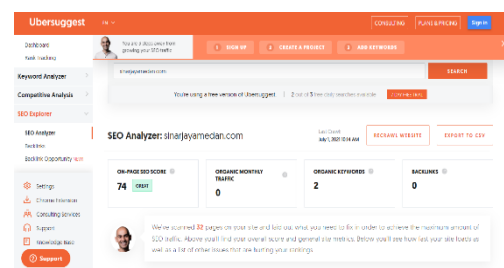
Schema markup dilakukan untuk membantu mesin pencari untuk memahami situs *web* dan isi kontennya. Kegiatan ini dilakukan melalui *plugin* Yoast SEO yang secara otomatis mendeskripsikan halaman *website* menggunakan *schema.org*.

Setelah kegiatan optimasi *website* mitra dengan SEO *on-page* telah dilakukan, maka *website* mitra yakni *sinarjayamedan.com* kembali dilakukan dengan menggunakan *website* pengukuran SEO yang sama. Hasilnya terlihat bahwa skor untuk untuk *website* *sinarjayamedan.com* telah mengalami pen-

ingkatan skor setelah kegiatan SEO *on-page* dilakukan. Rata-rata skor meningkat dari yang sebelumnya hanya 61,5 menjadi 74,5 dari skala 100. Rinciannya, pada <https://seositecheckup.com/analysis> skornya menjadi 75, sedangkan pada <https://neilpatel.com/seo-analyzer> skornya menjadi 74.



Gambar 4. Pengukuran skor post SEO dari SEO Site Checkup



Gambar 5. Pengukuran skor post SEO dari Neil Patel

Setelah kegiatan SEO *on-page* dilakukan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan *content management* untuk SEO *off-page*. Kegiatan ini dilakukan bersama dengan pihak mitra secara daring melalui aplikasi Zoom. Untuk pelaksanaan kegiatan ini, materi pelatihan juga turut disiapkan dalam bentuk *softcopy* dan didistribusikan kepada pihak mitra dengan harapan modul ini dapat digunakan kelak apabila SEO *off-page* hendak diterapkan. Adapun suasana pelatihan secara daring dapat dilihat pada gambar 6 dan gambar 7.

Melalui kegiatan ini, tim pengabdian juga sekaligus melaporkan hasil kegiatan optimasi pada *website* sinarjayamedan.com yang telah dilakukan kepada pemilik terutama terkait peningkatan skor SEO. Kegiatan pelatihan akan dilaksanakan dengan rancangan materi yang meliputi informasi terkait SEO *off-page* termasuk berbagai cara SEO *off-page* yang terdiri dari: promosi lewat forum, *link building*, *listing* bisnis, *local* SEO, *brand mention* di media *online* dan *share* di media sosial, penggunaan Google Bisnisku, dan mendorong pengguna memberikan *review*. Materi juga berisi tips untuk menulis/membuat konten yang relevan dan berkualitas sembari menggunakan *keyword* tertentu untuk setiap postingan. Tips juga berisikan informasi tentang pentingnya mengoptimalkan media yang ditempatkan pada konten. Terakhir, ada pula tips untuk mengelola konten yang hendak diposting pada *website* secara rutin dan berkala.

SIMPULAN

Dari dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka terdapat 2 kontribusi yang dihasilkan. Pertama, telah berhasil dilakukannya optimasi terhadap *website* sinarjayamedan.com yang telah ditunjukkan dengan adanya peningkatan skor melalui *website* pengukuran SEO setelah optimasi dilakukan SEO *on-page*. Skor SEO meningkat dengan cukup signifikan dari angka 61,5 menjadi 74,5. Kedua, telah disampaikan informasi dan wawasan tentang SEO *off-page* termasuk peran dan teknik yang dapat digunakan dalam mengelola konten kepada pihak mitra Toko Sinar Jaya Medan. Informasi dan wawasan yang ada dibuat dalam bentuk modul *softcopy* yang telah didistribusikan sebelum kegiatan pendampingan/pelatihan dilaksanakan.



Gambar 6. Penyampaian materi SEO



Gambar 7. Penyampaian teknik SEO *off-page*

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini mendapatkan dana hibah internal dari STMIK Mikroskil Medan dengan skema Pengabdian kepada Masyarakat berbasis Kemitraan dengan nomor kontrak hibah: 0914/ST.45/01/PM/2021 pada tanggal 29 Mei 2021. Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada STMIK Mikroskil yang telah memberikan dukungan selama kegiatan pengabdian ini dilaksanakan.

DAFTAR PUSTAKA

Artanto, H., & Nurdiansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk.

- JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 1(2), 1–4.
- Bapat, S. S. (2018). Digitalization in Marketing. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 57–63.
- Bhandari, R. S., & Bansal, A. (2018). Impact of Search Engine Optimization as a Marketing Tool. *Jindal Journal of Business Research*, 7(1), 24–36. <https://doi.org/10.1177/2278682117754016>
- Husain, T., Sani, A., Ardiansyah, M., & Wiliani, N. (2020). Online Shop as an interactive media information society based on search engine optimization (SEO). *International Journal of Computer Trends and Technology*, 7(3), 53–57. <https://doi.org/10.14445/22312803/ijctt-v68i3p110>
- Karisma, I. A., Putra, I. N. D., & Wiranatha, A. S. (2019). The Effects of “Search Engine Optimization” on Marketing of Diving Companies in Bali. *E-Journal of Tourism*, 6(1), 130–138. <https://doi.org/10.24922/eot.v6i1.47981>
- Khan, M. N. A., & Mahmood, A. (2018). A distinctive approach to obtain higher page rank through search engine optimization. *Sadhana*, 43(3), 1–12. <https://doi.org/10.1007/s12046-018-0812-3>
- 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. <https://doi.org/10.21512/comtech.v5i2.2363>
- Nurfauziah, S., & Wati, C. R. (2020). Penentuan Teknik Search Engine Optimization (SEO): A Systematic Literature Review Pada Pemasaran Online. *Seminar Nasional Administrasi Bisnis Dan Manajemen*, 6, 1–11. <https://prosiding.polinema.ac.id/senabisma/index.php/senabisma/article/view/37>
- Suni, E. K., & Devianto, Y. (2020). Penerapan Metode Search Engine Optimization untuk Meningkatkan Peringkat Website Portal Berita Inakoran.com di Kota Tangerang. *E-DIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 11(3), 351–356.
- Sylvia, C., Angela, & Halim, F. (2021). Pendampingan Peningkatan Potensi Pemasaran Peralatan Pemadam Kebakaran Dan Pengelolaan Hubungan Pelanggan Melalui Penerapan Inbound Marketing Pada Toko Sinar Jaya. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 148–156.