

Pengimplementasian Strategi SEO dan Pengindeksan UMKM Toko Sandang Soen Fashion

¹Annisa Roisita Tsany*, ²Ira Wikartika, S.E, M.M

*Corresponding Author

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya, Indonesia
email: ¹21012010336@student.upnjatim.ac.id, ² irawikartika@upnjatim.ac.id

Abstract

This journal aims to investigate and analyse the effective strategies of search engine optimization (SEO) for Soen Fashion, a clothing store located in Blitar, East Java, to enhance its online visibility and attract a larger consumer base. In tandem with technological advancements, businesses must evolve to remain relevant. Similarly, in the field of marketing, staying abreast of developments is essential for continued relevance. Digital marketing encompasses various techniques to optimize online activities. SEO is a crucial digital marketing technique, encompassing both on page and off page optimization factors within a website. Through three methodological approaches, surveys and interviews, consultations, and mentoring, the results indicate that Soen Fashion's visibility and website presence have materialized in Google search results. Furthermore, the optimization and indexing efforts undertaken will facilitate Soen Fashion's online marketing endeavors in the future. The implementation of these strategies is essential for staying relevant and competitive in the dynamic landscape of digital marketing.

Keyword : digital marketing, SEO, clothing store.

Abstrak

Jurnal ini bertujuan untuk meneliti dan menganalisis strategi efektif dari *search engine optimization* (SEO) toko sandang Soen Fashion yang berlokasi di Blitar (Jawa Timur), dalam meningkatkan visibilitas *online* dan menarik lebih banyak konsumen. Seiring dengan perkembangan teknologi, semua kegiatan dalam dunia bisnis juga mengikuti perkembangan tersebut agar tetap relevan. Begitu juga dengan perkembangan dunia marketing, yang dapat dikatakan jika bisnis yang dijalankan harus mengikuti perkembangan agar lebih relevan dan mutakhir. Dalam *digital marketing* juga ada beberapa teknik yang dapat dilakukan untuk mengoptimalkan adanya kegiatan *digital marketing*. SEO sendiri adalah salah satu teknik dalam digital marketing yang dimana memiliki dua faktor pengoptimalannya dalam *website*, yaitu *SEO on page* dan *SEO off page*. Dengan 3 metode pendekatan yang dilakukan, yaitu survey dan wawancara, konsultasi, dan pendampingan, didapatkan hasil bahwa visibilitas dari Soen Fashion dan *website* Soen Fashion sudah muncul dalam hasil pencarian Google. Selain itu dengan pengoptimalan dan pengindeksan yang telah dilakukan akan mempermudah pemasaran *online* Soen Fashion untuk kedepannya. Implementasi dari strategi tersebut sangat penting bagi bisnis untuk tetap relevan dan bersaing dalam dinamis pemasaran digital.

Kata Kunci : digital marketing, SEO, toko sandang.

1. Pendahuluan

Teknologi canggih yang digunakan oleh manusia sekarang dapat dikatakan diciptakan untuk membantu manusia kehidupan pada masa sekarang. Penggunaan teknologi-teknologi ini tidak bisa dijauhkan oleh individu yang kehidupannya telah bergantung pada teknologi canggih sekarang. Karena ketergantungan ini tadi yang menjadi alasan utama kenapa pemasaran harus mengikuti perkembangan

zaman. Maka dari itu pemasaran dapat dikatakan sebagai kegiatan bisnis yang dinamis, yang dimana aktivitas pemasaran harus relevan dan harus bisa mengikuti kondisi yang berubah dan berkembang.

Perubahan besar seperti adanya internet yang akhirnya menciptakan kombinasi atau kolaborasi baru antara teknologi digital dan pemasaran. Penggabungan ini menciptakan konsep digital marketing, yang dimana karena adanya perkembangan tersebut digital marketing sangat diharuskan untuk digunakan oleh Perusahaan besar maupun kecil. Kewirausahaan digital akan menjadi norma dalam lingkungan bisnis (Bejinaru, 2021). Dari pengenalan kolaborasi tersebut dapat didefinisikan jika digital marketing adalah aktivitas pemasaran yang menggunakan teknologi sebagai fokus utama aktivitasnya. Pemasaran Digital merupakan penerapan atau implementasi dari internet serta teknologi-teknologi digital yang berkaitan terhadap metode komunikasi tradisional agar memperoleh tujuan pemasaran (Aulia Rachmawati et al., n.d.). Banyak sekali manfaat dari hasil perkembangan dunia marketing ini seperti, Pemasaran digital telah memberikan Solusi untuk mencapai jumlah maksimum prospek unuk barang atau layanan apa pun yang akan dijual (Savekar & M, 2021). Yang Dimana digital marketing juga membantu untuk memberikan barang langsung ke calon konsumen. Pemasaran digital saat ini memainkan peran penting dalam memperkenalkan produk dan mencapai pelanggan secara langsung (Ho & Chen, 2023).

Visibilitas dari Perusahaan akan muncul ketika pengimplementasian dari digital marketing berhasil. Banyak contoh dari kegiatan digital marketing yang berhasil untuk Perusahaan besar dan Perusahaan kecil yang mengambil langkah awal pada saat teknologi baru mulai maju. Karena keberhasilan ini akhirnya muncul persepsi baru untuk kolaborasi keduanya jika Pemasaran internet telah digambarkan secara sederhana sebagai 'mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi digital. Pemasaran digital adalah penggunaan teknologi untuk membantu kegiatan pemasaran guna meningkatkan pengetahuan pelanggan dengan mencocokkan kebutuhan mereka (Chaffey, 2019).

Tidak hanya visibilitas saja tetapi dapat juga membantu mengikuti trend agar bisnis selalu relevan dengan dunia yang berkembang. Perkembangan teknologi itu sendiri merupakan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk melakukan riset dan mengikuti trend yang berkembang di masyarakat dalam memasarkan produknya (Rosyadah et al., 2023). Produk yang sering dipasarkan dan juga pemasaran untuk brand tersendiri juga akan membantu dalam visibilitas.

Soen *Fashion* adalah usaha yang bergerak dalam bidang sandang lengkap, mulai dari baju, seragam sekolah, perlengkapan bayi, mukenah, sajadah, kain mori, kain batik dan lainnya. Toko Soen Fashion terletak di Jl. Raya Penataran, RT.2/RW.5, Penataran, Kec. Nglepok, Kabupaten Blitar. Toko Soen *Fashion* masih menggunakan teknik penjualan langsung secara konvensional. Perlu adanya pengembangan dalam kegiatan pemasaran dan operasional toko Soen Fashion agar *brand* dari Soen *Fashion* sendiri lebih dikenal tidak hanya dari kota dan kabupaten Blitar saja.

Sasaran dari kegiatan ini adalah toko sandang Soen Fashion yang ingin berkembang dengan terus berjalannya perkembangan teknologi agar dapat terus bersaing. Dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi, potensi yang dapat terlihat dari perkembangan yang dapat dilakukan oleh Soen Fashion adalah membuat visibilitas bisnis di internet dengan membuat *e-commerce*. Salah satu jenis *e-commerce* yang digunakan oleh Soen Fashion adalah *website*. Salah satu alasan Soen Fashion menggunakan *e-commerce* adalah maraknya Masyarakat yang lebih tertarik dengan penggunaan *e-commerce*. *E-commerce* menjadi alternatif bagi Masyarakat dalam berbelanja atau mencari jasa seperti transportasi *online* tanpa harus bertemu dan bernegosiasi (Mewoh et al., 2019).

Salah satu media marketing yang paling banyak digunakan sebagai bentuk *brand awareness* dari perusahaan adalah penggunaan *website*, dan dengan alasan ini Soen Fashion pun membuat *website* pertama mereka yaitu <http://soenfashion.wuaze.com/>. *Website* dari Soen Fashion memiliki beberapa halaman dalam *websitenya* yaitu, halaman *home*, *shop*, *blog*, *contact*, *cart*, dan *landing page special offer*.

Website sangat berhubungan dengan *search engine* atau mesin pencari karena keduanya mempengaruhi satu sama lain dalam konteks penggunaan internet. *Search engine* membantu pengguna internet untuk menemukan informasi yang mereka cari dari *keyword* atau kata kunci yang mereka masukkan. Mesin pencari adalah semacam perangkat lunak yang mengumpulkan data tentang situs web (Yağın & Köse, 2010). Tentu saja suatu *website* yang dimiliki harus memiliki kata kunci yang sering digunakan oleh masyarakat dan relevan dengan bisnis yang dijalkannya. Kata kunci yang sering digunakan dan mempunyai grafik dan nilai yang bagus di Google akan muncul dalam halaman mesin

pencari sesuai peringkat, sedangkan relevansi kata kunci untuk bisnis digunakan sebagai *brand awareness* dan targeting konsumen di halaman mesin pencari. Mesin pencari memungkinkan kita untuk menemukan file sesuai dengan kriteria yang spesifik yang mengandung kata kunci (*keyword*) yang diinginkan (Artanto et al., 2017). Maka dari itu perlu adanya pengoptimalisasian agar visibilitas bisnis tentunya akan terpampang di halaman pencarian dan tentunya cakupan yang diraih jadi lebih banyak. Seperti contoh jika suatu *website* memiliki blog yang bagus serta dengan pengoptimalannya, maka akan tercipta *brand awareness* tersendiri dan pastinya ada *backlink* yang memberikan informasi sosial media bisnis. Dari contoh tersebut tentunya sudah terlihat jelas akan membantu dalam tahap pemasaran yang lebih dalam lagi.

Untuk mengangkat visibilitas dari *website* dapat dilakukan dengan menggunakan Teknik SEO untuk membantu menunjang *website* pada halaman mesin pencari. SEO merupakan rangkaian proses yang bekerja secara sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah atau volume serta kualitas traffic pengunjung yang menggunakan mesin pencari (*search*) memasuki situs web tertentu dengan memanfaatkan sistem/mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari tersebut (Widiawati et al., 2022).

Dengan masalah Soen Fashion dalam keinginan berkembang dengan terus berjalannya perkembangan teknologi agar dapat terus bersaing, dapat dituliskan jika tujuan utama Soen Fashion untuk membuat *website* yang sudah memiliki SEO yang optimal adalah untuk menaikkan visibilitas dari nama Soen Fashion di mesin pencari. Sehingga tidak hanya *website* dari Soen Fashion, tetapi juga sosial media lain yang dimiliki Soen Fashion, dan juga Google My Business. Dengan visibilitas yang tinggi kemungkinannya tinggi pula untuk menggaet lebih banyak audiens. Selain itu dengan membangun optimalisasi SEO *website* maka akan membantu meningkatkan penjualan. Pembuatan *website Ecommerce* untuk memudahkan pelanggan bertransaksi jarak jauh, stok barang akan terkini secara otomatis, mempermudah mendapatkan informasi produk, mempermudah admin dalam membuat laporan penjualan, mempermudah pengelolaan transaksi penjualan, dan memaksimalkan pemasaran dan promosi produk sehingga meningkatkan penjualan (Zamroni et al., 2022).

Terdapat serangkaian praktik untuk melakukan pengoptimalisasian dari *website*. Pengoptimalan ini terbagi dalam 2 faktor, yang dimana jika sudah mengoptimalkan keduanya maka akan disukai oleh algoritma *search engine*. Kedua faktor tersebut adalah SEO *on page* dan SEO *off page*. Dengan mengisi seluruh komponen SEO dengan jelas maka tentunya akan membantu visibilitas dan *ranking* atau peringkat halaman *website* di hasil pencarian organik pada *search engine*.

2. Metode

Terdapat 3 metode yang dapat digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dari Soen Fashion, yaitu:

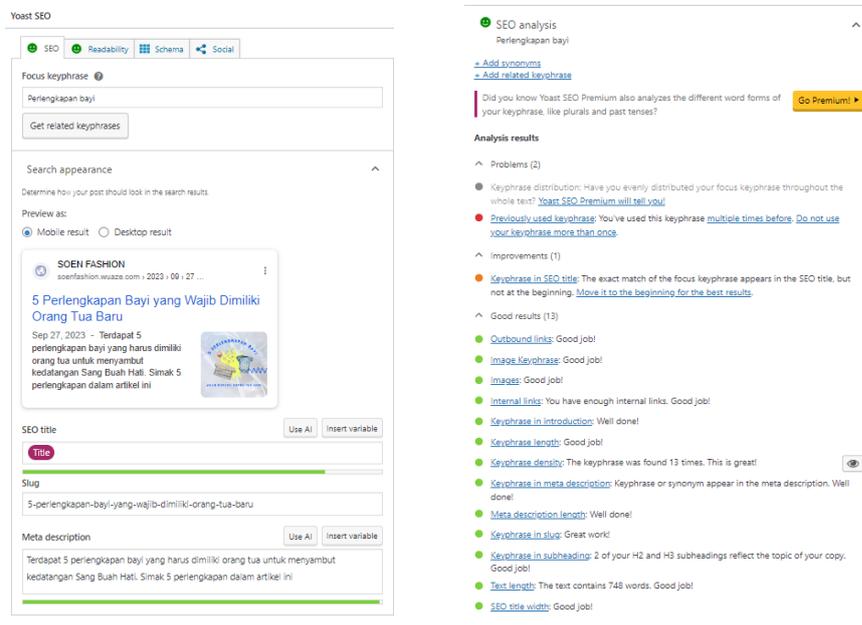
1. Mendalam akar permasalahan dan jawaban dari permasalahan tersebut.
2. Konsultasi, dilakukan dengan pemilik toko Soen Fashion untuk mencari solusi yang diinginkan atas permasalahan. Yang dalam masalah ini adalah pemasaran digital dari Soen Fashion
3. Pendampingan, dilakukan dengan *monitoring* dan evaluasi dari hasil kegiatan yang dilakukan untuk mengurangi resiko kesalahan dan mengetahui pencapaian dari kegiatan yang dilakukan. Selain itu pendampingan juga ditujukan agar dapat dilakukan pemasaran jangka Panjang yang berkelanjutan dan dapat dijalankan secara mandiri.

Kegiatan ini dilakukan oleh penulis dan pemilik toko Soen Fashion di lokasi toko Soen Fashion berada yaitu di kota Blitar. Dalam rangkaian kegiatan akan mengevaluasi SEO dari *website* Soen Fashion dan menerapkan optimasi agar nilai indeks SEO bagus sehingga nilai peringkat dalam halaman mesin pencari naik dan visibilitas akan terlihat. Selanjutnya akan dilakukan pengindeksan dengan alat *Google Search Console* agar halaman yang ada pada *website* akan muncul di mesin pencari. Kegiatan akan dikatakan sukses jika halaman yang ada pada *website* Soen Fashion akan muncul di halaman pencarian Google.

3. Hasil dan Pembahasan

Search engine atau mesin pencari umumnya akan secara otomatis menelusuri atau *crawling* situs dan menambahkan opsi-opsi peringkat tertinggi dari *website* di halaman yang terindeks. Dari indeks inilah mesin pencari dapat memberikan informasi yang dicari di *search bar*. Sebelum masuk dalam pengindeksan *website*, terdapat cara krusial yang harus dilakukan untuk meningkatkan visibilitas *website*. Cara tersebut adalah pengoptimalan *search engine*, pengoptimalan ini tentunya sangat penting karena membantu mesin pencari untuk menemukan halaman *website* dan memasukkannya pada halaman sesuai peringkat algoritma dengan *keyword* atau kata kunci yang ditentukan oleh *user*. Ketika mengimplementasikan teknik SEO pada *website*, perubahan atau modifikasi terjadi di beberapa bagian *website*. Perubahan yang seperti ini biasanya tidak memberikan hasil yang memuaskan, tetapi jika digabungkan dengan teknik pengoptimalan *search engine*, perubahan bisa menghasilkan peningkatan yang signifikan seperti dari trafik organik *website* (Roumeliotis & Tselikas, 2022).

Pengoptimalan ini dilakukan dengan 2 cara yaitu melihat dari SEO *on page* dan SEO *off page*. Perbedaan dari SEO *on page* dan SEO *off page* dapat dilihat dari mana optimasi tersebut dilakukan, SEO *on page* fokus pada bagian dari internal konten sehingga dapat terbaca oleh Google, pada dasarnya *on page optimization* memiliki banyak faktor namun jika kita mencermati lebih dalam, sebenarnya *on page optimization* berhubungan dengan penempatan *keyword* pada struktur halaman *website* yang terdiri dari *title*, *description* dan *tag* (Ekonomi et al., n.d.-a). Sedangkan SEO *off page* melakukan optimasi dari luar *website* (Kasus et al., 2016). Dalam *website* Soen Fashion (<http://soenfashion.wuaze.com/>), mereka menggunakan *plugin* YOAST SEO untuk membantu dalam hal SEO, terutama SEO *on page*.



Gambar 1&2. Penilaian SEO dalam plugin YOAST SEO

Dengan penggunaan YOAST SEO sebagai *plugin*, dapat membantu kita dalam penyusunan kata-kata dengan *keyword* yang telah ditentukan sehingga dapat meningkatkan SEO dari konten yang ada di *website* Soen Fashion.

SEO On page

Terdapat beberapa *key metrics* atau metrik utama dari SEO *on page*. Parameter-parameter yang mengukur sejauh mana halaman web dioptimalkan secara internal. SEO on Page adalah optimasi secara maksimal yang dilakukan pada web itu sendiri (Lukito et al., 2014). Kata internal tersebut mengisyaratkan adanya penggunaan *plugin* YOAST SEO yang membantu kita dalam *WordPress* untuk mengoptimalkan konten yang akan dipublish. Indikator yang berwarna hijau akan menunjukkan jika

key metrics sudah optimal, oranye memiliki arti dapat diperbaiki lagi dan merah memiliki arti kualitas yang jelek dan harus diperbaiki.

Berikut adalah beberapa *key metrics* SEO on page yang terdapat dalam YOAST SEO :

1. Tag judul

Dalam membuat konten tentunya kita harus menciptakan judul yang menarik atau tipe judul yang sering terbaca oleh mesin pencari. Selain itu judul juga harus mengikuti *keyword* yang telah ditentukan. Fungsi *keyword* disini adalah untuk membantu judul konten dan isi konten cepat terindeks oleh Google.

Tentukanlah judul halaman yang relevan dengan konten yang diberikan. Selain itu penggunaan tips untuk menggunakan judul seperti penggunaan angka di depan kalimat, penggunaan tanda baca titik dua untuk memperkenalkan topik, membagi konsep atau ide, menggambarkan hubungan atau menyoroti kontras juga dapat digunakan. Penggunaan tersebut adalah untuk membantu pembaca untuk memahami konten dari judul dan selain itu dapat meningkatkan CTR (*click through rate*) di hasil pencarian.

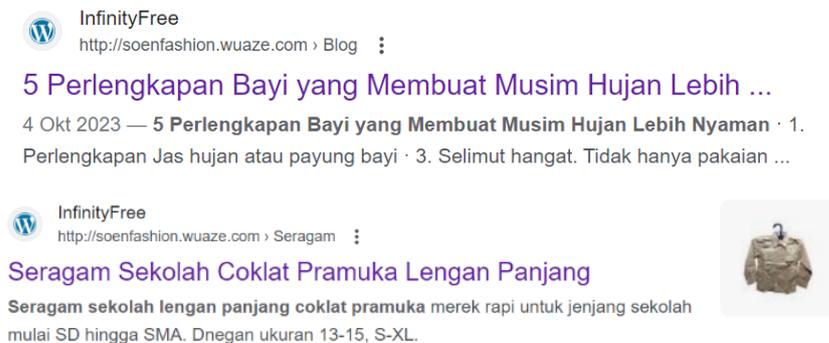


Gambar 3. Tampilan *Google Preview*

Dalam salah satu konten artikel di *website* Soen Fashion telah menerapkan tips tersebut agar dapat menarik minat dari pembaca dan meningkatkan CTR (*click through rate*).

2. Deskripsi meta

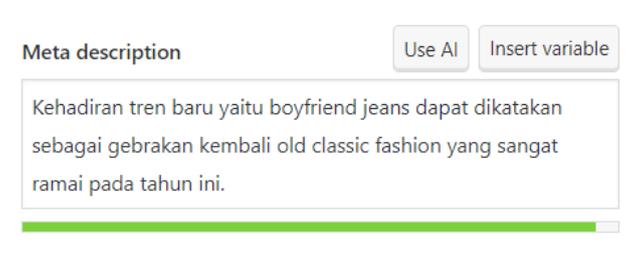
Deskripsi meta atau *meta description* adalah kalimat singkat yang berada di bagian bawah judul laman atau *meta title*. Deskripsi meta berisikan deskripsi singkat tentang isi dari konten halaman.



Gambar 4&5. Tampilan *Google website* Soen Fashion

Soen fashion telah memberikan meta deskripsi untuk semua halaman *website* agar dapat dibaca oleh *search engine*. Meta deskripsi yang informatif dapat meningkatkan CTR dan memberikan gambaran tentang isi halaman kepada pengguna. Tips dalam menulis meta deskripsi menuliskan *keyword* atau kata kunci di awal kalimat, selain itu gunakan jumlah kata yang dianjurkan oleh YOAST

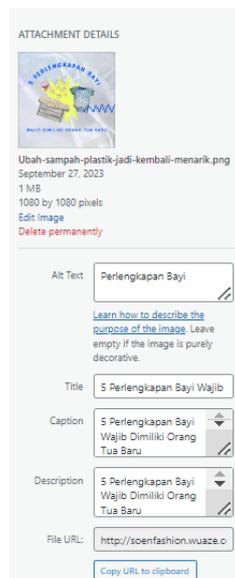
SEO. Jika *bar* telah berubah hijau, maka jumlah kata untuk meta deskripsi sudah benar dan tidak dianjurkan untuk diteruskan ketika *bar* sudah berwarna oranye hingga merah.



Gambar 6. *Meta Description* dalam YOAST SEO

3. Gambar

Penggunaan gambar pada laman atau konten pada *website* dapat membantu meningkatkan kualitas *website*. Penjelannya dapat dijabarkan seperti, *user* akan lebih tertarik dengan artikel atau halaman pertama yang mempunyai gambar dan *alt text* yang sesuai. Dengan cara tersebut dapat memberikan kepercayaan kepada *user* bahwa *website* terintegrasi.



Gambar 7. *Image attachment* menu pada *WordPress*

Dalam pemilihan gambar konten dan halaman, Soen Fashion telah menggunakan gambar yang menarik dan menggunakan *alt text* yang sesuai dengan gambar dan *keyword* dari konten atau halaman. *Alt text* sendiri adalah singkatan dari *alternative text* yaitu deskripsi singkat yang diberikan kepada gambar pada suatu halaman *website*. Fungsi dari *alt text* sendiri adalah membantu *user* yang tidak dapat melihat gambar tersebut. Sehingga korelasi antara *alt text* dengan SEO sendiri untuk membantu *search engine* mengindeks halaman dan *search engine* juga menggunakan *alt text* sebagai informasi tambahan dalam memahami konten.

4. *Internal Link*

Membuat tautan antar halaman-halaman yang ada di dalam *website* juga termasuk kedalam penilaian SEO. *Internal link* dapat membantu *user* untuk mengarahkan satu konten ke konten lainnya pada *website* yang sama sehingga *user* akan lebih mudah mengakses ke konten lainnya. Google juga lebih mengutamakan *website* yang setiap kontennya saling berhubungan.

Kepopuleran Boyfriend Jeans yang Luar Biasa

Salah satu hal paling mengesankan tentang boyfriend jeans adalah seberapa [versatile](#) mereka. Dengan hanya mengganti atasan atau aksesoris, Anda dapat mengubah penampilan Anda dari santai menjadi semi-formal atau bahkan elegan. Padukan dengan kaus oversized untuk tampilan santai, atau tambahkan blazer dan sepatu hak tinggi untuk gaya yang lebih rapi. Kehandalan ini membuat boyfriend jeans menjadi pilihan utama untuk berbagai kesempatan.

Sentuhan Fashionable yang Selalu Trendy

Meskipun terkenal dengan desain santai, jeans jenis ini juga memiliki sentuhan fashionable yang selalu trendy. Mereka telah menjadi bagian dari trend mode selama bertahun-tahun dan terus beradaptasi dengan perkembangan mode. Desain yang kasual memberikan kebebasan untuk bereksperimen dengan gaya dan aksesoris yang berbeda, yang membuatnya mudah untuk selalu tampil trendy.

Warna-Warna Klasik yang Tetap Elegan

Saat banyak tren mode berfokus pada warna-warna yang cerah dan mencolok, boyfriend jeans tetap setia pada warna-warna klasiknya. Warna-warna seperti biru tua, hitam, dan putih abadi selalu tersedia dalam koleksi jenis jeans yang satu ini. Keberadaan warna-warna ini menjadikannya pilihan yang aman untuk berbagai kesempatan dan mudah dipadukan dengan berbagai pakaian lain.

Baca Juga: [Penawaran menarik disini](#)

Bo [soenfashion.wuaze.com/andino-qaqe](#) ng telah berdiri tegak dalam dunia mode, dan mereka tidak akan segera pergi. Desain santai yang tetap versatile, fashionable, dan trendy membuat mereka menjadi pilihan yang sangat dicari oleh banyak wanita. Selain itu, warna-warna klasik yang selalu tersedia menjadikannya pilihan yang fleksibel dan cocok untuk berbagai kesempatan. Jika Anda ingin tampil santai tapi tetap modis, jenis jeans seperti ini yang menjadi investasi yang tepat untuk koleksi pakaian Anda.

Gambar 8. Isi konten artikel Soen Fashion

Pada *website* Soen Fashion, konten yang sudah terindeks saling berhubungan. Hal ini dikarenakan konten artikel dari Soen Fashion yang memiliki kategori yang sama juga akan memberikan *internal link* yang mengarahkan ke artikel dengan kategori yang masih sama.

5. Heading dan sub heading

Dalam membuat artikel perlu adanya struktur yang jelas dan penataan paragraf agar isi artikel dapat dibaca dan dipahami dengan jelas. Disinilah fungsi utama dari *heading* dan *sub heading*, untuk membantu *reader* dalam membaca artikel yang berada pada halaman kita. *Reader* akan terbantu dengan adanya *heading* dan *sub heading* karena membantu mereka membaca poin-poin penting yang ada pada artikel.

BOYFRIEND JEANS: KEHADIRAN SANTAI YANG VERSATILE DAN TRENDY

By [Soen Fashion](#) | 02 Maret 2024



Dalam dunia mode, tren selalu berubah-ubah seiring gaya hidup. Salah satu tren yang telah bertahan lama dan terus mengukuhkan eksistensinya adalah "boyfriend jeans". Nama ini mungkin terdengar sederhana, tetapi desainnya yang santai, rapi, dan stylish, menjadikannya pilihan yang sangat populer untuk berbagai kesempatan yang santai hingga semi-formal. Artikel ini akan membahas kepopuleran desain jeans ini, mengapa mereka begitu populer, dan mengapa memilikinya harus menjadi prioritas.

DESAIN BOYFRIEND JEANS SANTAI YANG MENJADI DAYA TARIK

Salah satu alasan utama mengapa boyfriend jeans begitu populer adalah desainnya yang santai. Mereka dirancang untuk memberikan sensasi nyaman dan rileks yang sesuai dengan semangat gaya hidup "laid-back". Potongan yang longgar, tali yang tidak ketat, dan detail seperti jahitan yang terlihat, yang memberikan sentuhan klasik dan kasual, adalah faktor-faktor yang membuatnya menjadi pilihan yang sempurna.

KEPOPULERAN BOYFRIEND JEANS YANG LUAR BIASA

Salah satu hal yang mengesankan tentang boyfriend jeans adalah seberapa [versatile](#) mereka. Dengan hanya mengganti aksesoris atau atasan, Anda dapat mengubah penampilan Anda dari santai menjadi semi-formal dan bahkan elegan. Padukan dengan kaus oversized untuk tampilan santai, atau tambahkan blazer dan sepatu hak tinggi untuk gaya yang lebih rapi. Kehandalan ini membuat boyfriend jeans menjadi pilihan utama untuk berbagai kesempatan.

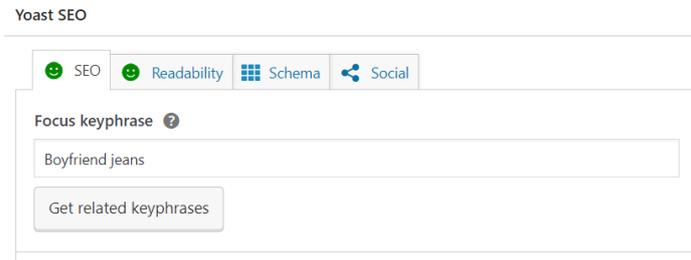
SENTUHAN FASHIONABLE YANG SELALU TRENDY

Gambar 9. Konten artikel Soen Fashion

Heading dan *sub heading* sebagai hierarki informasi juga membantu *search engine* dalam memahami isi konten artikel. Dengan penggunaan dan penekanan *keyword* pada *heading* dan *sub heading* akan memudahkan *crawling* oleh *search engine* untuk melakukan pengindeksan dan membaca halaman konten.

6. Isi konten

Isi dari konten yang diberikan pada *website* tentunya harus berkualitas dan mampu untuk membantu pembaca menemukan informasi yang ingin didapatkan dari konten tersebut. Konten yang baik adalah konten yang informatif dan solutif bagi pembaca. Selain relevan, isi konten juga harus sesuai dengan penilaian SEO *on page* untuk mendapatkan posisi peringkat yang bagus pada halaman *search engine*.



Gambar 10. Penilaian SEO dan *Readability*

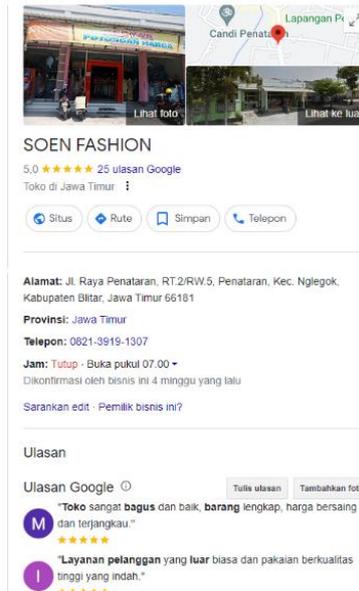
Penilaian seperti keterkaitan kata kunci dengan topik artikel, judul, konten artikel, gambar, penggunaan kata kunci URL dan lainnya juga membantu dan berpengaruh terhadap kualitas konten. Selain itu, nilai *readability* seperti penggunaan kata transisi, jumlah panjangnya kalimat, kalimat pasif, dan panjang paragraf juga menjadi penilaian dalam SEO.

Dengan menggunakan penargetan kata kunci yang sesuai, akan membantu proses *crawling* oleh *search engine*. Sehingga pengoptimalan pun akan berhasil dan mendapatkan posisi pertama pada halaman *search engine*.

SEO Off page

1. Lokal SEO

SEO *off page* untuk lokal SEO melibatkan serangkaian strategi di luar halaman *website* yang bertujuan untuk meningkatkan reputasi dan keterlibatan lokal suatu bisnis. Salah satu cara yang digunakan oleh Soen Fashion adalah dengan menggunakan *Google My Business* (GMB) untuk membantu meningkatkan SEO *off page* dari *website* Soen Fashion. *Google My Business* sebagai lokal SEO juga harus dioptimalkan dengan cara mengisi profile bisnis dengan informasi yang akurat dan relevan. Dalam GMB perlu adanya informasi tentang alamat, nomor telepon, jam operasional dan *website* sebagai informasi utama.



Gambar 11. *Google My Business* Soen Fashion

Pengaitan dengan *website* inilah yang nantinya akan membantu *website* Soen Fashion masuk dalam halaman *search engine*. Tidak hanya itu perlu adanya penunjang lokal SEO yang lain seperti ulasan positif, gambar bisnis dan kata kunci yang relevan antara GMB dengan *website*.

2. *Social media sharing*

Sosial media juga berperan pada penilaian *SEO off page* pada *website*. Hal ini dikarenakan integrasi konten sosial media dan *website* dapat membantu *indexing* keduanya pada Google, sehingga akan memudahkan *user* atau target pasar untuk menemukan bisnis. Soen Fashion melakukan distribusi konten yang relevan pada sosial media dan menautkannya pada *website*.

3. *External Link*

External link atau *backlink* terjadi ketika *website* lain menautkan balik konten mereka ke *website* bisnis kita. Dalam konteks *SEO off page*, *external link* masuk dalam penilaian yang berpengaruh karena mempengaruhi otoritas dan reputasi situs *website* di *search engine*. Dapat dikatakan jika *website* mendapatkan tautan balik dari *website* lain maka akan mendapat nilai lebih pada mesin pencari.



Gambar 12. Konten artikel Scentopia Lotion

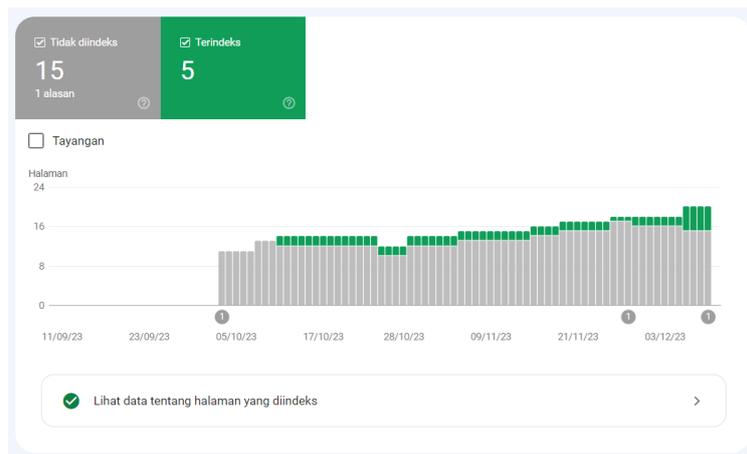
Soen Fashion telah melakukan kolaborasi dengan *brand* Scentopia Lotion dan Arabella Beads, yang dimana kedua *brand* tersebut juga menautkan *website* Soen Fashion kedalam artikel mereka. Dengan isi topik artikel yang relevan dan berketerkaitan maka akan membantu peringkat SEO.

Indexing

Pengindeksan adalah proses *search engine* mengumpulkan, memproses dan menyimpan informasi tentang halaman-halaman yang ada pada *website* untuk ditampilkan di halaman hasil pencarian. Dapat dikatakan jika pengindeksan adalah langkah terakhir setelah penilaian SEO untuk menampilkan visibilitas *website* yang tentunya juga akan berpengaruh pada visibilitas bisnis.

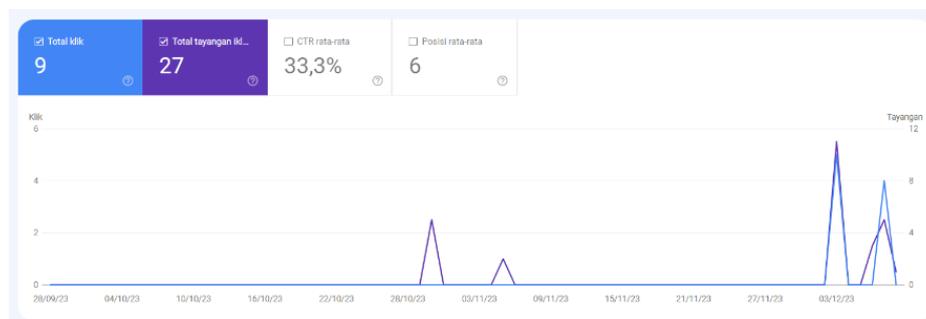
Pengindeksan dapat dibantu dengan *tools* seperti *Google Search Console*, yang dimana akan membantu pengindeksan berjalan lebih cepat daripada menunggu robot *crawler* untuk mengindeks. Dengan *Google Search Console* user dapat mengambil tindakan yang tepat setelahnya untuk meningkatkan peringkat dan *traffic organic*.

Soen Fashion menggunakan *Google Search Console* untuk pengindeksan seluruh halaman yang ada pada *website* Soen Fashion. Sejauh ini halaman yang telah terindeks oleh *Google Search Console* adalah sebanyak 5 dan yang belum terindeks sebanyak 15.



Gambar 13. Pengindeksan halaman *Search Console* Soen Fashion

Hasil pengujian kinerja *website* dengan menggunakan teknik *SEO on page* dan *SEO off page* ditunjukkan pada gambar 14.



Gambar 14. Performa *website* Soen Fashion

Hasil kegiatan pengoptimasian dan pengindeks dapat dilihat dari performa *website* dengan *tools Google Search Console* yang menunjukkan jika pengindeksan juga berpengaruh besar sebagai langkah selanjutnya setelah pengoptimalan SEO. Dengan pengindeksan ini visibilitas dari *website* Soen Fashion akan muncul di *search engine* bersamaan dengan lokal SEO dari Soen Fashion. Dapat dikatakan jika kegiatan yang telah dilakukan akan berpengaruh terhadap performa *online* Soen Fashion dalam jangka panjang berkelanjutan dengan peluang pengembangan yang dapat dilakukan kedepannya untuk menaikkan performa dan visibilitas dari *website* adalah dengan menggunakan *schema mark up*, yaitu menanamkan mikrodada atau metadata pada *website* agar membantu penonjolan di hasil pencarian, pemahaman konten yang baik dan peningkatan relevansi pencarian.

4. Simpulan

Dengan kegiatan yang telah dilakukan dengan toko sandang Soen Fashion, dengan fokus *Search Engine Optimization* dan pengindeksan halaman *website*, dapat disimpulkan jika keduanya saling berhubungan dan berpengaruh dalam visibilitas *online* toko Soen Fashion. Dengan pencarian kata kunci yang sesuai dengan halaman-halaman dari Soen Fashion, akan membantu calon pelanggan menemukan Soen Fashion sebagai toko *online* yang menjual kebutuhan sandang mulai dari baju, celana, seragam, perlengkapan ibadah, perlengkapan bayi dan lainnya. Selain itu pengoptimalan SEO dan pengindeksan akan membantu Soen Fashion untuk melakukan promosi produk secara *online* untuk kedepannya. Kegiatan ini juga mampu untuk memberikan hasil jangka Panjang dan berkelanjutan dengan pelatihan dan pendampingan pengabdian untuk kegiatan pemasaran toko sandang Soen Fashion.

5. Ucapan Terima Kasih

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat, mulai dari kegiatan hingga penyelesaian laporan akhir. Maka dari itu, penulis dengan penuh hormat dan kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang memberikan limpahan rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir ini.
2. Keluarga dan kerabat penulis yang memberikan dukungan penuh sehingga bisa membangun rasa semangat yang tinggi.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani., S.E, M.Si selaku ketua program studi manajemen UPN Veteran Jawa Timur.
4. Ibu Ira Wikartika, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dan bimbingan selama program pengabdian masyarakat ini berlangsung.
5. Ibu Dyah Ariningsih selaku pemilik dari bisnis UMKM Soen Fashion yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengimplementasikan program pengabdian masyarakat.
6. Seluruh jajaran PT. Arkatama Multi Solusindo yang memberikan penulis ilmu dan pembelajaran mengenai web dan *digital marketing development* sehingga ilmu tersebut dapat kami implementasikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat.

6. Referensi

- Artanto, H., Nurdiyansyah, F., & Widyagama Malang, U. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, 1(2). <http://info.cern.ch/>
- Aulia Rachmawati, D., Revandityo Shije, P., Septarina Fatwa, K., Armansyah, W., Oka Warmana, G., & Helmy Dimayanti Sukiswo, W. (n.d.). *Pemanfaatan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM di Desa Sumberbendo, Kecamatan Sumberasih, Kabupaten Probolinggo*.
- Bejinaru, R. (2021). Key issues of tranzition to digital entrepreneurship. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 15(1), 91–101. <https://doi.org/10.2478/picbe-2021-0009>
- Chaffey, D. (2019, October 23). *Digital marketing*. Smart Insights. <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/digital-marketing/>
- Ekonomi, J., dan Bisnis, K., Arifin, B., Muzakki, A., & Wahyu Kurniawan, M. (n.d.). *EKOMBIS Sains KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN*.
- Ho, S. C., & Chen, J. L. (2023). Developing the e-commerce competency for entrepreneurship education from a gamified competition. *International Journal of Management Education*, 21(1). <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100737>
- Kasus, S., Pengrajin Alas Kaki SIMBA Purwokerto, P., & Dwi Riyanto, A. (2016). Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) untuk Memenangkan Persaingan Kata Kunci pada Mesin Pencari Google. In *JUITA* (Vol. 2). www.simbandol.com

- Lukito, R. B., Lukito, C., & Arifin, D. (2014). *PENERAPAN TEKNIK SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) PADA WEBSITE DALAM STRATEGI PEMASARAN MELALUI INTERNET* (Vol. 5, Issue 2). <http://info.cern.ch/>
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., Mukuan, D. D. S., Ilmu, J., & Bisnis, A. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Rosyadah, K., Wikartika, I., Strategi, P., Digital, P., Umkm, P., Pak, K. M., Sebagai, T., Peningkatan, U., Produk, P., Program,), Manajemen, S., & Kunci, K. (2023). *INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK*. 4, 1894–1901. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3>
- Roumeliotis, K. I., & Tselikas, N. D. (2022). An Effective SEO Techniques and Technologies Guide-map. *Journal of Web Engineering*, 21(5), 1603–1650. <https://doi.org/10.13052/jwe1540-9589.21510>
- Savekar, V. V., & M, C. (2021). DIGITAL MARKETING AS A TOOL FOR EFFECTIVE ADVERTISEMENT. *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology*, 18(9), 158–167.
- Widiawati, K., Yuliani, T., sitasi, C., & Pemasaran Melalui Google Bisnisku Dengan SEO Untuk Meningkatkan Penjualan Spandek Jurnal Administrasi Kantor, S. (2022). Strategi Pemasaran Melalui Google Bisnisku Dengan SEO Untuk Meningkatkan Penjualan Spandek. *Jurnal Administrasi Kantor*, 10(2), 276–294.
- Yalçın, N., & Köse, U. (2010). What is search engine optimization: SEO? *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 9, 487–493. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.12.185>
- Zamroni, M. I., Diana, A., & Achadiani, D. (2022). *PENERAPAN E-COMMERCE BERBASIS CONTENT MANAGEMENT SYSTEM (CMS) DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA TOKO FAJAR COLLECTION* (Vol. 19, Issue 1).