

**IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DAN
SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)
UNTUK OPTIMALISASI PROMOSI
(Studi Kasus: Stockist MSI Cibinong)**

SKRIPSI



**disusun oleh
Ismail Astanto
19.22.2269**

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

**IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DAN
SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)
UNTUK OPTIMALISASI PROMOSI
(Studi Kasus: Stockist MSI Cibinong)**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Sistem Informasi



disusun oleh

Ismail Astanto

19.22.2269

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DAN
SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)
UNTUK OPTIMALISI PROMOSI**
(Studi Kasus: Stockist MSI Cibinong)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ismail Astanti

19.22.2269

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 16 Agustus 2021

Dosen Pembimbing,

Hendra Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302244

PENGESAHAN

SKRIPSI

**IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DAN
SEARCH ENGINE MARKETING (SEM)**

UNTUK OPTIMALISI PROMOSI

(Studi Kasus: Stockist MSI Cibinong)

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ismail Astanto

19.22.2269

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 April 2021

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Uyock Anggoro Saputro, M.Kom

NIK. 190302419

Subektiningsih, M.Kom

NIK. 190302413

Hendra Kurniawan, M.Kom

NIK. 190302244

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 16 Agustus 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Hanif Al Fatta, M.Kom

NIK. 190302096

SURAT PERNYATAAN

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuati institusi Pendidikan tinggi maupun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.



Yogyakarta, 12 Agustus 2021

,smail Astanto

19.22.2269

MOTTO

”Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmu lah engkau berharap”. (QS. Al- Insyirah: 6- 8)

”Pikiranmu tak mampu menampung segala hal : kosongkan ia untuk urusan pentingmu. Hartamu tak bisa mencukupi semua orang; prioritaskan ia untuk yang berhak.” (Ali Bin Abi Thalib)

”Allah sesuai dengan prasangka hamba-Nya”

“Man Jadda WaJada”

“Perhatikan apa yang kamu pikirkan, karena akan menjadi perkataanmu.
Perhatikan apa yang kamu katakan, karena akan menjadi karaktermu.
Perhatikan karaktermu, karena akan menentukan masa depanmu”.

“Doa Ibu selalu Menyertai.”

“Muliakan Ibu mu, nanti akan tau hasilnya.”

“Work Hard, Pray Hard”

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur bagi Allah SWT, akhirnya Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dan saya persembahkan untuk :

1. Kedua Orangtuaku yang selalu mendoakanku, terima kasih atas semua dukungan, nasihat serta motivasi yang diberikan, juga tidak pernah lupa mengingatkan untuk beribadah. “Wis Rampung durung” begitu pesan bapak simbok setiap telpon setelah habis magrib pasti kalimat tersebut tak pernah lupa.
2. Kepada Mas-masku yang bikin iri atas keberhasilnya mereka serta keluarga yang tercinta yang telah memberikan doa restu, selalu mendukungku, memberi semangat serta memberi suntikan dana yang tak terduka.
3. Untuk Putri Septiani, Nur Janah, Dwi Aditya, Fikar, Bharata(Cacing), terima kasih atas support. Sukses untuk jalanmu selanjutnya. Jangan Rindu.
4. Bapak Hendra Kurniawan, M.Kom. selaku pembimbing terima kasih untuk bimbingannya, doa serta motivasi dari Bapak. Semoga Bapak sehat selalu. Aamiin
5. Seluruh dosen Universitas Amikom Yogyakarta yang senantiasa memberikan ilmunya.
6. Seluruh teman seperjuangan kelas S1 SI Transfer yang tidak bisa disebutkan satu-satu. Terimakasih untuk kenangan perkuliahan yang seru dan tidak akan terlupakan ya walaupun setelah itu online. “Semangat buat kita semuanya kawan”.
7. Dan buat yang baca persembahan ini saya mengucapkan Terima Kasih sudah menyempatkan untuk membacanya dan semoga bermanfaat.

Ismail Astanto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kita panjatkan kepada Allah atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul **“Implementasi Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM) untuk Optimalisasi Promosi”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Strata-I Sistem Informasi di Universitas Amikom Yogyakarta. Selama mengikuti pendidikan Strata-I Sistem Informasi sampai dengan proses penyelesaian skripsi, berbagai pihak telah memberikan fasilitas, membantu, membina, dan membimbing penulis untuk itu khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Ibu Krisnawati, S.Si, M.T., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer dan Kepala Program Studi Sistem Informasi
3. Bapak Hendra Kurniawan, M.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan serta bimbingan positif dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan wawasan selama perkuliahan berlangsung.
5. Kedua Orang Tua tersayang yang telah mendidik, member motivasi, doa dan memberikan materi untuk kegiatan perkuliahan.
6. Semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari, skripsi ini masih banyak kekurangan. Karena itu kritik dan saran yang membangun akan diterima dengan senang hati, semoga keberadaan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 12 Agustus 2021

Penulis

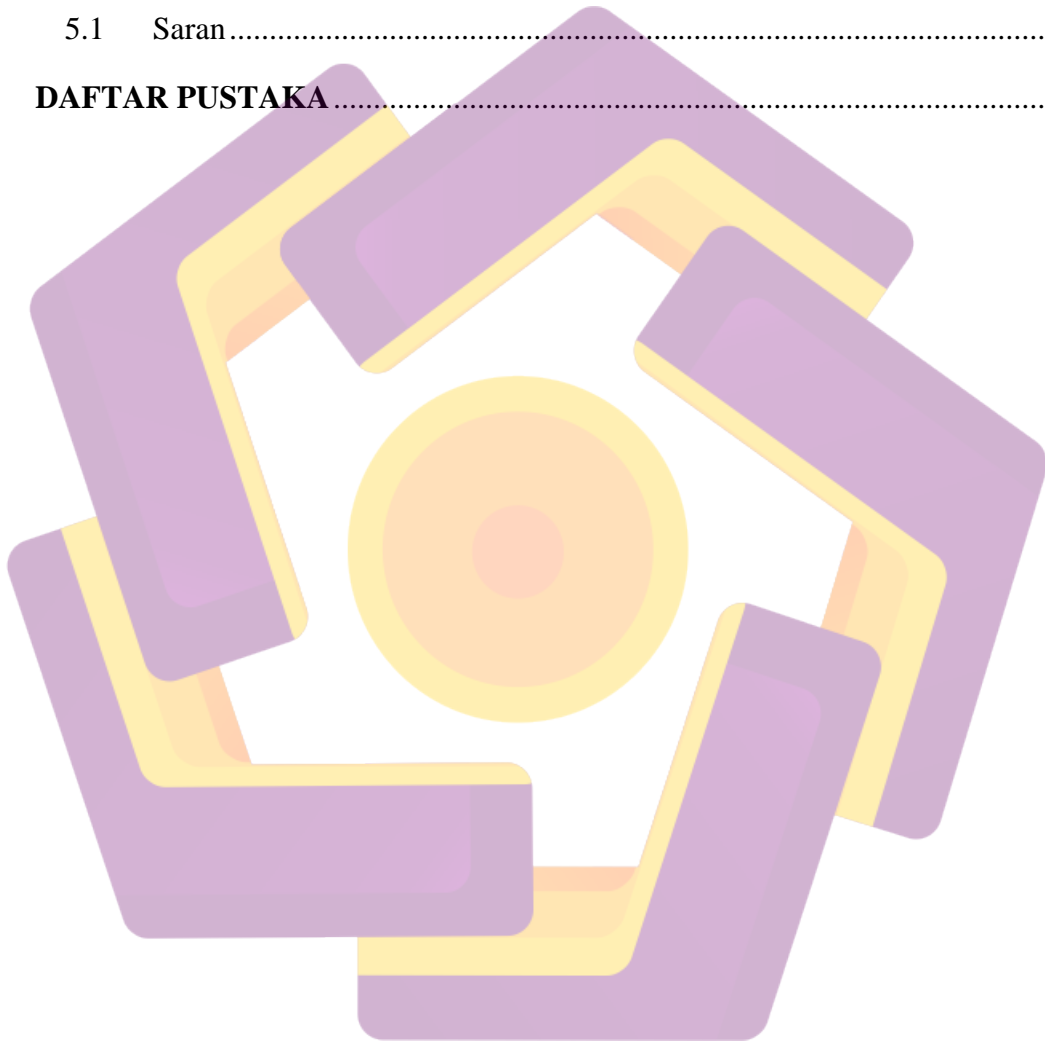
DAFTAR ISI

COVER	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	2
1.4.1 Maksud Penelitian	2
1.4.2 Tujuan Penelitian	2
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.6 Metodologi Penelitian	3
1.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6.2 Metode Analisis	4
1.6.3 Metode Perancangan.....	4
1.6.4 Metode Pengujian	5
1.7 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Tinjauan Pustaka	7

2.2	Dasar Teori	10
2.2.1	Pengertian Website	10
2.2.1.1	Web Statis	10
2.2.1.2	Web Dinamis.....	10
2.2.2	Pengertian Word Wide Web	11
2.2.3	Pengertian URL	11
2.2.4	Search Engine	12
2.2.5	Search Engine Result Page (SERP).....	12
2.2.6	Nama Domain.....	13
2.2.7	Web Hosting	13
2.2.8	Pengertian SEO (Search Engine Optimization).....	14
2.2.9	Pengertian SEM (Search Engine Marketing).....	16
2.2.10	Bahasa Pemrograman yang digunakan.....	17
2.2.10.1	PHP (Hypertext Preprocessor).....	17
2.2.10.2	HTML(HyperTextMarkupLanguage)	17
2.2.10.3	Java Script	17
2.2.10.4	MySQL.....	17
2.2.11	Perangkat Lunak yang digunakan.....	18
2.2.11.1	Sublime Text	18
2.2.11.2	Xampp	18
2.2.11.3	Web Browser.....	19
2.2.12	Metode Analisis Sistem	20
2.2.12.1	Kebutuhan Fungsional.....	20
2.2.12.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	20
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN.....		21
3.1	Analisis Sistem	21
3.3.1	Identifikasi Masalah.....	21
3.3.2	Analisis Kebutuhan Sistem.....	21
3.3.2.1	Kebutuhan Fungsional.....	21
3.3.2.2	Kebutuhan Non Fungsional.....	21

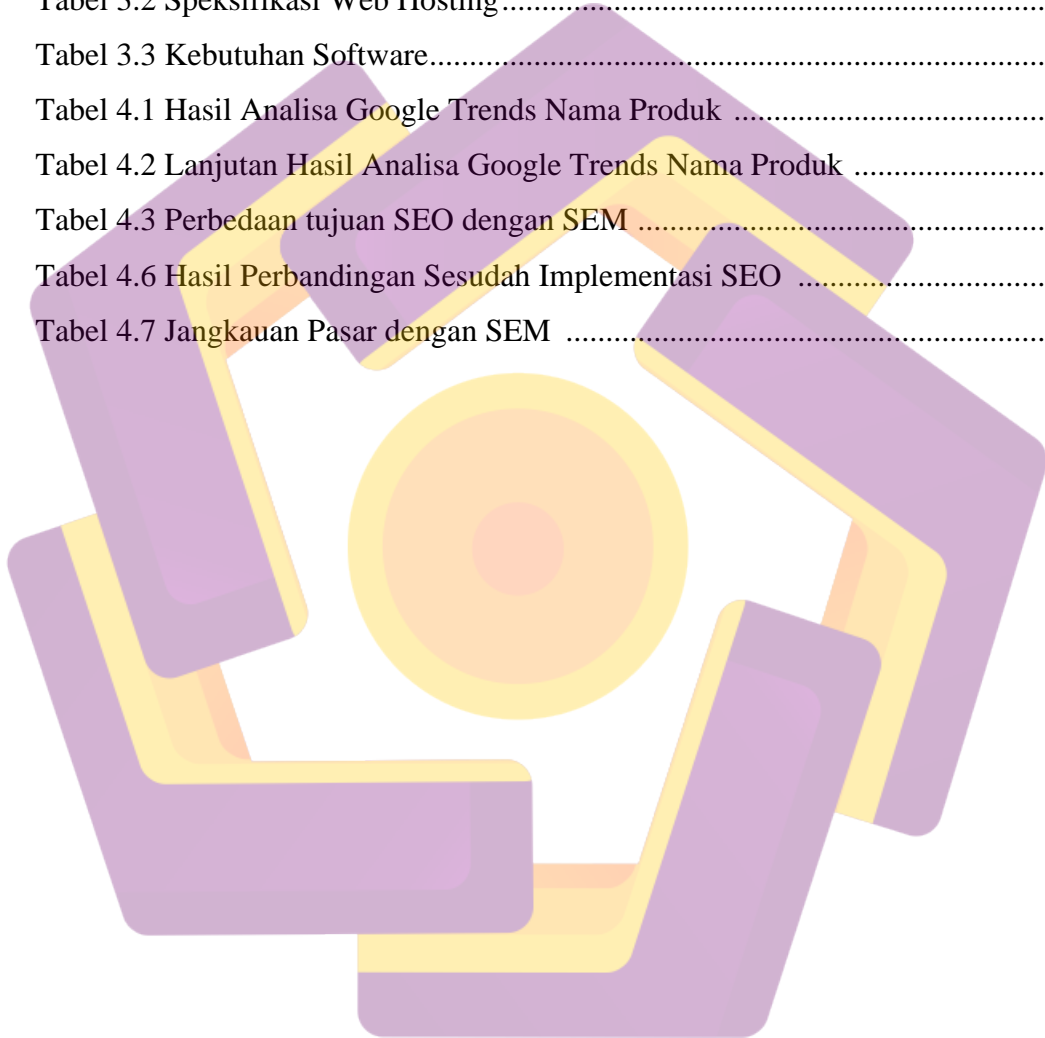
3.2	Analisis dan Perancangan Search Engine Optimization (SEO) dan Search Engine Marketing (SEM)	28
3.2.1	Metode SEO On Page	28
3.2.2	Metode SEO Off Page	31
3.2.3	Metode SEM Keyword Targeting.....	31
3.2.4	Metode SEM Keyword Planner.....	32
3.3	Referensi Pengumpulan Data dan Pengujian Web	32
3.3.1	Referensi Pengumpulan Data	32
3.3.2	Pengecekan Website	35
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1	Implementasi Metode <i>SEO On Page</i>	36
4.1.1	Keyword pada Website.....	36
4.1.1.1	Pemilihan Keyword Produk.....	36
4.1.1.2	Pemilihan Keyword dengan WMS Everywhere.....	39
4.1.1.3	Penerapan Keyword pada Index Website.....	40
4.1.1.4	Penerapan Keyword pada Artikel.....	43
4.2	Implementasi Metode SEO Off Page	50
4.3	Implementasi Metode SEM Google Adwords/Ads.....	51
4.3.1	Pemilihan Kata Kunci.....	51
4.3.2	Pemilihan Lokasi yang Ditargetkan.....	52
4.3.3	Pengelolaan Anggaran dan Bidding	52
4.3.4	Pembuatan iklan teks <i>stockistmsicibinong.my.id</i> beserta <i>preview mobile</i>	53
4.3.5	Iklan Dipublikasikan.....	54
4.4	Hasil Analisis Website pada Google Console	55
4.5	Hasil Analisis <i>Website</i> pada <i>RankMath.com</i>	56
4.6	Hasil Analisis <i>Website</i> pada <i>GTmetrix.com</i>	60
4.7	Hasil Analisis Website pada PageSpeed Insights.....	62
4.8	Hasil Analisis SEM pada Google Adwords/Ads.....	64

4.9	Perbedaan Tujuan SEO dan SEM.....	65
4.10	Hasil Setelah Implementasikan SEO.....	66
4.11	Hasil Jangkauan Pasar dengan Implementasi SEM.....	69
BAB V PENUTUP.....		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.1	Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....		72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Perbedaan Penelitian	8
Tabel 2.2 Tabel Perbedaan Penelitian (Lanjutan)	9
Tabel 3.1 Spesifikasi Komputer/Laptop	26
Tabel 3.2 Speksifikasi Web Hosting	27
Tabel 3.3 Kebutuhan Software	27
Tabel 4.1 Hasil Analisa Google Trends Nama Produk	37
Tabel 4.2 Lanjutan Hasil Analisa Google Trends Nama Produk	38
Tabel 4.3 Perbedaan tujuan SEO dengan SEM	65
Tabel 4.6 Hasil Perbandingan Sesudah Implementasi SEO	66
Tabel 4.7 Jangkauan Pasar dengan SEM	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Alur Penelitian	8
Gambar 3.1 Rancangan URL	29
Gambar 3.2 Rancangan Judul Artikel	29
Gambar 3.3 Rancangan Meta Deskripsi.....	29
Gambar 3.4 Rancangan Content	30
Gambar 3.5 Rancangan Meta Keywords	30
Gambar 3.6 Rancangan Optimalisasi Gambar	30
Gambar 3.7 Rancangan Social Sharing.....	31
Gambar 3.8 Tampilan Google Ads Keyword Planner	32
Gambar 3.9 Contoh Analisa Perbandingan Keyword Pertama.....	33
Gambar 3.10 Contoh Analisa Perbandingan Keyword Kedua.....	33
Gambar 3.11 Tampilan Google Console.....	34
Gambar 3.12 Tampilan Google Adwords/Ads.....	34
Gambar 3.13 Tampilan Analyzer pada RankMath.com.....	35
Gambar 4.1 Grafik Analisis Nama Produk	36
Gambar 4.2 Nilai Rata-rata Nama Produk	37
Gambar 4.3 Analisa Keyword oleh WMS Everywhere	39
Gambar 4.4 Penerapan Keyword pada Title	40
Gambar 4.5 Penerapan Keyword pada Meta Keywords	40
Gambar 4.6 Penerapan Keyword pada Meta Description.....	40
Gambar 4.7 Penerapan Image Alt Tag	41
Gambar 4.8 Penerapan Internal Link	41
Gambar 4.9 Penerapan Heading 1.....	41
Gambar 4.10 Penerapan Heading 2.....	41
Gambar 4.11 Penerapan Link to Authority Site	42
Gambar 4.12 Pengindeksa ke Google	42
Gambar 4.13 Hasil Pencarian “produk msi cibinong”	43
Gambar 4.14 Keyword pada Title Artikel 1.....	44
Gambar 4.15 Keyword pada Meta Tag Artikel 1.....	44
Gambar 4.16 Keyword pada Image Alt Tag Artikel 1.....	44
Gambar 4.17 Internal Link pada Artikel 1	44

Gambar 4.18 Heading pada Artikel 1	45
Gambar 4.19 Heading pada Artikel 1	45
Gambar 4.20 Pengindeksan ke Google pada Artikel 1	45
Gambar 4.21 Hasil Pencarian Artikel 1 “obat alami msi cibinong”	46
Gambar 4.22 Keyword pada Title Artikel 2.....	47
Gambar 4.23 Keyword pada Meta Tag Artikel 2.....	47
Gambar 4.24 Keyword pada Image Alt Tag Artikel 2.....	47
Gambar 4.25 Internal Link pada Artikel 2	47
Gambar 4.26 Heading pada Artikel 2	48
Gambar 4.27 Link to Authority Site pada Artikel 2.....	48
Gambar 4.28 Pengindeksan ke Google pada Artikel 2	48
Gambar 4.29 Hasil Pencarian Artikel 2 “upaya kecantikan alami msi cibinong”	49
Gambar 4.30 Backlink	50
Gambar 4.31 Penelusuran kata kunci pada Keyword Planner	51
Gambar 4.32 Pemilihan Lokasi Sasaran	52
Gambar 4.33 Pengelolaan Anggaran dan Bidding	53
Gambar 4.34 Buat Iklan Teks dalam Kampante beserta version mobile.....	54
Gambar 4.35 Iklan Publikasikan.....	54
Gambar 4.36 Hasil pada Google Console per tanggal 23 Februari 2021.....	55
Gambar 4.37 Hasil Analisis Website pada RankMath.com.....	56
Gambar 4.38 Keterangan Hasil Analisis SEO pada RankMath.com.....	57
Gambar 4.39 Keterangan Hasil Analisis SEO pada RankMath.com.....	57
Gambar 4.40 Keterangan Hasil Analisis SEO pada RankMath.com	58
Gambar 4.41 Keterangan Hasil Analisis SEO pada RankMath.com.....	58
Gambar 4.42 Keterangan Hasil Analisis SEO pada RankMath.com.....	59
Gambar 4.43 Keterangan Hasil Analisis SEO pada RankMath.com.....	60
Gambar 4.44 Hasil pada GTmetrix.com	61
Gambar 4.45 Keterangan Hasil Analisis SEO pada GTmetrix.com	61
Gambar 4.46 Hasil pengujian Mobile website pada PageSpeed Insights	62
Gambar 4.47 Hasil pengujian Dekstop pada PageSpeed Insights.....	63
Gambar 4.48 Hasil pada Google Adwords/Ads per tanggal 26 Februari 2021	64
Gambar 4.49 Hasil pada Google Adwords/Ads per tanggal 26 Februari 2021	64

INTISARI

Website salah satu teknologi internet tidak hanya sebagai media informasi tetapi menjadi proses pendukung bisnis, akan tetapi penjualan melalui website belum cukup efektif jika tidak didukung dengan strategi promosi yang baik. Situs website tentunya tidak akan memaksimalkan promosi apabila pengunjung website tersebut tidak banyak. Stockist MSI Cibinong merupakan toko yang menjual produk obat tradisional(herbal) dan kosmetik. Dalam mempromosikan produknya, menerapkan sistem online yaitu melalui Facebook, WhatsApp, Shopee. Namun dengan media tersebut belum dapat memaksimalkan jangkauan pasar.

SEO (Search Engine Optimization) adalah salah satu Teknik dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar website yang sudah kita buat berada diperingkat teratas atau halaman pertama (first page) sebuah halaman mesin pencari. Kemudian dengan menerapkan metode SEO on Page dan off page seperti optimasi keyword pada title tag, content, meta keyword, meta description, dan membuat backlink.

SEM (Search Engine Marketing) yang berarti bentuk pemasaran melalui kegiatan promosi website dengan cara berbayar yang terjangkau dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan untuk meningkatkan visibilitas website itu sendiri di halaman hasil pencarian mesin telusur semacam Google. Metode yang diterapkan adalah Google Ads, dilakukan dengan cara bidding atas keyword tertentu agar iklan berbayar tampil diatas pesaingnya.

Kata Kunci : Website, Penjualan, SEO, Seo on page dan off page, SEM, Google Ads.

ABSTRACT

Website, one of the internet technology, is not only a medium of information but a business support process, but sales through the website are not effective enough if it is not supported by a good promotional strategy. The website of course will not maximize the promotion if there are not many visitors to the website. MSI Cibinong Stockist is a shop that sells traditional medicinal (herbal) products and cosmetics. In promoting its products, implementing an online system, namely through Facebook, WhatsApp, Shopee. However, the media has not been able to maximize market reach.

SEO (Search Engine Optimization) is a technique by utilizing search engine optimization so that the website that we have created is ranked in the top or the first page (first page) of a search engine page. Then by applying on page and off page SEO methods such as keyword optimization in the title tag, content, meta keywords, meta description, and creating backlinks.

SEM (Search Engine Marketing) which means a form of marketing through website promotion activities in a paid way that is affordable and can be adjusted according to the need to increase the visibility of the website itself on search result pages of search engines such as Google. The method applied is Google Ads, which is done by bidding on certain keywords so that paid ads appear above its competitors.

Keywords: Website, Sales, SEO, on page and off page Seo, SEM, Google Ads.