

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah tim pengelola website ADORN By Olivianuzan.

Objek yang diteliti pada penelitian ini adalah *website e-commerce* “ADORN By Olivianuzan”. Yakni salah satu merek UMKM yang menjual *inspired parfum* melalui pasar online.

3.2 Alat dan Bahan Penelitian

Tabel 3.1 merupakan data tabel alat yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 1 Alat Penelitian

No	Alat	Kegunaan
1	Laptop	Mengoperasikan penerapan SEO dan memantau perkembangan <i>website</i>
2	<i>Google Keyword Planner</i>	Membantu menganalisis kata kunci yang ditargetkan
3	<i>Google Webmaster Tools/Google Search Console</i>	Tools pengujian SEO <i>Off Page</i>
4	Google.com	Memeriksa hasil peringkat website melalui kata kunci yang ditargetkan
5	SEMRush	Tools pengujian SERP pada peringkat website
6	<i>Plugin Jetpack</i>	Tools pengujian SEO <i>On Page</i>

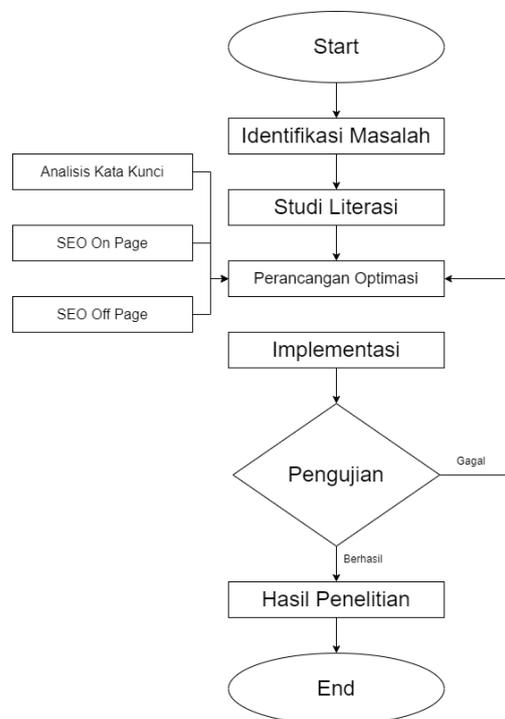
Tabel 3.2 merupakan data tabel bahan yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 2 Bahan Penelitian

No	Bahan	Kegunaan
1	<i>Website E-Commerce</i>	Sebagai objek penelitian
2	Wordpress	Sebagai CMS yang digunakan <i>website e-commerce</i>
3	Data wawancara	Sebagai bahan perancangan <i>website</i> dan laporan penelitian

3.3 Proses Penelitian

Perancangan penelitian bertujuan untuk menggambarkan langkah-langkah apa saja yang akan dilakukan dalam penelitian. Dalam perancangan penelitian nantinya akan meliputi identifikasi masalah, studi literatur, perancangan teknik optimasi, implementasi, pengujian, dan penarikan kesimpulan. Gambar 3.1 menunjukkan diagram alir penelitian.



Gambar 3. 1 Aliran Penelitian

3.3.1 Identifikasi Masalah

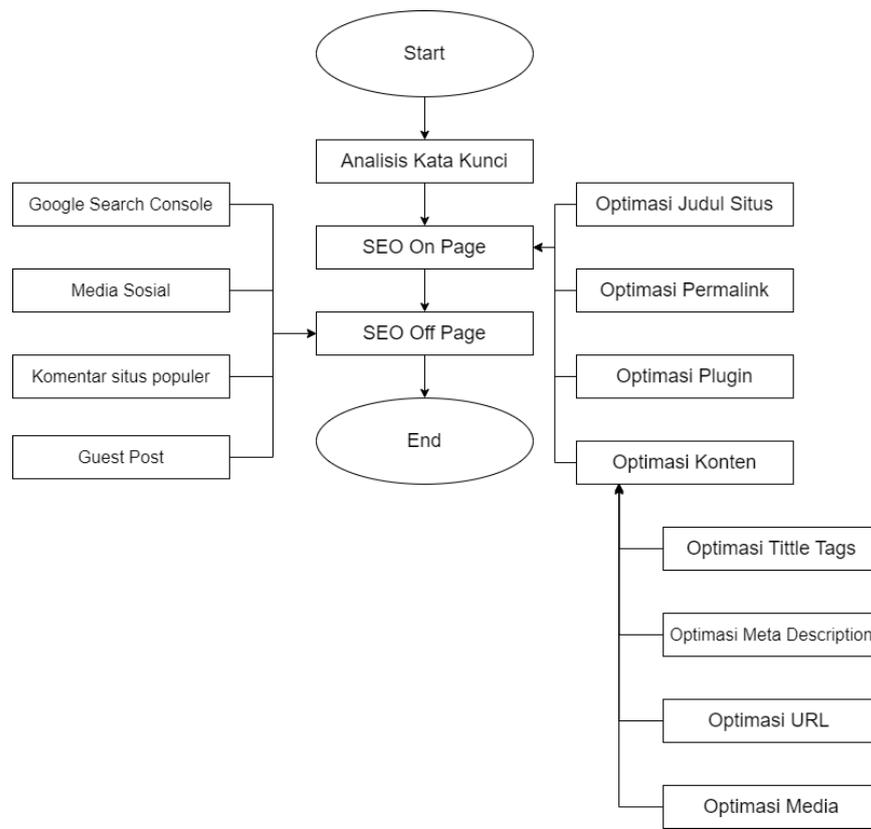
Identifikasi masalah dilakukan berdasarkan wawancara dengan pemilik ADORN, bahwa dibutuhkannya pemasaran digital yang lebih bisa digunakan dalam jangka panjang. Selain itu, beberapa pembeli mengeluh dan merasa kesulitan untuk membeli secara online melalui aplikasi *ecommerce* dan lambatnya respon penjual saat melakukan pembelian langsung seperti melalui *Whatsapp*. Permasalahan ini dapat diselesaikan salah satunya dengan dihadirkannya *website* ADORN yang menjadi sistem informasi sekaligus situs *ecommerce* resmi ADORN. Namun muncul masalah baru, yakni sulitnya *website* baru untuk muncul pada situs pencarian. Khususnya pada *website-website* baru, dalam hal ini *website* resmi ADORN yang beralamat pada <https://adorn.galaviakarya.com>. Oleh karena itu, dibutuhkan teknik optimasi yang tepat untuk menaikkan SERP *website* ADORN pada situs pencarian seperti *google*.

3.3.2 Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh landasan teori dari penelitian ini yang relevan dengan masalah yang sedang diteliti dengan cara membaca literatur – literatur yang sesuai dan mendukung bersumber dari jurnal. Teori – teori yang dipelajari berkaitan dengan pengenalan *website*, *e-commerce*, *Search Engine Optimization*, dan UMKM.

3.3.3 Perancangan Teknik Optimasi

Perancangan teknik optimasi disusun berdasarkan hasil analisa – analisa identifikasi masalah dan studi literatur yang telah dilakukan.



Gambar 3. 2 Teknik Perancangan Optimasi

a) Analisis kata kunci

Dalam analisis kata kunci, peneliti menggunakan *Tools Google Keyword Planner*. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui tingkat persaingan kata kunci yang ditargetkan dan jumlah penelusurannya. Selanjutnya memastikan website muncul pada halaman situs pencarian *google*, dengan cara memeriksa posisi website dengan kata kunci tersebut pada situs pencarian *google*. Bilamana website dengan kata kunci tersebut belum muncul pada halaman situs pencarian, maka akan diterapkan proses optimasi dengan Teknik *SEO Onpage* dan *SEO Offpage*. Setelah penerapan optimasi selesai, dilanjutkan tahap pengujian yakni dengan mengecek ulang posisi website dengan kata kunci tersebut pada situs pencarian *google*. Bila hasilnya belum optimal, maka proses optimasi akan dilakukan Kembali hingga website dengan kata kunci tersebut muncul pada halaman situs pencarian *google*.

b) Tahapan SEO *Onpage*

Optimalisasi SEO *Onpage* dilakukan dengan cara mengoptimalkan semua komponen dari sisi *website* itu sendiri. Dalam hal ini, *website* <https://adorn.galaviakarya.com/> dibangun menggunakan *Content Management System* (CMS) yaitu *Wordpress*. Oleh karena itu, SEO *Onpage* yang dilakukan meliputi :

1) Optimasi Judul Situs dan Slogan

Langkah pertama dalam merancang optimasi SEO OnPage adalah dengan mengatur judul dan slogan dalam *website* yang akan dioptimasi. Judul situs akan tampil pada mesin pencari google sebagai judul *website*, sedangkan slogan akan tampil sebagai deskripsi *website*. Judul dapat diisi dengan nama brand/usaha sebagai identitas *website*. Slogan dapat diisi dengan jargon atau branding dari produk tersebut.

2) Optimasi Permalink

Langkah kedua yakni menentukan permalink atau susunan link yang mengarah ke postingan artikel *website*. Struktur permalink menjadi semacam identitas atau rujukan untuk mesin pencari.

3) Optimasi Plugin

Langkah ketiga yaitu menginstall plugin pendukung pada situs www.adorn.galaviakarya.com. Penelitian ini menambahkan *plugin Yoast SEO*. *Yoast SEO* adalah plugin yang mempunyai sistem standar penulisan artikel yang *SEO Friendly* sehingga artikel yang dibuat dengan menggunakan indikator SEO pada plugin ini bisa menempati peringkat teratas *search engine google*.

4) Optimasi Konten

a. *Title tags*

Memberikan penyisipan keyword pada *tittle* pada halaman *website*.

b. *Meta description*

Memberikan keyword yang telah ditentukan agar *website*

mudah dicari oleh situs pencarian *google* dan menjelaskan *content* yang dibuat, dalam *meta description* dengan Panjang 150-160 karakter.

c. *URL structure*

Penyisipan kata kunci ditargetkan pada setiap konten dan diletakan setelah judul konten.

d. *Image*

Penambahan kata kunci ditargetkan pada semua media yang tercantum dalam konten artikel website. Penyisipan kata kunci ditargetkan diletakan dalam alt tex dan pengoptimalan melalui judul media.

c) Tahapan SEO *Offpage*

Optimalisasi SEO *Offpage* dilakukan dengan cara mengoptimalkan website dari sisi eksternal *website*. SEO *Offpage* diumpamakan seperti rekomendasi *link* yang diberikan *website* lain. Hal ini biasa disebut juga *backlink*. Tahapan yang akan dilakukan meliputi :

- 1) Mendaftarkan website pada *Google Webmaster/Google Search Console*
- 2) *Share link* di media sosial
- 3) Berkomentar di situs yang memiliki otoritas domain tinggi
- 4) Memposting artikel di situs populer sebagai *guest post*

3.3.4 Implementasi

Penerapan tahapan penelitian dilakukan berdasarkan pada hasil perancangan teknik SEO yang telah dirancang.

3.3.5 Pengujian

Pengujian teknik SEO *Onpage* menggunakan menggunakan plugin *Jetpack*. Hasil yang didapatkan berupa data jumlah pengunjung, data jumlah tampilan, data jumlah komentar/interaksi, dan data aktifitas website lainnya. Sedangkan untuk teknik SEO *Offpage*, pengujian dilakukan melalui *google Webmaster Tools/google search console*. Hasil yang akan didapatkan berupa *total click*, *total impressions*, *Average CTR*, dan

Average position, hasil data tersebut untuk melihat perkembangan *website*. Kemudian akan dilakukan pengujian SERP *website* melalui SEMRUSH untuk memantau peringkat *website*, untuk kemudian pengujian melalui pencarian *website* dengan kata kunci yang ditargetkan pada situs pencarian *google*.

3.4 Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan didasarkan pada hasil dari tahap pengujian. Dalam penelitian ini akan mendapatkan kesimpulan apakah penerapan teknik SEO dapat meningkatkan SERP *website e-commerce ADORN* by Olivianuzan pada situs pencarian *google*.