

# ANALISA PENGARUH PENGGUNAAN *SEARCH ENGINE* *OPTIMIZATION (SEO)* PADA WEBSITE *E-COMMERCE*

Himawan<sup>1)</sup>, Arisantoso<sup>2)</sup>, Asep Saefullah<sup>3)</sup>

<sup>1,3</sup> Program Studi Teknik Informatika, STMIK Raharja

Jl. Jenderal Sudirman No.40, Modern Cikokol, Tangerang 15117

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Informatika, Universitas Islam Attahiriyah

Jl. Kampung Melayu Kecil III, Tebet Jakarta Selatan

E-mail : [himawanawan10@gmail.com](mailto:himawanawan10@gmail.com)<sup>1)</sup>

---

## Abstrak

*E-Commerce merupakan salah satu kegiatan transaksi bisnis baik barang dan jasa yang dilakukan secara elektronik dengan menggunakan jaringan internet. Pertumbuhan jumlah website e-commerce yang meningkat dengan pesat khususnya di Indonesia dalam waktu beberapa tahun terakhir ini membuat persaingan bisnis menjadi semakin ketat dan sangat kompetitif. Setiap pemilik toko online maupun pelaku bisnis online berusaha untuk berlomba-lomba dalam hal menarik jumlah pengunjung sebanyak-banyaknya ke dalam halaman website toko online yang mereka miliki. Terdapat banyak cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada sebuah halaman website khususnya toko online. Beberapa cara yang populer digunakan adalah dengan menggunakan blog, optimasi mesin pencarian, memasang iklan melalui google adsense atau facebook fan page, penggunaan media jejaring sosial yang memang sedang menanjak trennya dalam beberapa tahun terakhir, ataupun penggunaan aplikasi mobile (instant messenger) yang tidak kalah pesatnya dalam hal jumlah penggunaannya. Dalam penulisan paper ini, metode yang akan dibahas lebih banyak adalah mengenai teknik penggunaan optimasi mesin pencarian atau Search Engine Optimization (SEO) yang akan digunakan untuk meningkatkan trafik pengunjung pada sebuah halaman website dan juga digunakan agar sebuah halaman website dapat terdeteksi atau tertelusuri dengan baik pada sebuah mesin pencari.*

**Kata kunci:** *ecommerce, mesin pencarian, SEO, website*

## Abstract

*E-Commerce is one of the activities of the business transactions of goods and services performed electronically by using the Internet network. Growth in the number of e-commerce websites are increasing rapidly, especially in Indonesia in the last few years have made a business competition becoming increasingly fierce and very competitive. Every owner of an online store as well as online businesses seek to compete in terms of attracting as many visitors number in the online store website pages they have. There are many ways that can be used to increase the number of visits to a particular web page online store. Some popular way is to use blogs, search engine optimization, advertising through Google AdSense or facebook fan page, use social networking media is a rising trend in recent years, nor the use of mobile applications (instant messenger) that is not less rapid in terms of number of users. In writing this paper, a method which will be discussed more is the use of techniques for search engine optimization or Search Engine Optimization (SEO) which will be used to increase visitor traffic on a web page and is also used so that a web page can be detected or traceable fine on a search engine.*

**Keywords :** *ecommerce, search engine, SEO, website*

## 1. PENDAHULUAN

Dunia bisnis *online* mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang sangat pesat, dimulai dengan kemunculan salah satu *website* yang di kemudian hari akan menjadi pelopor menjadi tanda sebuah era bisnis *online* yaitu Amazon.com yang didirikan oleh Jeff Bezos pada tahun 1995 [4]. Dimana Amazon menjadi salah satu perusahaan yang paling berpengaruh dan memiliki peranan yang sangat penting dalam menandai hadirnya era baru dalam transaksi bisnis tidak hanya melalui mekanisme bisnis transaksi secara langsung (*direct selling*) baik antara pihak penjual dan pembeli. Namun Amazon menawarkan ide dan konsep baru pada saat itu dengan

menggunakan media teknologi informasi dan jaringan *internet*, dimana pembeli dan penjual tidak harus bertemu dan bertatap muka secara langsung untuk mengadakan transaksi jual beli.



Gambar 1. Logo amazon.com (sumber : [www.wired.com](http://www.wired.com))

Pada tahun yang sama, muncullah juga *website* ebay.com yang didirikan oleh Pierre Omidyar, dimana *website* ini juga menawarkan ide dan mekanisme yang unik pada sistem transaksi bisnisnya dengan menggunakan mekanisme lelang *online* (*online bidding system*) kepada setiap konsumen yang tertarik untuk membeli setiap produk yang ditawarkan pada halaman *website* ebay.com. Pada periode-periode tahun berikutnya setelah kemunculan *website* amazon dan ebay, maka perkembangan *website e-commerce* di negara Amerika Serikat dan Eropa bertumbuh dengan cepat. Di beberapa negara Asia, khususnya di Indonesia perkembangan dan pertumbuhan *website e-commerce* pada mulanya berjalan lambat. Kemunculan *website online ecommerce* pertama di Indonesia adalah [www.sanur.com](http://www.sanur.com) pada tahun 1996, yang diikuti dengan *website* [www.bhinneka.com](http://www.bhinneka.com), sayangnya dengan datangnya krisis moneter yang melanda sebagian besar negara-negara berkembang di Asia dan Indonesia merupakan salah satu negara yang ikut menjadi korban krisis cukup parah, membuat perkembangan *e-commerce* menjadi terhambat. Namun setelah masa krisis moneter terlewati, dunia bisnis *online* kembali bergeliat dan memunculkan banyak potensi peluang usaha.

Dalam kurun 5 tahun terakhir di Indonesia, bermunculan-lah berbagai *website e-commerce* yang serupa dengan [bhinneka.com](http://www.bhinneka.com) baik yang dikelola secara individu maupun dalam skala *enterprise*. Beberapa contoh *website e-commerce* dari berbagai kategori bisnis yang populer di Indonesia, yaitu : Lazada, Kaskus, Tokobagus (olx), Tokopedia, blibli, Zalora dan lain sebagainya. Pertumbuhan *website e-commerce* yang demikian cepat menimbulkan dampak positif bagi iklim bisnis di Indonesia terutama perdagangan dengan menggunakan sistem transaksi *online*, namun demikian dunia bisnis yang sangat kompetitif juga menimbulkan permasalahan lain yaitu persaingan yang sangat ketat. Berbagai macam bentuk penawaran dan promosi dilakukan oleh para pelaku bisnis *e-commerce* dalam upaya untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya dan menghasilkan profit yang menguntungkan.

Terdapat banyak cara yang dapat digunakan oleh para pemilik toko online dalam mempromosikan halaman *website* yang mereka miliki kepada para konsumen agar semakin mudah untuk dicari dan juga meningkatkan keberadaan atau eksistensi dari sebuah *website e-commerce*. Beberapa cara yang umum dan masih dianggap optimal untuk digunakan adalah dengan menggunakan *mailing list* (*email subscribe*), pemasangan iklan menggunakan jasa pihak ketiga (*online advertisement*), penggunaan media jejaring sosial (*social network*), media *blog*, penggunaan optimasi mesin pencarian dan juga penggunaan aplikasi *mobile*. Pada penelitian dan penulisan paper ini, metode atau cara yang akan dibahas dan dijelaskan adalah teknik penggunaan optimasi mesin pencari atau SEO (*Search Engine Optimization*) yang akan digunakan baik untuk meningkatkan hasil pencarian sebuah halaman *website e-commerce* dari mesin pencari, memperbaiki indeks peringkat dari sebuah halaman *website* dan juga kemudahan dalam hal menelusuri hasil pencarian halaman *website e-commerce* dengan menggunakan mesin pencari populer seperti : google, bing, yahoo, netscape.

## 2. METODOLOGI

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penulisan *paper* ini adalah dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif yang juga akan digabungkan dengan data-data kuantitatif. Dimana data-data contoh akan diambil dari beberapa *website e-commerce* yang telah menjalankan bisnisnya di Indonesia. Beberapa contoh *website* yang akan dijadikan objek penelitian adalah [bhinneka.com](http://www.bhinneka.com), [lazada.co.id](http://www.lazada.co.id), [olx.co.id](http://www.olx.co.id) dan [cantikcantiksehat.com](http://www.cantikcantiksehat.com). Pemilihan *website-website* tersebut berdasarkan umur dari *website*, jumlah rata-rata trafik pengunjung setiap harinya dan juga jumlah member yang telah terdaftar pada masing-masing *website*. Terkecuali untuk nama *website* terakhir yang ditulis, dimana *website* tersebut merupakan *website* yang dimiliki dan dikembangkan oleh salah satu penulis *paper* untuk dijadikan objek dan bahan penelitian dalam dunia *e-commerce* yang sesungguhnya.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara mencari data-data melalui media internet terutama terkait dengan informasi *website*, *log history* dan data statistik pengunjung. Dimana data-data ini akan digunakan sebagai data penunjang atau pelengkap untuk memberikan informasi mengenai gambaran umum terkait dengan penggunaan optimisasi mesin pencarian dalam mempengaruhi indeks atau peringkat sebuah *website e-*

*commerce*. Beberapa referensi website yang akan digunakan untuk mendapatkan data-data serta informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah : alexa.com, who.is.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

*Search Engine Optimization* (SEO) adalah sebuah proses yang menggunakan prinsip-prinsip dasar pencarian dari sebuah mesin pencari untuk mendapatkan dan juga meningkatkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi untuk sebuah halaman *website* atau juga dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah akses kunjungan [5]. Membuat atau membangun sebuah *website e-commerce* dalam beberapa tahun terakhir ini bukanlah sesuatu hal yang sulit bahkan bagi orang awam sekalipun. Banyaknya tutorial yang tersebar di *internet*, bahkan tersedianya berbagai *engine CMS (Content Management System) e-commerce* siap pakai seperti prestahop, oscommerce, zencart sangat memudahkan sekali khususnya bagi para pemain baru yang ingin mengembangkan bisnis toko *online*. Ditambah dengan menjamurnya penawaran jasa pembuatan toko *online* dengan harga yang sangat variatif dan relatif murah, juga membuat pemilik modal tidak perlu repot dalam membangun sebuah toko *online* yang sederhana dan dapat langsung digunakan untuk memulai usaha bisnis toko *online*.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya membuat toko *online* dalam beberapa tahun terakhir tidak hanya bagi mereka atau individu yang menguasai bahasa pemrograman web saja, namun masyarakat biasa yang awam dengan dunia teknologi informasi pun dapat memiliki sebuah toko online jika mereka memiliki cukup modal untuk memulai usahanya. Namun demikian, memiliki sebuah toko *online* saja tidaklah cukup tanpa dibarengi dengan adanya kesuksesan yang menyertainya. Karena sudah jelas tujuan masyarakat memiliki sebuah usaha atau bisnis adalah untuk mendapatkan profit dan juga menambah relasi jaringan yang luas. Untuk mencapai hal itulah dibutuhkan proses, waktu, biaya dan tenaga yang tidak sedikit.

Toko *online* yang baru saja dibuat atau di *upload* ke dalam web-hosting tentunya memiliki tingkat visibilitas yang rendah. Hal tersebut dikarenakan jumlah pertumbuhan *website* yang sangat banyak setiap harinya tidak hanya di Indonesia saja, melainkan juga dari berbagai negara di belahan dunia yang lainnya. Angka pertumbuhan *website* yang sangat *massive* ini membuat para pelaku usaha cukup kewalahan dalam mempertahankan eksistensinya. Bagi para pelaku usaha yang telah bertahun-tahun bergelut dalam dunia *e-commerce* mungkin tidak terlalu khawatir. Hal tersebut dikarenakan area pangsa pasar (*market share*) yang jelas, kemudian telah memiliki pelanggan setia dalam jumlah yang banyak. Sebagai contoh adalah *website bhinneka.com*, sampai dengan penulisan paper ini *website bhinneka.com* menempati peringkat 118 di Indonesia dan 6602 di dunia (sumber : alexa.com), kemudian dengan nilai rata-rata jumlah kunjungan setiap bulannya adalah lebih dari 3 juta kunjungan (sumber : <http://www.trafficestimate.com>).

#### 3.1 Teknik Penggunaan Search Engine Optimization (SEO)

Teknik penggunaan SEO dalam website sendiri dikategorikan menjadi 2 macam cara, yaitu : *on-site optimization* dan *off-site optimization* (Rehman dan Khan, 2013). Selain itu juga Teknik penerapan SEO dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu *Black Hat SEO* dan *White Hat SEO* [3]. *Black Hat SEO* menggunakan teknik dan cara-cara yang agresif dan tidak jarang “ilegal” yang hanya berfokus pada mekanisme cara kerja mesin pencarian dan bukan pada pengunjung web yang sebenarnya. Sedangkan *White Hat SEO* menggunakan cara yang lebih *safety* dengan mengutamakan aturan-aturan dan kebijakan-kebijakan standar dan resmi dalam membuat sebuah *content* pada halaman *website* yang akan diakses oleh pengunjung web. Penggunaan *on-site optimization* dalam teknik SEO dalam upaya meningkatkan visibilitas dan juga jumlah kunjungan pada sebuah halaman website, menekankan pada poin-poin berikut (Hissom, 2010) :

- (1) Penggunaan kata kunci (*key words*), dimana *key words* merupakan parameter yang sangat populer untuk digunakan dalam mengidentifikasi subjek pencarian halaman *website*.
- (2) Penggunaan satuan gramatik *key phrase* yang terdiri dari minimal 2 kata atau lebih yang membentuk sebuah kata kunci (*key words*), dimana kata-kata yang digunakan berpotensi untuk digunakan dalam *query* pencarian sebuah halaman *website*.
- (3) Penggunaan *metadata* yaitu detail data dari sebuah data. Dimana sebuah halaman website menyertakan *metadata* dalam bentuk tag-tag.
- (4) Penggunaan *hyperlink* atau *backlink* dimana *link-link* yang digunakan dalam sebuah halaman *website* berfungsi sebagai jembatan penghubung antara satu halaman dengan halaman *web* yang lainnya baik pada *website* yang sama ataupun berbeda.

Terdapat banyak teknik lain yang juga sangat berguna dalam meningkatkan visibilitas dan juga jumlah kunjungan pada sebuah halaman *website* yang dapat digunakan, namun dalam penelitian dan penulisan paper ini, maka pembatasan penjelasan perlu dilakukan sehingga fokus dan juga tujuan objektif dari penelitian dapat tercapai dengan baik dan juga optimal. Dimana dalam penelitian ini jenis teknik SEO menggunakan metode *on-site optimization*.

### 3.1.1 On-Site Page Optimization

Penggunaan teknik *on-site page optimization* merujuk pada cara yang digunakan untuk mengoptimalkan sebuah *website* atau halaman *web* tertentu agar dapat dengan mudah dikenali atau dicari oleh mesin pencarian [2]. Teknik-teknik yang digunakan meliputi optimasi dari penggunaan teks, gambar, *tag-tag*, struktur URL (*Uniform Resource Locator*), *link internal*, penggunaan *header* dan isi konten dari sebuah halaman *web*. Secara sederhana penjelasan singkat mengenai penggunaan teknik optimasi on-site berbicara mengenai pemilihan kata kunci yang tepat untuk mendeskripsikan setiap halaman *website* dan juga bagaimana *website* dapat “berkomunikasi” dengan mesin pencarian sehingga dapat ditelusuri dengan baik. Teknik penggunaan dan pemilihan kata kunci yang tepat disarankan terdiri dari 5-6 kata, namun untuk *keyword-keyword* yang sangat spesifik maka jumlah *keyword* pada umumnya terdiri dari 1-2 kata untuk memperkecil dan meningkatkan hasil pencarian [7].

Teknik *on-site page optimization* yang akan dibahas dalam penelitian ini akan berfokus pada uraian penjelasan poin-poin berikut (Rehman, 2013) :

1. Penggunaan *Title Tag*, pemilihan judul (*title*) *website* yang akan ditampilkan pada halaman *website* sangat penting. Pada bagian *title* harus mengandung kata kunci yang tidak terlalu panjang dan juga relevan dengan isi konten *web* yang akan ditampilkan. Selain itu buatlah *title* se-unik mungkin untuk setiap halaman *website*.
2. *Page Tag Meta Description*, bagian ini merupakan pembeda yang sangat jelas antara 1 *web* dengan *web* yang lainnya, walaupun mungkin secara konten dan jenis *web* yang ditampilkan sama. Keuntungan utama yang dimiliki jika sebuah *website* menggunakan *tag meta* adalah mesin pencari akan menampilkan hasil pencarian yang lebih baik terhadap sebuah halaman *website*. Kemudian penelitian dari Zhang dan Dimitroff [8] juga membuktikan bahwa *keyword* yang muncul pada bagian *title* dan juga pada bagian *tag meta* menampilkan hasil pencarian yang lebih baik daripada *website* yang hanya menggunakan optimasi *title* saja.
3. *Page Content*, konten yang bermutu dan berkualitas menjadi salah satu faktor penting dan utama dalam SEO. Hal ini dimaksudkan agar ketika seorang pengunjung *web* melihat isi konten *web* yang ditampilkan pada sebuah halaman *web*, maka mereka dapat membagikan atau mereferensikan halaman *web* tersebut kepada orang lain dengan menggunakan bantuan media sosial, email ataupun melalui forum.
4. *URL Optimization*, Struktur yang baik dan rapi dari sebuah URL akan memandu pengunjung *web* dalam menelusuri halaman *web*. Buatlah “peta navigasi” atau *sitemap* dari struktur direktori URL yang tersusun dengan baik. Dimana terdapat 2 jenis *sitemaps* yang bisa digunakan yaitu dalam bentuk file XML (*Extensible Markup Language*) dan file HTML (*Hyper Text Markup Language*). *Sitemap* dalam bentuk file XML berisi daftar lengkap dari semua direktori halaman *web* yang dimiliki dari sebuah *website* sehingga membantu mesin pencari dalam “membaca” dan juga mengindeks *website*. Sedangkan *sitemap* dalam bentuk file HTML didesain dan digunakan untuk pengunjung *web* mendapatkan informasi dari halaman *website* yang mereka akses.
5. *Image Optimization*, gambar merupakan salah satu komponen utama yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah *website* modern sekarang ini. Berbagai macam jenis format gambar juga membantu menunjang agar sebuah *website* menjadi lebih menarik. Setiap gambar yang ditampilkan disarankan menggunakan format gambar standar dan penggunaan atribut *alt* pada *tag img* dapat digunakan untuk menampilkan pesan teks alternatif jika gambar tidak dapat ditampilkan dengan baik pada *browser*.
6. *Internal Links*, penggunaan *internal links* sangat berguna dan disarankan jika sebuah halaman *web* dapat diakses langsung dari *link* yang terdapat dalam halaman utama (indeks). Karena *link* juga berguna sebagai jembatan penghubung dan navigasi antara 1 halaman *web* dengan halaman *web* yang lainnya. Menggunakan terlalu banyak *internal link* dalam setiap halaman *website* juga akan berpengaruh terhadap hasil pencarian. Mesin pencari akan menganggap link-link tersebut mencurigakan, oleh karena itu penggunaan *internal link* sebaiknya tidak terlalu berlebihan.

### 3.2 Pengujian dan Evaluasi SEO Pada Website E-Commerce

Evaluasi dan pengujian yang akan dilakukan pada penelitian ini akan menggunakan *website e-commerce* yang menggunakan metode bisnis B2C (*Business-to-Consumer*) yaitu [www.cantikcantiksehat.com](http://www.cantikcantiksehat.com). Sedangkan aplikasi pengujiannya akan menggunakan Google Analytics Tools dan juga Alexa.com untuk melihat hasil akhir peringkat *website* setelah dilakukan teknik *on-site optimization* dalam kurun waktu kurang lebih selama 3 bulan terakhir (terhitung mulai dari bulan juli sampai dengan september 2015). Sedangkan *website*

[www.cantikcantiksehat.com](http://www.cantikcantiksehat.com) sudah mulai dikembangkan dan diupload mulai dari bulan September 2014, namun dengan belum menggunakan teknik SEO apapun.

### 3.2.1 Parameter dan Indikator Kesuksesan Penggunaan SEO Pada E-Commerce

Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan sebagai sebuah pendanda atau indikator kesuksesan yang dapat dilihat dari oprimasi penggunaan SEO pada sebuah website *e-commerce*, parameter-parameter tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) Total trafik dari *website*.
- (2) Trafik terhadap sebuah halaman *website*.
- (3) Indeks atau peringkat halaman web.
- (4) Hasil pencarian.
- (5) Jumlah kunjungan (*page views*) dalam rata-rata periode tertentu.
- (6) Jumlah pengunjung unik baik berdasarkan counter ataupun statistik IP (*Internet Protocol*) Address.
- (7) Peningkatan hasil atau omset penjualan berdasarkan kata kunci yang dicari oleh pengunjung.

Pada bagian pembahasan ini, hasil atau pengaruh dari penggunaan dari teknik SEO yang telah digunakan pada *website* selama kurang lebih 4 bulan, dimulai dari bulan September sampai dengan bulan Desember 2014 akan ditampilkan dalam bentuk data tabel. Namun demikian terdapat batasan-batasan yang akan mempengaruhi pengujian dan juga hasil dari penggunaan teknik SEO pada sebuah website. Sebelum masuk pada bagian hasil analisa dan pengujian teknik SEO, beberapa faktor penting yang akan mempengaruhi hasil pengujian akan diuraikan secara singkat berikut ini, yaitu :

- (1) Faktor eksternal : contohnya adalah penggunaan link eksternal pada halaman website, kemudian masalah pada *server web hosting* (*server down*) yang sangat sulit untuk dicegah.
- (2) Perangkat Pengukuran : *tools* pada webmaster mesin pencari yang tidak sepenuhnya dapat diandalkan dan mampu untuk menelusuri secara detail untuk menyimpan *log record* dari ranking halaman website yang telah diakses oleh masing-masing pengunjung.

Halaman website yang akan digunakan sebagai contoh untuk pengujian teknik SEO pada website [cantikcantiksehat.com](http://cantikcantiksehat.com) terdiri dari 3 halaman dinamis dan 2 halaman statis. Dimana rincian halaman-halaman website yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

- (1) 3 halaman dinamis yang terdiri dari : kategori produk, katalog produk, produk best seller.
- (2) 3 halaman statis yang terdiri dari : hubungi kami, cara pembelian.

Dari halaman-halaman yang digunakan sebagai contoh penggunaan teknik SEO, maka hasil indeks atau peringkat dari halaman yang paling sering diakses oleh pengunjung akan mengalami peningkatan berdasarkan hasil pencarian dari *keywords* yang digunakan pada mesin pencari seperti Google, Yahoo dan Bing.

Tabel 1. Data Statistik Jumlah Pengunjung sebelum menggunakan SEO

Halaman Website	Jumlah Visit (hari)
Kategori Produk	14
Katalog Produk	28
Produk Best Seller	18
Hubungi Kami	5
Cara Pembelian	8

Pada Tabel 2, akan ditampilkan data log record yang berisikan nilai rata-rata jumlah visit dan juga page view pada halaman *website* sepanjang bulan Agustus 2015 :

Tabel 2. Data Statistik Jumlah Pengunjung sesudah menggunakan SEO

Halaman Website	Jumlah Visit (hari)	Jumlah Page Views (hari)
Kategori Produk	45	30
Katalog Produk	59	36
Produk Best Seller	34	18
Hubungi Kami	6	21
Cara Pembelian	12	16

Berikut ini adalah data yang akan digunakan untuk memperlihatkan jumlah kunjungan pengunjung, dimana visibilitas website sudah meningkat dengan bervariasinya pengunjung dalam skala nasional dan juga pengunjung dari luar negeri, dimana data-data yang ditampilkan dalam bentuk log record IP dan juga jumlah page view dari masing-masing pengunjung sepanjang bulan Agustus 2015, dimana terdapat total 177 record :

✓ Showing rows 0 - 176 (177 total, Query took 0.0007 sec) [tanggal: 2015-08-14 - 2015-08-31]

```
SELECT *
FROM `statistik`
WHERE tanggal >= '2015-08-01'
AND tanggal <= '2015-08-31'
ORDER BY `statistik`.`tanggal` ASC
LIMIT 0 , 200
```

Gambar 2. Hasil Query Log Record Jumlah Data Statistik Pengunjung

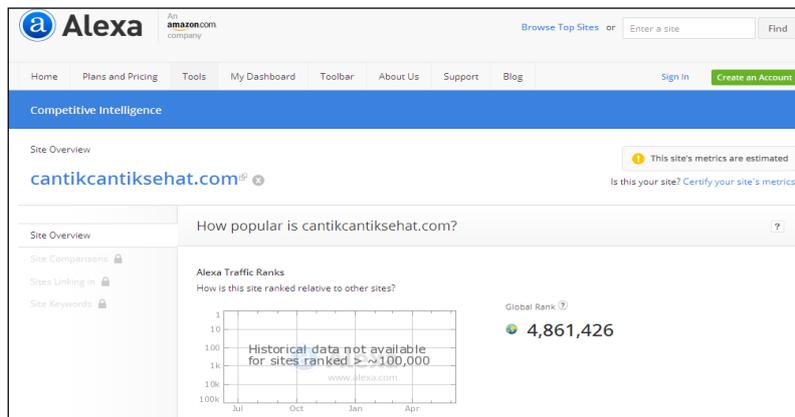
Berikut ini adalah data-data log record pengunjung yang disimpan dalam *database* :

<input type="checkbox"/>				112.78.135.186		2015-08-20	8	1440068785
<input type="checkbox"/>				103.4.167.189		2015-08-20	1	1440057797
<input type="checkbox"/>				65.181.126.166		2015-08-20	1	1440043190
<input type="checkbox"/>				218.241.108.148		2015-08-20	2	1440013476
<input type="checkbox"/>				66.249.79.80		2015-08-20	4	1440079630
<input type="checkbox"/>				66.249.79.86		2015-08-20	7	1440089441
<input type="checkbox"/>				111.94.116.94		2015-08-20	88	1440017597
<input type="checkbox"/>				66.249.79.92		2015-08-20	12	1440089475
<input type="checkbox"/>				176.31.165.31		2015-08-20	2	1440076120
<input type="checkbox"/>				50.97.52.130		2015-08-21	2	1440170598
<input type="checkbox"/>				38.99.82.207		2015-08-21	43	1440163880
<input type="checkbox"/>				50.97.52.131		2015-08-21	3	1440161165
<input type="checkbox"/>				38.99.82.226		2015-08-21	14	1440172643
<input type="checkbox"/>				184.173.183.171		2015-08-21	1	1440152552
<input type="checkbox"/>				184.173.183.172		2015-08-21	1	1440157472
<input type="checkbox"/>				184.173.183.173		2015-08-21	1	1440160749
<input type="checkbox"/>				180.214.232.70		2015-08-21	5	1440169178
<input type="checkbox"/>				66.249.83.128		2015-08-21	1	1440168414
<input type="checkbox"/>				173.192.239.226		2015-08-21	1	1440168941
<input type="checkbox"/>				66.249.79.127		2015-08-21	1	1440121012
<input type="checkbox"/>				66.249.79.7		2015-08-21	1	1440120139
<input type="checkbox"/>				38.99.82.239		2015-08-21	5	1440136926

Gambar 3. History Log Record Pengunjung Website Berdasarkan IP dan Page Hit Counter

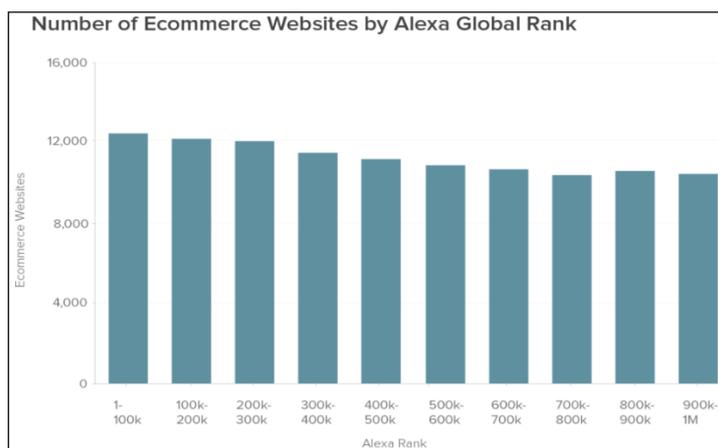
Jika dilihat pada gambar 3, maka terdapat perbedaan yang cukup signifikan terutama pada angka jumlah page *hits* pada saat sebelum dan sesudah menggunakan SEO. Sehingga dapat terlihat signifikansi dari penggunaan SEO pada website *e-commerce* untuk menaikkan trafik dan juga jumlah kunjungan *website* (*hit counter*) dapat meningkat dalam waktu yang relatif singkat.

Pada paragraf-paragraf sebelumnya telah dibahas bagaimana penggunaan SEO dapat meningkatkan trafik dan juga jumlah pengunjung, namun penelitian ini juga memiliki tujuan apakah dengan penggunaan SEO dapat memperbaiki nilai indeks peringkat (*page rank*) dari sebuah *website e-commerce* ?. Berikut ini adalah data-data yang akan ditampilkan dengan menggunakan bantuan *tools* dari alexa.com pada saat *website cantikcantiksehat.com* sesudah menggunakan teknik *SEO on-site optimization*.



Gambar 4. Peringkat global website cantikcantiksehat.com

Sedangkan data peringkat sebelum menggunakan teknik *SEO on-site optimization* tidak dapat ditampilkan, karena pada saat *paper* ini ditulis data-data pada website cantikcantiksehat.com sedang di blok oleh pengelola hosting karena masalah administrasi. Data peringkat *website* yang ditampilkan pada gambar 3 merupakan data peringkat dalam skala global dan tanpa mengelompokkan peringkat sebuah *website* dalam kategori-kategori atau kelompok tertentu. Jika data peringkat website ditampilkan berdasarkan klasifikasi tertentu atau jenis domain tertentu, sebagai contoh .edu, .ac, .asia, .go dan .com maka peringkat *website* cantikcantiksehat.com akan meningkat dalam hal indeks peringkat angka-nya. Berikut adalah data statistik yang didapat dari alexa.com untuk grafik yang menunjukkan jumlah populasi *website e-commerce* diseluruh dunia yang telah terdaftar secara resmi, kemudian memiliki *market share* dan juga memiliki jumlah pendapatan (*market revenue*) yang dapat dikalkulasikan.



Gambar 5. Grafik statistik jumlah website e-commerce dan pendapatannya

Dengan segala keterbatasan yang ada, terutama data yang ditampilkan pada gambar 3 karena data-data IP belum tentu IP yang sesungguhnya dari pengunjung, karena pada umumnya IP asli pengunjung telah disembunyikan baik dari sisi *server* pengirim dan penerima, penggunaan *proxy*, dns alternatif dan juga *tools-tools* jaringan. Belum dapat ditampilkannya juga asal pengunjung, darimana pengunjung berasal, media atau perangkat yang digunakan oleh pengunjung untuk mengakses website membuat data-data yang ditampilkan belum di filter kembali.

#### 4. KESIMPULAN

Penelitian dan penulisan paper mengenai penggunaan SEO pada *website e-commerce* ini menghasilkan beberapa poin kesimpulan berikut ini :

- (1) Penelitian dan penulisan paper ini bertujuan untuk memahami dan juga mempelajari bagaimana cara kerja mesin pencarian dalam mengenali dan mengindeks sebuah halaman *website*, khususnya *website e-commerce*.
- (2) Penggunaan teknik SEO pada *website e-commerce* memang menunjukkan peningkatan dalam hal trafik kunjungan dan juga peringkat *website*. Namun demikian pada akhirnya jumlah pengunjung yang banyak belum tentu menghasilkan keuntungan atau profit bagi *website e-commerce* tersebut. Apalah artinya jumlah pengunjung yang banyak, namun tanpa dibarengi dengan jumlah penjualan yang meningkat sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberadaan atau eksistensi dari sebuah *website e-commerce*.
- (3) Untuk mengubah pengunjung (*visitor*) menjadi pelanggan (*customer*), maka teknik SEO saja tidaklah cukup. Perlu adanya faktor-faktor pendukung lainnya yang menunjang kesuksesan sebuah *website e-commerce*. Beberapa faktor pendukung tersebut diantaranya adalah : pemilihan produk yang tepat, informasi dan review produk, kualitas dari produk yang dijual, target sasaran konsumen yang jelas, melakukan promosi atau diskon dan testimonial dari para pelanggan yang telah melakukan transaksi pembelian.

#### 5. SARAN

Beberapa saran yang perlu diperhatikan untuk menjadi perhatian untuk dilakukan dan dipelajari pada penelitian yang akan datang mengenai penggunaan teknik SEO khususnya pada *website e-commerce* adalah sebagai berikut :

- (1) Penelitian lebih lanjut dan mendalam perlu dilakukan untuk membandingkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai penggunaan SEO terhadap berbagai jenis *website e-commerce* yang menggunakan metode bisnis yang berbeda. Sehingga dapat menemukan formulasi yang ideal dan tepat untuk menaikkan peringkat *website* dan juga jumlah kunjungan dengan optimal.
- (2) Penelitian mengenai jenis dan karakteristik mesin pencari juga perlu dilakukan, hal ini dikarenakan perbedaan teknik dan cara kerja dari masing-masing mesin pencari yaitu mesin pencari berbasis *crawler* dan juga mesin pencari berbasis *human-powered directories*.
- (3) Penggunaan metode *off-site optimization* juga perlu dipertimbangkan, seperti penggunaan media sosial (*social network*) yang memang tidak dapat dipungkiri lagi dan telah terbukti sangat bermanfaat dalam meningkatkan trafik jumlah kunjungan dan juga transaksi pembelian secara *online*.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alexa.com. Web Analytics Toolkit. [www.alexa.com](http://www.alexa.com). Diakses: 4 Juni 2015, jam 18.56.
- [2] Anonimous. [www.osf-global.com](http://www.osf-global.com). *The Ultimate Guide to SEO for E-Commerce Websites* [white paper] : OSF Global Services, Diakses 8 Juni 2015, jam 19:22.
- [3] Hissom, E.A, (2010), Search Engine Optimization and A Successful Web Site.
- [4] rishnamurthy, S., (2002), Amazon.com A Business History To Appear in E-Commerce Management : Text and Cases.
- [5] Rehman, K.U and Khan, M.N.A, (2013), The Foremost Guidelines for Achiving Higher Ranking in Search Results through Search Engine Optimization, Vol.52, pp. 101-110.
- [6] Trafficestimate.com. Website Traffic and Information. [www.trafficestimate.com](http://www.trafficestimate.com). Diakses: 7 Juni 2015, Jam 13:11.
- [7] Prokopova, Z., Silhavy, R., Silhavy, P., (2015), The Analysis, Design and Implementation of Optimized Web Structures, Vol.14.
- [8] Zhang, J. and Dimitroff, A., (2005). The Impact of Metadata Implementation on Webpage Visibility in Search Engine Results. *Information Processing and Management*, pp. 691-715.