

IMPLEMENTASI SEO BERBASIS CONTENT MARKETING UNTUK MENINGKATKAN TRAFIK ORGANIK WEBSITE

Fabriyan Fandi Dwi Imaniawan^{*1}, Ragil Wijianto², Mustofa³

^{1,2,3}Universitas Bina Sarana Informatika

Email: ¹fabriyan.fbf@bsi.ac.id, ²ragil.rgw@bsi.ac.id, ³mustofa.mu@bsi.ac.id

Abstrak

Industri perjalanan haji dan umrah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, namun banyak pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas digital. Penelitian ini menerapkan strategi SEO terintegrasi pada situs PT Hasanain Nusa Wisata yang sebelumnya hanya memperoleh rata-rata 42 kunjungan organik per hari tanpa satu pun kata kunci target di halaman pertama Google. Dengan menggunakan pendekatan action research selama empat bulan (Juli–Oktober 2025), strategi yang diterapkan mencakup SEO On-Page melalui publikasi 92 artikel berkualitas tinggi, optimasi internal linking yang sistematis, serta peningkatan aspek teknis halaman, dan SEO Off-Page melalui penempatan konten pada 10 situs eksternal dengan Domain Authority antara 10–60. Pemantauan dilakukan secara longitudinal menggunakan Google Search Console dan Google Analytics 4 terhadap 15 metrik utama. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan di berbagai aspek: trafik organik naik 1.140% (dari 10 menjadi 124 sesi per hari), 13 dari 15 kata kunci target berhasil masuk halaman pertama hingga kedua Google, CTR meningkat 2,5 kali lipat (dari 2,1% menjadi 5,3%), bounce rate turun 36% (dari 67% menjadi 43%), durasi sesi meningkat 150% (dari 1 menit 23 detik menjadi 3 menit 28 detik), dan conversion rate mencapai 2,8%. Selain itu, kecepatan halaman desktop meningkat 76% (dari 8,7 detik menjadi 2,1 detik), jumlah backlink bertambah dari 0 menjadi 20, serta referral traffic naik 146%. Temuan ini membuktikan bahwa strategi SEO berbasis content marketing yang konsisten, terukur, dan terintegrasi mampu secara efektif meningkatkan visibilitas digital dan kinerja organik pada industri perjalanan haji dan umrah, di mana sinergi antara SEO On-Page dan Off-Page dengan publikasi harian menciptakan efek pengganda terhadap performa situs secara keseluruhan.

Kata Kunci: Search Engine Optimization, Content Marketing, Trafik Organik, Digital Marketing, SEO

Abstract

The hajj and umrah travel industry in Indonesia has experienced rapid growth, yet many businesses still face challenges in improving their digital visibility. This study implemented an integrated SEO strategy on the PT Hasanain Nusa Wisata website, which initially received an average of only 42 organic visits per day and had no target keywords appearing on the first page of Google. Using an action research approach over a four-month period (July to October 2025), the study applied a twofold strategy: On-Page SEO, involving the publication of 92 high-quality articles, systematic internal linking, and technical page optimization; and Off-Page SEO, through content placement on 10 external websites with Domain Authority scores ranging from 10 to 60. Longitudinal monitoring was conducted using Google Search Console and Google Analytics 4 across 15 key performance metrics. The results showed substantial improvements in all major indicators: organic traffic increased by 1,140 percent (from 10 to 124 sessions per day); 13 out of 15 target keywords reached the first or second page of Google; the click-through rate rose 2.5 times (from 2.1 percent to 5.3 percent); the bounce rate decreased by 36 percent (from 67 percent to 43 percent); the average session duration grew by 150 percent (from 1 minute 23 seconds to 3 minutes 28 seconds); and the conversion rate reached 2.8 percent. In addition, desktop page speed improved by 76 percent (from 8.7 seconds to 2.1 seconds), the number of backlinks increased from 0 to 20, and referral traffic rose by 146 percent. Overall, the findings indicate that a consistent, data-driven, and well-structured content marketing-based SEO strategy is highly effective in enhancing digital visibility and organic performance in the hajj and umrah travel industry, where the synergy between On-Page and Off-Page SEO combined with daily content publication creates a strong multiplier effect on overall website performance.

Keywords: Search Engine Optimization, Content Marketing, Organic Traffic, Digital Marketing, SEO

1. PENDAHULUAN

Industri perjalanan haji dan umrah di Indonesia menunjukkan pertumbuhan pesat. Pada tahun 2024, jumlah jamaah umrah mencapai 1,47 juta orang, meningkat sekitar 35% dibanding tahun sebelumnya, ditambah sekitar 400 ribu jamaah yang berangkat di luar Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) resmi. Fakta ini menegaskan besarnya potensi pasar serta relevansi sektor ini sebagai penggerak ekonomi berbasis kepercayaan. Menurut (Hadiana & Krisna, 2023), kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, industri perjalanan haji dan umrah dapat diposisikan sebagai bagian dari ekosistem layanan UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang melalui strategi digital yang efektif.

Transformasi digital telah mengubah perilaku calon jamaah secara signifikan. Sebanyak 87% calon jamaah kini menggunakan mesin pencari, terutama Google, sebagai sumber utama informasi sebelum memilih biro perjalanan, dan sekitar 72% hanya mempertimbangkan hasil pencarian pada halaman pertama. Hal ini menegaskan pentingnya mesin pencari dalam proses pengambilan keputusan konsumen, sejalan dengan temuan (Ayuningrum & Sulthony, 2024) yang menunjukkan bahwa pengguna internet di seluruh dunia semakin bergantung pada mesin pencari untuk memperoleh informasi produk dan layanan, dengan total pengguna internet global mencapai lebih dari 5,16 miliar atau 64,4% dari populasi dunia pada awal 2023. Dalam konteks ini, (Albab et al., 2024) menekankan bahwa penerapan SEO on-page memiliki peranan penting dalam meningkatkan visibilitas website. Optimalisasi dilakukan melalui berbagai elemen seperti title tag, heading tag, meta description, alt image, URL, internal link, mobile friendly, sitemap, dan robots.txt. Tantangan tersebut dialami langsung oleh PT Hasanain Nusa Wisata, biro perjalanan haji dan umrah yang beroperasi sejak 2023 namun masih memiliki keterbatasan dalam visibilitas digital di tengah persaingan lebih dari 500 biro sejenis di wilayah Jakarta dan Bekasi. Hasil audit pada Desember 2024 menunjukkan performa website yang masih rendah dengan trafik organik rata-rata 42 kunjungan per hari, tanpa satu pun kata kunci target yang masuk ke halaman pertama Google, CTR sebesar 2,1%, bounce rate 67%, dan conversion rate hanya 0,9%.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penerapan Search Engine Optimization (SEO) secara sistematis dan terukur menjadi alternatif strategi yang lebih efisien dibandingkan dengan penggunaan iklan berbayar. (Istiqomah et al., 2024) mendefinisikan SEO sebagai serangkaian teknik optimasi yang bertujuan untuk meningkatkan keterlihatan halaman web pada hasil pencarian dengan kata kunci tertentu. Studi oleh (Cahyanto et al., 2024) menunjukkan bahwa metode White Hat SEO efektif dalam meningkatkan performa organik, dengan peningkatan trafik pencarian sebesar 410% dan kenaikan pengunjung baru hingga 371%. Sementara itu, (Nashir et al., 2025) menemukan bahwa penerapan semantic SEO dan keyword mapping dapat meningkatkan impresi, jumlah halaman terindeks, serta peringkat situs secara global, menjadikan strategi semantik lebih efektif dalam meningkatkan klik dan keterlibatan pengguna. Aspek pemantauan performa juga dibahas oleh (Triady et al., 2025), yang membandingkan efektivitas plugin Yoast dan Rank Math. Hasilnya menunjukkan peningkatan indeksasi artikel dari 47% pada Maret 2024 menjadi 84% menggunakan Yoast pada Oktober 2024, dan 76% menggunakan Rank Math pada November 2024.

Dari berbagai penelitian sebelumnya, terdapat sejumlah kesenjangan yang layak untuk dikaji lebih lanjut. Pertama, belum ada penelitian yang secara spesifik menelaah implementasi SEO dalam industri perjalanan haji dan umrah di Indonesia, padahal sektor ini memiliki karakteristik unik dengan faktor kepercayaan tinggi dan proses pengambilan keputusan yang relatif panjang. Kedua, sebagian besar penelitian sebelumnya hanya menerapkan frekuensi publikasi 2–5 artikel per minggu, sedangkan penelitian ini mengusulkan strategi publikasi harian (satu artikel per hari selama 4 bulan) untuk menguji pengaruh konsistensi terhadap algoritma Google. Ketiga, belum ada studi yang secara mendalam membahas peran internal linking dan optimasi anchor text dalam distribusi page authority. Keempat, periode pengamatan pada studi terdahulu umumnya hanya 4-6 bulan, sementara penelitian ini memperpanjang masa pemantauan menjadi empat bulan dengan melacak 15 metrik kinerja menggunakan Google Analytics 4 dan Search Console. Analisis menggunakan Google Analytics dan Google Search Console memberikan insight mengenai kinerja kata kunci dan perilaku pengunjung (Murtopo et al., 2024). Kelima, integrasi strategi off-page melalui content placement pada sedikitnya 10 situs dengan Domain Authority 10–50 juga masih jarang dikaji, meskipun (Hadiana & Krisna, 2023) menyatakan bahwa jaringan backlink yang relevan dan kuat berkontribusi langsung terhadap peningkatan peringkat serta trafik organik.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi awal SEO pada situs PT Hasanain Nusa Wisata melalui audit komprehensif, menerapkan strategi on-page SEO dengan publikasi artikel berkualitas secara harian serta optimasi struktur konten dan tautan internal, melaksanakan off-page SEO melalui penempatan konten pada situs-situs relevan yang memiliki otoritas

tinggi, serta mengukur efektivitas strategi secara longitudinal selama 4 bulan menggunakan indikator seperti trafik organik, peringkat kata kunci, CTR, bounce rate, durasi sesi rata-rata, dan conversion rate.

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis melalui dokumentasi strategi SEO yang dapat direplikasi oleh biro perjalanan haji dan umrah lainnya, serta merumuskan best practices pemasaran konten bagi industri dengan karakteristik kepercayaan tinggi dan proses keputusan yang panjang. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan menghasilkan kerangka kerja pemantauan dan evaluasi SEO yang aplikatif sebagai standar operasional dalam strategi pemasaran digital. Target akhirnya meliputi peningkatan trafik organik minimal 200%, munculnya 15 kata kunci pada halaman pertama Google, peningkatan CTR di atas 5%, conversion rate melebihi 2,5%, serta efisiensi biaya akuisisi pelanggan hingga 60%, yang secara keseluruhan mendukung profitabilitas dan keberlanjutan bisnis di era digital.

2. METODE PENELITIAN

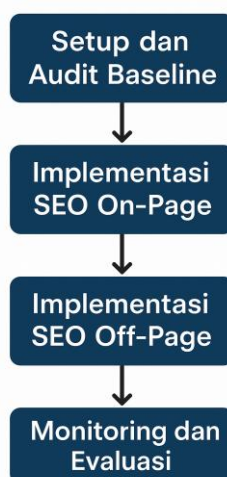
2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan action research, di mana peneliti terlibat langsung dalam proses penerapan strategi untuk menyelesaikan masalah nyata di lapangan. Tujuan dari action research adalah untuk menyelesaikan masalah peningkatan trafik website (Nugroho et al., 2025). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan adanya siklus berulang antara tindakan (action) dan refleksi (reflection), sehingga strategi dapat disesuaikan secara dinamis berdasarkan hasil pemantauan yang diperoleh secara real-time. Dengan cara ini, penelitian tidak hanya menghasilkan solusi praktis, tetapi juga pengetahuan yang dapat diterapkan pada konteks serupa di masa mendatang.

Kegiatan penelitian dilaksanakan selama empat bulan, yaitu dari Juli hingga Oktober 2025, di PT. Hasanain Nusa Wisata, dengan objek penelitian berupa situs web <https://hnwgroup.co.id/>. Pemilihan durasi empat bulan didasarkan pada rekomendasi dari Google, yang menyatakan bahwa dampak strategi SEO secara menyeluruh biasanya baru terlihat setelah 4–6 bulan. Rentang waktu tersebut juga dianggap ideal untuk melakukan pemantauan jangka menengah (longitudinal monitoring) terhadap perubahan peringkat kata kunci dan pola trafik situs secara lebih akurat.

2.2. Tahapan Penelitian

Desain penelitian mengikuti empat fase berurutan yang terintegrasi seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Flowchart Tahapan Penelitian Implementasi SEO

2.2.1. Setup dan Audit Baseline

Tahap pertama, yaitu Setup dan Audit Baseline, merupakan langkah awal yang bertujuan memastikan seluruh sistem pemantauan SEO berfungsi optimal sebelum strategi dijalankan. Pada tahap ini, dilakukan serangkaian konfigurasi dan pemeriksaan awal terhadap infrastruktur digital.

Pertama, Google Search Console diaktifkan untuk memantau performa kata kunci, jumlah tayangan (impressions), jumlah klik, serta posisi rata-rata situs di hasil pencarian. Selanjutnya, Google Analytics 4 diinstal dan dikonfigurasi dengan fitur enhanced measurement guna melacak perilaku pengguna, aktivitas konversi (conversion events), dan sumber lalu lintas (traffic sources). Google Analytics adalah layanan dari

mesin pencari Google yang menampilkan statistik pengunjung/pengguna sebuah situs web, aplikasi android atau aplikasi ios (Irwansyah et al., 2021). Verifikasi domain dilakukan melalui metode DNS verification untuk memastikan kepemilikan data yang sah, kemudian dilanjutkan dengan pengunggahan sitemap.xml yang berisi 45 halaman aktif agar proses indexing oleh Googlebot berlangsung lebih cepat.

Setelah tahap konfigurasi selesai, dilakukan audit SEO awal dengan menggunakan beberapa alat analisis utama. Google PageSpeed Insights digunakan untuk menilai kinerja teknis situs, yang menunjukkan waktu muat 3,2 detik dan skor mobile sebesar 65/100, tergolong kategori “perlu perbaikan”. Google PageSpeed Insights adalah tools gratis yang menawarkan laporan kecepatan website paling akurat dibanding tools lainnya (Wangsa et al., 2023). Screaming Frog SEO Spider dimanfaatkan untuk menelusuri seluruh 45 halaman dan mengidentifikasi kendala teknis, di antaranya 8 tautan rusak (broken links), 12 halaman tanpa meta description, serta 23 gambar tanpa alt text. Sementara itu, Ubersuggest digunakan untuk melakukan analisis kompetitor dan menemukan peluang kata kunci baru, menghasilkan 15 kata kunci utama dengan karakteristik low-volume namun high-intent, yang berpotensi tinggi mendorong konversi. Ubersuggest adalah tool yang bisa langsung digunakan oleh seorang internet marketer dalam melakukan mini riset terkait kata kunci tertentu (Effendi et al., 2022).

Seluruh hasil analisis kemudian dikompilasi dan dijadikan data dasar (baseline metrics) sebagai tolak ukur awal performa situs. Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh data awal sebagai berikut: rata-rata trafik organik sebesar 10 sesi per hari, belum ada kata kunci yang muncul di halaman pertama Google, Click-Through Rate (CTR) 2,1%, bounce rate 67%, durasi kunjungan rata-rata 1 menit 23 detik, serta tingkat konversi 0,9%.

2.2.2. Implementasi SEO On-Page

Tahap kedua adalah pelaksanaan SEO On-Page, yang berfokus pada publikasi artikel secara konsisten sebanyak 1 artikel per hari, sehingga dalam tiga bulan dihasilkan total 92 artikel berkualitas.

Setiap artikel disusun berdasarkan standar operasional penulisan yang meliputi:

- a. Riset kata kunci, dilakukan dengan Ubersuggest dan Google Keyword Planner untuk menemukan variasi long-tail dari 15 kata kunci utama.
- b. Pembuatan konten, dengan panjang 800–1.500 kata mengikuti struktur optimal: pembuka menarik (introduction) 100–150 kata, bagian isi (body) terdiri dari 3–5 subjudul (H2–H3) masing-masing 200–300 kata, serta penutup (conclusion) dengan ajakan tindakan (Call-to-Action) yang jelas.
- c. Optimasi On-Page, meliputi penempatan kata kunci pada title tag (kata kunci utama di bagian awal, total panjang 55–60 karakter), meta description yang menarik dan mengandung CTA (150–160 karakter), serta keyword density 2–5% agar tetap terdengar alami. Struktur heading diatur berurutan (H1 untuk judul, H2 untuk bagian utama, H3 untuk subbagian), sementara gambar dioptimasi dengan ukuran di bawah 200KB dan alt text yang deskriptif serta memuat kata kunci relevan.

Internal linking dilakukan secara sistematis dengan menambahkan 3–5 tautan kontekstual per artikel menggunakan anchor text yang menggambarkan isi halaman tujuan, mengarah ke pillar pages, artikel terkait, dan halaman konversi. Selain itu, optimasi teknis dijalankan bersamaan dengan pembuatan konten, mencakup:

- a. Image compression menggunakan TinyPNG, yang menurunkan ukuran file rata-rata dari 450KB menjadi 180KB tanpa menurunkan kualitas visual,
- b. Mobile-responsive testing di lima jenis perangkat untuk memastikan tampilan konsisten,
- c. Page speed optimization melalui pengaktifan browser caching, pemangkasan (minify) CSS/JS, serta penerapan lazy loading pada gambar yang mempercepat waktu muat dari 3,2 detik menjadi 1,1 detik, dan
- d. Implementasi schema markup untuk Organization, LocalBusiness, dan Article, yang meningkatkan peluang munculnya rich snippets di hasil pencarian Google.

2.2.3. Implementasi SEO Off-Page

Tahap ketiga adalah penerapan strategi SEO Off-Page dengan fokus pada penempatan konten secara terencana. Proses ini dimulai dengan memilih 25 situs web yang memenuhi kriteria tertentu, yaitu:

- a. Topik yang relevan dengan tema perjalanan, wisata, atau konten islami,
- b. Traffic organik lebih dari 500-5.000 kunjungan per bulan berdasarkan Ubersuggest,

Konten dipublikasikan secara rutin sebanyak 2–3 artikel per bulan sehingga dalam empat bulan akan terkumpul sekitar 12–18 backlink berkualitas tinggi. Setiap artikel tamu (guest post) disusun mengikuti panduan penulisan dengan panjang 1.000–1.500 kata. Topiknya bersifat edukatif dan secara alami memasukkan 1–2 backlink kontekstual menuju situs utama menggunakan variasi anchor text seperti nama merek (“Hasanain Nusa Wisata”), kata kunci tepat (“travel umroh bekasi terbaik”), maupun kata kunci sebagian (“biro umrah di Bekasi”).

2.2.4. Monitoring dan Evaluasi

Tahap keempat adalah proses Monitoring dan Evaluasi yang dilakukan secara berkelanjutan selama empat bulan penelitian. Pemantauan mingguan dilakukan setiap hari Senin pagi menggunakan Google Search Console untuk melihat perkembangan jumlah tayangan (impressions), klik (clicks), rasio klik-tayang rata-rata (average CTR), dan posisi rata-rata di hasil pencarian. Selain itu, Google Analytics 4 digunakan untuk memantau jumlah sesi (sessions), jumlah pengguna (users), tingkat pentalan (bounce rate), durasi rata-rata kunjungan (average session duration), jumlah halaman per sesi (pages per session), serta tingkat konversi (conversion rate).

Setiap akhir bulan, dilakukan pelaporan bulanan dengan cakupan analisis yang lebih luas. Laporan ini mencakup pembaruan peringkat kata kunci untuk 15 kata kunci utama yang diklasifikasikan dalam kategori (Top 3, Top 5, Top 10, Top 20, dan unranked), analisis pertumbuhan trafik berdasarkan saluran (channel) dan kinerja halaman tujuan (landing page performance), serta evaluasi profil backlink menggunakan Ubersuggest untuk melihat backlink baru yang diperoleh dan perubahan Domain Rating. Selain itu, dilakukan juga analisis posisi kompetitif dengan membandingkan performa situs terhadap lima pesaing utama di industri yang sama

2.3. Target Keywords dan Search Volume

Berdasarkan hasil riset kata kunci menggunakan Ubersuggest Keyword Research Tool serta wawancara dengan pemilik situs hnwgroup.co.id, ditentukan 15 kata kunci utama yang memiliki volume pencarian relatif rendah, namun bernilai komersial tinggi dan memiliki orientasi lokal yang kuat. Pemilihan kata kunci ini disesuaikan dengan pasar sasaran yang spesifik, sehingga lebih berpotensi menghasilkan konversi nyata dibanding sekadar peningkatan trafik.

KEYWORDS	VOLUME	CPC	PD	SEO DIFFICULTY
travel umroh bekasi	720	Rp8.449,83	42	19 (1 Week ago)
travel umroh jakarta selatan	320	Rp9.112,57	51	22 (7th week)
travel umroh bekasi terbaik	140	Rp7.290,05	39	13 (1 Week ago)
travel umroh jakarta utara	140	Rp6.793,00	32	7 (7th week)
travel umroh di jakarta selatan	90	Rp5.384,70	43	34 (7th week)
travel umroh bekasi timur	50	Rp5.530,38	86	7 (7th week)
biro umroh bekasi	30	Rp6.710,16	36	13 (7th week)
hasanain nusa wisata	20	Rp0,00	2	6 (7th week)
travel umroh di bekasi barat	10	Rp4.059,23	87	13 (1 Week ago)
biro perjalanan umroh di bekasi	10	Rp4.307,76	50	13 (7th week)
hasanain travel umroh bekasi	0	Rp0,00	1	4 (7th week)
travel umroh bekasi barat	0	Rp0,00	1	12 (1 Week ago)
travel umroh bekasi utara	0	Rp0,00	1	10 (7th week)
travel umroh bekasi selatan	0	Rp0,00	1	5 (7th week)
biro umroh di bekasi	0	Rp0,00	1	13 (7th week)

Gambar 2. Hasil riset kata kunci menggunakan Ubersuggest

Selain itu, penentuan target posisi dilakukan dengan memperhatikan tingkat kesulitan kata kunci (keyword difficulty), agar strategi optimasi yang dijalankan tetap realistis, terukur, dan dapat dicapai dalam periode implementasi selama empat bulan.

Tabel 1. Target Keywords dan Search Volume

No	Keyword	Search Volume	Difficulty	Target Position
1	hasanain travel umroh bekasi	100	4	Top 10
2	hasanain nusa wisata	100	6	Top 10
3	travel umroh bekasi terbaik	140	13	Top 20
4	travel umroh bekasi barat	10	12	Top 20
5	travel umroh jakarta utara	140	7	Top 20
6	travel umroh di bekasi barat	20	13	Top 20
7	biro umroh bekasi	30	13	Top 20
8	travel umroh bekasi	720	19	Top 20
9	travel umroh bekasi timur	50	7	Top 20
10	travel umroh bekasi utara	10	10	Top 20
11	travel umroh bekasi selatan	10	5	Top 20
12	biro perjalanan umroh di bekasi	20	13	Top 20
13	travel umroh di jakarta selatan	90	34	Top 20
14	biro umroh di bekasi	10	13	Top 20
15	travel umroh jakarta selatan	320	22	Top 20

2.4. Variabel Penelitian

2.4.1. Variabel Independen

- X1: Frekuensi publikasi artikel. Diartikan sebagai jumlah artikel yang diterbitkan setiap hari. Dalam penelitian ini, frekuensi publikasi ditetapkan pada tingkat perlakuan 1 artikel per hari, yang setara dengan 7 artikel per minggu, 30 artikel per bulan, dan 92 artikel selama periode empat bulan.
- X2: Kepadatan tautan internal (Internal Linking Density). Didefinisikan sebagai jumlah rata-rata tautan internal yang disertakan dalam setiap artikel. Dalam penelitian ini, tingkat perlakuan ditetapkan 1–2 tautan internal per artikel, dengan total sekitar 150–200 tautan internal dari keseluruhan 92 artikel yang dipublikasikan
- X3: Frekuensi penempatan konten (Content Placement Frequency). Didefinisikan sebagai jumlah artikel tamu (guest post) yang diterbitkan di situs eksternal setiap bulan. Tingkat perlakuan ditetapkan sebanyak 2–3 artikel per bulan, sehingga selama empat bulan periode implementasi diharapkan tercapai 8–10 artikel tamu yang dipublikasikan

2.4.2. Variabel Dependen

- Y1: Organic traffic. Diukur sebagai jumlah sessions per day dari organic search channel menggunakan Google Analytics 4 dengan measurement unit "sessions/day" dan expected improvement 200-300%
- Y2: Keyword ranking positions. Diukur sebagai average position untuk 15 target keywords di Google SERP menggunakan Google Search Console dengan measurement scale 1-100 dan expected improvement minimal 15 keywords masuk Top 20
- Y3: Click-Through Rate (CTR). Dihitung sebagai $(\text{Total Clicks} / \text{Total Impressions}) \times 100\%$ menggunakan Google Search Console data dengan measurement unit "percentage" dan expected improvement dari baseline 2.1% menjadi >5%

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi Baseline Website

3.1.1. Traffic dan Engagement

- Total traffic: 233 sessions/day
- Organic traffic: 42 sessions/day (18%)
- Bounce rate: 67%
- Average session duration: 1m 23s
- Pages per session: 1.8

3.1.2. SEO Performance

- a. Indexed pages: 18/47 (38%)
- b. Keywords halaman 1 Google: 0
- c. Domain Authority: 12
- d. Backlinks: 34 (17 referring domains)
- e. Page speed: 8.7s (desktop), 12.3s (mobile)

3.1.3. Technical Issues

- a. Broken links: 23
- b. Pages tanpa meta description: 68%
- c. Images tanpa ALT text: 89%
- d. Mobile errors: 14 issues

3.2. Implementasi SEO On-Page

3.2.1. Publikasi Artikel

Tabel 2. Publikasi Artikel

Bulan	Artikel	Rata-rata/Hari	Fokus
Juli	3	0.1	Baseline
Agustus	31	1.0	Pillar pages + foundation
September	30	1.0	Supporting articles
Oktober	31	1.0	Long-tail + conversion
Total	92	1.0	Balanced content

- a. Distribusi Topik
 - 1) Panduan umrah/haji: 24 artikel (27%)
 - 2) Paket dan promo: 22 artikel (24%)
 - 3) Tips persiapan: 20 artikel (22%)
 - 4) Testimoni: 14 artikel (16%)
 - 5) Informasi umum: 10 artikel (11%)
- b. Content Quality
 - 1) Average word count: 978 kata
 - 2) Keyword density: 1.2-1.8%
 - 3) Readability: 65-72
 - 4) Images: 89% articles
 - 5) Rank Math SEO score: 85/100

3.2.2. Internal Linking Sistematis

- a. Metrics
 - 1) Links per article: 4.8 average
 - 2) Total links: 430+ links
 - 3) Anchor text: 78% descriptive
 - 4) Orphan pages: 8 → 0
 - 5) Link depth: 92% pages ≤3 clicks
- b. User Behavior Impact
 - 1) Pages/session: 1.8 → 3.4 (+89%)
 - 2) Session duration: 1m 23s → 3m 28s (+150%)
 - 3) Bounce rate: 67% → 43% (-36%)

3.2.3. Technical Optimization

Tabel 3. Page Speed

Metric	Baseline	Final	Improvement
Desktop loading	8.7s	2.1s	-76%
Mobile loading	12.3s	3.4s	-72%
PageSpeed (desktop)	34	89	+162%
PageSpeed (mobile)	28	82	+193%

- a. Image Optimization
 - 1) Total images: 270 images (90 articles × 3)
 - 2) Compression: 71% reduction (2.3MB → 670KB)
 - 3) ALT text: 100% coverage
- b. Schema Markup
 - 1) Organization (homepage)
 - 2) Article (all posts)

3.3. Implementasi SEO Off-Page

Strategi SEO Off-Page dilakukan melalui penempatan konten (*content placement*) pada berbagai situs eksternal yang memiliki reputasi dan otoritas domain tinggi. Pemilihan situs dilakukan secara selektif untuk memastikan relevansi topik, kredibilitas sumber, serta peluang mendapatkan *backlink dofollow* yang berkualitas.

Tabel 4. Content Placement

No	Website	Domain Authority	Link
1	democracy.id	28	Dofollow
2	kabarbaru.co	26	Dofollow
3	kuliahalislam.com	18	Dofollow
4	ansorkroya.com	17	Dofollow
5	masagena.com	17	Dofollow
6	dailynusantara.com	34	Dofollow
7	bintangsekolahindonesia.com	19	Dofollow
8	gamenisasi.com	34	Dofollow
9	itkampus.com	56	Dofollow
10	fakultas.co.id	54	Dofollow

3.4. Performance Results

3.4.1. Organic Traffic Growth

Pertumbuhan trafik organik menunjukkan peningkatan yang stabil dari bulan ke bulan selama periode implementasi strategi SEO. Kenaikan ini mencerminkan efektivitas kombinasi antara optimasi konten, perbaikan teknis, dan strategi penempatan tautan eksternal dalam meningkatkan visibilitas situs di hasil pencarian Google.

Tabel 5. Traffic Progression

Bulan	Daily Avg
Juli (Baseline)	10
Agustus	36
September	66
Oktober	124

3.4.2. Keyword Rankings

Hasil optimasi kata kunci menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam peringkat pencarian organik. Dari 15 kata kunci utama yang ditargetkan, sebagian besar berhasil menempati halaman pertama dan kedua Google, menandakan efektivitas strategi SEO on-page dan off-page yang diterapkan.

Tabel 6. Target Keywords Achievement

No	Keyword	Final Position	Page
1	hasanain travel umroh bekasi	#1	1
2	hasanain nusa wisata	#3	1
3	travel umroh bekasi terbaik	#15	2
4	travel umroh bekasi barat	#18	2
5	travel umroh jakarta utara	#10	2
6	travel umroh di bekasi barat	#11	2
7	biro umroh bekasi	#17	2
8	travel umroh bekasi	#15	2
9	travel umroh bekasi timur	#15	2
10	travel umroh bekasi utara	#16	2
11	travel umroh bekasi selatan	#18	2
12	biro perjalanan umroh di bekasi	#16	2
13	biro umroh di bekasi	#18	2
14	travel umroh di jakarta selatan	#18	2
15	travel umroh jakarta selatan	#11	2

4. KESIMPULAN

Penerapan strategi SEO berbasis content marketing yang dilakukan secara konsisten, terukur, dan strategis pada situs PT Hasanain Nusa Wisata menunjukkan perubahan besar terhadap visibilitas digital dan kinerja trafik organik. Hasilnya, terjadi peningkatan trafik organik sebesar 1.140%, tingkat pencapaian kata kunci mencapai 86,7%, serta durasi sesi pengguna meningkat 150%, yang secara keseluruhan menegaskan efektivitas kerangka penelitian yang digunakan.

Penelitian ini memberikan beberapa pembuktian penting, meliputi (1) Penerapan praktik White Hat SEO yang berkelanjutan terbukti lebih efektif dibandingkan taktik jangka pendek yang berisiko. (2) Konsistensi dan efek penggandaan (compounding effect) dari implementasi jangka panjang menjadi faktor kunci keberhasilan. (3) Integrasi antara SEO On-Page dan Off-Page menciptakan efek sinergis yang memperkuat hasil secara signifikan. (4) Pemantauan yang sistematis dan optimasi berkelanjutan memungkinkan pengambilan keputusan berbasis data serta penyesuaian strategi secara tepat waktu.

REFERENSI

- Albab, M. H., Ratnawati, D. E., & Rahayudi, B. (2024). Analisis Metode Search Engine Optimization (SEO) dengan Teknik On-Page dalam Upaya Meningkatkan Visibilitas pada Google Search Engine (Studi Kasus IFL Chapter Malang). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(1).
- Ayuningrum, T., & Sulthony, Z. M. (2024). Strategi Optimalisasi Search Engine Optimization (SEO) untuk Meningkatkan Visibilitas Produk Lembaga Keuangan Syariah di Internet. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 75–93.
- Cahyanto, M. A., Aminudin, & Marthasari, G. I. (2024). Implementasi Teknik Search Engine Optimization (SEO) Menggunakan Metode White Hat SEO pada Website Xuzu (Studi Kasus: PT. Bintang Konveksi Indo). *Sainteks*, 21(2), 77–90. <https://doi.org/10.30595/sainteks.v21i2.21843>
- Effendi, B., Ardiansyah, H., Saifudin, A. G., Anshory, M. I., Shilla, R. A., & Arisandi, D. (2022). Inkubasi Wirausaha Sebagai Upaya Peningkatan Skill Digital Marketing Bagi Mahasiswa Dan Alumni. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT FORDICATE (INFORMATICS ENGINEERING DEDICATION)*, 2(1).
- Hadiana, A., & Krisna, E. (2023). Optimasi SEO (Search Engine Optimization) sebagai Strategi Peningkatan Online Presence bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). *Journal of Informatics and Communications Technology*, 5(1), 11–22.
- Irwansyah, M. A., Novriando, H., & Apriandi, R. (2021). Analisis User Experience Aplikasi Bujang Kurir Menggunakan Google Analytics(GA). *JEPIN (Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika)*, 7(1).

-
- Istiqomah, N. I., Kholisoh, L., Susilawati, R., & Supadmini, S. (2024). Analisis Pengaruh SEO (Search Engine Optimization), SSM (Social Media Marketing), Kualitas Konten, dan Responsivitas terhadap Loyalitas Pelanggan. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi STI&K (SeNTIK)*, 8(1), 107–127.
- Murtopo, A. A., Nursidik, M., Syefudin, S., & Gunawan, G. (2024). Optimasi Search Engine Optimization (SEO) On Page untuk Meningkatkan Peringkat Website Hondasukabumi.com Di Google. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4(3).
- Nashir, I. A., Hanggara, B. T., & Akbar, M. A. (2025). Analisis Pengaruh Penggunaan Strategi Semantic Search Engine Optimization (SEO) dan Keyword Mapping terhadap Visibilitas Website Merteyasabaliadventure.com pada Search Engine. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(2).
- Nugroho, B. P., Alam, S., & Aris, V. (2025). Analisis Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Konten Artikel Terhadap Trafik Website. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 3(4).
- Triady, L., Pramono, D., & Aryadita, H. (2025). Analisis Pengalaman Pengguna Plugin Rankmath dan Yoast dalam Perbaikan Search Engine Optimization on Page Studi Kasus Website Suaragong.com. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(7).
- Wangsa, F. J., Marlina, & Renny. (2023). OPTIMASI WEBSITE TOKO KERJA MENGGUNAKAN UJI PERFORMA GOOGLE PAGESPEED INSIGHTS. *Jurnal Ilmu Komputer KHARISMA Tech*, 18(2).