

PENERAPAN STRATEGI METODE SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK OPTIMASI SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEBSITE (STUDI KASUS: TOKO SESERAHAN)

Nilu Gayatri¹, I Gde Agung Sri Sidhimantra²

Manajemen Informatika, Fakultas Vokasi Universitas Negeri Surabaya
Jl Ketintang Gang II, Kec. Wonokromo, Kota Surabaya, Jawa Timur 60231

¹nila.21066@mhs.unesa.ac.id

²igdesidhimantra@unesa.ac.id

Abstrak— Perkembangan teknologi informasi telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan penjualan, salah satunya melalui website. Namun, banyak website penjualan tidak mampu menjangkau calon konsumen secara optimal akibat kurangnya visibilitas di mesin pencari. Penelitian ini bertujuan mengoptimalkan sistem informasi penjualan berbasis website pada toko seserahan melalui penerapan strategi Search Engine Optimization (SEO). Objek penelitian berupa website penjualan yang dianalisis menggunakan metode optimasi on-page, meliputi penentuan kata kunci relevan, perbaikan struktur URL, serta pengoptimalan meta tag dan konten. Selain itu, diterapkan pula strategi off-page SEO melalui penambahan backlink dan integrasi media sosial untuk meningkatkan reputasi website. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan performa yang signifikan setelah penerapan SEO, ditandai dengan kenaikan 11 klik, peningkatan tayangan menjadi 19, serta perbaikan posisi rata-rata website hingga berada pada peringkat 2–3 di hasil pencarian Google. Temuan ini membuktikan bahwa strategi SEO efektif meningkatkan visibilitas dan kinerja sistem informasi penjualan bagi UMKM.

Kata kunci— Digital Marketing, SEO, Sistem Informasi Penjualan, Toko Seserahan.

Abstract— The development of information technology has encouraged businesses to utilize digital media as a means of promotion and sales, one of which is through websites. However, many sales websites are unable to optimally reach potential consumers due to a lack of visibility in search engines. This study aims to optimize a website-based sales information system for a dowry shop through the implementation of Search Engine Optimization (SEO) strategies. The research object is an online sales website analyzed using on-page optimization methods, including relevant keyword selection, URL structure improvement, and enhancement of meta tags and content. Off-page SEO strategies were also applied through backlink development and social media integration to strengthen website authority. The results indicate a significant performance improvement after SEO implementation, marked by an increase of 11 clicks, 19 impressions, and an improved average ranking

reaching positions 2–3 on Google search results. These findings demonstrate that SEO strategies are effective in enhancing website visibility and overall system performance, particularly for small and medium-sized enterprises.

Keywords: Digital Marketing, SEO, Sales Information System, Toko Seserahan

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi menunjukkan peningkatan yang signifikan dan mendorong transformasi berbagai sektor, termasuk bisnis dan pemasaran. Lingkungan persaingan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk menyediakan akses informasi yang cepat dan mudah melalui media digital. Website menjadi salah satu media yang banyak dimanfaatkan karena mampu mendukung aktivitas promosi dan menyediakan informasi produk secara praktis seiring meningkatnya penggunaan internet dan perubahan perilaku konsumen menuju transaksi online [7].

Pemanfaatan komputer dan internet dalam kegiatan sehari-hari memperluas penggunaan website sebagai sarana penyedia informasi yang dapat diakses dari berbagai lokasi. Penjualan berbasis website memberikan keunggulan dibandingkan metode konvensional, terutama dalam menjangkau pelanggan di luar wilayah tanpa perlu pertemuan langsung. Kondisi tersebut menjadikan website sebagai pendukung penting bagi usaha yang ingin memperluas pasar dan meningkatkan efektivitas transaksi [1].

Toko seserahan yang bergerak pada jasa hias dan penyediaan paket seserahan masih mengandalkan proses pemesanan manual melalui WhatsApp dan Instagram. Ketiadaan website membuat media promosi terbatas sehingga informasi produk tidak tersampaikan secara optimal. Proses pencatatan yang dilakukan secara manual menimbulkan risiko human error dan menyebabkan pengelolaan pemesanan kurang efisien. Permasalahan ini berdampak pada kemampuan toko dalam menangani permintaan pelanggan secara cepat dan terstruktur.

Upaya peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan melalui pengembangan sistem informasi berbasis website yang terintegrasi dengan strategi Search Engine Optimization (SEO). SEO merupakan teknik yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas website pada mesin pencari sehingga peluang menarik pengunjung meningkat [4]. Penerapan SEO mencakup dua kategori utama, yaitu SEO On-Page dan SEO Off-Page. SEO On-Page berkaitan dengan optimasi elemen internal website seperti struktur konten, meta tag, dan penggunaan kata kunci, sedangkan SEO Off-Page mencakup aktivitas eksternal seperti backlink dan integrasi media sosial yang berpengaruh terhadap reputasi website [9]. Pemanfaatan SEO memungkinkan website toko muncul pada hasil pencarian untuk kata kunci relevan seperti “toko seserahan murah Banyuwangi”, yang berpotensi meningkatkan jumlah kunjungan dan konversi pelanggan [3].

Pengembangan sistem dalam penelitian ini menggunakan metodologi Rapid Application Development (RAD) yang sesuai bagi usaha kecil hingga menengah karena mampu mempercepat proses pembangunan perangkat lunak. Sistem dirancang menggunakan PHP dan database MySQL dengan alur pengembangan yang memungkinkan iterasi cepat sesuai kebutuhan pengguna. Validasi sistem dilakukan melalui blackbox testing untuk memastikan fungsionalitas berjalan sesuai tujuan [6]. Penerapan RAD memberikan keunggulan dalam efisiensi waktu pengembangan dan memastikan sistem dapat mendukung proses bisnis secara optimal [2].

Pemanfaatan sistem informasi yang dirancang dengan baik diharapkan mampu mendukung proses transaksi, meminimalkan kesalahan operasional, serta meningkatkan efektivitas layanan bagi calon pembeli. Integrasi strategi SEO pada website penjualan memberikan nilai tambah bagi toko seserahan karena meningkatkan visibilitas digital dan memperkuat posisi toko dalam persaingan pasar online.

II. TINJAUAN PUSTAKAN

2.1 Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan sebuah sistem yang dapat didefinisikan untuk mengumpulkan atau memproses, menyimpan, menganalisis dan untuk menyebarkan sebuah informasi yang ada tujuan tertentu, sistem informasi juga bisa diartikan sekumpulan sub-sistem yang berhubungan, berkumpul untuk membentuk dalam kesatuan, dengan saling berintegrasi untuk bisa bekerja sama dengan bagian satu dengan yang lain, dengan itu dalam sistem informasi dizaman sekarang sangat digunakan untuk membantu keberlangsungan kehidupan sumber daya manusia [12].

2.2 SEO (Search Engine Optimization)

SEO (Search Engine Optimization) adalah serangkaian Teknik yang memiliki strategis yang digunakan untuk meningkatkan visibilitas dalam website di mesin pencarian diantara lain seperti: Google, Bing, Yahoo [13]. Dengan tujuan utama dalam SEO adalah menempatkan website pada peringkat tertinggi di halaman hasil pencarian atau Search Engine Result Page (SERP), dengan khususnya melalui pencarian organik tanpa iklan berbayar [14] (Iqbal et al., 2022). SEO masalah paling utama dalam pemasaran digital

karena lebih dari 93% aktivitas online dimulai dari mesin pencarian, dan sekitar 75% pengguna tidak pernah, itu optimalisasi dalam mesin pencarian bukan hanya aspek dalam Teknik tetapi juga bagian integral dari strategi bisnis yang berbasis website [6].

2.3 Rapid Application Development (RAD)

Rapid Application Development (RAD) adalah pendekatan pengembangan sistem berbasis siklus yang dirancang untuk mempercepat proses pengembangan sekaligus tetap menjaga kualitas yang lebih baik dibandingkan metode konvensional [14]. Jika kebutuhan dan ruang lingkup proyek telah didefinisikan dengan jelas, metode ini memungkinkan sistem perangkat lunak untuk diselesaikan dalam waktu singkat, yakni sekitar 30 hingga 90 hari. [16]

2.4 Website

Website merupakan suatu Kumpulan dengan informasi atau Kumpulan page yang bisa dapat di akses lewat jalur internet [15]. Dengan berbagai tempat dan segala waktu agar bisa menggunakan secara online dengan jaringan internet, website adalah kumpulan dari page dengan tergabung kedalam suatu domain atau subdomain tertentu.

2.5 Midtrans Payment

Gateway Pembayaran midtrans merupakan salah satu yang menyediakan jasa untuk layanan payment gateway dimana sudah ada sejak tahun 2012 dengan memiliki banyak berbagai metode yang telah digunakan berbagai jenis pembayaran online untuk pelaku para wirausaha dalam penelitian ini pembayaran melakukan sistem menggunakan midtrans berfungsi untuk mempermudah konsumen jika membayar tunai sangat tidak dimungkinkan [17]. Untuk bisa menggunakan layanan midtrans pengguna wajib terlebih dahulu melakukan registrasi data yang nantinya dibutuhkan

2.6 Google Search

Console Google search Console merupakan layanan gratis yang ditawarkan oleh google berguna untuk membantu memantau, mempertahankan dan memecahkan terhadap masalah dalam situs di hasil google penelusuran, google search console selain itu untuk manajemen yang efisien, kontrol yang lebih baik, mampu untuk memahami bagaiman cara google untuk berinteraksi dengan halaman web berguna mendapatkan data yang penting. [18]

2.7 BlackBox Testing

BlackBox Testing merupakan suatu pengujian yang dilakukan untuk kebutuhan fungsional sistemnya atau dengan nama lainnya yaitu pengujian yang didapat dari serangkaian untuk kondisi input dengan keseluruhan yang bisa dalam menjalankan seluruh fungsional kepada suatu program [19].

III. METODELOGI PENELITIAN

Pada Gambar dibawah merupakan perancangan penelitian harus memiliki susunan dari alur penelitian yang

kelas. Pada tahap ini penyusunan alur penelitian menjadikan langkah pertama pada penelitian yang digunakan untuk mengetahui dan memperbaiki permasalahan yang ada dalam studi kasus yang sedang dilakukan. Untuk tahapan tersebut terdiri dari Identifikasi Masalah, Studi Litteratur, Metode RAD (Rapid Application Development).



Gambar. 1 Alur Metode Penelitian

- **Identifikasi Masalah**

Pada tahap identifikasi masalah, dimelakukan dua metode untuk mengumpulkan informasi terkait permasalahan yang ada melalui wawancara dan observasi. Kedua metode ini digunakan sebagai sumber data yang akan mendorong pengembangan sistem yang lebih baik di toko tersebut.

1. Observasi: Observasi dilakukan langsung pada proses operasional Toko Seseheraan untuk mengetahui alur pemesanan, mekanisme komunikasi dengan pelanggan, serta hambatan yang muncul selama transaksi.
2. Wawancara: Wawancara dilakukan dengan pemilik digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kebutuhan sistem, kendala dalam promosi, dan tujuan pengembangan website. Hasil identifikasi menjadi dasar dalam merumuskan kebutuhan fungsional dan nonfungsional sistem yang akan dibangun.

- **Studi Literatur**

Penulis melakukan studi literatur untuk memperkuat landasan teoritis yang berkaitan dengan pengembangan sistem informasi penjualan berbasis website dan teknik Search Engine Optimization (SEO). Kajian mencakup teori mengenai SEO On-Page dan Off-Page, konsep performa website, struktur URL, meta tag, serta praktik optimasi mesin pencari dari penelitian terdahulu. Literatur mengenai metodologi Rapid Application Development (RAD) turut dikaji sebagai acuan dalam menentukan tahapan pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan penelitian.

- **Implementasi Metodologi Rapid Application Development**

(RAD)

Metode RAD digunakan karena memiliki karakteristik pengembangan cepat melalui iterasi berulang. Tahapan yang diterapkan dalam penelitian meliputi:

1. **Requirements Planning**

Pengumpulan kebutuhan sistem dilakukan berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Informasi tersebut digunakan untuk menentukan fitur inti seperti pengelolaan produk, pemesanan, informasi layanan, serta integrasi SEO.

2. **User Design**

Rancangan antarmuka dan struktur navigasi sistem disusun secara kolaboratif dengan pengguna. Rancangan mencakup alur halaman, struktur konten, dan elemen pendukung SEO seperti heading, meta tag, serta pengaturan kata kunci.

3. **Construction**

Proses pembangunan website dilakukan menggunakan framework Laravel, bahasa pemrograman PHP, dan database MySQL. Teknik SEO On-Page diterapkan pada tahap ini, termasuk optimasi struktur URL, meta title, meta description, serta kompresi gambar.

4. **Cutover**

Tahap akhir mencakup migrasi data, pengujian fungsional sistem, dan pelatihan pengguna. Pengujian dilakukan menggunakan metode blackbox testing untuk memvalidasi kesesuaian fungsi dengan kebutuhan.

- **Pengujian Sistem**

Pada tahapan pengujian sistem informasi sebuah website ini menggunakan pengujian blackbox testing yang dimana dalam pengujian tersebut berfungsi untuk kebutuhan pengguna dan fungsionalitas pada sebuah sistem website tersebut, selain itu pengujian menggunakan pengujian Google Search Console yang dimana dalam pengujian tersebut berfungsi untuk melihat lonjakan tampilan halaman dalam website.

- **Proses SEO**

Penerapan strategi Search Engine Optimization (SEO) dalam penelitian ini merupakan inti dari proses bisnis digital yang bertujuan meningkatkan visibilitas website *Toko Seseheraan* di mesin pencari, terutama Google. SEO diterapkan secara terintegrasi dalam sistem informasi penjualan berbasis website melalui tahapan yang sistematis, mengacu pada praktik terbaik industri serta penelitian terkini Implementasi SEO dilakukan melalui dua pendekatan utama, yakni SEO On-Page dan SEO Off-Page. Adapun langkah langkah sebagai berikut:

1. **Keyword Research (Riset Kata Kunci)**

Riset kata kunci merupakan tahap awal yang fundamental dalam implementasi SEO. Proses ini dilakukan untuk mengidentifikasi kata atau frasa yang paling sering digunakan oleh calon konsumen saat mencari produk seserahan di mesin pencari. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan tools seperti *Google Trends*, *Ubersuggest*, dan *Google Keyword Planner* untuk mendapatkan keyword yang relevan, memiliki volume pencarian tinggi, dan tingkat persaingan rendah hingga menengah.

2. Content Optimization (Optimasi Konten)

Konten menjadi inti dari strategi SEO. Dalam pengembangan website Toko Seseheran, konten yang disajikan dikembangkan secara orisinal, informatif, dan relevan dengan kebutuhan pengguna. Aspek yang diperhatikan dalam pembuatan konten antara lain:

- Keaslian artikel (bukan hasil copy-paste)
- Kejelasan deskripsi produk
- Ketepatan tata bahasa dan ejaan
- Penggunaan heading dan subheading yang terstruktur

3. Link Building (Pembangunan Tautan)

Strategi link building dilakukan untuk meningkatkan otoritas domain dan kredibilitas website di mata mesin pencari. Dua jenis tautan yang dioptimalkan dalam penelitian ini adalah:

- **Internal Link:** Tautan antar halaman di dalam website untuk membantu navigasi dan mendistribusikan nilai SEO secara merata. Contoh: tautan dari artikel blog ke halaman produk.
- **Backlink (tautan dari website eksternal):** Diperoleh dengan cara membagikan artikel website ke forum, media sosial, dan listing bisnis lokal (Google Bisnisku, direktori pernikahan, dll).

4. Social Signals (Sinyal Media Sosial)

Interaksi dan eksistensi website di media sosial juga berkontribusi dalam membangun reputasi dan eksposur. Dalam implementasinya, setiap konten yang telah dipublikasikan di website Social Signals (Sinyal Media Sosial).

5. On-Page Optimization (Optimasi Halaman Situs)

On-Page SEO dilakukan untuk memastikan seluruh elemen dalam halaman website telah dioptimalkan untuk mesin pencari maupun pengalaman pengguna (UX). Implementasi teknis meliputi:

- Penggunaan tag heading terstruktur (H1 untuk judul utama, H2/H3 untuk subjudul)
- Meta tag yang relevan dan compelling
- Struktur URL SEO-friendly (mengandung kata kunci, tanpa karakter aneh)
- Optimasi kecepatan loading halaman dengan minifikasi CSS/JS dan kompresi gambar

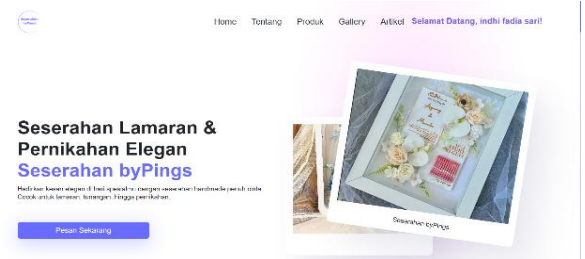
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Sistem

Hasil implementasi dalam website yang sedang dikembangkan menggunakan metode Rapid Application Development (RAD) serta analisis dalam pengujian website menggunakan blackbox testing dan

Google Console.

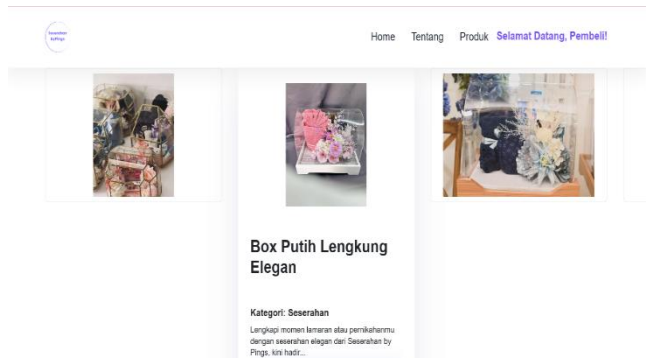
A. Halaman Pembeli -Halaman Home Page



Gambar. 1 Home page

Home page merupakan halaman yang pertama dalam website seserahan bypings, dimana dalam laman berada website navigasi bar di website seserahan bypings(home,tentang kami, produk, profile pelanggan, keranjang, riwayat transaksi).

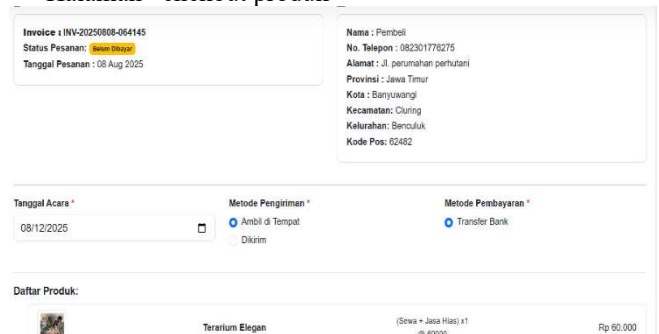
- Halaman produk



Gambar. 1 Halaman Produk

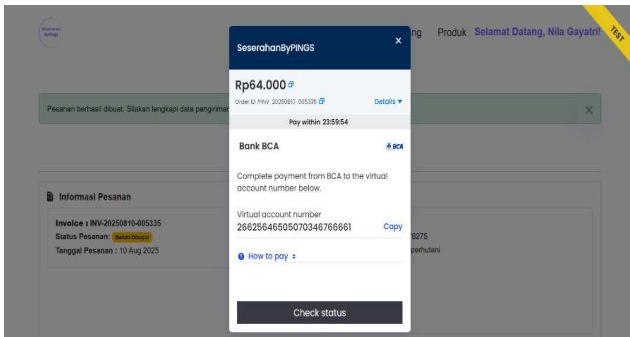
Halaman produk ada dua jenis kategori dimana yang pertama kategori seserahan dan yang kedua kategori mahar, pada laman tersebut menampilkan semua produk usaha yang berisikan informasi sebuah produk- produk yang dijual,pada seserahan by pings.

- Halaman checkout produk



Gambar. 2 halaman checkout produk

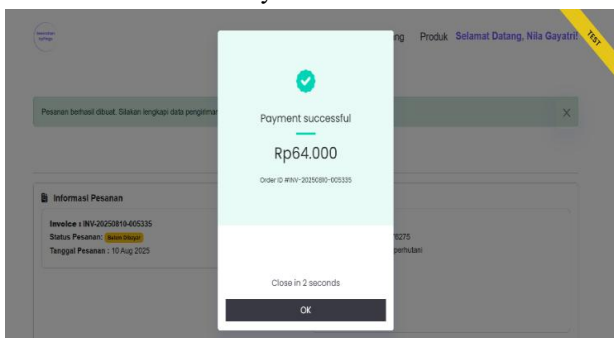
halaman checkout produk merupakan halaman lanjutan ketika klik tambahkan keranjang yang menampilkan informasi rincian pesanan di antara lain: dari invoice pesanan, status pesanan, nama pemesan, alamat, tanggal acara, metode pengiriman.



Gambar. 3 Halaman Payment gateway

Halaman proses pembayaran lanjutan dari Halaman checkout, lanjutkan ketika klik masukan keranjang yang menampilkan informasi rincian pesanan dan proses pembayaran.

- Halaman Pembayaran sukses

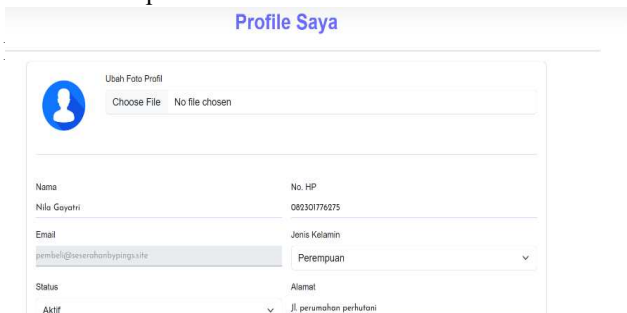


Gambar. 4 halaman pembayaran sukses

Menunjukkan halaman proses pembayaran yang sukses. Jika proses pembayaran berhasil, pengguna dapat melanjutkan dengan mengklik menu Riwayat Transaksi untuk melihat riwayat pesanan yang telah sukses.

- Halaman profil

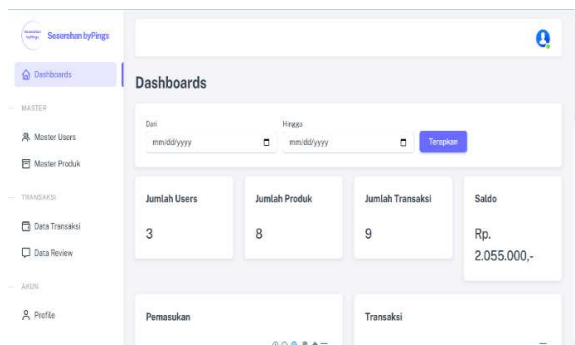
halaman profil saya bisa diklik pojok atas dengan tulisan selamat datang klik, kemudian tekan tulisan profil saya, dalam profil saya berisikan informasi data data akun pembeli seperti: nama, email, no hp, jenis kelamin alamat rumah, serta bisa membuat perubahan password baru kemudian klik untuk melakukan perubahan data.



Gambar. 5 halaman profil

B. Halaman User

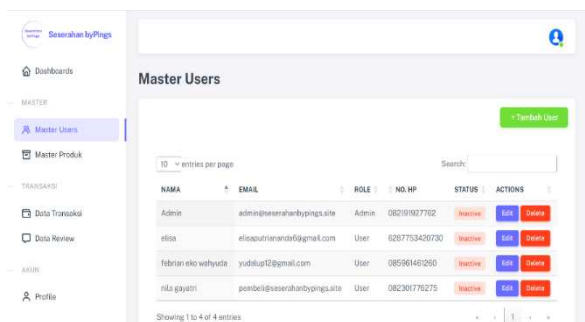
- Halaman Admin



Gambar. 7 Halaman Admin

Dashboard admin yang menampilkan ringkasan data – data utama untuk memudahkan dalam pengelolaan sistem. Halaman dashboard admin dapat diakses oleh admin jika sudah melakukan login. Tersedia informasi ringkasan antara lain: jumlah produk, jumlah transaksi, serta saldo terkini, menu navigasi.

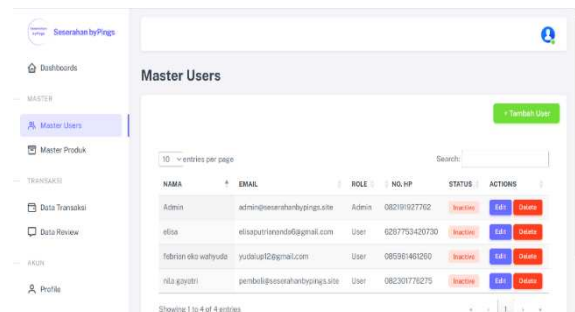
- Halaman User



Gambar. 8 Halaman User

Halaman user berfungsi untuk mengolah data seluruh pengguna sistem, baik admin maupun user biasa. Pada bagian pojok atas terdapat tombol +tambah user untuk menambahkan pengguna baru secara manual.

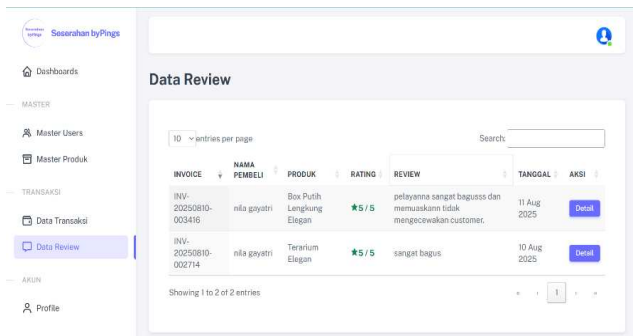
- Halaman Master Produk



Halaman master produk berfungsi untuk mengolah seluruh data produk yang tersedia pada sistem, pada tombol di atas +tambahkan produk yang digunakan untuk menambahkan produk secara manual.

Gambar. 6 Halaman Master Produk

- Halaman reueiw



Gambar. 9 halaman reueiw

Halaman data review digunakan untuk menampilkan dan mengelolah ulasan yang diberikan pelanggan terhadap produk yang telah dibeli. Melalui halaman ini admin dapat memantau kualitas pelayanan dan produk berdasarkan masukan pelanggan sehingga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan peningkatan layanan untuk selanjutnya demi jauh lebih baik.

2. Penerapan SEO

Pada bagian berisikan mengenai penjelasan hasil penerapan SEO pda website yang telah dibuat,penerapan dilakukan berdasarkan prinsip dasar- dasar SEO yaitu on- page SEO, dan Off- page Seo.

1. On page

On-page SEO berperan dalam meningkatkan peringkat website pada hasil pencarian Google dengan cara mengoptimalkan setiap elemen di dalam halaman agar lebih mudah ditemukan oleh pengunjung. Proses ini meliputi pengaturan *tag heading* secara tepat, penulisan meta description yang relevan, pemberian ALT tag pada gambar, serta penggunaan tautan yang ramah SEO.

Beberapa implementasi yang diterapkan pada website toko seserahan antara lain:

a. Penggunaan *tittle tag heading* pada seserahan by pings.

Penerapan implementasi *tag heading* yang tersusun dengan baik, di mana judul utama menggunakan H1, subjudul memakai H2, dan seterusnya secara berurutan. Penataan heading yang terstruktur ini membantu mesin pencari memahami isi konten dengan lebih mudah sekaligus meningkatkan kinerja atau performa website.

b. Implementasi *Meta Description*

Meta title merupakan sebagai judul dalam halaman mesin pencarian sekaligus sebagai kata kunci utama. *Meta title tag* perlu dibuat lebih informatif dan sesuai isi halaman pada website, sehingga mampu menarik minat calon pengguna untuk mengujung website tersebut.

c. Pengguna Struktur URL yang sederhana pada mesin pencarian.

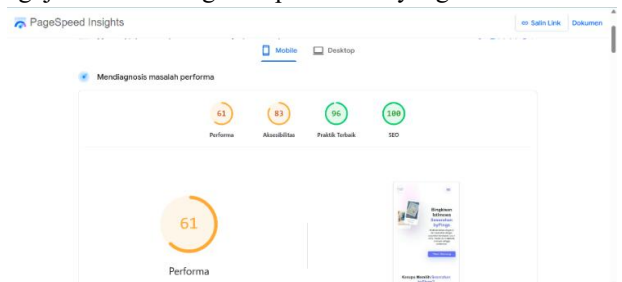
Penggunaan struktur URL yang dibuat sesederhana mungkin untuk mempermudah mesin pencari dan calon pengguna dalam memahami topik website, sehingga mereka dapat memperkirakan isi dari website tersebut.

d. Pengguna atribut gambar pada website

Penggunaan atribut struktur HTML yang terorganisir, menggunakan class untuk styling, dan alt gunanya untuk optimasi SEO. Struktur ini untuk memudahkan pengaturan tata letak serta memudahkan mesin pencarian dalam mencari konten gambar.

2. Off page

Optimalisasi media sosial dilakukan dengan membagikan tautan website ke berbagai platform sosial serta membangun *backlink* dari situs lain, sehingga dapat membantu meningkatkan peringkat website di mesin pencari. Berdasarkan penerapan beberapa strategi SEO pada website yang telah dibangun serta diuji menggunakan fitur Google Search Console melalui PageSpeed Insight, diperoleh hasil pengujian sesuai dengan implementasi yang dilakukan.



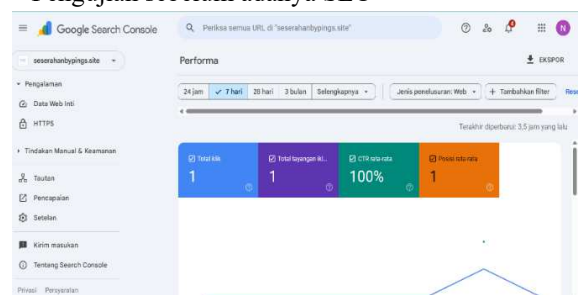
Gambar. 11 halaman off page

Merupakan hasil pengujian performa website dengan menggunakan pagespeed insights pada tampilan mobile dengan menghasilkan 61 pada performance, 83 pada accessibility,96 pada best practice dan 100 pada SEO.

3. Perbanding Sebelum SEO dan Sesudah SEO Dalam pengujian Beberapaan TOOLS

1. Traffic Website (Google Search Console)

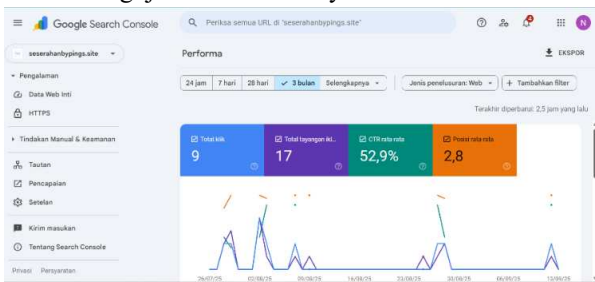
➤ Pengujian sebelum adanya SEO



Gambar. 12 Pengujian sebelum adanya SEO

Pada periode 7 hari terakhir sebelum SEO di optimalkan dalam website dalam rentang waktu 7 hari website memiliki 1 klik dalam 7 hari yang artinya: hanya 1 pengunjung yang benar- benar masuk website dalam halaman pencarian pada google. Total tayangan atau *Impressions* hanya tercatat seminggu hanya 1 tayangan yang berarti, menunjukkan bahwa website jarang muncul pada halaman pencarian google.

➤ Pengujian Setelah adanya SEO



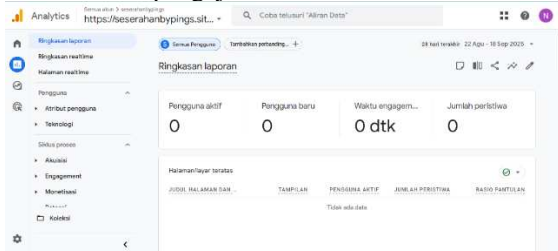
Gambar. 13 Pengujian setelah adanya SEO

Dalam persentase CTR mengalami penurunan namun, tidak banyak yang awal dari 60% ke 52,9% hal ini sangat wajar dan tidak terjadinya masalah karena jumlah tayangan jauh lebih meningkat dibandingkan sebelumnya. Yang paling penting dalam posisi rata rata meningkat signifikan menjadi 2,8 yang artinya website berhasil dalam peringkat 3 besar dalam pencarian google, sehingga peluang *traffic* jauh lebih besar.

2. Bounce Rate (*Bounce Rate*)

Bounce Rate merupakan metrik dalam pengujian yang berada pada *Google analytics*, dengan menunjukkan presentase dalam pengujian sebuah website dalam membuka satu halaman lalu keluar tanpa interaksi lebih lanjut. Nilai bounce rate dengan menandakan pengunjung website tidak menemukan informasi yang relevan atau kurang nyaman menggunakan website tersebut. Dalam konteks SEO bounce rate merupakan indikator dalam kualitas kunjungan website tersebut.

➤ Sebelum pengujian Bounce Rate



Gambar .14 Sebelum pengujian Bounce Rate

Berdasarkan gambar di atas pada *google analytic* dengan periode 22 agustus- 18 september 2025 menunjukkan bahwa website *seserahanbydings* belum memiliki aktivitas pengguna pengguna aktif yang masih 0, pengguna baru 0, waktu engagement 0 detik, serta dalam jumlah peristiwa 0. Selain itu terdapat pada halaman/layer teratas tidak terdapat tampilan halaman, jumlah peristiwa, maupun rasio pantulan(*bounce rate*).

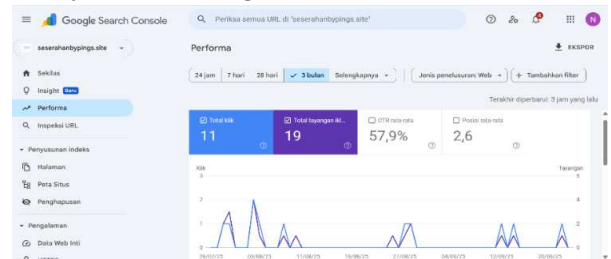
➤ Setelah pengujian Bounce Rate



Gambar. 15 Setelah pengujian Bounce Rate

Menjelaskan pengujian website sudah mulai mendapatkan trafik dengan total 22 pengguna dan 28 tampilan halaman, serta 84 interaksi tercatat. Namun, tantangan utama ada pada tingginya bounce rate (89,3%), yang menunjukkan perlu adanya perbaikan dari sisi pengalaman pengguna (*user experience*), kualitas konten, maupun optimasi SEO agar pengunjung lebih lama berada di website dan mengeksplorasi halaman lain.

3. Keyword Ranking

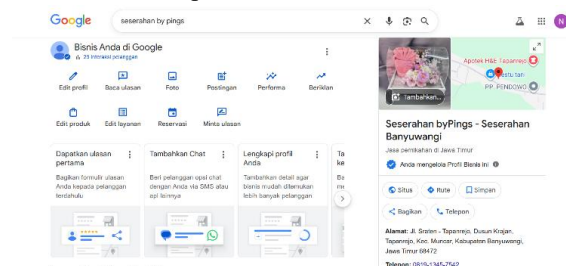


Gambar. 16 keyword ranking

Berdasarkan dalam hasil pengujian *Google Search Console* dalam 3 bulan terakhir, website memiliki performa cukup baik dengan 11 klik dari 19 tayangan dan CTR 57,9% dengan tergolong website tinggi. Website juga memiliki keyword Ranking 2,6 dengan ini mengartikan bahwa tampilan dalam pencarian di posisi ke 2 atau ke 3 dalam hasil pencarian di google Posisi ini termasuk sangat strategis karena berada di halaman pertama, bahkan dekat dengan peringkat teratas. Semakin kecil angka posisi rata-rata, semakin baik visibilitas website di hasil pencarian.

4. Pengujian Pada Search Google

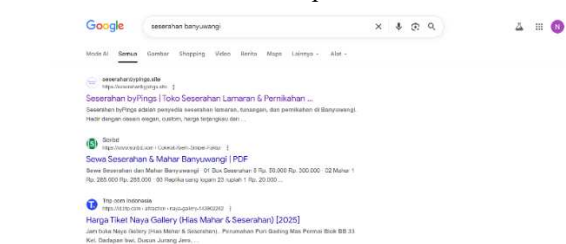
➤ Sebelum diperbaharui website



Gambar. 17 sebelum diperbaharui website

Pada Gambar di atas merupakan gambaran website yang belum di perbaiki sehingga website tersebut jarang di temukan pelanggan, ketika pelanggan tidak mengetahui nama website pada google dan banyaknya kekurangan.

➤ Sesudah website diperbaharui



Gambar. 18 sesudah diperbaharui website

Pada gambar di atas merupakan website yang sudah di perbaiki sehingga website tersebut sudah dalam posisi di atas dalam proses pencarian, dalam google dengan kaca kunci yang umum di gunakan sehingga calon pelanggan mudah di temukan.

Tabel Pengujian Halaman Akses Admin

a. Halaman Login Pada Admin

Tabel 1. Halaman Login Pada Admin

No	Scenario pengujian	Langkah pengujian	Hasil yang di harapkan	Hasil pengujian
1.	Login dengan data yang valid	a. Buka halaman login b. Masukkan username dan password yang benar c. Klik tombol Login	Sistem menerima input dan pengguna berhasil masuk ke dashboard	Valid
2.	Login dengan username salah	a. Buka halaman login b. Masukkan username salah dan password benar c. Klik Login	Sistem menolak login dan menampilkan pesan "Username tidak ditemukan"	Valid
3.	Login dengan password salah	a. Buka halaman login b. Masukkan password salah username benar c. Klik login	Sistem menolak login dan menampilkan pesan "Password salah"	Valid
4.	Login dengan username & password kosong	a. Buka halaman login b. Biarkan username dan password kosong c. Klik login	Sistem menampilkan pesan validasi "Username dan Password wajib diisi"	Valid

b. Data Produk Pada Halaman Admin

Tabel 2. Data Produk Pada Halaman Admin

No	Scenario pengujian	Langkah pengujian	Hasil yang di harapkan	Hasil pengujian
1.	Menampilkan daftar produk	a. Login sebagai admin b. Buka menu produk	Pada sistem akan menampilkan semua	Valid

			daftar produk sesuai pada databases.	
2.	Menambahkan daftar produk	a. Klik tombol Tambah Produk b. Isi form (nama produk, kategori, stok, status) c. Klik Simpan	Pada sistem produk nantinya akan tersimpan dan akan muncul pada bagian halaman produk	Valid
3.	Mengedit daftar produk	a. Klik tombol edit pada salah satu produk b. Ubah data produk c. Sesuai kebutuhan d. Klik update data produk	Pada sistemnya data produk akan berubah sesuai yang telah di input	Valid
4.	Mengubah status produk	a. Edit salah satu produk b. Ubah status dari Active ke Inactive c. Simpan produk	Pada sistem status akan otomatis berubah sesuai yang diinput terbaru	Valid
5.	Pencarian produk berdasarkan nama	a. Ketik nama produk pada kolom Search Tekan "Enter"	Sistem dalam website akan menampilkan produk sesuai Kata kunci yang dituliskan	Valid

Tabel Pengujian Halaman Akses Pelanggan Seseheraan

a. Akses Website

Tabel 3. Akses Website

No	Scenario pengujian	Langkah pengujian	Hasil yang di harapkan	Hasil pengujian	
1.	Klik tombol ikon pada navigasi beranda halaman website		Sistem akan menampilkan halaman beranda pada website seserahan	Sistem otomatis akan menuju beranda utama	Valid

		by pings		
2.	Klik tombol produk pada halaman navigasi di website	Sistem otomatis akan memunculkan halaman produk	Sistem otomatis menampilkan jenis – jenis produk	Valid
3.	Klik tombol tentang informasi pada seserahan by ping	Sistem otomatis menuju informasi seserahan by pings	Sistem akan menampilkan informasi tersebut	Valid
4.	Klik salah satu informasi	Sistem otomatis menuju informasi	Sistem akan menampilkan informasi tersebut	Valid
5.	Klik salah satu produk seserahan mahar atau seserahan	Sistem otomatis akan menuju produk yang dipilih tersebut	Sistem akan menampilkan detail produk yang dipilih	Valid

b. Halaman Login Pada Pelanggan

Tabel 4. Halaman Login Pada Pelanggan

No.	Scenario pengujian	Langkah pengujian	Hasil yang di harapkan	Hasil pengujian
1.	Daftar dengan data yang valid	Mengetik nama identitas, email, password dengan benar	Sistem otomatis akan menyimpan data tersebut dan berhasil login	Valid
2.	Input nama kosong dan password salah	Mengetik nama kosong dan password salah	Sistem otomatis akan menolak tidak terdaftar	Valid
3.	Mengisi email tidak valid	Isi dengan format email yang	Sistem otomatis tidak mau terdaftar akan	Valid

		salah	muncul “please include an ‘@’ in the email address.”	
--	--	-------	--	--

Dari hasil tabel pengujian, total 61 skenario sudah diuji yang mencakup 34 skenario pada sisi admin dan 28 skenario pada sisi pelanggan. Dengan skenario seluruhnya sudah dinyatakan berhasil dan valid dengan menggunakan perhitungan validitas menggunakan rumus :

$$\text{Validasi pengujian (\%)} = \frac{\text{Jumlah skenario valid}}{\text{Total Jumlah skenario}} \times 100\%$$

Menghasilkan nilai 100 yang berarti hasil pengujian sistem menggunakan metode blackbox testing berhasil dengan sempurna, karena hasil outputnya berjalan dengan baik dan sepenuhnya dengan hasil sangat konsisten dengan input yang telah diberikan.

V. PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil membangun sistem informasi penjualan seserahan berbasis website menggunakan framework Laravel yang telah dioptimalkan dengan metode Search Engine Optimization (SEO). Penerapan SEO, seperti pengaturan meta title, meta description, heading, struktur URL, atribut gambar, dan backlink, mampu meningkatkan visibilitas website pada mesin pencarian. Hasil pengujian blackbox menunjukkan seluruh fitur berjalan valid sesuai kebutuhan, sementara uji SEO melalui Google Search Console dan PageSpeed Insight membuktikan bahwa website memiliki kecepatan akses yang baik, struktur halaman yang sesuai standar, serta dapat terindeks dengan optimal. Secara keseluruhan, sistem tidak hanya berfungsi sebagai media transaksi online, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui optimasi SEO sehingga lebih kompetitif dan mudah ditemukan oleh pengguna.

B. Saran

Pengembangan selanjutnya disarankan untuk menambahkan fitur pendukung seperti rekomendasi produk, layanan live chat, metode pembayaran yang lebih beragam, serta pelacakan pengiriman. Selain itu, pemantauan rutin melalui Google Search Console dan Google Analytics tetap diperlukan agar dampak SEO terhadap trafik, bounce rate, dan performa website dapat terus dievaluasi dan ditingkatkan.

UCAPAN TERIMA KASIH / ACKNOWLEDGMENT

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan kontribusi selama pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan khusus diberikan kepada dosen pembimbing, pihak fakultas, serta seluruh pihak yang terlibat dalam proses pengembangan, pengujian, dan evaluasi sistem, yang telah membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

REFERENSI

- [1] Ahmadar, M., Perwito, P., & Taufik, C. (2021). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PENJUALAN BERBASIS WEB PADA RAHAYU PHOTO COPY DENGAN DATABASE MySQL. *Dharmakarya*, 10(4), 284. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i4.35873>
- [2] Andriani, A., & Qurniati, E. (2023). Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Online Dengan Metode Rapid Application Development (RAD). *Journal Speed – Sentra Penelitian Engineering Dan Edukasi*, 10(3), 49–54. <http://speed.web.id/ejournal/index.php/speed/article/view/392/385>
- [3] Artanto, H., & Nurdiansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. 1(2), 2–5.
- [4] Aristya, K. N., Galih, S. T., & Prakoso, S. A. (2024). Strategi Optimasi SEO On-Page Dalam Penulisan Artikel Untuk Meningkatkan Trafik Organik Pada Website E-Commerce. 2(3), 273–279.
- [5] Anjani, A. P. (2020). *Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Website Hanger Kayu Berlogo Sebagai Media Promosi*. 10(2), 519–533.
- [6] Com, P., & Awareness, B. (2024). Implementasi Search Engine Optimization (SEO) pada Website. 10(2), 519–533.
- [7] Handayani, D., Ningsih, U., Santoso, D. B., & Mariana, N. (2022). Model Search Engine Optimization (SEO) bagi UMKM Untuk Meningkatkan Popularitas dan Pengunjung Website. 11, 415–422.
- [8] Hayaty, M., & Meylasari, D. (2022). Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika*, 5(2), 295–300. <https://doi.org/10.31311/ji.v5i2.4027>
- [9] Helmy, M., Albab, F., 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). 1(1), 1–9.
- [10] Irwanto, K. S., Febryan, G., Dinarta, T., & Wijaya, R. P. (2025). Perumusan Strategi SEO dalam Upaya Peningkatan Visibilitas Digital Kampus XYZ. 2, 1–11.
- [11] Isbandi, I., Zatinika, Z., & Triyatna, E. (2023). Implementasi Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Optimasi Website Penjualan Di Lestari Jaya Mebel. *EDUSAINTEK: Jurnal Pendidikan, Sains Dan Teknologi*, 10(3), 1047–1060. <https://doi.org/10.47668/edusaintek.v10i3.867>
- [12] Jayanti, N. M. D., & Kuswanto, V. (2023). Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Electronic Customer Relationship Management (E- CRM) Berbasis Web Pada CV. Rey Multi Rasa. *Jurnal ALGOR*, 5(1), 66–81. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/algor/index>
- [13] Kurniawan, I., Wahyuddin, A., & Nurhayati, Y. (2020). Implementasi Customer Relationship Management. *Nuansa Informatika : Jurnal Ilmu Komputer*, 10(2), 1–10.
- [14] Maknunah, J., Rahmawati, L. S., Prasetyo, A., & Orbaningtyas, E. Y. (2023). Pemanfaatan Search Engine Optimization Pada Website sebagai Pendukung Promosi Utilization of Search Engine Optimization on Websites as Promotion Support. 3(2), 81–88. <https://doi.org/10.25008/janitra.v3i2.160>
- [15] Muliadi, Abdul Aziz, A. S. W. (2022). IMPLEMENTASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA SITUS TRAFIK TINGGI MENGGUNAKAN METODE ON PAGE DAN OFF PAGE SEO. 6(2), 482–486.
- [16] Safitri, Y. A., Mauliy, C., Zahra, N., Tsabit, M., Subardhi, R., Satya, R., Putra, B., & Purnawan, N. N. (2024). SEO (Search Engine Optimization) Based Marketing Information System. 66–78. <https://doi.org/10.31962/jitec.v1i1.234>
- [17] Sidqi, F. D., & Marcos, H. (2021). Optimasi Website Menggunakan Metode Search Engine Optimization (Seo) on Page Dan Off Page Dalam Meningkatkan Trafik Kunjungan. *Journal of Information System Management (JOISM)*, 3(2)
- [18] Studi, J., Purnomo, D., Rakhmadani, D. P., Rahmat, M., Lubis, H., Arum, P., Purbaya, M. E., & Telkom, T. (2022). Optimisasi Kata Kunci SEO Untuk Peningkatan Pemasaran Digital. 9(1), 8–15. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i1.15233>
- [19] Wulandari, F., Hidayat, T., Lubis, H. R., Multiansyah, R., Studi, P., Digital, B., & Abditama, U. C. (2025). *IMPLEMENTASI TEKNIK SEO DALAM MENINGKATKAN TRAFFIC SERP PADA WEB STUDI KASUS (KOPERASI SYARIAH*. 7(1)