

SKRIPSI
IMPLEMENTASI *WEBSITE* BERBASIS *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
(SEO) SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT PACIFIC EXPRESS CARGO



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi
Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I GUSTI NGURAH KRISNA PRADITYA

1815744062

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI
IMPLEMENTASI *WEBSITE* BERBASIS *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
(SEO) SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT PACIFIC EXPRESS CARGO



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan
Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi

Politeknik Negeri Bali

Oleh:

I GUSTI NGURAH KRISNA PRADITYA

1815744062

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Implementasi *Website* Berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Pada PT Pacific Express Cargo

2. Penulis
 - a. Nama : I Gusti Ngurah Krisna Praditya
 - b. NIM : 1815744062
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 26 Juli 2022

Menyetujui:

Pembimbing I,



Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM
NIP. 196508141990031014

Pembimbing II,



Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM
NIP. 196808271993031002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**IMPLEMENTASI *WEBSITE* BERBASIS *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
(SEO) SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT PACIFIC EXPRESS CARGO**

Oleh :

I Gusti Ngurah Krisna Praditya
NIM : 1815744062

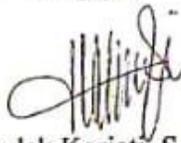
Disahkan:

Ketua Penguji



Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM
NIP. 196508141990031014

Penguji I



Ni Kadek Kariati, S.Kom., M.Cs
NIP. 197712152006042001

Mengetahui
Jurusan Administrasi Niaga



Dr. I Ketut Santra, M.Si
NIP. 196710211992031002

Penguji II



Putu Sandra Putri Astariani, S.S., M.Hum
NIDN. 0008089701

Badung, 22 Agustus 2022
Prodi. Manajemen Bisnis Internasional
Ketua



Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM
NIP. 196808271993031002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Life must go on”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, maka skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Orang Tua yang sangat saya cintai dan saya hormati yang telah memberikan dukungan serta doa tiada henti untuk kesuksesan penulis
2. Keluarga, sahabat, dan teman-teman yang saya cintai yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Teman teman Politeknik Negeri Bali dari berbagai jurusan atas dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “*Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi Pada PT Pacific Express Cargo*” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya ajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 26 Juli 2022

Yang menyatakan



I Gusti Ngurah Krisna Praditya

1815744062

ABSTRAK

Website PT Pacific Express Cargo memiliki pengaruh yang sangat baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan menyebarkan informasi produk perusahaan, kurangnya pengelolaan *website* yang baik membuat kinerja *website* tidak stabil. Minimnya pengetahuan dan penerapan mengenai analisis *website* membuat pemanfaatan platform *digital marketing* tidak berjalan dengan efektif. Pentingnya pemahaman terhadap *website* dengan berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) dalam upaya meningkatkan efektifitas *website* sebagai media promosi dan meningkatkan kualitas *website*. *Search Engine Optimization* (SEO) adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan *search engine*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penerapan dari *Search Engine Optimization* (SEO) guna meningkatkan *traffic* pengunjung *website* PT Pacific Express Cargo. Penerapan SEO yang dilakukan dengan menggunakan empat strategi yaitu pembenahan konten, meta tags, keyword dan link buiding. Hasil dari penerapan SEO pada *website* www.pacific-bali.com yaitu meningkatnya volume *traffic* pengunjung diantaranya *traffic* berdasarkan demografis yang meningkat dari 4 menjadi 244, lalu *traffic* berdasarkan akuisisi meningkat dari 18 menjadi 260, dan *traffic* berdasarkan peristiwa meningkat dari 26 menjadi 1.567, serta peningkatan *traffic* berdasarkan tampilan menu dari 82 menjadi 477 pengunjung. Penerapan strategi ini membuktikan bahwa dengan menggunakan kaidah SEO yang tepat bisa meningkatkan lalu lintas *traffic* pengunjung situs *website*. Dengan menerapkan SEO perusahaan dapat memangkas biaya pemasaran produk jasanya.

Kata kunci : *SEO, Website, Traffic*

ABSTRACT

The PT Pacific Express Cargo website has a very good influence in increasing the number of customers and disseminating company product information, but not good website management, website performance is unstable. The lack of knowledge and application of website analysis makes the use of digital marketing platforms not run effectively. The importance of understanding the website based on Search Engine Optimization (SEO) in an effort to increase the effectiveness of the website as a promotional medium and improve the quality of the website. Search Engine Optimization (SEO) is one of the promotional techniques by utilizing search engine optimization. This study aims to determine the impact of the implementation of Search Engine Optimization (SEO) in order to increase visitor traffic to the PT Pacific Express Cargo website. The implementation of SEO is carried out using four strategies, namely content improvement, meta tags, keywords and link building. The results of the implementation of SEO on the www.pacific-bali.com website are the increasing volume of visitor traffic including traffic based on demographics which increased from 4 to 244, then traffic based on acquisitions increased from 18 to 260, and traffic based on events increased from 26 to 1,567, and increased traffic based on menu views from 82 to 477 visitors. The implementation of this strategy proves that using the right SEO rules can increase website visitor traffic. By implementing SEO, companies can cut marketing costs for their services.

Keywords : *SEO, Website, Traffic*

PRAKATA

Puji syukur saya panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan anugerah-Nya, saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi *Website* Berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Pada PT Pacific Express Cargo” tepat pada waktunya.

Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Program Pendidikan Diploma IV pada program studi Manajemen Bisnis Internasional, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali.

Dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini, saya telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini izinkan saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi SE., M.eCom, selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan fasilitas selama saya mengikuti kegiatan perkuliahan
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali
3. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE.,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali

4. Drs. I Gusti Ngurah Sanjaya, MM selaku Pembimbing I yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan, motivasi, dan petunjuk sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Cokorda Gede Putra Yudistira, SE.,MM selaku Pembimbing II yang telah sabar membimbing serta banyak memberikan arahan, motivasi, dan petunjuk sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Seluruh Dosen di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah membimbing dan memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis mengikuti perkuliahan
7. Bapak I Putu Santika dan Kadek Eriyanto, ST selaku pembimbing di Unit *General Affair* yang telah memberikan arahan, dukungan, dan pengalaman yang sangat tidak terlupakan bagi saya. Memberikan informasi dan bersedia menjadi mentor yang baik selama saya melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan
8. Ibu Wangi Prasasti selaku Finance & Accounting Manager PT Pacific Express Cargo yang telah membimbing serta memberikan pengarahan selama Praktik Kerja Lapangan
9. Bapak Komang Sudiasa selaku Manager Marketing di PT Pacific Express Cargo yang telah membimbing dan membantu penulis dalam pemenuhan data untuk skripsi ini
10. I Gusti Ketut Mutiara dan Endah Fadilah selaku orang tua saya serta I Gusti Ayu Putu Muda Apriyanti selaku kakak perempuan saya yang telah banyak

memberikan dukungan, baik dukungan moral, material kepada saya dalam menjalani perkuliahan yang selalu mengingatkan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan keluarga saya yang memberikan dukungan sampai akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

11. Segegap keluarga, sahabat, dan teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang selalu menemani dan memberi masukan dan saran serta dorongan didalam proses penelitian sehingga terwujudnya skripsi ini.

Saya selaku penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun dari segi tata Bahasa dan sebagainya. Oleh karena itu, saya selaku penulis mengharapkan adanya kritik serta saran yang bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata saya berharap, semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembaca.

Badung, 26 Juli 2022



I Gusti Ngurah Krisna Praditya

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
PRAKATA.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kontribusi Hasil Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Kajian Teoritis	14

2.1.1	Manajemen Pemasaran	14
2.1.2	Digital Marketing.....	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	36
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		44
3.1	Tempat Penelitian.....	44
3.2	Obyek Penelitian	44
3.3	Sumber Data	44
3.4	Jenis Data	45
3.5	Teknik Pengumpulan Data	46
3.6	Teknik Analisis Data	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	52
4.1.1	Sejarah Perusahaan PT Pacific Express Cargo	52
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan.....	55
4.2	Hasil Analisis Dan Pembahasan.....	59
4.2.1	Analisis Implementasi <i>Website</i> Berbasis SEO.....	59
4.2.2	Dampak Implementasi <i>Website</i> Berbasis SEO	90
4.3	Implikasi Hasil Penelitian	101
4.3.1	Implikasi Teoritis	101
4.3.2	Implikasi Praktis	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		104
5.1	Simpulan.....	104
5.2	Saran	105
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Persentase Penjualan Produk Ekspor dan Impor	8
Tabel 1. 1 Persentase Penjualan Produk Ekspor dan Impor	8
Tabel 4. 1 Afiliasi PT Pacific Express Cargo	55
Tabel 4. 2 Identifikasi Faktor Penyusun <i>Website</i> Berbasis SEO	74
Tabel 4. 3 Traffic Pengunjung Lama <i>Website</i> Berdasarkan Demografis.....	90
Tabel 4. 4 Traffic Pengunjung Baru <i>Website</i> Berdasarkan Demografis	92
Tabel 4. 5 Jumlah Pengunjung <i>Website</i> Berdasarkan Akusisi traffic	95
Tabel 4. 6 Jumlah Pengunjung Berdasarkan Sesi Engagement	96
Tabel 4. 7 Jumlah Pengunjung Berdasarkan Peristiwa	98
Tabel 4. 8 Jumlah Kunjungan Pada Tampilan Menu <i>Website</i>	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Traffic Overview <i>www.pacific-bali.com</i>	6
Gambar 1. 2 Traffic Overview <i>www.pacific-bali.com</i>	6
Gambar 2. 1 SEO Off Page	31
Gambar 2. 2 Kerangka Teoritis	42
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi PT Pacific Express Cargo	56
Gambar 4. 2 Halaman Home <i>Website</i> PT Pacific Express Cargo.....	66
Gambar 4. 3 Halaman Services <i>Website</i> PT Pacific Express Cargo	67
Gambar 4. 4 Halaman About Us <i>Website</i> PT Pacific Express Cargo	68
Gambar 4. 5 Halaman Contact Us <i>Website</i> PT Pacific Express Cargo.....	69
Gambar 4. 6 Konten Halaman <i>Website</i> PT Pacific Express Cargo.....	78
Gambar 4. 7 Analisis Konten menggunakan Plugin YOAST.....	80
Gambar 4. 8 Meta Tag <i>Website</i> Terindikasi Tidak Ada.....	82
Gambar 4. 9 Meta Tag <i>Website</i> Sesudah Diedit Berdasarkan SEO	83
Gambar 4. 10 Skor Keyword <i>Website</i>	85
Gambar 4. 11 Mengenai Isi Artikel yang Terhubung ke Halaman Home	87
Gambar 4. 12 Mengenai Halaman Home yang Terhubung ke Artikel	87

Gambar 4. 13 Mengenai Jasa Shipping Cargo Bali	88
Gambar 4. 14 Mengenai Jasa Shipping Cargo Bali	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Form Bimbingan Skripsi	111
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara.....	113
Lampiran 3 : Dokumentasi Traffic <i>Website</i> PT Pacific Express Cargo	116
Lampiran 4 : Daftar Riwayat Hidup	121

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perdagangan internasional merupakan kegiatan memperdagangkan barang atau jasa yang dilakukan oleh penduduk pada suatu negara dengan penduduk negara lain. Perdagangan itu tidak hanya mencakup ekspor dan impor barang tetapi juga ekspor impor jasa serta perdagangan modal. Adanya perdagangan internasional dapat mempermudah suatu negara dalam memenuhi kebutuhannya. Manfaat lain dengan adanya perdagangan internasional yaitu berupa kenaikan investasi dan luasnya lapangan kerja. Perdagangan internasional ini juga membawa dampak dalam menyebarluaskan produk produk dalam negeri, tidak hanya dipasarkan dalam negeri saja tetapi juga dipasarkan ke luar negeri, hal ini menyebabkan pendapatan nasional suatu negara mengalami kenaikan. Dampak dari adanya perdagangan internasional ini dapat menaikkan pertumbuhan ekonomi suatu negara terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia. Dalam menentukan pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari perdagangan internasional yang dilakukannya baik itu kegiatan ekspor impor barang ataupun jasa serta modal (Doni dkk, 2012).

Dalam melakukan perdagangan internasional maka pentingnya unsur marketing untuk menyebarluaskan produk yang ditawarkan. Marketing atau pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan dalam menyalurkan barang atau jasa kepada pelanggan sedangkan manajemen pemasaran adalah kegiatan pokok atau rutinitas yang dilakukan suatu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan perusahaannya agar berkembang dan mendapatkan keuntungan sebanyak banyaknya. Pemasaran umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang atau jasa kepada pelanggan. Pemasaran yang dilakukan akan mempengaruhi tingkat, jangkauan, waktu, dan komposisi permintaan, sehingga membantu perusahaan dalam mencapai sasaran atau tujuannya. Dalam mewujudkan itu maka pentingnya mengetahui proses yang harus dilakukan, yaitu keinginan dan kebutuhan pelanggan harus mampu dijaga dengan baik antara perusahaan dengan pelanggan, lalu harga yang memuaskan atau terjangkau kepada pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam penentuan pembelian sebuah produk, serta dibutuhkannya komunikasi yang baik dengan pelanggan demi meyakinkan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan (Nurman, Efi Susanti dan Lintang Nur, 2020).

Menurut Nanda Putri dan Carolina Novi (2016) seiring perkembangan teknologi dan internet maka perdagangan internasional telah melahirkan banyak inovasi inovasi baru dalam menjangkau pasar internasional, dengan menggunakan teknologi internet saat ini informasi dapat disebarkan lebih mudah dan praktis. Teknologi internet saat ini digunakan sebagai media promosi dalam menyebarluaskan informasi yang ingin disampaikan. Media promosi didefinisikan sebagai pemanfaatan

teknologi informasi terhadap aktivitas pemasaran serta proses penciptaan, pengkomunikasian, pengiriman dan pertukaran penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien dan masyarakat pada umumnya. Media promosi juga bermanfaat sebagai sarana yang digunakan perusahaan dalam memberikan informasi yang cepat dan akurat, membujuk pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang ditawarkan serta mengingatkan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Internet menjadi media yang paling banyak dimanfaatkan pada masa kini karena pengguna internet sangat berpengaruh pesat pada penjualan sebuah barang ataupun jasa.

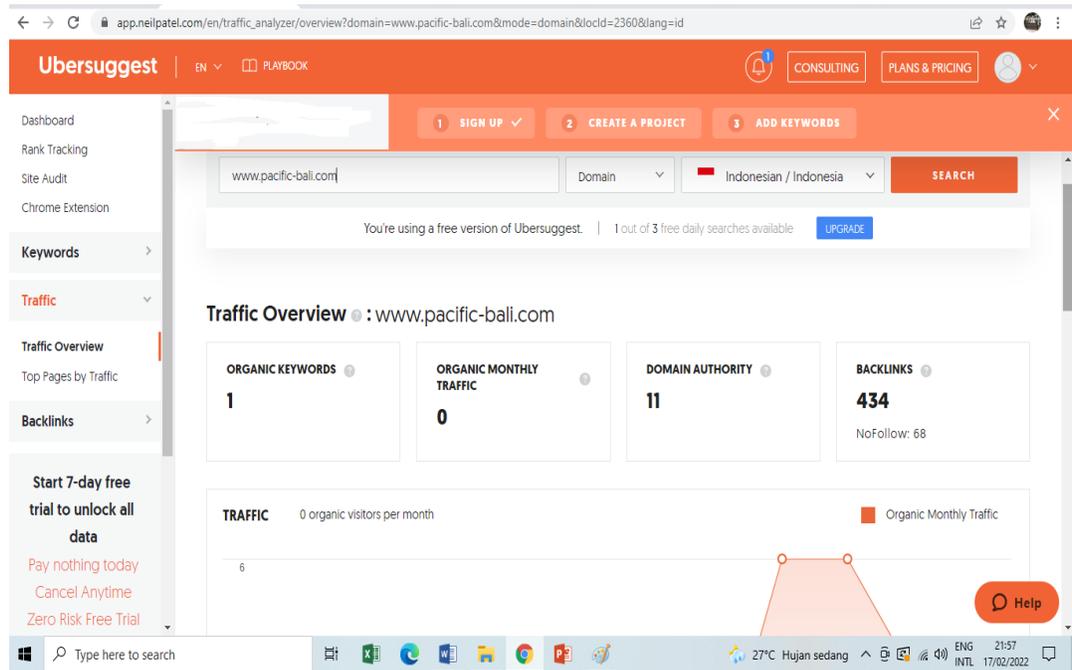
Teknologi informasi pada saat ini telah berkembang pesat diberbagai bidang kehidupan, salah satu bidang yang paling banyak memanfaatkan teknologi informasi adalah bidang ekonomi dan bisnis (Tendean, Rumokoy & Program, 2018). Bukti nyata dari kemajuan teknologi informasi tersebut bisa dilihat pada perkembangan internet diseluruh dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi internet yang cepat maka diikuti dengan jumlah pengguna internet yang semakin meningkat secara signifikan setiap tahunnya. Hal tersebut telah memacu pertumbuhan dan pertukaran informasi baik itu yang dimiliki pihak pemerintah, swasta maupun perorangan. Berdasarkan data statistik dari hasil survei APJIII pertanggal 28 Juni 2021 lebih dari 59,7% penduduk dunia telah menggunakan internet dan pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 196,700,000 orang, atau 73,7% dari total jumlah penduduk di Indonesia. Diperkirakan penggunaan internet akan semakin meluas dengan cepat seiring dengan perkembangan infrastruktur dan ketersediaan teknologi informasi yang semakin maju.

Internet merupakan salah satu media informasi yang paling efektif untuk menyebarkan sebuah informasi. Internet adalah salah satu bagian dari teknologi informasi dan komunikasi yang mempunyai efek serta pengaruh yang sangat besar terhadap kelangsungan hidup manusia, dengan adanya internet manusia dapat berkomunikasi tanpa batas diberbagai wilayah dunia (A. Riyanto, 2018). Menurut Hidayat, Marlina dan Utami (2017) dengan adanya kemajuan internet saat ini membuat perkembangan wirausaha yang begitu cepat, sehingga menyebabkan persaingan di era digital saat ini sangat ketat. Semua perusahaan berlomba lomba dalam memperluas jangkauan pasar untuk mempromosikan barang atau jasa yang ditawarkan. Salah satu teknologi internet yang paling banyak digunakan yaitu *website*. *Website* merupakan salah satu teknologi internet yang digunakan sebagai media informasi serta menjadi proses pendukung bisnis perusahaan seperti penjualan produk dan penawaran jasa secara online.

PT Pacific Express Cargo merupakan perusahaan *Freight Forwarder* yang berada di Bali, perusahaan ini didirikan oleh Phebe Rusmiati Elim pada tanggal 13 Desember 1977. PT Pacific Express Cargo merupakan perusahaan pengiriman barang kelas internasional yang bertujuan menyediakan layanan jasa dalam penanganan dan pengiriman yang berkualitas tinggi. PT Pacific Express Cargo memanfaatkan media promosi dalam melakukan kegiatan pemasarannya seperti Instagram, Facebook, Twitter dan *Website*. Pemanfaatan media promosi tersebut berhasil membawa PT Pacific Express Cargo mendapatkan penghargaan “The Best Three” Cargo Sales Domestic Achievement pada tahun 2017, adanya media promosi tersebut membawa

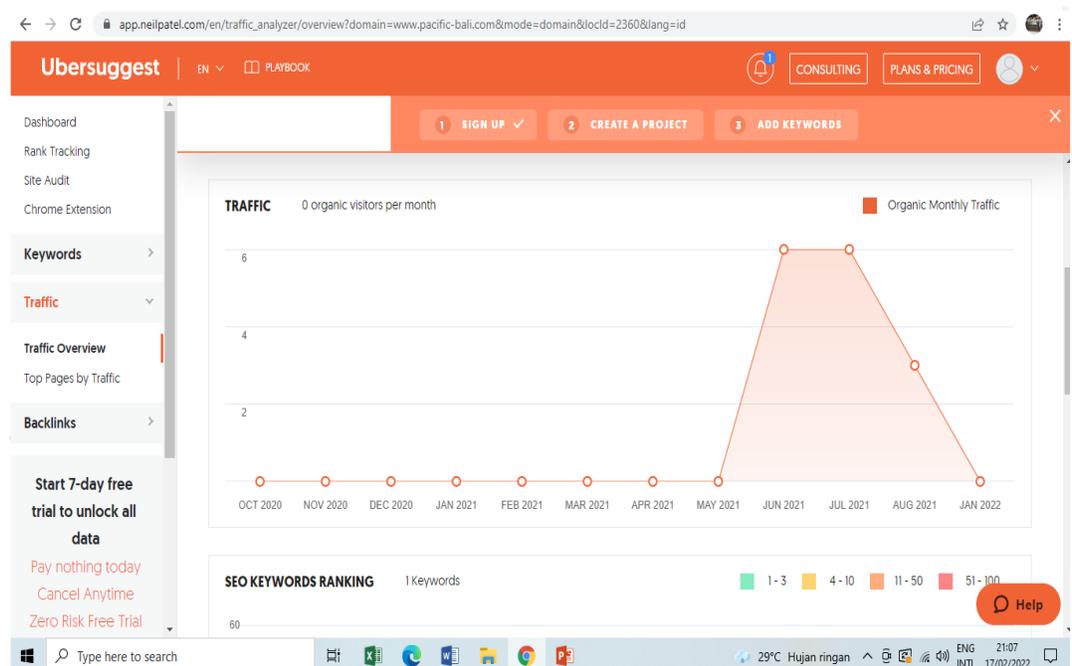
pengaruh dan dampak yang besar pada perusahaan, serta sebagai sarana dalam memperluas jaringan pasarnya, namun dikarenakan pandemic covid 19 yang terjadi dalam kurun waktu 2 tahun menyebabkan pemanfaatan media promosi yang kurang optimal. Kegiatan promosi melalui Instagram, Twitter dan Facebook masih dilakukan hingga saat ini dengan baik. Pada bulan Oktober 2020 sampai dengan Mei 2021 pemanfaatan media *website* sudah tidak aktif lagi, hal ini menyebabkan menurunnya kualitas dan traffic pengunjung *website*, serta pendapatan perusahaan menjadi tidak stabil dan menurun. PT Pacific Express Cargo hanya mengandalkan pendapatannya melalui pelanggan pelanggan lama saja.

Website PT Pacific Express Cargo memiliki pengaruh yang sangat baik dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan menyebarkan informasi produk perusahaan, tetapi dikarenakan kurangnya pemahaman dan pengelolaan *website* yang baik membuat kinerja *website* tidak stabil, selain itu minimnya pengetahuan dan penerapan mengenai analisis *website* guna mengetahui kesehatan dan kualitas *website* pada perusahaan. Menurunnya kinerja pada bidang Manajemen Marketing membuat pemanfaatan platform digital marketing tidak berjalan dengan efektif. Pentingnya digital marketing terutama pada *website* untuk meningkatkan kualitas *website* yang baik, sehingga dengan adanya kualitas *website* yang baik maka akan meningkatkan *traffic* pengunjung pada *website*. Pada data traffic pengunjung *website* PT Pacific Express Cargo dapat dilihat seperti pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2.



Gambar 1. 2 Traffic Overview www.pacific-bali.com

Sumber : www.neilpatel.com



Gambar 1. 1 Traffic Overview www.pacific-bali.com

Sumber : www.neilpatel.com

Berdasarkan data dan informasi pada Gambar 1.1 dan Gambar 1.2 mengenai *traffic overview website* PT Pacific Express Cargo yang tidak aktif pada bulan Oktober 2020 sampai dengan Mei 2021, serta jika dilihat *traffic* pengunjung pada bulan Juni 2021 hingga Januari 2022 terus mengalami penurunan, hal ini menyebabkan roda perekonomian pada perusahaan tidak berjalan maksimal dan stabil. Pemanfaatan atau pengelolaan *website* sebagai media promosi yang kurang baik menyebabkan penyampaian informasi menjadi terhambat, menurunnya pelanggan, serta membuat kualitas *website* tidak bekerja secara optimal.

Kurangnya kinerja promosi yang baik melalui *website* membuat pendapatan dan persentase penjualan menjadi menurun. Berdasarkan informasi dan data yang diperoleh dari manajer marketing PT Pacific Express Cargo pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2021, maka dapat dilihat seperti pada Tabel 1.1 mengenai persentase penjualan produk ekspor dan impor perusahaan.

Tabel 1. 1 Persentase Penjualan Produk Ekspor dan Impor PT Pacific Express Cargo

No.	Tahun	Produk			
		Air Freight	Sea Freight (LCL)	Sea Freight (20 Feet)	Sea Freight (40 Feet)
1.	2018	91.161	351,28	111	62
2.	2019	108.824	452,87	145	45
Persentase		19,4%	28,9%	30,6%	-27,4%
Keterangan		Naik	Naik	Naik	Turun
3.	2019	108.824	452,87	145	65
4.	2020	50.719	509,83	95	28
Persentase		-53,4%	12,6%	-34,5%	-56,9%
Keterangan		Turun	Naik	Turun	Turun
5.	2020	50.719	509,83	95	28
6.	2021	20.980	707,41	98	24
Persentase		-58,6%	38,8%	3,2%	-14,3%
Keterangan		Turun	Naik	Naik	Turun

Sumber : Manager Marketing PT Pacific Express Cargo.

Dari informasi dan data pada Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa persentase penjualan produk PT Pacific Express Cargo pada periode tahun 2018/2019 seperti air freight, sea freight LCL (*Less Container Load*), sea freight (20 feet) mengalami kenaikan, dan untuk sea freight (40 feet) mengalami penurunan sebesar 27,4%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan produk pada PT Pacific Express Cargo berjalan dengan baik dan normal, hal ini dikarenakan penggunaan media

promosi yang masih dilakukan secara optimal. Sedangkan pada periode tahun 2019/2020 dan 2020/2021 mengalami penurunan penjualan produk yang sangat signifikan. Dapat dilihat bahwa hanya produk sea freight LCL (*Less Container Load*) yang mengalami kestabilan dikarenakan mengalami kenaikan persentase tiap tahunnya, pada tahun 2019/2020 persentase naik menjadi 12,6% dan pada tahun 2020/2021 persentase naik menjadi 38,8%.

Sejak terjadinya pandemic covid 19 pada tahun 2020, PT Pacific Express Cargo telah mengalami kerugian dan penurunan kinerja. Kondisi tersebut merupakan peringatan yang harus diwaspadai bagi perusahaan, apalagi dengan adanya dampak pandemic covid 19 ini membuat persentase penjualan menjadi menurun. Pemanfaatan teknologi yang kurang optimal pada PT Pacific Express Cargo membuat segala kegiatan perekonomian perusahaan menjadi menurun. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Manager Marketing PT Pacific Express Cargo, bahwa *website* memiliki pengaruh yang besar dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan pendapatan. Saat ini PT Pacific telah banyak mengalami penurunan persentase penjualan produk, dikarenakan kurangnya pengelolaan media internet yang baik, sehingga membuat *website* PT Pacific express Cargo tidak bekerja dengan baik.

Dalam upaya meningkatkan persentase penjualan perusahaan, maka pihak manajemen marketing perusahaan perlu membenahi atau memperbaiki kualitas *website* dengan baik. Karena penggunaan media *website* menjadi hal utama bagi perusahaan dalam menjalankan proses pemasaran, namun pemanfaatan dan penggunaan media *website* yang kurang optimal menyebabkan proses pemasaran tidak berjalan dengan

baik dan menurunnya persentase penjualan dalam kurun waktu 2 tahun ini. Maka dari itu diperlukannya pemahaman terhadap *website* dengan berbasis *Search Engine Optimization* (SEO) dalam upaya meningkatkan efektifitas *website* sebagai media promosi dan meningkatkan kualitas *website*. *Search Engine Optimization* (SEO) adalah salah satu teknik promosi dengan cara memanfaatkan pengoptimalan mesin pencari agar sebuah *website* yang sudah dibuat berada di peringkat teratas atau berada di halaman pertama (*First Page*) (Halilintar & Ariyus, 2018). Pemanfaatan media *website* berbasis SEO akan membantu dalam meningkatkan volume *traffic* pada *website*, sehingga membantu menaikkan angka penjualan produk PT Pacific Express Cargo di jejaring internet.

Dalam mengatasi hal tersebut, maka dengan dukungan teknologi informasi penelitian ini bertujuan untuk mengimplementasikan *website* dengan berbasis teknik SEO pada PT Pacific Express Cargo. Penggunaan SEO dengan indikator – indikator yang telah diteliti oleh para ahli *Search Engine Optimization* (SEO) diharapkan dapat meningkatkan *traffic* pengunjung *website* dan meningkatkan kualitas *website* serta target pemasaran dan penjualan produk menjadi optimal. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “IMPLEMENTASI *WEBSITE* BERBASIS *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* (SEO) SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT PACIFIC EXPRESS CARGO”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, adapun rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimanakah teknik penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam meningkatkan kualitas *website* pada PT Pacific Express Cargo?
2. Bagaimanakah dampak penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam meningkatkan *traffic* pengunjung *website* pada PT Pacific Express Cargo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui teknik penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) dalam meningkatkan kualitas *website* pada PT Pacific Express Cargo.
2. Untuk mengetahui dampak yang terjadi dari adanya penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) terhadap peningkatan *Traffic* pengunjung *website* pada PT Pacific Express Cargo.

1.4 Kontribusi Hasil Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat yang terbagi menjadi tiga, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis, serta sebagai potensial untuk mengembangkan pemikiran dalam menerapkan teori teori yang telah diperoleh selama di perkuliahan dengan keadaan yang nyata.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas *website* dan menyusun perencanaan usaha pada masa yang akan datang di PT Pacific Express Cargo.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi, wawasan dan informasi untuk penelitian lebih lanjut serta sebagai bahan kepustakaan atau sumber pengetahuan dalam melakukan penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini memiliki manfaat yang terbagi menjadi dua, yaitu:

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi ilmu pengetahuan dalam bidang pengembangan strategi *internet marketing* jasa *freight forwarder*.
2. Memberikan bukti empiris perencanaan strategi *internet marketing* dengan berbasis *Search Engine Optimization* (SEO)

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I

Pada Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian

BAB II

Bab ini menguraikan bagian tinjauan pustaka yang didalamnya menjabarkan teori teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang meliputi telaah teori, penelitian terdahulu, dan kerangka teoritis penelitian implementasi *website* berbasis *search engine optimization* (seo) sebagai media promosi pada PT Pacific Express cargo.

BAB III

Pada Bab ini menjabarkan tentang tempat penelitian, obyek penelitian, sumber data, jenis data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan untuk menemukan hasil dari perumusan masalah yang diteliti.

BAB IV

Pada Bab ini menjabarkan mengenai hasil dan pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini, dengan adanya data data yang sudah terkumpul maka akan dilakukan pembahasan dari hasil yang telah didapatkan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian tentang implementasi *website* berbasis SEO sebagai media promosi pada PT Pacific Express Cargo, maka dapat diuraikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Penerapan empat strategi SEO yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan plugin YOAST memiliki pengaruh yang besar bagi volume traffic *website* www.pacific-bali.com. Adanya penerapan SEO ini telah meningkatkan konversi bisnis dalam perusahaan dan menjangkau user yang lebih luas hingga manca negara. Penerapan SEO pada *website* dengan menentukan *konten*, *meta tags*, *keyword* dan *link building* sesuai kaidah SEO, sehingga menarik minat user dan memudahkan *search engine* dalam mengindeks *website* www.pacific-bali.com. Diharapkan beberapa bulan kedepan volume lalu lintas *website* menjadi besar serta bisa menempati posisi teratas di *search engine*.
- b. Penerapan *website* berbasis SEO dengan menggunakan empat indikator yaitu *konten*, *meta tags*, *keyword* dan *link building* memiliki dampak pada kualitas

website www.pacific-bali.com. Peningkatan kualitas *website* menyebabkan meningkatnya volume traffic pada *website* PT Pacific Express Cargo selama periode bulan April– Juli 2021. Kenaikan traffic *website* dapat dilihat dari berbagai sisi, mulai dari kenaikan traffic berdasarkan demografis, peristiwa, akuisisi engagement, dan jumlah kunjungan halaman. Penambahan dan pembenahan *konten, keyword, meta tags* hingga *link building* sangat perlu dilakukan guna mengetahui algoritma dari *search engine*. Pembenahan yang dilakukan berdasarkan kaidah SEO akan menghasilkan *website* dengan visibilitas yang tinggi sehingga pengunjung dapat menikmati dengan puas isi dari *website* www.pacific-bali.com.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang telah didapatkan, maka dapat diuraikan saran sebagai berikut :

- a. PT Pacific Express Cargo perlu melakukan pembenahan *website* www.pacific-bali.com, mulai dari indikator konten, linkbuilding, keyword, struktur *website*, dan lainnya sesuai dengan kaidah SEO dan algoritma digital marketing. Algoritma digital marketing sewaktu waktu akan terus mengalami perubahan, sehingga perlu dilakukan perbaikan guna menunjang traffic *website* www.pacific-bali.com. Dengan meningkatnya volume traffic *website* diharapkan nantinya dapat menjangkau pasar yang lebih luas dalam memaksimalkan keuntungan dan penjualan produk.

- b. Perusahaan perlu merekrut Staff IT Operator yang kompeten dalam membidangi digital marketing dan IT. Tujuannya untuk melakukan *maintenance website* agar selalu berada pada performa yang baik, *update*, dan terhindar dari berbagai masalah yang merugikan *website*, selain itu juga untuk meningkatkan produktivitas konten pada *website* www.pacific-bali.com. Adanya perekrutan staff IT Operator diharapkan menaikkan angka penjualan produk di jejaring internet, serta membangun dan mengembangkan perusahaan di dunia digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Aashna Parikh, & Sanjay Deshmukh. (2013). *Search Engine Optimization*. Mumbai, India: NMIMS University.
- Abshor, M. U, Hasiholan, L. B, & Malik, D. (2018). Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk torabika duo.
- Ahmad Arifin, Nataniel Dengen, & Hario Jati Setyadi. (2019). Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic *Website* Berbayar dan Tidak Berbayar. *IV*(2), 46.
- Amaliah, Norma, & Sigit. (2015). Perancangan Media Promosi PT Petronika Sebagai Upaya Pembentukan Citra Perusahaan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, *IV*(1).
- Andi Rofik Lutfi Hidayat, & Ali Tarmuji. (2014). Analisis Penerapan SEO (Search Engine Optimization) dan SMO (Social Media Optimization) Pada *Website* Fakultas di Universitas Ahmad Dahlan Untuk Meningkatkan Peringkat di Search Engine. *Jurnal Sarjana Teknik Informatika*, *II*(2).
- Cutroni, J. (2010). *Google analytic*. Beijing: O'Reilly.
- Dinda Puspa Prastiyanti, & Yulianto. (2019). Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, *II*(2).
- Firman Nurdiansyah, & Hadian Artanto. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Jurnal Universitas Widyagama Malang*, *I*(2).
- Google. (2021). Search Engine Optimization Starter Guide. *Inc.:* www.google.com.
- Hadian Artanto, & Firman Nurdiansyah. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, *I*(2).
- Halilintar, R., & Ariyus, D. (2018). Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Pada *Website* Agc (Auto Generated Content) Untuk Meningkatkan Serp (Search EngineResult Page) Studi Kasus : *Website* Gallery. 13-18.

- Harto, D, Pratiwi, S. R, & Rahmawa. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, III*(1), 39-45.
- Hidayat, R., Marlina, S., & Utami, L. D. (2017). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Barang Handmade Berbasis *Website* Dengan Metode Waterfall. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi (SIMNASIPTEK), I*, 75-183.
- Himawan , Arisantoso, & Asep Saefullah. (2017). Search Engine Optimization (Seo) Menggunakan Metode White Hat Seo Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan *Website*. *E-Journal Universitas Muria kodus*, 784.
- Jones, A, Malczyk, A, & Beneke, J. (2011). *Internet Marketing ; A highly practical guide to every aspect of internet marketing*. GetSmarte.
- Laksana, D, & Dharmayanti, D. (2018). Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance Dengan Intellectual Capital Dan Perceived Quality Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Hotel Bintang Empat Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran, 12*(1), 10.
- Mardhiya Hayaty, & Dwi Meylasari. (2018). Implementasi *Website* Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi. *Jurnal Informatika, V*(2), 295-300.
- Maskur. (2019). Pengukur Parameter Search Engine Optimization (Seo) Secara On Page Pada Toko Online Untuk Meningkatkan Penjualan. *13*(1), 83-91.
- Michie, J. (2007). *Street Smart Internet Marketing: Tips, Tools, Tactics & Techniques To Market Your Product, Service, Business Or Ideas Online*. USA: Street Smart Internet Market.
- Mirzaei, H, Jaryani, E, & Salehi, M. (2012). *Differences of "Traditional Marketing" in opposition to "Electronic"*.
- Moloeng, L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muharam, M, & Persada, A. G. (2020). Implementasi Penggunaan *Website* Sebagai Media Informasi dan Promosi Guna Meningkatkan Jangkauan Pasar (Studi Kasus: Desa Sumberejo). *AUTOMATA, I*(2).

- Nanda Dian Nugraha, & Gandung Triyono. (2020). Penerapan *Website* E-Commerce Berbasis Content Management System (CMS) Pada Q-Ta Digital Printing. *Jurnal Idealis*, III(1).
- Nanda Putri Arifah , & Carolina Novi Mustikarini . (2016). Paid Promote Sebagai Media Promosi Produk Delicy Dalam Meningkatkan Konsumen Potensial. *Jurnal manajemen dan start up bisnis*, I(3).
- Niranjika,U, & Samarasighe,D. (2019). Exploring the Effectiveness of Search Engine Optimization Tactics for Dynamic *Websites* in Sri Lanka. *Moratuwa Engineering Research Conference (MERCOn)*, 267-272.
- Nurmansyah, A. A. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing pada UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Industri Kuliner di Kota Cimahi.
- Patil, A. V, & Madhukar Patil, V. (2018). Search Engine Optimization Technique Importance. *IEEE Global Conference on Wireless Computing and Networking (GCWCN)*, 151-154.
- Penda Sudarto Hasugian. (2018). Perancangan *Website* Sebagai Media Promosi Dan Informasi. *Informatics pelita nusantara*, III(1), 83.
- Permatasari, D., & Khabibah, U. (2021). Penerapan Digital Marketing Berbasis *Website* Dengan Aplikasi Cms Wordpress Pada Cv. Kuwera Sedana Wiratama Situbondo. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, VII(1), 45-48.
- Rahmadi, R. (2010). Studi Komparatif Penggunaan Open Source Content Management System (CMS) Joomla dan Drupal Untuk Pembuatan *Website*. *Generic*, V(1), 15-18.
- Rice, S. L. (2009). *Mastering Web 2.0 : Transform Your Business Using Key Website and Social Media Tools*. Kogan Page Publishers.
- Riyanto, A. D., & Purwadi. (2016, November). Penerapan Teknik Search Engine Optimization (SEO) untuk Memenangkan Persaingan Kata Kunci pada Mesin Pencari Google (Case Study : C. JUITA) . *Jurnal Informatika*, IV, 59-65.
- Rony Baskoro Lukito, C. L. (2014). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Pada *Website* Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. *Comtech*, V(2).

- Rony Baskoro Lukito, Cahya Lukito, & Deddy Arifin. (2014). Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Pada *Website* Dalam Strategi Pemasaran Melalui Internet. *Comtech*, V(2), 1053.
- Sadeli. (2013). *Toko baju Online Dengan PHP dan MySQL*. Palembang: Maxikom.
- Santoso, J. T. (2012). Analisis Dan Penerapan Metode Seo (Search Engine Optimization) Image Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page). *Doctoral dissertation, University of AMIKOM Yogyakarta*.
- Saragih, H, & Chandra, D. (2012). Implementasi Social Media Optimization (Smo) Sebagai Internet Marketing Pada Facebook Rumahdan Properti. *Jurnal Teknik dan Ilmu Komputer*, 37-25.
- Sohail, A. (2012). *Search Engine Optimization Methods & Search Engine Indexing for CMS*.
- Subhan, M. (2012). *Analisa Perancangan Sistem*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sulistiyawati, E. S, & Widayani, A. (2020). Marketplace Shopee Sebagai Media Promosi Penjualan UMKM di Kota Blitar. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, IV(1)
- Tavosi, M, & Naghshineh, N. (2021). An Analysis of Iranian University Library *Websites* from Standpoint Five Effective Factors on Google SEO : Iranian University Library *Websites* and Google SEO. *International Conference on Web Research (ICWR)*, 306-310.
- Tendean, N. I., Rumokoy, F. S., & Program, M. (2018). The Effectiveness of Internet Marketing Strategy of Emerging Business in Increasing Brand Awareness (Case Study of Bon-Bon Pisang Nugget Manado). *Jurnal EMBA*, 6(2).
- Triyono, Gandung, & Ananda Dian Nugraha. (2020). Penerapan *Website* E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Pada Q-Ta Digital Printing. *Jurnal Idealis*, III(1).
- Utomo, M. S. (2015). *Aplikasi Generator Konten Untuk Meningkatkan Peringkat Situs Pada Halaman Hasil Mesin Pencari*. Semarang: Universitas Stikubank.
- Wibisono., & Susanto. (2015). Perancangan *Website* Sebagai Media Informasi Dan Promosi Batik Khas Kabupaten Kulonprogo. *Evolusi*, III(2), 65.