

BAB 4

KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian ini yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa situs web Palugada Streetwear belum melakukan optimasi On Page SEO pada konten produk untuk dapat meningkatkan kunjungan pada media penjualan situs web e-commerce. Mayoritas konten yang ada pada situs web tidak teroptimasi yang mengakibatkan tidak mendapatkan hasil yang baik pada mesin pencari.

Aktivitas yang dilakukan oleh Palugada Streetwear pada media sosial dapat dikatakan dan disimpulkan berjalan dengan baik sehingga dapat mengkonversi *audience* dari media sosial ke situs web dengan berbagai macam *campaign* yang dilakukan, namun sayangnya konten pada situs web tidak diperhatikan sehingga peluang mendapatkan pasar dengan jangkauan yang lebih luas kesempatannya berkurang.

Untuk itu berikut kesimpulan yang bisa diterapkan pada optimasi situs web dengan metode *on page* SEO yang dapat meningkatkan kunjungan pada situs web:

1. Buat konten untuk situs web lebih diperhatikan teknisnya sehingga dapat teroptimasi dengan baik.
2. Konten dan optimasi pada situs web tidak banyak mendatangkan penjualan namun bisa memaksimalkan peluang dari berbagai macam media penjualan.

3. Aktivitas media sosial mendorong kunjungan ke situs web sangat signifikan namun situs web tidak optimal dalam penerapan optimasi di mesin pencari Google.

4.2. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti merumuskan rekomendasi sebagai berikut:

4.2.1. Bagi Situs Web Palugada Streetwear

1. Memberikan kata kunci pada setiap produk yang akan diunggah dalam situs web baik itu judul produk saat mempublikasikan konten sehingga tidak *typo* dan kata kunci tidak tertarget, meta deskripsi pada setiap produk yang akan dibuat untuk pengunjung mengetahui secara garis besar deskripsi dari produk yang dijual, tidak menambahkan simbol pada setiap *link* URL agar mesin pencari Google dapat mengetahui melalui kata kunci pada URL produk, menambahkan *alt text* pada setiap gambar karena Palugada Streetwear bergerak pada bidang fashion maka berikan kata kunci pada setiap gambar produk agar pelanggan dapat dengan mudah menemukan gambar produk dari situs web Palugada.
2. Buat lebih banyak *campaign* untuk meningkatkan sinyal dari media sosial yang dapat menjadi konversi pada situs web. Sinyal media sosial pada Palugada Streetwear mampu mendorong kunjungan yang sangat signifikan maka buat konten yang variatif dalam strategi pemasaran karena situs web dapat memperluas jangkauan pasar

hingga seluruh dunia sehingga memungkinkan untuk meraih pasar global.

3. Untuk mendapatkan trafik yang konsisten, Palugada Streetwear dapat mengelola situs web secara rutin dengan demikian perusahaan harus melihat situs web secara berkala dan jangka waktu pembayaran hosting untuk selalu di perpanjangkan sehingga user dapat selalu mengakses situs web.

4.3. Implikasi

Jika Palugada Streetwear menerapkan rekomendasi teknik optimasi *On Page* SEO seperti memperbaiki judul konten produk, menambahkan meta deskripsi pada setiap konten, memperbaiki struktur URL dengan tidak menggunakan simbol dan tulisan yang *typo*, dan menambahkan alt image pada setiap gambarnya. Maka semakin besar peluang untuk meningkatkan traffic kunjungan dan mendapatkan posisi utama pada mesin pencari Google. Semakin banyak kunjungan organik yang didapatkan semakin besar peluang mendapatkan calon pengguna baru. Hal ini dapat membantu pertumbuhan dari kinerja Palugada Streetwear dengan begitu diharapkan agar konten yang dibuat dan produk yang disajikan pada situs web dapat teroptimasi dengan baik.

Jika Palugada Streetwear melakukan *campaign* di media sosial yang mengakibatkan kunjungan *traffic* meningkat dari setiap konten yang dibuat selama jangka waktu tertentu maka semakin banyak *campaign* yang dibuat serta banyaknya variasi konten dalam media sosial semakin besar kunjungan

yang didapatkan yang mengakibatkan sinyal media sosial kepada situs web dapat membantu mendorong *traffic* untuk situs web Palugada Streetwear.

DAFTAR PUSTAKA

- Amruddin, Muskananfolo, I. L., & Febriyanti, E. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Media Sains Indonesia.
- Creswell, & W, J. (2017). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed (Edisi Ketiga)*. Pustaka Pelajar.
- Dean, B. (2020, April 28). *We Analyzed 11.8 Million Google Search Results. Here's What We Learned About SEO*. Backlinko. Retrieved April 9, 2023, from <https://backlinko.com/search-engine-ranking>
- DiskominfoSP. (2022, August 10). *10 Mesin Pencari (Search Engine) Terbaik Di Dunia – DiskominfoSP Kabupaten Lebak %*. Diskominfo Lebak. Retrieved March 4, 2023, from <https://diskominfoSP.lebakkab.go.id/10-mesin-pencari-search-engine-terbaik-di-dunia/>
- Hadi, A. P., & Rokhman, F. A. (2020). IMPLEMENTASI WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN PROMOSI PADA PONDOK PESANTREN PUTRA-PUTRI ADDAINURIYAH 2 SEMARANG. *JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS*.
- Hamdani, Khairina, D. M., & Angga, C. T. (2014). PERANCANGAN APLIKASI CONTENT MANAGEMENT SYSTEM PADA WEB PORTAL BERITA DETIK KALTIM. *Jurnal Informatika Mulawarman*.
- Halim, F. I., Suranto, B., & Papatungan, I. V. (2020). Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring. *Implementasi Strategi Search Engine Optimization pada Startup AyoSparring*.
- Hariaji, G., Arifianto, D., & Wahanggara, V. (2020). ANALISIS PENERAPAN SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) PADA WEBSITE CV. BANGKIT JAYA SEJAHTERA. <http://repository.unmuhjember.ac.id/9479/10/10.%20JURNAL.pdf>
- Hasanah, H. (2017, 05 01). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*. 10.21580/at.v8i1.1163
- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif untuk ilmu-ilmu sosial*.
- Hussien, A. S. (n.d.). Factors Affect Search Engine Optimization. *Factors Affect Search Engine Optimization*, 31. <http://222.124.154.59/politala/1.%20Jurusan/Teknik%20Informatika/19.%20e-journal/Jurnal%20Internasional%20TI/IJCSNS/2014%20Vol.%2014>

%20No.%2009/20140904_Factors%20Affect%20Search%20Engine%20Optimization.pdf

- Moz. (n.d.). *Internal Links SEO Best Practices*. Moz. Retrieved April 9, 2023, from <https://moz.com/learn/seo/internal-link>
- Nugrahani, F. (2014). METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. *METODE PENELITIAN KUALITATIF dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. https://library.stiba.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ZTAyMWVkYzVINTY4NWMyYWI1NjZhNThmNjIyOTYzZDg3YWUxYjdjNA==.pdf
- Pawade, D. Y. (2021). Analyzing the Impact of Search Engine Optimization Techniques on Web Development Using Experiential and Collaborative Learning Techniques. *Analyzing the Impact of Search Engine Optimization Techniques on Web Development Using Experiential and Collaborative Learning Techniques*, 4. <https://j.mecspress.net/ijmecs/ijmecs-v13-n2/IJMECS-V13-N2-1.pdf>
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Alfabeta.
- Putri Septiani & Hendra Kurniawan. (2020). Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO).
- Rahman, D. F. (2022, August 16). *Ini Perbandingan Pangsa Pasar Google dan Mesin Pencarian Lainnya*. Databoks. Retrieved March 4, 2023, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/16/ini-perbandingan-pangsa-pasar-google-dan-mesin-pencarian-lainnya>
- Rangkuti, F. (n.d.). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Roumeliotis, K. I., Tselikas, N. D., & Nasiopoulos, D. K. (2022). Airlines' Sustainability Study Based on Search Engine Optimization Techniques and Technologies. <https://https://doi.org/10.3390/su141811225www.mdpi.com/2071-1050/14/18/11225>
- S, A. H., Angriani, H., & Afifah. (2021). *IMPLEMENTASI SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) ON PAGE UNTUK MENINGKATKAN PENGUNJUNG WEBSITE EXTRAORDINARY*. <https://jurnal.kharisma.ac.id/kharismatech/article/view/203/127>
- Septiani, P., & Kurniawan, H. (2020). Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO). *Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO)*. <https://doi.org/10.35842/jtir.v15i3.376>

- Irwan Siswandi. (2019). MENGENAL KONSEP PENETAPAN KATA KUNCI.
- Sofyan, A., Ferdinato, E., Rahmawati, R., & Aldi, R. K. (2019). *PENGARUH SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DAN RISET KATA KUNCI TERHADAP PENDAPATAN TOKO ONLINE*.
<https://sistem.poltekindonusa.ac.id/uppm/wp-content/uploads/2022/09/351-PENGARUH-SEARCH-ENGINE-OPTIMIZATION-SEO-DAN-RISET-KATA-KUNCI-TERHADAP-PENDAPATAN-TOKO-ONLINE.pdf>
- Veglis, A., & Giomelakis, D. (Eds.). (2021). *Search Engine Optimization*. MDPI AG.
- Xu, G., Zhang, Y., & Li, L. (2021). *Web Mining and Social Networking: Techniques and Applications*. Springer.