

Implementasi *Search Engine Optimization* untuk *Brand Awareness* Produk Roti Mbak Nanik pada Kegiatan Studi Independen Oleh PT AMD Academy

Zunesha Puspa Saryono¹, Faridah Handayasari²

¹Teknologi Pangan dan Gizi Universitas Djuanda, b.2210920@unida.ac.id

²Teknologi Pangan dan Gizi Universitas Djuanda, faridah.handayasari@unida.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perusahaan untuk mengadopsi strategi pemasaran online guna meningkatkan daya saing produk. Salah satu pendekatan yang sering digunakan adalah *Search Engine Optimization* (SEO), yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan pengenalan merek melalui mesin pencari. Penelitian ini bertujuan untuk mengklarifikasi implementasi teknik SEO dalam pemasaran digital untuk produk roti Mbak Nanik dan mengevaluasi efektivitasnya melalui pengembangan artikel yang berfokus pada SEO. Pendekatan yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif yang menggabungkan praktik SEO on-page menggunakan plugin Yoast SEO serta analisis kata kunci melalui Google Trends. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan SEO melalui peningkatan kata kunci, organisasi artikel, deskripsi meta, serta tautan internal dan eksternal dapat meningkatkan pengindeksan artikel di mesin pencari Google. Meskipun artikel utama belum mencapai peringkat tertinggi, banyak artikel terkait telah muncul di hasil pencarian awal. Penelitian ini menyimpulkan bahwa SEO secara signifikan berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran merek untuk produk roti lokal dan dapat menjadi pendekatan pemasaran digital yang efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *brand awareness*, digital marketing, roti, SEO

PENDAHULUAN

Era modern saat ini, dimana teknologi digital berkembang dengan sangat pesat. Hal ini yang menyebabkan peningkatan pengguna internet serta pengguna media sosial di Indonesia yang berdampak pada peningkatan minat berbelanja secara online (Hidayah, 2018). Digital marketing merupakan salah satu pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan saluran komunikasi agar mencapai tujuan perusahaan dengan memenuhi kebutuhan konsumen yang lebih efektif (Laksono & Gultom, 2022).

Pengertian digital cukup luas sehingga digital marketing memiliki beberapa jenis diantaranya yaitu *search engine optimization (SEO)*, *search engine marketing (SEM)*, *social media marketing (SMM)*, *content marketing*, *email marketing*, *affiliate marketing*, *influencer marketing*, dan *pay-per-click (PPC) advertising*. Salah satu jenis digital marketing yang berhubungan dengan website adalah SEO.

SEO adalah metode optimasi pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang mengandung indikator relevan dalam halaman-halaman web. Tujuan utama dari SEO untuk memastikan web atau blog selalu berada di halaman terdepan dan teratas dari suatu hasil pencarian, sehingga meningkatkan peluang bahwa web atau blog sering dikunjungi (Artanto & Nurdiyansyah, 2017).

Terdapat dua jenis teknik optimasi yaitu SEO *On-Page* dan *Off-Page*. SEO *On-Page* mencakup konten yang berkualitas, pemilihan kata kunci yang baik, menjaga kata kunci di tempat yang tepat, dan menetapkan judul yang tepat untuk setiap halaman. SEO *Off-Page* mencakup struktur tautan dan meningkatkan popularitas tautan dengan memberikan direktori atau indeks (Chhabra et al., 2016).

Roti Mbak Nanik merupakan usaha kuliner yang dikenal dengan produk roti isi dengan berbagai varian rasa. Namun, proses pemasaran yang dilakukan masih dalam jangkauan yang terbatas, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memperluas jangkauan Konsumen. Salah satu Upaya yang dapat diterapkan adalah Pemasaran digital berbasis SEO guna meningkatkan visibilitas produk di mesin pencari. PT AMD Academy merupakan perusahaan yang bergerak di bidang digital marketing dan memiliki kompetensi dalam penerapan strategi SEO, sehingga menjadi tempat yang tepat untuk mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan pengalaman dalam bidang pemasaran digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penerapan SEO dalam pemasaran digital Roti Mbak Nanik serta menganalisis efektivitasnya dalam Meningkatkan visibilitas melalui artikel berbasis SEO.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi praktik lapang. Data diperoleh melalui observasi langsung selama kegiatan *studi independent* di PT AMD Academy. Tahapan penelitian meliputi riset kata kunci menggunakan Google Trends, pembuatan artikel berbasis SEO, serta evaluasi hasil optimasi menggunakan plugin Yoast SEO pada *platform* WordPress. Analisis data dilakukan dengan membandingkan indikator SEO yang dihasilkan dan hasil pencarian artikel pada mesin pencari Google.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Metode SEO

Implementasi SEO yang digunakan adalah teknik *On Page* SEO dengan *Plugin* Yoast SEO yang terdapat dalam Wordpress. Hal yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan metode SEO yaitu pembangunan *site star up* dengan *on page optimization*. Yoast SEO adalah plugin yang mempunyai sistem standar penulisan artikel yang SEO Friendly sehingga artikel yang dibuat dengan menggunakan indikator SEO pada plugin ini bisa menempati peringkat teratas *search engine google* (Hasanudin & Nur Widiyasono, 2021).

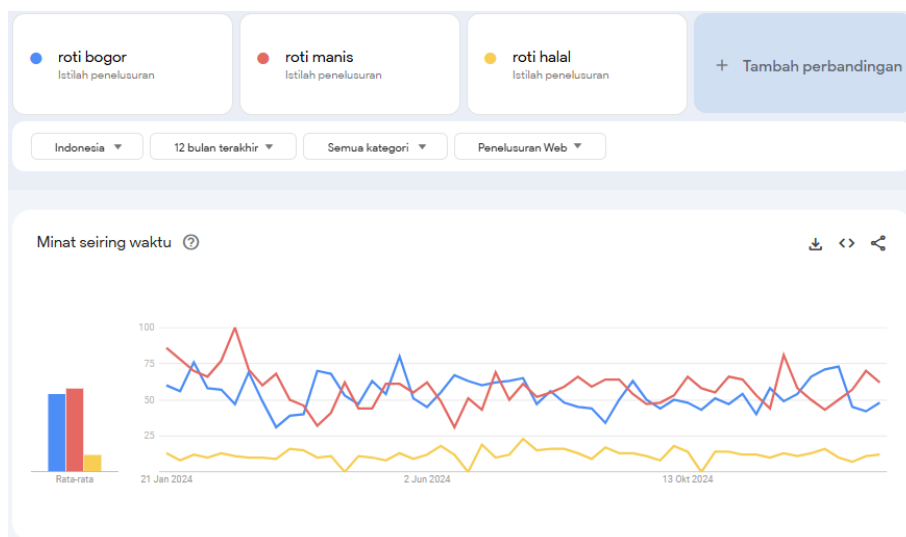
Pembuatan artikel dengan teknik SEO meliputi beberapa langkah yang meliputi berbagai proses seperti menentukan judul artikel, membuat isi artikel, dan pengujian menggunakan YOAST SEO. Judul adalah aspek penting yang harus akurat saat membuat artikel. Sangat penting untuk menyertakan kata kunci dalam judul untuk meningkatkan kemungkinan artikel muncul di halaman pertama hasil pencarian *Google*. Selain itu, judul artikel juga harus sesuai dengan topik yang sedang tren saat ini, karena hal ini sangat berpengaruh terhadap potensi trafik yang tinggi. Untuk judul yang dipilih dalam pembuatan artikel usaha roti mbak nanik adalah "Roti Manis Bogor Halal: Lezat dan Aman Bikin Gen Z Ketagihan". Judul ini mengandung kata kunci "Roti Manis Bogor Halal" yang akan dimasukkan ke dalam konten artikel.

Isi artikel yang akan dibuat harus memiliki kata kunci yang sesuai dengan judul, karena dalam teknik SEO harus menggunakan kata kunci minimal 10 kali pengulangan. Untuk meningkatkan peringkat mesin pencari, situs web harus mempertahankan kualitas tinggi untuk mengungguli pesaing. YOAST SEO memberikan panduan tentang cara membuat konten berkualitas, membantu pengguna dalam mengembangkan situs web yang dioptimalkan yang memberikan hasil maksimal.

Analisis Artikel SEO dengan *Google Trends*

SEO yang diterapkan pada usaha Roti Mbak Nanik yaitu pengaplikasian pada pembuatan artikel dengan adanya kata kunci. Kata kunci relevan yang sering dicari oleh target audiens, seperti “roti viral bogor”, “roti manis *homemade*”, “roti manis bogor kita”, “roti manis bogor” dan “roti manis bogor halal” menjadi penekanan utama dari artikel-artikel yang dibuat. Dengan usaha roti mbak nanik yang berlokasi di Bogor dan telah memiliki legalitas sertifikat halal, maka kata kunci roti manis bogor halal sebagai penguat kata kunci untuk meningkatkan trafik *website*. Untuk menjamin persaingan yang rendah namun trafik pencarian yang tinggi, kata kunci tersebut ditemukan melalui studi dengan menggunakan alat seperti *Googletrends*.

Googletrends merupakan situs web yang dimiliki Google.Inc, yang menampilkan berita yang sedang tren dan tren penggunaan kata kunci di mesin pencari *Google*. Riset adalah salah satu keunggulan *Googletrends*. Orang-orang yang aktif di dunia online, dapat menggunakan *Googletrends* untuk melakukan riset dan mendapatkan perkembangan data pencarian. Informasi ini kemudian dapat digunakan untuk memutuskan apakah akan meluncurkan bisnis online baru dengan menggunakan media internet atau memulai bisnis online yang sudah ada (Riyanto, 2014).



Gambar 1. Analisa Pencarian Kata Kunci dengan Googletrends Minat Seiring Waktu

Berdasarkan data dari *Googletrends* pada grafik yang diberikan dari gambar 5, berikut analisis terhadap tiga kata kunci pencarian yaitu “roti bogor”, “roti manis”, dan “roti halal”, di Indonesia selama 12 bulan terakhir.

1. Roti Manis

Dibandingkan dengan dua istilah lainnya, “roti manis” secara konsisten menerima lebih banyak pencarian. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia lebih cenderung mencari produk atau informasi tentang roti manis. Puncak pencarian terjadi pada waktu-waktu tertentu, yang mungkin berhubungan dengan liburan, perjalanan, atau penjualan produk roti manis yang signifikan. Kata kunci ini berkaitan dengan kampanye pemasaran yang bertujuan untuk menarik pelanggan yang tertarik dengan varietas roti dengan rasa manis.

2. Roti Bogor

Meskipun peringkatnya sedikit lebih rendah dari “roti manis”, kata kunci “roti bogor” memiliki tingkat pencarian yang cukup tinggi. Sepanjang tahun, minat terhadap kata kunci ini cukup konstan, dengan hanya sedikit variasi yang mungkin disebabkan oleh pola regional di wilayah Bogor. Hal ini menyiratkan bahwa “roti bogor” memiliki potensi untuk menjadi kata kunci geografis yang bekerja dengan baik untuk kampanye pemasaran yang berfokus pada wilayah atau strategi promosi.

3. Roti Halal

Jika dibandingkan dengan dua kata kunci lainnya, “roti halal” memiliki tingkat pencarian terendah. Pelanggan mungkin tidak sering mencari informasi secara khusus tentang roti halal karena mereka menganggap bahwa sebagian besar produk roti di Indonesia sudah halal. Namun, frasa ini masih berguna untuk membangun kredibilitas dan pengenalan merek, terutama bagi pelanggan yang sangat sensitif terhadap isu-isu halal.

Untuk menjangkau audiens yang lebih besar, strategi SEO untuk “Roti Mbak Nanik” dapat berkonsentrasi pada frasa “roti manis”, sementara juga mempertimbangkan kata kunci “roti Bogor” untuk meningkatkan pasar lokal. Sementara itu “roti halal” dapat digunakan sebagai pendukung dalam konten yang menyoroti keunggulan dan ketergantungan produk

Analisis Artikel Implementasi SEO

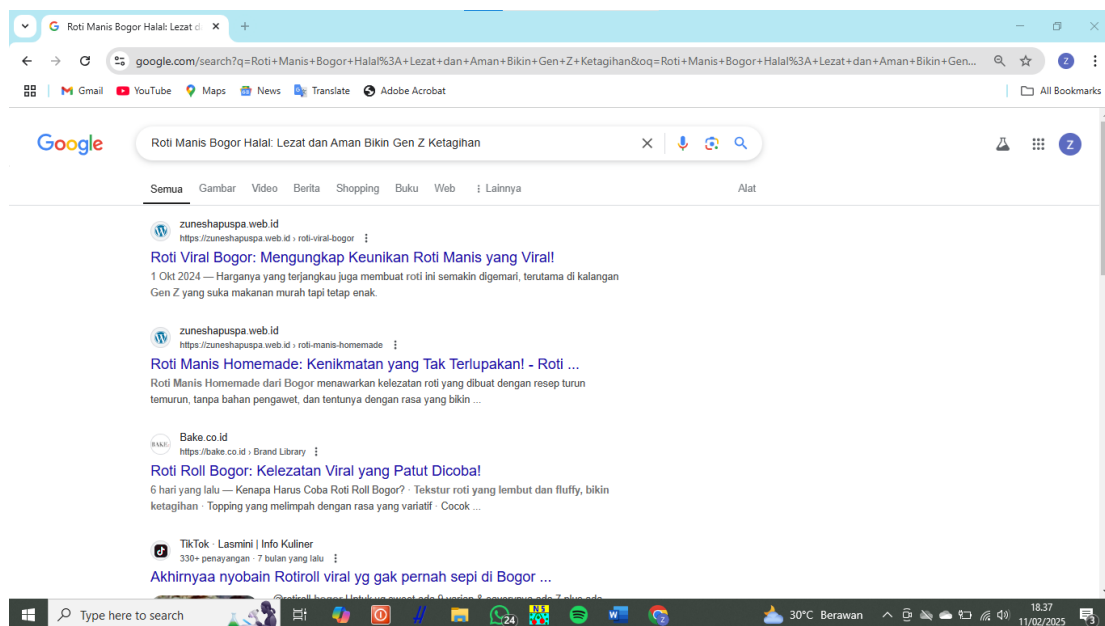
Implementasi SEO dilakukan proses pengolahan data tahapan ini mencakup pembuatan artikel dan penerapan teknik SEO untuk mendukung publikasi yang efektif. Artikel dibuat dengan konten yang berfokus pada kata kunci yang telah diriset sebelumnya, sehingga sesuai dengan kebutuhan publikasi dan dapat menjangkau target pengguna secara tepat. Selanjutnya, kata kunci tersebut akan digunakan untuk menyusun artikel yang masing-masing akan dipublikasikan di dua situs web berbeda. Setiap situs akan menerapkan teknik optimasi SEO yang berbeda untuk memaksimalkan hasilnya (Hasanudin & Nur Widiyasono, 2021).

Ketika membuat artikel yang dioptimalkan dengan teknik SEO, sangat penting untuk meninjau ulang konten yang dihasilkan dengan cermat. Kesalahan dalam penulisan artikel terkadang dapat terjadi, sehingga sulit untuk memastikan semuanya sesuai dengan standar SEO. Namun, dengan bantuan YOAST SEO penulis didukung oleh sistem yang secara otomatis mendeteksi kesalahan dan menyoroti area yang perlu diperbaiki. Alat ini memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi kesalahan secara real-time, memperbaikinya dengan segera, dan meminta sistem memeriksa

ulang konten yang telah direvisi untuk memastikan konten tersebut sesuai dengan praktik SEO yang efektif (Bahri, 2020).

Pengoptimalan mesin pencari seperti SEO menjadi faktor penting dalam meningkatkan visibilitas sebuah artikel. Dalam pembuatan artikel terdapat kriteria SEO dengan indikator *good results* diantaranya yaitu *outbond links*, *image keyphrase*, *images*, *internal links*, *keyphrase in introduction*, *keyphrase density*, *keyphrase in SEO title*, *keyphrase length*, *keyphrase in meta description* *meta description length*, *previously used keyphrase*, *keyphrase in slug*, dan *keyphrase in subheading*. Pembuatan artikel diharapkan adanya peningkatan hasil pencarian. Lampu indikator warna hijau menandakan bahwa elemen SEO pada artikel tersebut sudah terpenuhi, sedangkan jika ada lampu indikator warna merah menandakan elemen SEO pada artikel itu belum terpenuhi atau belum sesuai standar Yoast SEO.

Menurut hasil pencarian gambar, artikel berjudul “Roti Manis Bogor Halal: Lezat dan Aman Bikin Gen Z Ketagihan” tidak berada di peringkat teratas, tetapi artikel lain yang ditautkan dari artikel tersebut berada di peringkat teratas. Terdapat beberapa alasan yang dapat menyebabkan hal tersebut dapat terjadi.



Gambar 2. Hasil Pencarian

Karena sejumlah kriteria SEO dan algoritma pencarian yang mempengaruhi peringkat halaman, artikel berjudul “Roti Manis Bogor Halal: Lezat dan Aman Bikin

Gen Z Ketagihan” tidak muncul di peringkat pertama pencarian Google. Beberapa penyebab utama turunnya peringkat artikel seperti relevansi dan persaingan kata kunci, kualitas dan otoritas halaman, menautkan secara internal dan eksternal, pengoptimalan mesin telusur yang buruk, keterlibatan pengguna, dan algoritma untuk pengindeksan dan pemeringkatan google

KESIMPULAN

Pelaksanaan SEO dalam pemasaran digital Roti Mbak Nanik telah meningkatkan visibilitas dan pengenalan merek produknya melalui mesin pencari. Strategi optimasi kata kunci, pengorganisasian artikel, dan penerapan plugin Yoast SEO telah terbukti membantu dalam proses pengindeksan artikel. Untuk mendapatkan peringkat tinggi di hasil pencarian Google, optimasi tambahan diperlukan, termasuk meningkatkan kualitas konten, memastikan publikasi yang konsisten, dan meningkatkan backlink. Studi ini memberikan wawasan berharga bagi UMKM dalam mengadopsi SEO sebagai pendekatan pemasaran digital yang layak dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Artanto, H., & Nurdiyansyah, F. (2017). Penerapan SEO (*Search engine optimization*) untuk Meningkatkan Penjualan Produk. *Journal of Information Technology and Computer Science*. 2(1): 1-4.
- Bahri, S. (2020). Implementasi Teknik SEO (*Search engine optimization*) pada Artikel untuk Menempati Halaman 1 Pencarian Google. *Jurnal Sintaksis*. 2(2), 41-48.
- Chhabra, S., Mittal, R., & Sarkar, D. (2016). Inducing Factors for *Search Engine Optimization* Techniques: A Comparative Analysis. In *1st India International Conference on Information Processing (IICIP)*. 1-4.
- Hasanudin, H., & Widiyasono, N. (2021). Implementasi Yoast SEO dan Optimasi Keyword untuk Meningkatkan Rank pada *Google Search Engine Result Page* (SERP). *Jurnal Siliwangi Seri Sains dan Teknologi*. 7(2): 58-65.

- Hidayah, N. (2018). Analisis Strategi Digital Marketing dalam Membantu Penjualan Living Space dan Efo Store. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta
- Laksono, R., & Gultom, J. R. (2022). Penggunaan Digital Marketing dan Poin of Sales (POS) System Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Warung Tegal Kharisma Bahari di Jakarta. *Mediastima*. 28(1): 1-10.
- Riyanto, A. D. (2015). Pemanfaatan *Googletrends* dalam Penentuan Kata Kunci Sebuah Produk untuk Meningkatkan Daya Saing Pelaku Bisnis di Dunia Internet. In *Seminar Nasional Informatika (SEMNASIF)*. 1(1): 52-59.