

**IMPLEMENTASI TEKNIK *LOCAL SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*
(*SEO*) MENGGUNAKAN *GOOGLE MY BUSSINESS*
(STUDI KASUS DI TB. JAYA SUKSES)**

M Lutfi MA¹⁾

¹⁾ “Program Studi Teknik Informatika” STMIK BINA PATRIA

Email : lutfi@stmikbipa.co.id¹⁾

ABSTRACT

The development of connectivity and better use of data through the Internet has turned the world into a global village. The innovation of digital service products makes consumers easy to reach through digital marketing. To market a product on the Internet, in addition to creating a creative and content-rich website, another very important thing is to get the website to be at the top of the Search Engine Result Pages (SERPS) of the Search Engines or search engines. SEO tools can be used to increase traffic or traffic to websites so that they can increase the income of an online business. One of the tools from Google that can be used to manage the appearance of a business on Google search pages and Google Maps is Google My Business. This research focuses on implementing Local Search Engine Optimization (SEO) using Google my business and also analyzing the influence of keywords. which positively affects digital marketing. The conclusion of this research is that Google My Business is very effective for local SEO optimization so it is very efficient and economical for funneling or sales funnels in digital marketing.

Keywords: *Google My Business, Local SEO, Search Engine Optimization, Keywords*

ABSTRAK

Perkembangan konektivitas dan penggunaan data yang lebih baik melalui Internet telah mengubah dunia menjadi sebuah desa global. Inovasi produk layanan digital menyebabkan konsumen dengan mudah dijangkau melalui pemasaran digital. Untuk memasarkan suatu produk di Internet, selain membuat situs web yang kreatif dan kaya konten, hal lain yang sangat penting adalah mengusahakan situs web berada di puncak teratas dari Search Engine Result Pages (SERPS) dari Search Engine atau Mesin pencari. Tools SEO dapat digunakan untuk meningkatkan traffic atau lalu lintas kunjungan ke situs web sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari sebuah bisnis on line. Salah satu tools dari Google yang dapat digunakan untuk mengelola tampilan bisnis di halaman pencarian Google serta Google Maps adalah Google My Business. Penelitian ini mempunyai fokus pada implementasi Local Search Engine Optimization (SEO) menggunakan Google my bussiness dan juga menganalisis pengaruh Kata Kunci (keywords) yang secara positif mempengaruhi pemasaran digital. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Google My Business sangat efektif untuk optimasi Local SEO sehingga sangat efisien dan ekonomis untuk funneling atau sales funnel dalam pemasaran digital.

Kata Kunci : *Google My Business, Local SEO, Search Engine Optimization, Keywords*

1. PENDAHULUAN

Di era digital sekarang ini, untuk menjangkau *customer* atau pelanggan melalui internet merupakan prioritas utama bagi para enterprenur atau pebisnis. Lebih dari 70% pelanggan potensial mencari bisnis secara online sebelum membuat keputusan pembelian atau sebelum mengunjungi. Untuk alasan ini, layanan seperti *Google Places*, *Maps* dan *Google My Business* sangat penting untuk bisnis. Data penelitian *Google* mengatakan bahwa pelanggan menyukai cerita dan detail. Oleh

karena itu posting GMB memberikan beberapa informasi lebih banyak kepada orang-orang yang mencari bisnis atau lokasi di *Google*.

Google My Business adalah salah satu *tools* dari *Google* yang dapat digunakan untuk menaikkan ranking halaman pencarian di *Search Engine Google*. *Google My Business* juga dapat dimanfaatkan untuk mengelola tampilan bisnis di pencarian *Google* serta *Google Maps*. Ketika seseorang menuliskan *keyword* bisnis yang dicari, maka *Google* akan menampilkan informasi mengenai bisnis sesuai *keyword* tersebut. Fitur dari *Google My Business* ini memudahkan konsumen menemukan informasi seputar bisnis seperti jam operasional, nama usaha, lokasi usaha, foto lokasi, review konsumen atau pelanggan, email, situs websites serta nomor WA atau telephone perusahaan.

Local SEO sangat penting karena menurut penelitian bahwa sekitar 46 % pengguna *Google* melakukan pencarian untuk menemukan produk dan perusahaan lokal. Pencarian local diatas kemudian akan berlanjut ke pembelian sebanyak 29 %. Local SEO sangat efektif dalam membantu konsumen terdekat menemukan bisnis di tingkat lokal.

TB Jaya Sukses adalah sebuah usaha retail bahan bangunan yang mempunyai pangsa pasar di tingkat lokal. Usaha ini sudah berjalan kurang lebih 15 tahun, dan berusaha untuk meningkatkan penjualan melalui pemasaran on line di tingkat lokal. Penerapan teknik local SEO bertujuan supaya mendapat posisi terbaik halaman pencarian *Google*, sehingga membantu peningkatan promosi, pemasaran dan penjualan. Pengguna Internet di Indonesia masih mengandalkan mesin pencari *Google* sebanyak 96,84 % sedangkan mesin pencari lain menguasai kurang dari 2 % pangsa pasar..

2. KAJIAN LITERATURE

2.1. Search Engine Optimation (SEO)

SEO adalah singkatan dari *search Engine Optimization* yang artinya aktifitas optimisasi mesin pencari untuk meningkatkan *visibilitas* sebuah *website*. Menurut Sullivan (1997:64) yang merupakan programmer *Google* dan dikenal sebagai *Godfather of SEO (Search Engine Land)*, menjelaskan bahwa SEO adalah sebuah teknik yang bisa mengerti cara mencari sebuah informasi dan memastikan bahwa informasi itu cukup terlihat di halaman pencarian yang disediakan mesin pencari yang *free* atau gratis.

Adapun menurut Setiawan (2011: 5) mengatakan bahwa SEO adalah teknik merekayasa agar *search engine* menampilkan *website* pada urutan teratas, untuk hasil pencarian yang kita targetkan. Aktivitas SEO dilakukan oleh para pebisnis dengan tujuan agar informasi bisnis mereka berada di halaman pertama mesin pencari secara alami dengan harapan traffic pengunjung akan semakin ramai dan diharapkan para pengunjung akan membeli jasa atau produk on line tersebut.

2.2. Google My Business

Ada beberapa manfaat yang bisa didapatkan dari *tool* di *Google My Business*

a. Mudah ditemukan

Salah satu manfaat terbesar dari *Google My Business* adalah informasi bisnis kita akan mudah ditemukan oleh pelanggan dan langsung terhubung dengan *Google Maps*. Implementasi SEO juga dimanfaatkan sehingga bisa muncul di halaman pertama pencarian *Google*. Fitur *analytics* juga tersedia untuk menganalisis performa bisnis dan mengatur strategi periklanan yang tepat.

b. Terdapat fitur analisis pelanggan

Google My Business memiliki Fitur *Analytics* yang dapat dimanfaatkan untuk melihat performa suatu bisnis dibandingkan dengan bisnis yang lain, jumlah *customer* yang melakukan pencarian dan menemukan bisnis di halaman Google, serta dapat mengontrol interaksi *customer* dengan pebisnis. Fitur Analitic ini juga akan memberikan informasi mengenai bagaimana tentang bagaimana konsumen menemukan nama dan lokasi bisnis, sehingga menganilis kata kunci pencarian yang lebih tepat sehingga nama dan lokasi bisnis lebih mudah ditemukan oleh *customer*.

c. Berkomunikasi dengan konsumen

Komunikasi merupakan unsur vital dalam bisnis, *Google My Business* mempunyai fitur yang dapat menampilkan ulasan atau *review* konsumen terhadap sebuah produk atau jasa yang kemudian konsumen akan dibaca dan diberi respon untuk *review* yang diberikan konsumen. Selain *Google My Business* juga menyediakan fitur untuk para pebisnis untuk mengunggah foto aktivitas perusahaan dan konsumen juga dapat mengunggah foto hasil *review*. The ROBO Economy telah melakukan riset bahwa sebanyak 45 % konsumen melakukan *review* produk sebelum melakukan pembelian.

2.3. PENELITIAN TERKAIT

Berikut beberapa penelitian terkait dengan *Google My Bussiness* :

2.3.1. Pelatihan Google My Business Dalam Rangka Pemetaan Digital UKM di Desa

Wangunharja, Rolly Maulana Awangga, Dani Leonidas Sumarna, Tamadara Hilman, Muchamad Innal Kariem, Muhammad Wahyu Ardi Ismail, JURNAL MERPATI Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pos Indonesia, <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/merpati>

2.3.2. Pengenalan Google My Business untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada

era E-Commerce & Media Sosial, Prasetyo Dono Saputro, Fahimatul Ulya, Mustaqim, Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan, JPB, Jurnal Penganbdian Bareleng, Volume 2 Nomor 1 Tahun 2020 e-ISSN: 2656-3959

2.3.3. Implementasi Google My Business dalam Promosi Pariwisata Di Kota Kupang

dan Sekitarnya, Gerlan A. Manu, Diana Fallo, Universitas Citra Bangsa, Prop Nusa Tenggara Timur, Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI), Volume (2), No (2), Nopember 2019 e-ISSN: 2321-1467

Dari 3 judul penelitian diatas membahas pelatihan pemanfaatan *Google My Business* untuk kebutuhan pemasaran online. Penelitian tentang *Google My Business* secara spesifik belum banyak dilakukan, oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang implementasi Local SEO menggunakan *Google My Bussines*.

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus (*case study*).

3.2. Tujuan Penelitian

- a. Pembuatan akun *Google my bussiness* dan implementasi *local SEO* untuk mendapatkan peringkat di halaman utama pencarian *Google*
- b. Menganalisis pengaruh Kata Kunci (*keywords*) yang secara positif mempengaruhi pemasaran digital.
- c. Analisis dampak penerapan local SEO

3.3. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan mulai bulan Februari hingga bulan Juni 2021 bertempat di Magelang

3.4. Ruang lingkup dan Obyek Penelitian

Ruang lingkup penelitian yaitu implementasi local SEO menggunakan *Google My Bussiness* sedangkan obyek penelitiannya yaitu TB Jaya Sukses

3.5. Rancangan Kegiatan Penelitian

Kegiatan penelitian dibagi menjadi tahapan sebagai berikut :

- a. **Mengidentifikasi kebutuhan awal** penelitian
- b. **Melakukan analisis SWOT**, analisis kebutuhan dan analisis kelayakan penerapan SEO
- c. **Melakukan aktivitas pendaftaran Akun *Google My Business* dan melengkapi profil *Business*** dengan mengisi semua detail biodata bisnis.
- d. **Melakukan riset keyword** dengan mencari *keyword* yang relevan dan tepat sehingga bisa ditemukan di pencarian lokal.
- e. **Melakukan on-page SEO** dengan cara mengisi *meta tags* dan *schema markup* sehingga mempermudah mesin pencari dalam menemukan konten *website*.
- f. **Membangun link** dengan menambahkan jumlah link dari website lokal ke website kita
- g. **Menambah NAP citations** dengan memperbanyak kutipan informasi bisnis di internet.
- h. **Menganalisis dampak aktivitas diatas terhadap perkembangan bisnis**

3.6. Data Penelitian

Data primer penelitian meliputi biodata bisnis TB. Jaya Sukses sedangkan data sekunder adalah para marketing *on line* di magelang

3.7. Alat dan Bahan Utama Penelitian

Dalam penelitian berupa digunakan alat berupa Laptop dengan spesifikasi intel core i3, Processor 1.00 Ghz, Ram 2 GB, Harddisk 503 Gb sedangkan bahan penelitian berupa *Software* (SO Microsoft Windows 7, MS Office, browser fire fox, chrome)

3.8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu studi pustaka, observasi dan Wawancara.

3.9. Teknik Analisis Data

Analisis yang digunakan adalah menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opurtunity and Thread*), analisis kebutuhan dan analisis kelayakan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL ANALISIS

Pada tahap ini peneliti melakukan beberapa analisis terhadap masalah. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, analisis kebutuhan dan analisis kelayakan.

4.1.1. Analisis SWOT

Berikut ini tabel hasil analisis SWOT terhadap *Google My Business* :

Tabel 1. Analisis SWOT *Google My Bussines*

STRENGTH (kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> - Merupakan produk dari <i>Google</i> sehingga secara otomatis akan masuk dalam index pencarian <i>Google</i> - Terhubung langsung dengan <i>Google Maps</i> - Setiap akun mendapatkan domain website secara gratis dengan domain .sites - dapat dilakukan Implementasi SEO - Dapat terhubung langsung dengan smart phone
WEAKNESS (Kelemahan)	<ul style="list-style-type: none"> - Memerlukan skill khusus dalam menggunakan <i>Google my Bussiness</i> - Tampilan situs bawaan yang kurang lengkap dan kurang menarik - Terhubung langsung dengan <i>Google ads</i> yang berbayar
OPPORTUNITY (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> - Peluang untuk pemasaran, periklanan sangat tinggi dengan biaya yang rendah - Peluang untuk mengikuti perkembangan teknologi digital
THREADS (Ancaman)	<ul style="list-style-type: none"> - Menghadapi persaingan yang ketat, - Hak patent photo atau video akan menimbulkan masalah

4.1.2. Analisis Kebutuhan

Kesimpulan peneliti dari analisis SWOT diatas adalah bahwa pemasaran *on line* bisa dilakukan tanpa batasan waktu baik melalui iklan maupun interaksi dengan konsumen. Oleh karena itu dibutuhkan sebuah **tools untuk mengelola tampilan bisnis di halaman pencarian *Google* serta *Google Maps***. Mekanismenya adalah ketika kita memasukkan *keyword* bisnis yang ingin kita cari, maka *Google* akan menampilkan informasi mengenai bisnis tersebut. Interaksi dengan konsumen maupun dengan calon konsumen diharapkan bisa lebih cepat dan tidak dibatasi oleh jam kerja operator.

4.1.3. Analisis Kelayakan

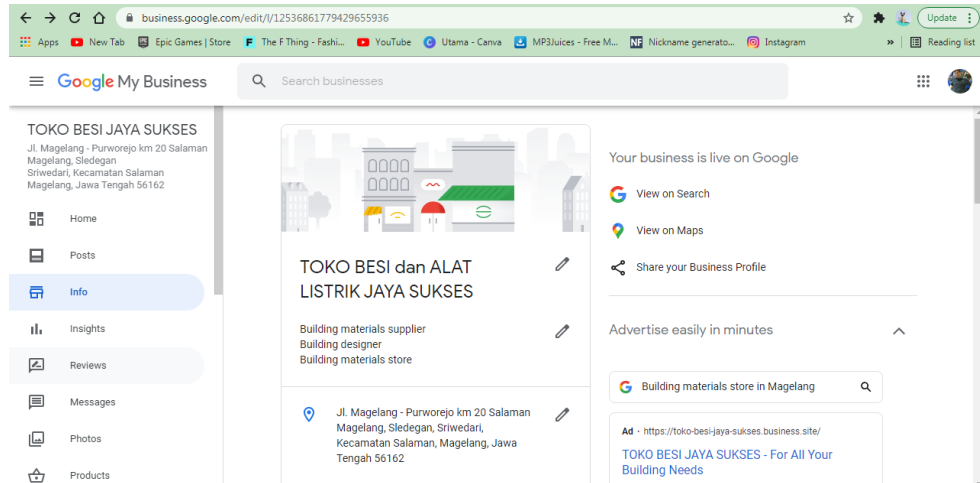
Analisis kelayakan adalah analisis dari sistem yang akan diimplementasikan mempunyai kelayakan dari segi teknis dan bisnis. Aplikasi Local SEO dengan *Google My Business* sangat layak diimplementasikan karena tools ini mudah digunakan, tidak mempunyai resiko secara hukum, biaya operasi rendah dan tidak berbayar (*free*).

4.2. PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI

Ada beberapa langkah dalam perancangan dan implementasi dari *Google my bussiness* :

4.2.1. Mendaftar Akun dan melengkapi profil *Google My Business*

Tahap pertama adalah dengan mendaftar akun di *Google mybusiness* dengan mengisi semua detail biodata bisnis di *Google Bisnisku*.

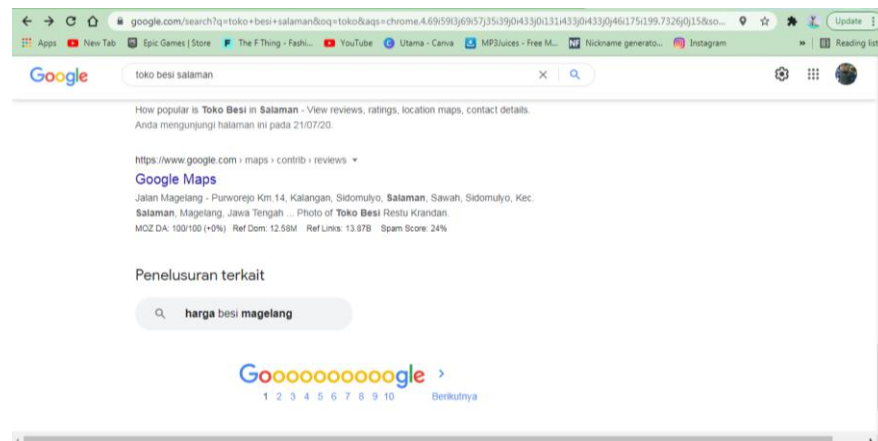


Gambar 1. Tampilan setting *Google My Business*

4.2.2. Melakukan riset keyword

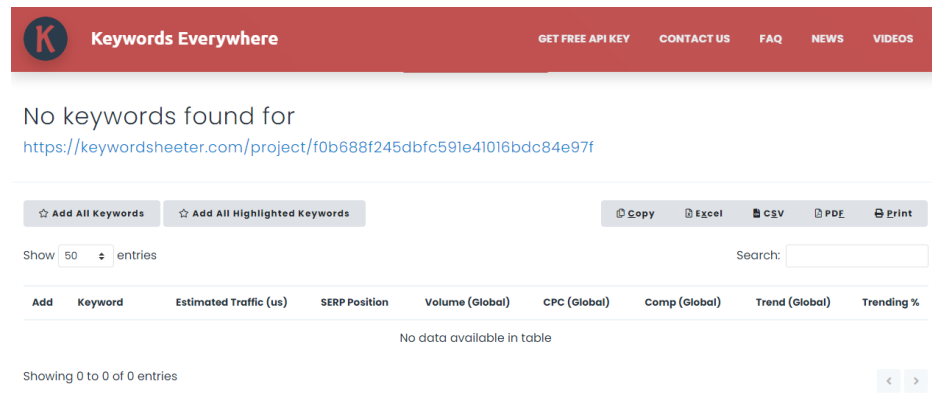
Riset dilakukan dengan cari keyword yang bisa membuat bisnis relevan di pencarian lokal. Adapun langkah langkahnya sebagai berikut :

a. Riset dilakukan dengan menggunakan pencarian di *Google*

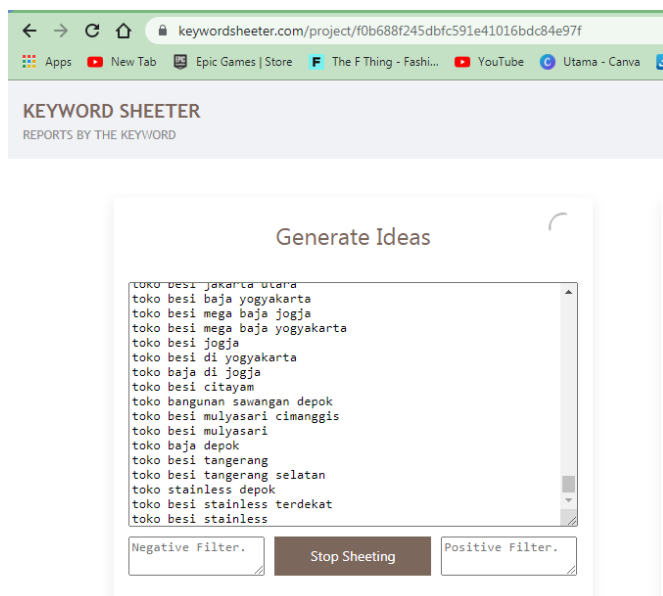


Gambar 2. Hasil penelusuran keywords di *Google*

b. Riset dilakukan dengan menggunakan *keyword shitter* dan *keywords everywhere*

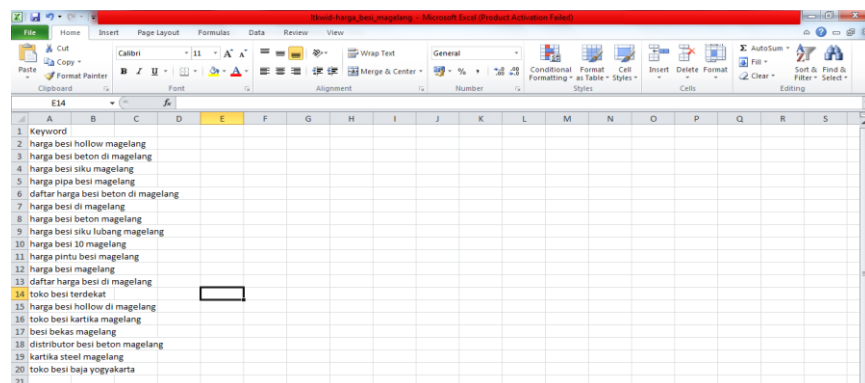


Gambar 3. Tampilan keyword sheeter



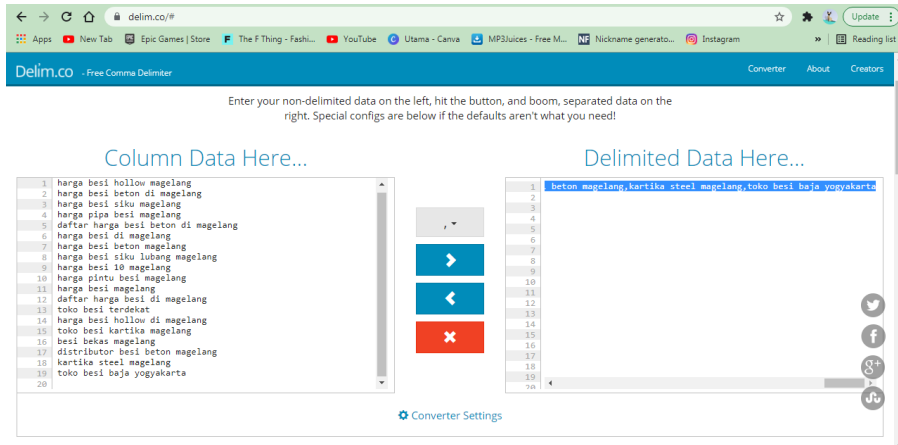
Gambar 4. Hasil penelusuran keywords di keyword sheeter

c. Keyword disimpan dalam excel



Gambar 5. Hasil penelusuran keywords yang disimpan dalam excel

d. Keyword diolah menggunakan *software comma sparator*

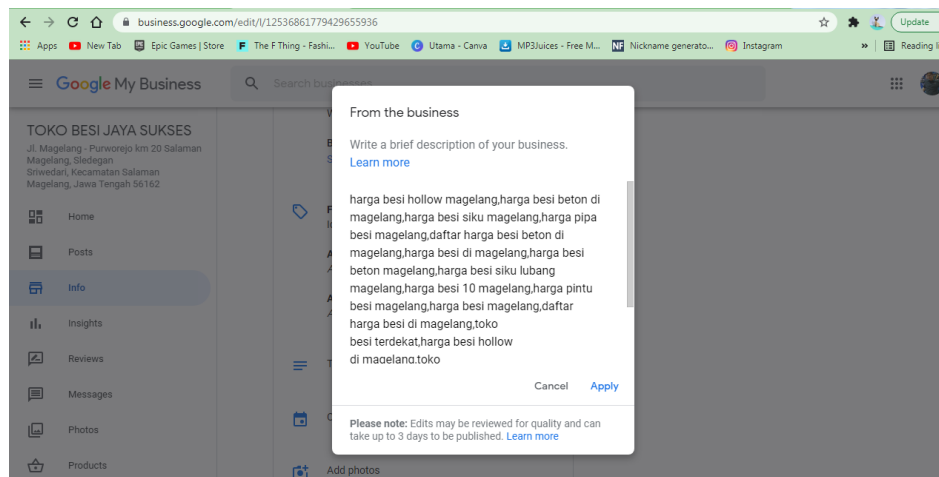


Gambar 6. Hasil penelusuran keywords yang diolah dengan comma sparator

4.2.3. Melakukan *on-page SEO*

Tahapan ini dilakukan untuk mempermudah mesin pencari dalam menemukan konten website dengan cara mengisi *meta tags* dan *schema markup*.

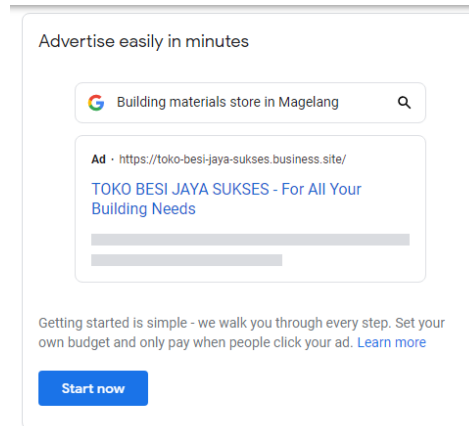
Hasil dari penelusuran *keyword* kemudian dimasukkan dalam diskripsi di *Google My bussiness*.



Gambar 7. Keyword yang dimasukkan meta tags di Google My Business

4.2.4. Membangun link

Tahapan ini dilakukan dengan menambahkan link dari website ke *Google Bisnisku*.



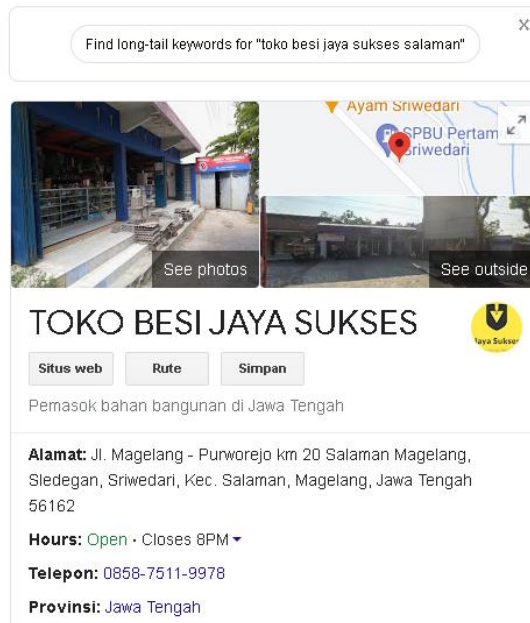
Gambar 8. *Link web site Toko Besi Jaya Sukses yang ada di Google my Bussiness*



Gambar 9. *Tampilan sebagian website Toko Besi Jaya Sukses*

4.2.5. Menambah NAP citations

Faktor utama yang menentukan peringkat SEO secara lokal adalah konsistensi NAP. Kepanjangan dari NAP adalah *Name, Address, Telephone* atau Nama, Alamat dan Nomor Telefon. NAP sangat mempengaruhi peringkat yang ditampilkan dalam Search Engine *Google* karena orang sering menyebut kemunculan data NAP di seluruh Web sebagai kutipan.

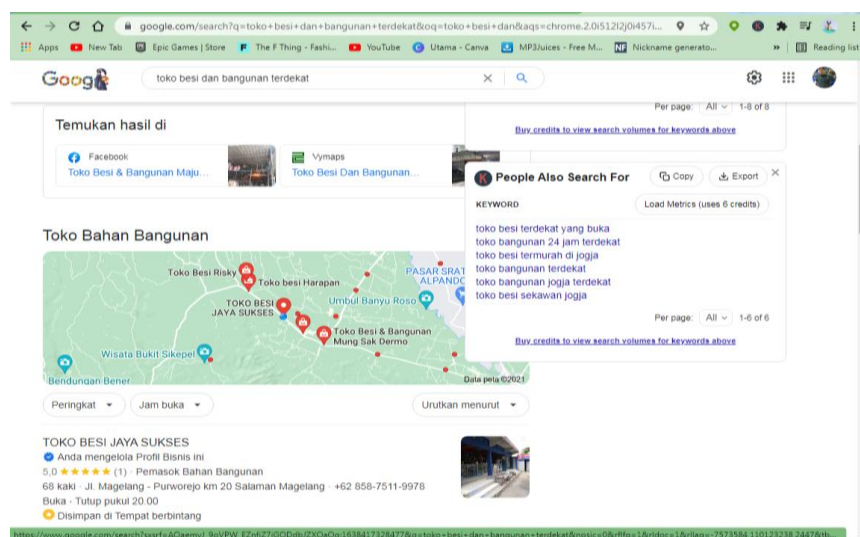


Gambar 10. Hasil NAP pada pencarian di Google.

4.3. PEMBAHASAN

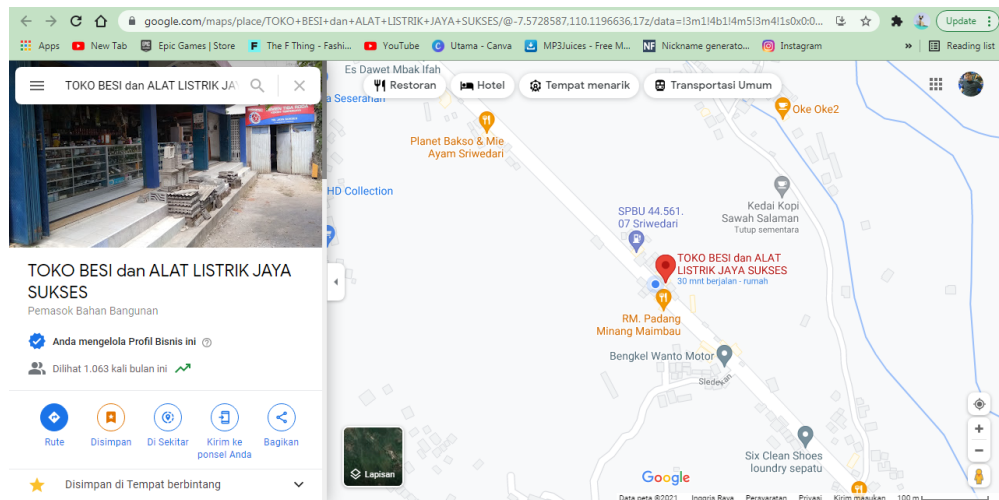
4.3.1. Hasil penelusuran kata kunci

Penerapan teknik SEO bertujuan supaya mendapat posisi terbaik di *Google*, salah satunya dengan meletakkan kata kunci pada *meta tag* di *Google My Business*. Menentukan kata kunci adalah ibarat peluru bagi sebuah senapan, sehingga menggunakan unsur kata kunci terkait akan lebih mudah terindeks oleh mesin pencari *Google*. Hal ini akan membuat toko online sukses menyampaikan pesan dan pengaruh ke konsumen serta pangsa pasar yang ditargetkan.



Gambar 11. Hasil penelusuran dengan menggunakan kata kunci toko besi dan bahan bangunan terdekat

Gambar diatas adalah hasil penelusuran dengan menggunakan kata kunci toko besi dan bahan bangunan terdekat dan hasilnya Toko Besi Jaya Sukses menempati urutan pertama di mesin pencarian. Setiawan (2011:5) seorang pakar SEO yang mengatakan bahwa teknik SEO adalah teknik merekayasa agar *search engine* menampilkan *website* kita pada urutan teratas, untuk hasil pencarian yang kita targetkan. Tahapan “membangun rumah SEO” ini adalah tahapan membangun fondasi dan rantai SEO terdiri dari riset kata kunci atau *keyword*.

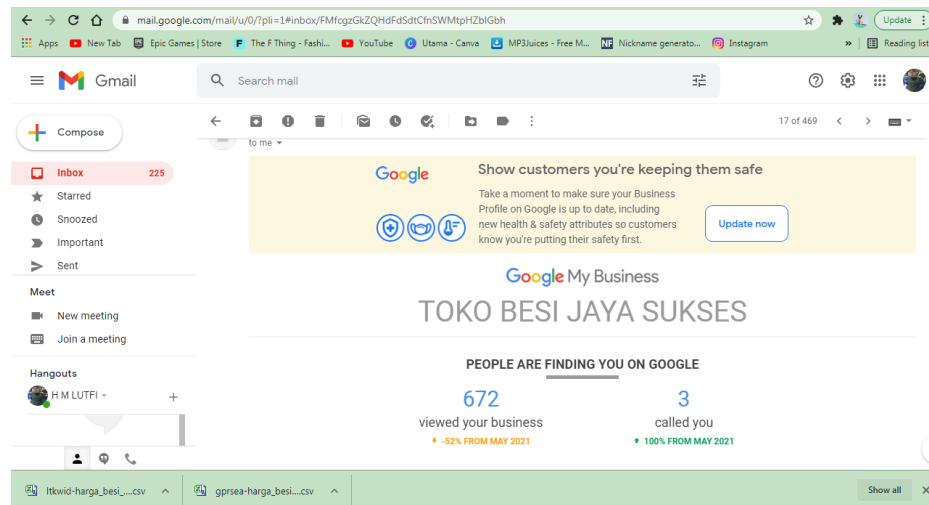


Gambar 12. Hasil penelusuran dengan menggunakan Google map.

Gambar diatas adalah gambar hasil penelusuran dengan menggunakan *Google map* dengan kata kunci Toko Besi Jaya Sukses. *Google Maps* adalah layanan *Mapping on line* yang disediakan oleh *Google* dan dapat di akses melalui situs <http://Maps.Google.com>. Dengan situs ini kita bisa mendapatkan informasi di seluruh permukaan bumi dengan sangat akurat, selain itu layanan ini juga sangat interaktif karena peta dapat digeser, zoom dan dapat mengubah tampilan peta.

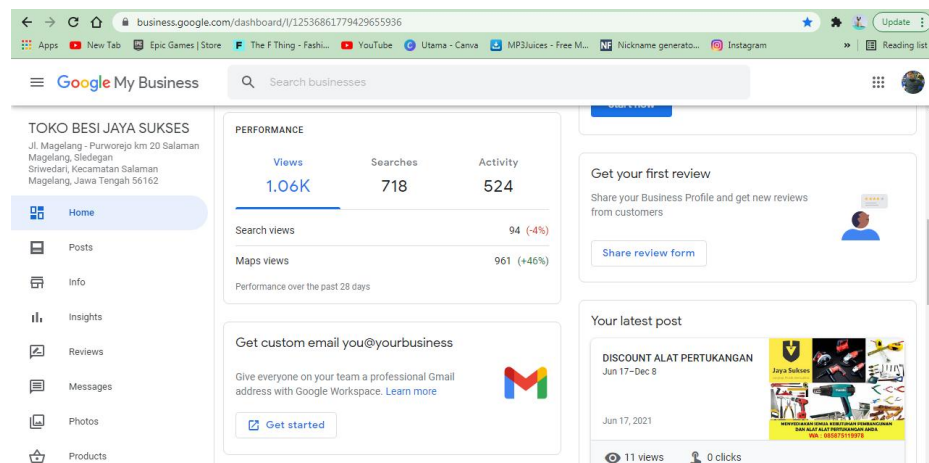
4.3.2. Menganalisis dampak aktivitas *Google My Business* terhadap perkembangan bisnis

Toko Besi Jaya Sukses adalah sebuah usaha di bidang retail bahan dan material bangunan yang mempunyai pangsa pasar tingkat lokal, yaitu di 3 kecamatan yang ada di sekitar kecamatan Salaman, yaitu Tempuran dan Borobudur. Selama ini kegiatan pemasaran hanya dilakukan secara manual atau dari mulut ke mulut, setelah dilakukan pembuatan akun *Google my Bussiness* dan optimasinya maka Toko Besi Jaya Sukses semakin dikenal oleh pangsa pasar lokal melalui internet.



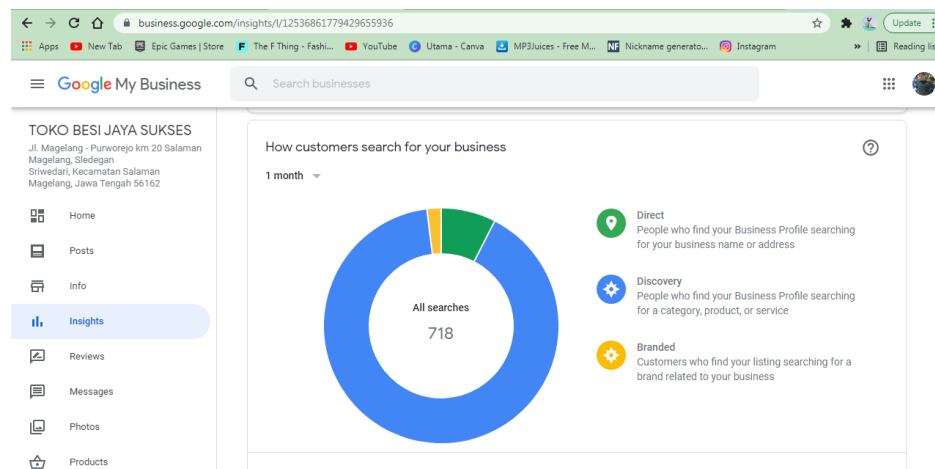
Gambar 13. Hasil pencarian Toko Besi Jaya Sukses di Google

Pada gambar di bawah ini terlihat bahwa dalam 28 hari kebelakang terdapat 1060 pengunjung, 718 yang mencari di *Google* dan ada 524 yang memberikan tanggapan pada aktivitas bisnis.



Gambar 14. Performance Toko Besi Jaya Sukses di Google My Bussiness

Melalui *Google My Bussiness* juga dapat di monitor pengunjung yang datang ke situs web, pengunjung yang mencari lewat *Google Map* maupun pengunjung yang mencari lewat mesin pencari *Google*. Dibawah ini adalah grafik performance pencarian per bulan. Mayoritas pengunjung mencari product yang dijual atau sebanyak 718 atau sekitar 86.6 % sedangkan untuk NAP 10,2 % serta untuk pengunjung yang mencari barang branded sebanyak 3.2 %



Gambar 15. Grafik hasil pencarian Toko Besi Jaya Sukses di Google My Bussiness pada satu bulan

Google my Bussiness adalah sebuah tools untuk *funneling* atau *sales funnel* yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menarik calon konsumen yang kemudian di masukkan dalam sebuah kolam pemasaran. Kategori pengunjung *websites* dan pencarian di *Google* adalah kategori “*cold market*” yang kemudian bisa dinaikkan menjadi kategori “*warm market*”.

Hal terpenting dalam bisnis adalah konversi, yaitu berapa jumlah pengunjung situs maupun pencarian di *Google* yang kemudian membeli produk. Akan tetapi karena keterbatasan waktu penelitian maka dalam penelitian ini tidak dibahas atau di analisis perihal proses konversi pengunjung dari *cold market*, *warm market* kemudian terjadi konversi pembelian produk atau *buying*.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Optimasi *Google My Business* sangat efektif untuk peningkatan Local SEO sehingga Toko On line akan semakin dikenal oleh pangsa pasar lokal melalui internet. Optimasi dilakukan melalui riset dan implementasi kata kunci dalam *meta tags* di *Google My Business*. *Google my Bussiness* adalah sebuah tools yang sangat efektif, efisien dan ekonomis untuk *funneling* atau *sales funnel*.

Daftar Pustaka

- D. M. Patil, K. M. (2015). A study on Search engine and Search Engine Optimization. *International Journal of Advance Research in Computer Science and Management Studies*, Vol. 3,, Issue 6.
- Gerlan A. Manu, D. F. (2019). IMPLEMENTASI *GOOGLE MY BUSINESS* (GMB) DALAM PROMOSI PARIWISATA DI KOTA KUPANG DAN SEKITARNYA. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JUKANTI)*, Volume (2), No (2), Nopember 2019 e-ISSN: 2321-1467, 15.
- M. Bansal, D. S. (2015). Improving Webpage Visibility in Search Engines by Enhancing Keyword Density Using Improved On-Page Optimization Technique. *International Journal of Computer Science and Information Technologies*, Vol. 6, Issue 6,.

- Prasetyo Dono Saputro, F. U. (2020). Pengenalan *Google My Business* untuk Pemanfaatan Digital Marketing pada Era E-commerce & Media Sosial,. Jurnal Pengabdian Barelang, Volume 2 Nomor 1, 6.
- Rolly Maulana Awangga, D. L. (2020). PELATIHAN *GOOGLE MY BUSINESS* DALAM RANGKA PEMETAAN DIGITAL UKM DI DESA WANGUNHARJA. JURNAL MERPATI Media Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pos Indonesia, 10.
- Setiawan, A. (2011). Cara Mudah Banjir Order Melalui Internet Marketing. (p. 10). Malang: Madz.
- S. Gupta, N. A. (2016). A Review on Search Engine Optimization: Basics. International Journal of Hybrid Information Technology, Vol. 9, Issue 5.
- Samrat, K. (2011). Concept of Search Engine Optimization in Web Search Engine. International Journal of Advanced Engineering Research and Studies, Vol. 1, Issue 1.
- Terrance, A. R. (2017). Search Engine Optimization – A critical element in Digital Marketing. National Seminar Proceedings of a paradigm shift towards Empowerment of Women.