

Analisis *Website* UNMAHA Menggunakan *Google Analytics* dan *SEOquake*

Adi Mahendra¹⁾, Siti Sauda^{*2)}

^{1,2}Program Studi Teknik Informatika, Universitas Bina Darma Palembang,
Jalan Raya Jenderal Ahmad Yani No.3, 9/10 Ulu, Palembang, Sumatera Selatan 30111
e-mail: *adimahndra18@gmail.com, sauda.ubd@gmail.com

Abstrak

Kampus UNMAHA terdapat *Website* yang beralamat unmaha.ac.id sebagai media informasi, *Website* tersebut masih terbilang baru. Maka dari itu diperlukan Analisis situs *Web* UNMAHA yang memiliki tujuan Melakukan Analisis *Website* UNMAHA dengan *Tools Google Analytics* dan *SEOquake*, dan Untuk mengetahui perbandingan antara kinerja dari *Tools Google Analytics* dan *SEOquake* pada *Website* UNMAHA. Langkah pertama dilakukan dengan menganalisis situs *Web* unmaha.ac.id dengan beberapa *Tools* diantaranya adalah *Google Analytics* dan *SEOquake* kemudian melakukan langkah kedua yaitu Riset Kata Kunci, Riset kompetitor, Internal SEO, Eksternal SEO, dan Optimasi Page Speed *Website*. Hasil Analisis dari perbandingan kinerja *Google Analytics* dan *SEOquake* Pada *Website* Universitas Mahakarya Asia.

Kata kunci— *Google Analytics*, *SEOquake*, *Website*

Abstract

The UNMAHA campus has a website with the address unmaha.ac.id as a medium of information, the website is still relatively new. Therefore it is necessary to analyze the UNMAHA Website which has the aim of conducting a UNMAHA Site Analysis with Google Analytics and SEOquake Tools, and to find out the comparison between the performance of the Google Analytics and SEOquake Tools on the UNMAHA Website. The first step is to analyze the unmaha.ac.id website with several tools including Google Analytics and SEOquake then carry out the second step, namely Keyword Research, Competitor Research, Internal SEO, External SEO, and Website Page Speed Optimization. The results of the analysis of the comparison of the performance of Google Analytics and SEOquake on the Mahakarya Asia University Website.

Keywords— *Google Analytics*, *SEOquake*, *Website*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi kini senantiasa mengalami peningkatan pesat pada pemanfaatannya yang semakin beragam menyesuaikan dengan kegiatan manusia yang modern dan canggih. Salah satu aspek yang menjadi sorotan utama saat ini adalah penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai Media Informasi dan Promosi menggunakan *Website*. *Website* merupakan sebuah Media Informasi yang ada di *Internet*. *Website* tidak hanya dapat digunakan untuk penyebaran Informasi saja melainkan bisa digunakan untuk membuat toko *online*. *Website* adalah kumpulan dari halaman-halaman *situs*, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di *Internet*. Sebuah halaman *web* adalah Dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *Server Website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *Web Browser* [1], *Situs web* adalah kumpulan

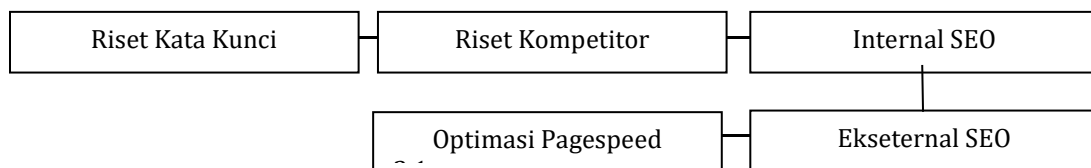
halaman yang memberikan Informasi Data berupa Teks Gambar, Suara, Video, atau kombinasi dari berbagai macam data lain Situs *web* sendiri adalah Media Penyampaian Informasi dengan jangkauan yang luas yang bisa diakses oleh seluruh pengguna *Internet* [2].

Situs akan tampil di kolom pencarian pada mesin pencari memerlukan teknik tertentu. Teknik ini disebut SEO (*Search Engine Optimization*). Dengan teknik ini maka akan memungkinkan sebuah situs mendapat Trafik menjadi naik seiring berjalannya waktu. Setiap mesin pencari mempunyai algoritma yang dapat mengcrawl isi situs secara menyeluruh sebagai pertimbangan untuk ditampilkan di peringkat teratas. Implementasi SEO dalam meningkatkan Trafik Pengunjung *Website* membutuhkan analisis situs terlebih dahulu. Tujuan analisis ini adalah Melakukan Analisis *Website* UNMAHA dengan *Tools Google Analytics* dan *SEOQuake* dan mengetahui perbandingan antara kinerja dari *Tools Google Analytics* dan *SEOQuake* pada *Website* UNMAHA. Penerapan SEO dibuktikan dengan adanya penelitian-penelitian tentang analisis situs menggunakan metode SEO dan Penerapan metode SEO untuk meningkatkan trafik pada website UNMAHA. Situs *Website* UNMAHA dengan nama *Domain* *www.unamaha.ac.id* di rancang dengan *Optimization platform Content Management System (CMS) Wordpress*. Hingga saat ini (sebelum tugas Skripsi dibuat) masih jarang dikunjungi secara organik. Hasil dari analisis *Tools Google Analytics* dan *SEOQuake*, kunjungan situs masih terlalu sedikit. Artikel SEO dalam *Website* tersebut juga masih kurang. Pengunjung situs selama ini hanya dihasilkan oleh layanan iklan dari Google.

Dengan adanya Analisis menggunakan *Tools Google Analytics* dan *SEOQuake*, diharapkan situs website *www.unmaha.ac.id* bisa mendapatkan pengunjung jauh lebih banyak. Jika SEO pada kasus ini berhasil diterapkan, maka secara otomatis akan membuat *Website* banyak dikunjungi Sehingga Trafik akan menjadi naik dan mekanisme pemasaran dan sarana Informasi Universitas Mahakarya Asia akan jauh lebih baik.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Survei Evaluasi. Metode survei evaluasi menurut Fatoni (2006) adalah survei untuk mengevaluasi pelaksanaan suatu program. (Hariaji et al., 2021) Tahapan metodologi dalam penelitian ini dijelaskan seperti bagan dibawah ini:



Gambar 6.1. Tampilan Tahapan Metodologi dalam Penelitian

2.1. Riset Kata Kunci (*keyword research*)

Merupakan kegiatan untuk mencari dan menganalisa kata kunci yang akan menjadi target untuk penerapan SEO di *Website*. Dalam *Riset* kata kunci ada dua faktor yang perlu di perhatikan. Faktor tersebut antara lain mencari kata kunci yang relevan terhadap isi *Website* dan memilih kata kunci berdasarkan analisa volume serta kompetisi/persaingan

2.2. Riset Kompetitor

Riset Kompetitor dilakukan untuk mengetahui karakteristik *Website Kompetitor*. Hal ini penting dilakukan agar peneliti bisa mengetahui cara yang kompetitor lakukan.

2.3. Melakukan Internal SEO (*one page SEO*)

SEO *On Page* adalah Praktik Optimasi SEO yang dilakukan pada konten yang diterbitkan. Langkah optimasi on page SEO fokus pada faktor-faktor yang ada dalam konten. Secara sederhana, on page SEO dapat diartikan sebagai langkah optimasi meningkatkan kualitas konten agar mudah dibaca dan dipahami pembaca *Website* atau blog.

2.4. Melakukan Eksternal SEO

SEO *Off-Page* merupakan langkah optimasi SEO yang banyak dilakukan dari luar konten situs. Jika SEO *On Page* hanya pada faktor internal website, maka SEO *Off Page* dari faktor *Eksternal*. Faktor external yang dimaksud disini adalah dari inbound link/backlink hingga share di media sosial.

2.5. Optimasi Page Speed Website

Kecepatan kinerja *website* adalah hal yang juga penting untuk dioptimasi. Website yang memiliki waktu loading lama akan membuat pengunjung jenuh terlalu lama menunggu hingga akhirnya memilih kembali kehasil pencarian google. Hal ini tidak baik untuk reputasi website. Langkah yang harus dilakukan untuk mengoptimasi kinerja website antara lain dengan mengurangi Plugin yang tidak perlu.

Peneliti harus pintar-pintar dalam memilih *Plugin* yang akan di gunakan. Bukan karena gratis dan langsung digunakan, namun menyesuaikan juga dengan kebutuhan yang efektif dan efisien.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil implementasi dari setiap tahap metodologi penelitian diatas:

3.1. Riset Kata Kunci (keyword research)

keyword research merupakan kegiatan untuk mencari dan menganalisa kata kunci yang akan menjadi target untuk penerapan SEO di website. Dalam riset kata kunci penulis telah memilih kata kunci berdasarkan analisa volume berikut ini Tabel 1 Riset Kata Kunci.

Tabel 1. Riset Kata Kunci

No	Kata Kunci Terpilih	Hasil Penelusuran
1	kampus pencetak sarjana kewirausahaan	0,36
2	Kuliah D3 Jurusan Teknik Informatika	0,47
3	Diploma Manajemen Informatika	0,40
4	Kuliah sarjana akuntansi	0,45
5	kuliah sarjana teknik industri	0,42

Dari hasil tabel Riset Kata Kunci di atas, dapat disimpulkan bahwa situs web unmaha.ac.id memiliki hasil penelusuran di Google paling tinggi 51.000 hasil (0,47 detik) adalah kata kunci Kuliah D3 Jurusan Teknik Informatika dan situs web unmaha.ac.id memiliki hasil penelusuran di Google yang terendah 31.500 hasil (0,36 detik) berada pada kata kunci Kampus pencetak sarjana kewirausahaan dengan kata kunci adalah Kampus pencetak sarjana kewirausahaan.

3.2. Riset Kompetitor

Riset kompetitor dilakukan untuk mengetahui karakteristik website kompetitor. Hal ini penting dilakukan agar peneliti bisa mengetahui cara yang kompetitor maka dari itu penulis

membuat daftar nama website pesaing dalam beberapa kampus berikut ini adalah Tabel 2 Riset Kompetitor

Tabel 2. Riset Kompetitor

Domain	GI	YI	BI	AR	IL	EL
www.unmaha.ac.id	600	n/a	12	489	71	19
www.unnes.ac.id	429	n/a	74,5	330	49	42
www.polsri.ac.id	255	n/a	40	277	162	102
www.ugm.ac.id	241	n/a	59	124	44	25
www.itera.ac.id	153	n/a	56	22	48	43
www.radenfatah.ac.id	160	n/a	60	119	91	105

Keterangan:

Domain = Alamat website GI = Google Index YI = Yahoo! Index

BI = Bing Index AR = Alexa Rank IL = Internal Link EL = Eksternal Link

Berdasarkan hasil pada tabel Riset Kompetitor dapat disimpulkan bahwa situs web [unmaha.ac.id](http://www.unmaha.ac.id) memiliki pengunjung yang paling tinggi di Google Index dengan jumlah pengunjung sebanyak 600, Sedangkan pengunjung terendah di Google Index dengan nama domain www.radenfatah.ac.id berjumlah 160 pengunjung dan pengunjung yang paling tinggi di Bing Index dengan nama domain www.unnes.ac.id berjumlah 745 pengunjung serta pengunjung terendah di Bing Index dengan nama domain www.unmaha.ac.id berjumlah 12 pengunjung.

pengunjung yang paling tinggi di Alexa Rank dengan nama domain www.unmaha.ac.id berjumlah 489 pengunjung, serta pengunjung terendah di Alexa Rank dengan nama domain www.itera.ac.id berjumlah 22 pengunjung. *Tools* ini digunakan untuk mengukur seberapa banyak pengunjung situs website dengan menampilkan halaman yang diakses oleh pengguna. *Tools* ini memiliki faktor yang sangat penting sehingga disarankan dalam pengguna mengukur popularitas link suatu situs *website*.

3.3. Melakukan Internal SEO

Dalam penelitian dibagian Internal SEO (One Page SEO) penulis hanya bisa memberikan saran atau rekomendasi Judul Artikel yang sesuai untuk di pasang di website UNMAHA. secara sederhana One Page SEO dapat diartikan sebagai langkah untuk mengoptimalkan dan meningkatkan kualitas konten agar mudah dibaca dan dipahami pengguna website. Berikut ini adalah rekomendasi Judul Artikel yang sesuai untuk di pasang di website UNMAHA

Tabel 3. Rekomendasi Internal SEO

No	Judul Artikel	Jumlah Kata
1	Kuliah DIII cepat dapat kerja	1000
2	Kuliah perhotelan terbaik cepat kerja setelah lulus	1000
3	Kuliah DIII dengan biaya terjangkau simak yuk?	500
4	Mau kuliah cepat dapat kerja yuk bergabung	1000
5	Kampus IT di Baturaja	1000
6	Kampus pencetak pengusaha terbaik	1000
7	Kenapa memilih kampus UNMAHA	1000
8	Lulusan UNMAHA cepat dapat kerja yuk gabung	1000
9	Mau kuliah jurusan Sains Informasi Geografi yuk gabung bersama kami?	1000
10	Biaya kuliah terjangkau kualitas terbaik	1000

3.4. Melakukan Eksternal SEO

SEO Off Page merupakan langkah optimasi SEO yang akan dilakukan diluar konten situs. Pada kesempatan kali ini penulis melakukan uji perbandingan dari tools Google Analytics dengan tools SEOQuake. Penulis akan melakukan share link www.unmaha.ac.id pada Media Sosial Facebook, Instagram, Tiktok dan Whatsapp.

3.5. Optimasi Page Speed Website

Kecepatan suatu website dalam menampilkan informasi sangat penting untuk diperhatikan. Namun pada kesempatan kali ini penulis hanya sekedar memberikan rekomendasi untuk test performa website menggunakan PageSpeed Insights untuk mengukur kecepatan website Universitas Mahakarya Asia. Kecepatan website ditentukan dari beberapa faktor, antara lain dari Server / Hosting yang digunakan, banyaknya komponen CSS yang digunakan, dan dari banyaknya gambar yang dimuat di website tersebut.

3.6. Pengukuran Tahap Akhir

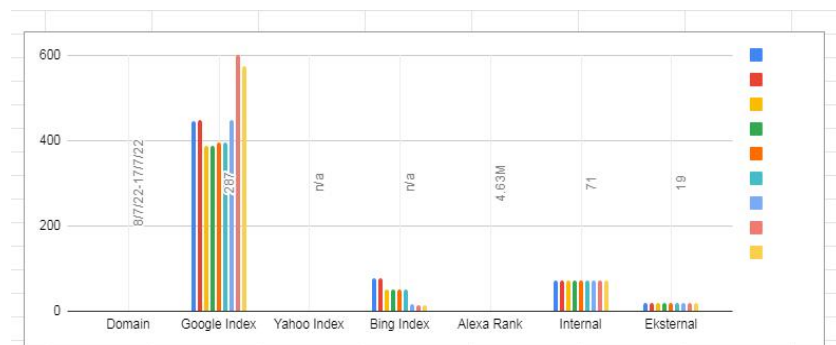
3.6.1. SEOQuake

SeoQuake adalah *toolbar* yang menyediakan info Pagerank, Index, Share Social Media, Alexa Rank, Internal Link, Eksternal Link dan lain-lain pada suatu situs, *Toolbar/Addons* ini dapat mempermudah anda untuk menentukan/memilih situs yang baik atau yang layak untuk ditambahkan backlink, selain itu tools ini bisa mendiagnosis suatu situs. keunggulan dari *SEOQuake*, yg biasanya tool pagerank dan alexa rank tool nya terpisah, berbeda dengan *SEOQuake* yang memiliki tool alexa rank dan pagerank. Untuk mengetahui pagerank dan alexa rank, silahkan buka search engine lalu tulis keyword atau situs yang ingin anda cek, bisa juga langsung masuk ke halaman yang ingin di cek, kemudian lihat di toolbar *SEOQuake*.

Dalam menganalisis *website* www.unmaha.ac.id menggunakan Tools *SEOQuake* terdapat hasil laporan pengunjung hanya 287 sebelum diterapkan metode ini namun setelah diterapkan dengan menganalisis situs web www.unmaha.ac.id dengan beberapa tools diantaranya adalah *Google Analytics* dan *SEOQuake* kemudian melakukan langkah kedua yaitu Riset Kata Kunci, Riset kompetitor, Internal SEO, Eksternal SEO pengunjung *website* semakin bertambah menjadi 600 proses *upload link website* www.unmaha.ac.id di Media Sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Tik Tok, pada tanggal 18 s/d 29 Juli 2022, kemudian penulis tidak *share link website* www.unmaha.ac.id pada tanggal 29 s/d 30 juli 2022 dan hasilnya menjadi 574 berikut ini adalah Grafik 1 hasil analisis menggunakan Tools *SEOQuake*

3.6.2. Gambar Grafik hasil analisis menggunakan Tools SEOQuake

Grafik 1. Hasil Analisis website www.unmaha.ac.id menggunakan Tools *SEOQuake*



Dari hasil Grafik 1. Hasil Analisis website www.unmaha.ac.id menggunakan Tools *SEOQuake* disimpulkan bahwa Jumlah pengunjung yang tinggi pada tanggal 28/07/2022

berjumlah 600 melalui Google Index. Serta Jumlah terendah pada tanggal 8-17/07/2022 berjumlah 287 melalui Google Index.

Tabel 1. Nama Domain dan hasil pengunjung setiap harinya

Tanggal	Nama Domain					
	Googe Index	Yahoo Index	Bing Index	Alexa Rank	Internal	Eksternal
8-17/7/2022	287	n/a	n/a	4,63M	71	19
18-21/7/2022	446	n/a	76	4.93M	71	19
22/07/2022	447	n/a	76	4,92M	71	19
23/07/2022	387	n/a	51	4,91M	71	19
24/07/2022	387	n/a	51	4,91M	71	19
25/07/2022	394	n/a	51	4,91M	71	19
26/07/2022	396	n/a	51	4,91M	71	19
27/07/2022	448	n/a	17	4,90M	71	19
28/07/2022	600	n/a	12	4,89M	71	19
29/07/2022	574	n/a	12	4,88M	71	19
30/07/2022	396	n/a	12	4,88M	71	19

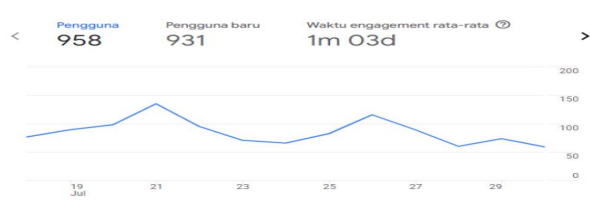
Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat di simpulkan bahwa situs web unmaha.ac.id melalui analisis menggunakan Tools SEOquake memiliki jumlah pengunjung yang tinggi pada tanggal 28/07/2022 dengan nama domain GI: 600, YI: n/a, BI: 12, AR: 4,89M, IL: 71 dan EL:19 serta memiliki jumlah pengunjung terendah pada tanggal 8-17/07/2022 dengan nama domain GI: 287, YI: n/a, BI: n/a, AR: 4,63M, IL: 71 dan EL:19. laporan dari nama domain dan Keyword Density peneliti melakukan proses *upload link website* unmaha.ac.id pada tanggal 18 s/d 29 Juli 2022 sedangkan pada tanggal 30 juli 2022 penulis tidak *share link website* unmaha.ac.id dan hasilnya turunnya pengunjung, maka dari itu sangat perlu sekali setiap harinya *share* atau mempublis informasi kampus Universitas Mahakarya Asia agar Trafik nya tetap stabil,

3.6.3. Google Analytics

Google Analytics merupakan Tools yang bisa kita manfaatkan hanya dengan perintah yang sederhana tetapi tentu saja data-data yang disajikan sangat relevan dengan kebutuhan pengguna, tergantung dari model bisnisnya. Pelanggan yang potensial dapat dilihat lewat laporan pengunjung dan konten yang sering dibaca atau isi yang populer. Sehingga goal pada website seperti mempunyai hubungan yang dekat dengan pengunjung, pengunjung mengisi form umpan balik yang dibuat, meninggalkan komentar pada posting-an blog, berlangganan, melihat halaman penawaran spesial ataupun mengeklik tombol follow atau like pada sosial media dapat dicapai.[4] Sedangkan Tools Google Analytics memiliki hasil analisis yang berbeda dari SEOquake berikut ini adalah tabel Hasil Analisis menggunakan Tools *Google Analytics*. Dalam menganalisis *website www.unmaha.ac.id* menggunakan Tools *Google Analytics* terdapat hasil laporan pengguna 958 pengguna baru 931 dan waktu engagement rata-rata 1menit 03detik. proses *upload link website* www.unmaha.ac.id di Media Sosial Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Tik Tok, pada tanggal 18 s/d 29 Juli 2022 Namun Penulis Hanya Mendapat Hasil Laporan Grafik berikut ini adalah Gambar Grafik 1. Hasil Analisis Menggunakan *Tools Goole Analytics*:

3.6.4. Gambar Grafik Analisis Menggunakan *Tools Goole Analytics*

Gambar Grafik 2. Hasil Analisis Menggunakan *Tools Goole Analytics*



Dari Hasil Grafik di atas dapat disimpulkan bahwa web unmaha.ac.id telah terhubung dengan Tools Google Analytic pada tanggal 18 Juli 2022 s/d 30 Juli 2022 memiliki Jumlah Pengguna sebanyak 958 sedangkan Pengguna Baru berjumlah 931 dalam waktu 1 menit 03 detik.

Perbandingan antara Tools Google Analytic dan SEOquake ataralain yaitu :

Tools SEOquake adalah sebuah plugin gratis dan sangat mudah digunakan tanpa harus menempelkan kode ke bahasa pemrograman di website Universitas Mahakarya Asia, jadi kita hanya perlu menginstall SEOquake di Chrome kemudian sudah bisa digunakan untuk menganalisis website tersebut, adapun beberapa fitur yang bisa digunakan diantaranya adalah Page Info, Diagnosis, Internal dan Eksternal, dan Density.[5]

Setelah diterapkan dengan menganalisis situs web www.unmaha.ac.id dengan tools *SEOquake* kemudian melakukan langkah kedua yaitu Riset Kata Kunci, Riset kompetitor, Internal SEO, Eksternal SEO. Pengunjung *website* semakin bertambah menjadi 600. proses *upload link website* www.unmaha.ac.id di Media Sosial *Facebook, Instagram, Whatsapp*, dan *Tik Tok*, pada tanggal 18 s/d 29 Juli 2022, kemudian penulis tidak *share link website* unmaha.ac.id pada tanggal 29 s/d 30 Juli 2022 dan hasilnya menjadi sedikit menurun menjadi 574 maka dari itu sangat perlu sekali setiap harinya *share* atau mempublis informasi kampus Universitas Mahakarya Asia agar Trafik nya tetap stabil.

Sedangkan *Tools Google Analytics* adalah sebuah layanan gratis dari google untuk mengetahui statistik pengunjung website, Google Analytics dapat menelusuri pengunjung berdasarkan informasi halaman pengacu termasuk, iklan, jaringan pay-perclick, email marketing dan juga tautan yang terkandung PDF. *Google* juga bermanfaat untuk menganalisis *efektifitas* iklan *adWords* yang dipasang di *google*. *Tools* ini harus menghubungkan ke *Website* Universitas Mahakarya Asia melalui salin kode dari Aplikasi Google Analytics kemudian menempelkan link di bahasa pemrograman pada *website* Universitas Mahakarya Asia, setelah terhubung maka proses analisis bisa digunakan, fitur yang ada pada Google Analytics yaitu Views, Events, Campaigns, Custom Dashboard, Intelligence Events.

Setelah diterapkan dengan menganalisis situs web www.unmaha.ac.id dengan *Tools Google Analytics* terdapat hasil pada tanggal 18 Juli 2022 s/d 30 Juli 2022 memiliki Jumlah Pengguna sebanyak 958 sedangkan Pengguna Baru berjumlah 931 dalam waktu 1 menit 03 detik. Proses *upload link website* www.unmaha.ac.id di Media Sosial *Facebook, Instagram, Whatsapp*, dan *Tik Tok*.

4. KESIMPULAN

Setelah menerapkan, mempelajari dan Analisis Website UNMAHA Menggunakan Google Analytics dan SEOquake peneliti mendapatkan kesimpulan:

1. Pengukuran menggunakan SEOquake pada situs web Universitas Mahakarya Asia (www.unmaha.ac.id) yang mendapat traffic pengunjung yang tinggi dengan nama domain GI: 600, YI: n/a, BI: 12, AR: 4,89M, IL: 71 dan EL:19 serta mendapat traffic jumlah pengunjung terendah dengan nama domain GI: 287, YI: n/a, BI: n/a, AR: 4,63M, IL: 71 dan EL:19.

2. Pengukuran Keyword Density menggunakan SEOquake, pada situs web Universitas Mahakarya Asia (www.unmaha.ac.id) mendapat keyword density yang paling tinggi dengan trafik density 3,43% dan keywordnya adalah “dan” dengan repeatnya adalah 43 sedangkan keyword density yang terendah dengan trafik density 1,04% dan keywordnya adalah “selengkapnya” dengan repeatnya adalah 13.
3. Pengukuran menggunakan Google Analytic pada situs web Universitas Mahakarya Asia (www.unamaha.ac.id) Setelah terhubung dengan Tools Google Analytic pada tanggal 18 Juli 2022 s/d 30 Juli 2022 memiliki Jumlah Pengguna sebanyak 958 sedangkan Pengguna Baru berjumlah 931 dalam waktu 1 menit 03 detik.
4. Teknik SEO yang digunakan dalam Analisis website (www.unmaha.ac.id) menggunakan Tools Google Analytics dan SEOquake, dengan cara share Link situs web (www.unmaha.ac.id) secara konsisten Upload menggunakan Media Sosial seperti Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Tiktok dalam waktu dua Minggu menunjukkan peningkatan Trafik Pengunjung pada website Universitas Mahakarya Asia. Hal ini menunjukkan bahwa frekuensi share link (www.unamaha.ac.id) dapat meningkatkan traffic pengunjung website pada mesin pencari dan nilai kata kunci pada website.

5. SARAN

Pada penelitian ini ada beberapa saran yang penulis berikan untuk arah perkembangan selanjutnya: Analisis website www.unmaha.ac.id menggunakan Tools Google Analytics dan SEOquake dilakukan dengan waktu yang lebih lama lagi disertai dengan share Link Website melalui Media Sosial dengan menyertakan link Website pada Caption dan konsisten. Apabila dilakukan dengan konsisten dapat meningkatkan pengunjung sangat banyak

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Tim Redaksi Jurnal Jupiter yang telah memberikan kesempatan sehingga jurnal ini dapat diterbitkan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Mahakarya Asia yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Trimarsiah, Y., & Arafat, M. (2017). Analisis Dan Perancangan Website Sebagai Sarana Informasi Pada Lembaga Bahasa Kewirausahaan Dan Komputer Akmi Baturaja. *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 19(1), 1–10.
- [2] Hariaji, G., Arifianto, D., & Wahanggara, V. (2021). Analisis Penerapan Seo (Search Engine Optimization) Pada Website Cv . Bangkit Jaya Sejahtera. 2–6.
- [3] Akbar, Y. H. (2017). Analisis Dan Evaluasi Peringkat Website Perguruan Tinggi Terbaik Di Indonesia Menggunakan Teknik Search Engine Optimization (SEO). *Infoman's*, 11(2), 119–133. <https://doi.org/10.33481/infomans.v11i2.28>.
- [4] Juleta, F. R., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Google Analytics Pada Website Elzatta Tahun 2020. *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 2719–2726.
- [5] Pabio Ananda, R., & Seprina, I. (n.d.). Implementasi Seo Tools Pada Website Pemerintahan Provinsi Bengkulu. *Bina Darma Conference on Computer Science*, 281–287. www.alex.com,

- [6] Darma, Jarot S., Shenia Ananda. (2009). Buku Pintar Menguasai Internet. Jakarta Selatan.
- [7] Princesa, S., & Djajalaksana, Y. M. (2021). Penerapan dan Analisis Digital Marketing pada Produk Fashion. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 7(2), 479–488. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v7i2.3705>