

**PERAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION STRATEGIST*  
TERHADAP PENINGKATAN *ORGANIC TRAFFIC* DAN  
PENJUALAN PADA *WEBSITE RUPARUPA.COM***



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

**PADMA PARAMITHA**

**0000054174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION STRATEGIST  
TERHADAP PENINGKATAN ORGANIC TRAFFIC DAN  
PENJUALAN PADA WEBSITE RUPARUPA.COM**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN KERJA MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

**PADMA PARAMITHA**

**00000054174**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

1

Peran *Search Engine Optimization Strategist* terhadap Peningkatan *Organic Traffic* dan Penjualan pada *Website* Ruparupa.com, Padma Paramitha, Universitas Multimedia Nusantara

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Padma Paramitha

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054174

Program studi : Manajemen

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

**“PERAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* STRATEGIST TERHADAP PENINGKATAN *ORGANIC TRAFFIC* DAN PENJUALAN PADA *WEBSITE RUPARUPA.COM*”**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



Padma Paramitha

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
**“PERAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION STRATEGIST  
TERHADAP PENINGKATAN ORGANIC TRAFFIC DAN  
PENJUALAN PADA WEBSITE RUPARUPA.COM”**

Oleh

Nama : Padma Paramitha  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000054174  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing

Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.,C.B.O.  
NIDN : 0323047801

Ketua Program Studi Ilmu Manajemen

Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.,C.B.O.  
NIDN : 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

### **PERAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION STRATEGIST* TERHADAP PENINGKATAN *ORGANIC TRAFFIC* DAN PENJUALAN PADA *WEBSITE RUPARUPA.COM***

Oleh

Nama : Padma Paramitha  
NIM : 00000054174  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juni 2024  
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.  
NIDN : 0323047801



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.  
NIDN: 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.  
NIDN : 0323047801

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Padma Paramitha  
NIM : 00000054174  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PERAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION* STRATEGIST TERHADAP PENINGKATAN *ORGANIC TRAFFIC* DAN PENJUALAN PADA *WEBSITE RUPARUPA.COM*”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



Padma Paramitha

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan MBKM ini dengan judul: “**PERAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION STRATEGIST* TERHADAP PENINGKATAN *ORGANIC TRAFFIC* DAN PENJUALAN PADA *WEBSITE RUPARUPA.COM*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:**

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Irene Wibowo dan Bapak Gibran Risnutama, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM.
6. Kepada Perusahaan PT. Omni Digitama Internusa, yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan dalam proses penyusunan laporan kerja magang hingga selesai

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan bagi para pembaca

Tangerang, 20 Mei 2024



Padma Paramitha

**PERAN *SEARCH ENGINE OPTIMIZATION STRATEGIST***  
**TERHADAP PENINGKATAN *ORGANIC TRAFFIC* DAN**  
**PENJUALAN PADA *WEBSITE RUPARUPA.COM***

Padma Paramitha

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi telah mendorong lahirnya industri *e-commerce*. Ruparupa sebagai salah satu pelaku bisnis *e-commerce* yang menawarkan berbagai produk terlengkap dan berkualitas untuk kebutuhan rumah tangga. Perusahaan ini telah mengadopsi transformasi digital dengan mengimplementasikan strategi pemasaran digital, salah satunya melalui penggunaan *search engine optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas *website* di mesin pencari Google. Dalam mendukung pertumbuhan perusahaan, Ruparupa memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk program magang. Penulis memilih untuk melaksanakan praktik kerja magang di divisi *digital marketing* Ruparupa, yang sesuai dengan minat dan bidang studi yang ditempuh selama perkuliahan. Selama proses magang, penulis menghadapi kendala dalam memahami istilah-istilah dalam dunia SEO dan kesulitan dalam menulis artikel. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengembangkan kemampuan dan pemahaman terkait konsep dasar SEO, serta teknik *copywriting* yang diikuti dengan motivasi untuk terus belajar dan mengeksplorasi berbagai referensi artikel. Dengan demikian, diharapkan dapat mendukung terciptanya artikel berkualitas yang sesuai dengan strategi optimasi SEO sehingga dapat meningkatkan *ranking website* pada hasil pencarian Google. Hal ini akan berdampak positif pada peningkatan *organic traffic* dan penjualan pada *website* Ruparupa.

**Kata kunci:** SEO, *organik traffic*, mesin pencari, Ruparupa



***THE ROLE OF SEARCH ENGINE OPTIMIZATION  
STRATEGIST IN INCREASING ORGANIC TRAFFIC AND  
SALES ON RUPARUPA.COM WEBSITE***

Padma Paramitha

**ABSTRACT**

*Technological advancements have led to the emergence of the e-commerce industry. Ruparupa, as one of the e-commerce companies, offers a wide range of comprehensive and quality products for household needs. The company has embraced digital transformation by implementing digital marketing strategies, with the utilization of search engine optimization (SEO) to enhance the visibility of the website on the Google search engine. In supporting the company's growth, Ruparupa provides opportunities for students to participate in internship programs. The author chose to undertake an internship in Ruparupa's digital marketing division, which aligns with the interests and fields of study pursued during college. Throughout the internship process, the author encountered challenges in understanding SEO basic concepts and faced difficulties in writing articles. Therefore, it is crucial to develop skills and understanding related to the basic concepts of SEO, as well as copywriting techniques, followed by motivation to continuously learn and explore various article references. Thus, it is expected to support the writing of quality articles that align with SEO optimization strategies to improve the website's ranking on Google search pages. This will have a positive impact on increasing organic traffic and sales on the Ruparupa website.*

***Keyword:*** *SEO, organic traffic, search engine, Ruparupa*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT</i> .....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
<b>BAB I</b>	
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	19
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
<b>BAB II</b>	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	23
2.2 Visi Misi.....	28
2.2.1 Visi Perusahaan.....	28

2.2.1 Misi Perusahaan.....	28
<b>2.3 Tata Nilai/Value Perusahaan.....</b>	<b>29</b>
<b>2.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....</b>	<b>29</b>
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>	<b>32</b>
<b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....</b>	<b>33</b>
3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	33
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	37
<b>3.3 Kendala yang Ditemukan.....</b>	<b>69</b>
<b>3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....</b>	<b>71</b>
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>73</b>
<b>4.1 Simpulan.....</b>	<b>73</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>74</b>
4.2.1 Saran untuk perusahaan.....	74
4.2.2 Saran untuk universitas.....	74
4.2.3 Saran untuk mahasiswa yang akan magang.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan.....	34
-------------------------------------	----



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia.....	14
Gambar 1.2 Data Penjualan E-commerce Sektor Consumer Goods.....	16
Gambar 1.3 Data Channel Utama Mencari Informasi Merek.....	17
Gambar 2.1 Logo Perusahaan Kawan Lama.....	23
Gambar 2.2 Logo Perusahaan Ruparupa.....	24
Gambar 2.3 Tampilan Website Ruparupa.....	28
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Ruparupa.....	30
Gambar 3.2 Sheet Listing Artikel Advertorial.....	39
Gambar 3.3 Artikel Advertorial Tribun Lampung.....	42
Gambar 3.4 Artikel Blog di Ruparupa Rewards.....	44
Gambar 3.5 Hasil Artikel Blog Ruparupa Rewards.....	45
Gambar 3.6 Hasil Pemindahan Artikel Blog ke Google Docs.....	46
Gambar 3.7 Gambar Lifestyle Dalam Artikel.....	47
Gambar 3.8 Tampilan Product Container.....	49
Gambar 3.9 Tampilan Gideon.....	50
Gambar 3.10 Hasil Tampilan SEO One Meta Click.....	51
Gambar 3.11 Hasil Redirection Dari Blog ke Website Ruparupa.....	53
Gambar 3.12 Analisis Kompetitor.....	55
Gambar 3.13 Hasil Optimasi Artikel.....	58
Gambar 3.14 Tampilan indexing di Google Search Console.....	60
Gambar 3.15 Tampilan Halaman Tagging Artikel Ruparupa.....	62
Gambar 3.16 Tampilan Booth Ruparupa.....	63
Gambar 3.17 Menjadi Person In Charge di Acara Garuda Indonesia UOB Credit Card.....	64
Gambar 3.18 Halaman Produk Kategori Sofa Bed Ruparupa.....	65
Gambar 3.19 Halaman Produk Kategori Sofa Bed Kompetitor.....	67
Gambar 3.20 SEO Footer Halaman Produk Kategori Sofa Bed.....	68
Gambar 3.21 Hasil Pengecekan Indeks Halaman Artikel Ruparupa.....	69

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>78</b>
A. Surat Penerimaan Magang - MBKM 01.....	78
B. Kartu MBKM - MBKM 02.....	79
C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	80
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	103
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	104
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	105

