

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam cara perusahaan menjalankan kegiatan bisnis dan memasarkan produknya. Digitalisasi kini menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi global, di mana perusahaan yang mampu memanfaatkan platform digital secara optimal terbukti memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang masih bergantung pada pendekatan secara konvensional [1]. Dalam konteks ini, kehadiran sebuah perusahaan di dunia maya melalui *website* bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan telah menjadi kebutuhan utama dalam mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis. *Website* yang dikelola dengan baik mampu menjadi sarana pemasaran yang efektif, media informasi bagi pelanggan potensial, serta pintu utama dalam membangun kepercayaan terhadap merek dan produk yang ditawarkan [2].

Namun, kehadiran *website* saja tidak cukup apabila tidak didukung oleh visibilitas yang baik di mesin pencari seperti Google. Berdasarkan data dari HubSpot, 75% pengguna internet cenderung hanya melihat hasil yang muncul di halaman pertama mesin pencari [3]. Kondisi ini dipertegas oleh studi Backlinko yang menganalisis jutaan data penelusuran Google, yang menemukan bahwa halaman kedua hasil pencarian hanya dikunjungi oleh sekitar 0,63% pengguna saja [4]. Hal ini sejalan dengan temuan meta-analisis yang membuktikan bahwa implementasi SEO secara konsisten berkaitan dengan peningkatan signifikan pada peringkat organik dan traffic website [5]. Fakta ini menjadikan posisi *website* pada halaman pertama hasil pencarian sebagai faktor penentu seberapa banyak calon pelanggan yang dapat menjangkau dan mengunjungi *website* tersebut. Oleh karena itu, penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) menjadi sangat penting dalam strategi digital perusahaan.

SEO merupakan praktik yang meningkatkan visibilitas dan kinerja *website* di halaman hasil mesin pencari secara organik, dengan berfokus pada peningkatan

jumlah dan kualitas lalu lintas pengunjung tanpa melalui iklan berbayar [6]. Teknik SEO mencakup berbagai aspek, mulai dari optimasi *on-page* seperti pengaturan *meta title*, *meta description*, penggunaan kata kunci (*keyword*) yang relevan, perbaikan struktur URL (*slug*), pengoptimalan penggunaan *heading* (H1, H2, H3), optimasi gambar melalui pemberian atribut *alt text* dan kompresi ukuran *file*, hingga aspek teknis seperti konfigurasi *plugin* SEO, penerapan *Schema Markup*, pengaturan *sitemap* XML, *robots.txt*, *canonical tag*, serta pemantauan performa melalui Google Search Console dan Google *Analytics* [7]. Di samping itu, kecepatan halaman (*page speed*) dan tampilan responsif pada perangkat *mobile* turut memiliki pengaruh signifikan terhadap peringkat *website*. Sejak Oktober 2023, Google telah sepenuhnya mengimplementasikan *mobile-first indexing*, yang berarti Google menggunakan versi *mobile* suatu *website* sebagai dasar utama dalam proses *crawling* dan penentuan peringkat di mesin pencari [8]. Hal ini menjadikan optimasi tampilan *mobile* suatu *website* bukan lagi sekadar opsi, tetapi sebuah keharusan.

PT Citra Tama Jaya Indo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan ekspor-impor produk makanan, mencakup buah-buahan (*fruits*), hasil laut (*seafood*), dan rempah-rempah (*spices*), dengan jaringan yang mencakup berbagai wilayah seperti China, Hong Kong, Dubai, negara-negara Eropa, dan Asia Tenggara. Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam lingkungan bisnis internasional yang kompetitif, PT Citra Tama Jaya Indo memiliki *website* resmi yang digunakan sebagai media informasi dan pemasaran produk kepada calon mitra dan pelanggan global. Akan tetapi, *website* perusahaan belum dioptimalkan secara menyeluruh dari sisi SEO, sehingga berdampak pada rendahnya tingkat visibilitas *website* di mesin pencari dan kurang optimalnya jangkauan terhadap calon pelanggan maupun mitra bisnis potensial.

Selain permasalahan SEO, tampilan dan struktur navigasi *website* juga perlu diperbaiki agar lebih informatif, *user-friendly*, dan responsif pada berbagai perangkat, termasuk *mobile*. Struktur konten yang kurang terorganisasi, penempatan *keyword* yang belum tepat, minimnya konten pada sejumlah halaman produk, ketiadaan strategi *internal linking* yang baik, serta kurangnya pembaruan

konten secara berkala pada halaman-halaman produk menjadi beberapa faktor yang memengaruhi performa *website* secara keseluruhan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, melalui program kerja magang ini penulis diberikan kesempatan untuk melakukan analisis, perancangan, dan implementasi SEO secara menyeluruh pada *website* PT Citra Tama Jaya Indo. Diharapkan, dengan adanya implementasi SEO yang terstruktur, visibilitas *website* perusahaan di mesin pencari dapat meningkat secara signifikan sehingga dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan memperluas jangkauan pasar PT Citra Tama Jaya Indo secara digital.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari kerja magang ini adalah sebagai berikut.

- a. Mendapatkan pengalaman kerja nyata di lingkungan perusahaan, khususnya dalam bidang *digital marketing* dan pengembangan *website* berbasis SEO.
- b. Menerapkan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, terutama di bidang teknologi informasi dan pengembangan web, dalam konteks industri yang sesungguhnya.
- c. Berkontribusi secara langsung dalam upaya peningkatan kualitas dan visibilitas digital *website* PT Citra Tama Jaya Indo melalui implementasi teknik SEO yang terstruktur dan terukur.
- d. Memahami alur kerja, budaya kerja profesional, serta proses pengambilan keputusan berbasis data yang diterapkan di lingkungan perusahaan.

Tujuan dari kerja magang ini adalah menganalisis kondisi awal *website* PT Citra Tama Jaya Indo, merancang strategi SEO yang sesuai dengan kebutuhan bisnis perusahaan, serta mengimplementasikan optimasi SEO secara menyeluruh, meliputi optimasi *on-page*, konfigurasi teknis SEO, penerapan *Schema Markup*, integrasi Google Search Console dan Google Analytics 4, hingga pemantauan dan evaluasi performa *website* secara berkala, sehingga visibilitas *website* di mesin pencari meningkat dan dapat menjangkau lebih banyak calon pelanggan maupun mitra bisnis secara organik.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan magang dilakukan selama kurang lebih 22 minggu, terhitung sejak 2 Februari 2026 hingga 2 Juli 2026. Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan setiap hari kerja, yaitu dari hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja dimulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dan jam istirahat pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB. Seluruh kegiatan magang dilaksanakan secara *Work From Home* (WFH), di mana penulis bekerja dari rumah selama periode magang berlangsung.

Mekanisme presensi dilakukan melalui aplikasi *WhatsApp* dengan cara menghubungi supervisor secara langsung setiap hari kerja sebagai tanda kehadiran. Selain presensi harian, penulis juga diwajibkan untuk mencatat seluruh aktivitas pekerjaan harian (*daily task*) sebagai bentuk pertanggungjawaban dan pemantauan progres kerja kepada *supervisor*. Meskipun kegiatan magang dilaksanakan secara WFH, penulis tetap melakukan pertemuan tatap muka (*offline*) dengan *supervisor* secara berkala, yaitu sebanyak satu hingga dua kali dalam setiap minggunya, guna mendiskusikan perkembangan pekerjaan, menerima arahan, serta mengevaluasi hasil kerja yang telah dilakukan.

Pada awal pelaksanaan magang, penulis diberikan orientasi mengenai lingkungan kerja, struktur organisasi perusahaan, serta gambaran umum mengenai tugas dan proyek yang akan dikerjakan. Penulis ditempatkan di bawah bimbingan *supervisor* yang bertugas memberikan arahan, penugasan, serta evaluasi terhadap hasil pekerjaan selama masa magang berlangsung.

Selama kegiatan magang, penulis dilibatkan langsung dalam berbagai tahapan implementasi SEO pada *website* perusahaan. Secara garis besar, kegiatan magang terbagi ke dalam delapan fase, yaitu: (1) fase riset dan pengelolaan data, meliputi pengumpulan dan verifikasi data mitra bisnis potensial serta penyusunan *database*; (2) fase evaluasi dan perbaikan tampilan *website*, mencakup perbaikan struktur navigasi, tata letak, dan optimasi tampilan *mobile*; (3) fase implementasi SEO *on-page*, meliputi pengaturan SEO *title*, *meta description*, *heading*, *slug*, *internal linking*, dan optimasi gambar; (4) fase konfigurasi *technical* SEO dan Google Search Console, mencakup pengaturan *plugin* SEO, *sitemap XML*, *robots.txt*, *canonical tag*, *Open Graph tags*, *hreflang tags*, serta pemantauan status *indexing*; (5) fase optimasi kecepatan dan *mobile-friendly*, meliputi reduksi *file* CSS/JS,

browser caching, *lazy loading*, dan pengujian *mobile-friendly*; (6) fase implementasi *Schema Markup* dan optimasi halaman *website*, mencakup penerapan JSON-LD pada halaman utama serta optimasi konten seluruh halaman produk; (7) fase riset *keyword*, analisis kompetitor, integrasi Google Analytics 4, dan pemantauan performa, meliputi penyusunan daftar target *keyword*, analisis kompetitor, konfigurasi GA4, serta pemantauan *Core Web Vitals* dan CTR; serta (8) fase evaluasi akhir, dokumentasi, dan serah terima, mencakup audit SEO menyeluruh, pengujian akhir *website*, penyusunan dokumentasi, laporan performa akhir, dan presentasi serah terima kepada *supervisor*. Di samping tugas utama tersebut, penulis juga mendapatkan penugasan tambahan berupa riset data pasar, meliputi pengumpulan dan pengelolaan data perusahaan importir buah dari berbagai negara serta data restoran dan kafe yang menjual menu jus buah di wilayah Tangerang.

