P-ISSN : 2580-4316
E-ISSN : 2654-8054 https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i2

IMPLEMENTASI OPTIMASI SEO DENGAN PLUGIN YOAST PADA TOKO ONLINE WORDPRESS

[1]Rivaldie Kurniawan, [2]Rahmad Gunardi, [3]Yanuar Sinatra
[123]Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang

E-mail: [1]rivaldi.kurniawan2002@gmail.com, [2]gunardirahmad@gmail.com, [3]ysinatra75@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan e-commerce yang pesat mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital dalam memasarkan produknya. Tingginya persaingan di ranah digital menjadikan visibilitas di mesin pencari sebagai tantangan utama, terutama bagi usaha yang baru merambah dunia online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tahapan implementasi optimasi Search Engine Optimization (SEO) menggunakan Plugin Yoast SEO pada toko online berbasis WordPress, serta menganalisis dampaknya terhadap visibilitas dan peringkat website di mesin pencari Google. Penelitian ini merupakan penelitian terapan dengan pendekatan deskriptif kuantitatif pada toko online bernama Lisda Collection yang dibangun menggunakan CMS WordPress dengan plugin WooCommerce dan dihosting pada domain https://lisdacollection.my.id. Objek pengujian terdiri dari 5 produk sampel fashion busana wanita yang dioptimasi menggunakan fitur Plugin Yoast SEO meliputi focus keyphrase, meta title, meta description, URL slug, heading tags, ALT text gambar, dan internal linking. Pengukuran performa dilakukan menggunakan Google Search Console dengan metrik impressions, clicks, click-through rate (CTR), dan average position dalam periode Februari hingga April 2026. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh 5 produk sampel berhasil mencapai skor hijau pada parameter SEO Analysis dan Readability Analysis Plugin Yoast SEO. Data Google Search Console menunjukkan peningkatan setelah optimasi diterapkan pada seluruh 5 produk, yakni total impressions meningkat dari 15 menjadi 49, total clicks meningkat dari 1 menjadi 21, CTR melonjak dari 6,7% menjadi 42,9%, dan average position membaik dari 5,5 menjadi 4,3. Average position 4,3 menunjukkan bahwa website Lisda Collection secara konsisten berada di posisi kompetitif pada halaman pertama mesin pencari Google. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Plugin Yoast SEO terbukti mampu membangun fondasi SEO on-page yang terstruktur dan berpotensi meningkatkan visibilitas toko online berbasis WordPress secara organik dan berkelanjutan.

Kata kunci : Search Engine Optimization, Plugin Yoast SEO, WordPress, Toko Online, Google Search Console, Visibilitas, SERP

ABSTRACT

The rapid growth of e-commerce has encouraged businesses to leverage digital platforms to market their products. The intense competition in the digital landscape makes search engine visibility a major challenge, particularly for businesses newly entering the online market. This study aims to analyze the implementation stages of SEO optimization using the Yoast SEO Plugin on a WordPress-based online store, as well as to analyze its impact on website visibility and ranking on Google's search engine. This study employed an applied research approach with a descriptive quantitative method applied to a online store named Lisda Collection, built using WordPress CMS with the WooCommerce plugin and hosted at https://lisdacollection.my.id. The test objects consisted of 5 women's fashion sample products optimized using Yoast SEO Plugin features,

including focus keyphrase, meta title, meta description, URL slug, heading tags, image ALT text, and internal linking. Performance was measured using Google Search Console with metrics of impressions, clicks, click-through rate (CTR), and average position over the observation period from February to April 2026. The results showed that all 5 sample products successfully achieved a green score on both the SEO Analysis and Readability Analysis parameters of the Yoast SEO Plugin after implementation. Google Search Console data indicated a improvement after optimization was applied to all 5 products, with total impressions increasing from 15 to 49, total clicks increasing from 1 to 21, CTR rising from 6.7% to 42.9%, and average position improving from 5.5 to 4.3. An average position of 4.3 demonstrates that the Lisda Collection website consistently ranks in a competitive position on the first page of Google's search results. This study concludes that the Yoast SEO Plugin is proven capable of building a structured SEO on-page foundation with strong potential to improve the organic visibility of WordPress-based online stores sustainably.

Keyword : Search Engine Optimization, Yoast SEO Plugin, WordPress, Online Store, Google Search Console, Visibility, SERP

1. PENDAHULUAN

Dinamika bisnis di era digital telah mengubah lanskap perdagangan secara fundamental, mendorong transisi masif dari model konvensional menuju ranah daring. E-commerce tidak hanya menawarkan kemudahan akses dan transaksi tanpa batasan geografis atau waktu, tetapi juga efisiensi operasional dan potensi jangkauan pasar yang lebih luas luas (Hasugian & Firmanto, 2022). Seiring pertumbuhan eksponensial platform e-commerce, tingkat persaingan di pasar digital meningkat drastis. Visibilitas menjadi tantangan utama bagi toko online, terutama bagi UMKM yang baru merambah dunia digital dengan sumber daya terbatas. Banyak toko online kesulitan bersaing karena belum mengoptimalkan strategi pemasaran digital, sehingga berdampak pada rendahnya trafik organik dan sulitnya bersaing dengan kompetitor yang sudah mapan.

Search Engine Optimization (SEO) muncul sebagai strategi krusial untuk mengatasi tantangan visibilitas tersebut. SEO adalah serangkaian proses sistematis yang bertujuan meningkatkan volume dan kualitas trafik melalui mesin pencari menuju website tertentu (Ayu Fitriasari et al., 2024). Dengan menempatkan website di posisi teratas hasil pencarian, peluang menarik trafik organik meningkat signifikan, mengingat sekitar 80% pengunjung website berasal dari mesin pencari (Nurfadilla et al., 2023). WordPress sebagai CMS paling populer, dikombinasikan dengan Plugin Yoast SEO, menyediakan solusi yang efektif dan mudah diimplementasikan. Plugin Yoast SEO memfasilitasi optimasi on-page seperti pengaturan meta title, meta description, URL slug, heading tags, dan ALT text gambar yang merupakan faktor penting dalam algoritma mesin pencari (Dewi Muliyati et al., 2022).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji implementasi SEO pada toko online berbasis WordPress. (Nurfadilla et al., 2023) menunjukkan peningkatan signifikan pada impressions, clicks, dan peringkat website setelah implementasi SEO dengan Yoast pada toko online Norilyascake. (Rasyid & Juanita, 2023) membuktikan bahwa optimasi SEO memperluas jangkauan pemasaran Toko RB Supply. Namun, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada studi kasus spesifik atau mengkaji pengembangan e-commerce secara

P-ISSN : 2580-4316
E-ISSN : 2654-8054 https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i2

komprehensif, sehingga belum secara mendalam menguraikan tahapan implementasi fitur-fitur Plugin Yoast SEO dan dampak spesifiknya terhadap metrik performa mesin pencari secara terukur.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tahapan implementasi optimasi SEO menggunakan Plugin Yoast pada toko online berbasis WordPress, serta menganalisis dampaknya terhadap visibilitas dan peringkat website di mesin pencari Google. Penelitian dilakukan pada toko online bernama Lisda Collection yang dibangun menggunakan WordPress dan WooCommerce, dengan pengukuran performa menggunakan Google Search Console dalam periode Februari hingga April 2026.

.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Sistem Informasi

Sistem informasi ialah seperangkat komponen yang berhubungan dan berperan guna mengumpulkan, memproses, menaruh, serta berbagi informasi guna menunjang pengambilan keputusan serta riset dalam organisasi. Dalam konteks yang lebih luas, sistem informasi merupakan suatu sistem yang dirancang untuk dapat menyimpan berbagai jenis informasi dan kemudian menampilkannya kembali melalui beragam media. Sistem Informasi Persediaan Barang adalah suatu mekanisme yang memungkinkan pencatatan dan pengelolaan data stok barang secara terintegrasi ke dalam database, guna memastikan keakuratan dalam proses entri, pengambilan informasi, serta pembuatan laporan sesuai dengan data yang diperlukan (Gania Agustin, Haris Abu Bakar Sidik, 2023).

Sebuah sistem informasi terbentuk dari beberapa komponen utama yang saling berkaitan. Komponen pertama adalah informasi dan data, yang menjadi inti dari keseluruhan sistem. Selanjutnya, sumber daya manusia (SDM) memegang peran penting sebagai pengelola sistem, mulai dari operasional sehari-hari hingga pemeliharaan agar sistem tetap berjalan sebagaimana mestinya. Komponen ketiga berupa program dan prosedur dalam perangkat lunak yang mengatur logika serta alur kerja sistem secara keseluruhan.

Selain itu, mesin dan media dalam perangkat keras berperan menyediakan infrastruktur fisik yang dibutuhkan untuk penyimpanan dan pemrosesan data. Terakhir, media komunikasi dan jaringan berfungsi sebagai penghubung antar komponen maupun antar pengguna sehingga pertukaran informasi dapat berlangsung dengan lancar. Kelima komponen ini bekerja secara terintegrasi untuk memastikan sistem informasi mampu mendukung tujuan bisnis dan proses pengambilan keputusan secara efektif (Rizkina Arya Nurfadilla, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, Buce Tria Hanggara, 2023).

2.2 E-Commerce

Gunakan E-commerce, atau perdagangan elektronik, adalah sebuah proses pemasaran yang dilakukan secara elektronis. E-commerce berfokus pada transaksi bisnis individual yang memanfaatkan penggunaan internet sebagai sarana terjadinya penukaran barang atau jasa. Transaksi ini dapat terjadi baik antar lembaga (Business to Business / B2B) maupun antara penjual dan konsumen secara langsung (Business to Customer / B2C) (Rizkina Arya Nurfadilla, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, Buce Tria Hanggara, 2023). Perkembangan teknologi yang begitu pesat mendorong setiap manusia untuk terus berinovasi, salah satunya adalah dalam hal berbelanja atau melakukan perdagangan agar semakin mudah, cepat, dan aman, E-commerce menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan keefisienan dalam melakukan transaksi jual-beli (Tutik Mustajibah, Agus Trilaksana, 2021).

Kehadiran E-commerce membawa banyak keuntungan dan kemudahan bagi berbagai pihak. Bagi badan usaha, E-commerce dapat mendukung kegiatan operasional seperti memudahkan dalam mengelola usaha, meminimalkan biaya operasional perusahaan, mempermudah pengaturan produk, memperluas jangkauan pemasaran produk agar lebih dikenal masyarakat luas, dan mempermudah penyajian laporan-laporan yang dibutuhkan (Rizkina Arya Nurfadilla, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, Buce Tria Hanggara, 2023). Dengan E-commerce, perusahaan dapat melakukan transaksi penjualan produk secara online selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu, mengatasi batasan ruang dan waktu. Perkembangan E-commerce yang begitu pesat di Indonesia telah mengakibatkan perubahan minat masyarakat dari jual-beli konvensional ke jual-beli online karena E-commerce menyediakan fasilitas yang memudahkan proses transaksi (Tutik Mustajibah, Agus Trilaksana, 2021).

Sementara itu, bagi pembeli, E-commerce juga menawarkan kemudahan yang signifikan. Pembeli dimudahkan dalam melihat produk-produk, memperoleh informasi detail produk, melakukan pemesanan produk, serta menyelesaikan pembayaran secara online. Ide belanja online, jika dibandingkan dengan belanja konvensional, memiliki banyak nilai lebih dari segi kemudahan maupun keefektifannya (Rizkina Arya Nurfadilla, Widhy Hayuhardhika Nugraha Putra, Buce Tria Hanggara, 2023). Adanya E-commerce memperluas kemungkinan akses informasi untuk melakukan promosi dan memasarkan produk seluas-luasnya. E-commerce menjadi kebiasaan baru masyarakat Indonesia dalam bertransaksi, menyediakan berbagai produk dan layanan, serta menawarkan efisiensi waktu, tenaga, dan biaya yang sangat menarik bagi masyarakat modern yang menuntut kepraktisan dan kecepatan.

2.3 WordPress

WordPress merupakan Content Management System (CMS) yang paling sering digunakan karena memiliki sebuah fitur yang lengkap. CMS adalah aplikasi yang berfungsi untuk mengelola, mengedit, dan menerbitkan konten web. Antarmuka CMS ini lebih visual dan intuitif, memungkinkan pengguna non-teknis untuk membuat dan mengelola konten web mereka sendiri tanpa perlu pengkodean (Mutoharoh, Dewi Muliyati, Early Amada, 2022).

Sebagai sebuah perangkat lunak pengelolaan konten web yang bersifat open source, WordPress sangat mudah digunakan dan diintegrasi (Humisar Hasugian, Firmanto, 2022). WordPress banyak digunakan sebagai mesin blogging dan dirancang menggunakan bahasa pemrograman PHP serta database MySQL. Dari berbagai aplikasi CMS terbaik, WordPress menjadi yang paling banyak digunakan. Pertimbangan dalam memilih CMS WordPress meliputi kemudahan penggunaan (user-friendly) bahkan bagi pemula, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi untuk kebutuhan yang berubah, banyaknya pilihan tema dan plugin, sifatnya yang SEO Friendly, serta desain yang responsif dan mobile friendly. WordPress sendiri sudah memiliki lebih dari 50.000 plugin gratis dengan berbagai fungsi, mulai dari meningkatkan SEO on-page hingga mengintegrasikan media sosial ke dalam website (Mutoharoh, Dewi Muliyati, Early Amada, 2022). Fleksibilitas dan ekosistem plugin yang luas menjadikan WordPress pilihan ideal bagi banyak bisnis untuk membangun toko online.

2.4 Toko Online

Toko online merupakan implementasi dari konsep E-commerce yang memungkinkan penjualan produk atau jasa melalui internet. Toko online merupakan implementasi dari konsep e-commerce yang memungkinkan penjualan produk atau jasa melalui

P-ISSN : 2580-4316
E-ISSN : 2654-8054 https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i2

internet . Ide dari belanja online memiliki banyak nilai lebih dari segi kemudahan maupun keefektifannya jika dibandingkan dengan belanja konvensional. Melalui toko online, pelanggan dapat melakukan transaksi secara langsung tanpa harus datang secara fisik ke toko. Adanya toko online juga memperluas kemungkinan akses informasi untuk melakukan promosi dan memasarkan produk seluas-luasnya tanpa ada batasan ruang juga waktu.

Toko online atau platform E-commerce menjadi solusi bagi banyak bisnis untuk mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Dalam konteks persaingan yang semakin ketat di dunia online, toko online dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang semakin digital-oriented. Pengembangan platform toko online melibatkan tahap analisis kebutuhan (termasuk wawancara dengan pihak perusahaan, survei pelanggan, dan penelitian pasar untuk identifikasi fitur penting), desain sistem (meliputi tata letak halaman, navigasi, fitur keranjang belanja, sistem pembayaran, manajemen produk, dan integrasi media sosial), dan implementasi. Setelah pembangunan, uji coba dan pengujian dilakukan untuk memastikan toko online berfungsi dengan baik dan memenuhi standar kualitas (Turki Salem Ba Hadi, Cahyo Darujati, 2023).

2.5 Search Engine

Search Engine atau mesin pencari merupakan sebuah software yang mengumpulkan berbagai informasi di dalam website. Informasi yang dikumpulkan tersebut berisi URL web, keyword atau kata kunci, serta tautan yang tersedia. Mesin pencari adalah alat yang membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan mengakses informasi. Mesin pencari disediakan untuk membantu para pengguna internet menemukan suatu topik atau informasi melalui beberapa situs yang berkaitan dengan topik dan menggunakan fasilitas pada mesin pencari (Ekawati Saputri, 2021). Mesin pencari merupakan "layanan pada media online untuk mencari (searching) sebuah situs web, artikel, atau dokumen tertentu sesuai dengan kebutuhannya". Fungsi utamanya adalah melakukan proses crawling (merayapi), indeksasi (menyimpan informasi), dan ranking (menentukan urutan) terhadap miliaran halaman web agar dapat menyajikan hasil yang paling relevan sesuai dengan kueri pengguna. Google adalah contoh mesin pencari dominan yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk menemukan informasi terkait produk atau layanan yang sedang dicari.

Pentingnya mesin pencari dalam ekosistem digital tidak dapat diabaikan. Fakta menunjukkan bahwa total visitor website yang datang dari search engine dapat mencapai sekitar 80% (Nareza Ayu Fitriasari, Sinta Tridian Galih, Satrio Agung Prakoso, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa posisi website pada hasil pencarian mesin pencari sangat berpengaruh terhadap visibilitas dan potensi trafik organik. Dengan demikian, website yang berada pada peringkat teratas di hasil pencarian akan mendapatkan jumlah visitor yang lebih banyak dibandingkan dengan website yang peringkatnya di bawah. Pengetahuan tentang strategi penelusuran informasi melalui search engine sudah seharusnya dimiliki oleh user, siswa, dan para pencari informasi yang menjadikan internet sebagai sumber informasi (Ekawati Saputri, 2021). Oleh karena itu, bagi setiap bisnis yang beroperasi di ranah online, mengoptimalkan keberadaan di mesin pencari menjadi strategi yang esensial untuk menarik calon pelanggan dan meningkatkan daya saing.

2.6 Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) adalah serangkaian proses sistematis yang bertujuan untuk meningkatkan volume serta kualitas trafik kunjungan melalui

mesin pencari menuju situs website tertentu dengan memanfaatkan algoritma mesin pencari tersebut (Nareza Ayu Fitriasari, Sinta Tridian Galih, Satrio Agung Prakoso, 2024). SEO merupakan metode terstruktur yang bertujuan meningkatkan trafik organik dari mesin pencari ke suatu website dengan memanfaatkan algoritma alami mesin pencari tersebut. Dengan melakukan optimasi SEO, kemungkinan website mendapatkan posisi di halaman pertama, bahkan urutan teratas, dari mesin pencari Google akan meningkat.

Dalam upaya menaikkan urutan situs pada mesin pencarian, diperlukan tahap analisis pada situs tersebut. Tahap analisis pada beberapa parameter SEO perlu dilakukan karena dapat digunakan untuk membandingkan performa website sesudah dan sebelum implementasi SEO. Penerapan SEO juga dapat menaikkan urutan website pada mesin pencari, sehingga trafik website akan meningkat. SEO menjadi komponen vital dalam pemasaran online karena dapat membantu bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara organik. Hal tersebut mendorong perusahaan untuk berupaya menempatkan website di posisi teratas hasil pencarian (Search Engine Result Page/SERP) agar informasi yang diterbitkan dapat ditemukan oleh pengguna internet (Hasanudin, Nur Widiyasono, 2021).

2.7 SEO ON-Page

SEO On-Page ialah proses pengoptimalan SEO yang diterapkan di dalam website dengan tolak ukur tertentu yang sesuai dengan Google. SEO On-Page adalah teknik optimasi internal situs web yang melibatkan modifikasi berbagai faktor tertentu dalam halaman web, seperti menentukan judul, tag, dan konten yang relevan dengan judul, serta elemen lainnya. Bagian ini penting karena Googlebot memberikan visualisasi untuk mengetahui konten halaman website dan melakukan pencocokan kata kunci dengan kueri pengguna penelusuran Google. Elemen-elemen yang dioptimasi dalam SEO On-Page mencakup title tag, meta description, URL, heading tag, ALT text gambar, dan kualitas konten. Menambahkan sitemap.xml juga merupakan bagian dari penerapan SEO On-Page untuk mempermudah mesin pencari dalam melakukan crawling (Hasanudin, Nur Widiyasono, 2021).

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode terapan (applied research) dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu mengimplementasikan optimasi SEO secara langsung dan mengukur dampaknya terhadap performa website di mesin pencari Google

Objek penelitian adalah toko online bernama Lisda Collection yang dibangun menggunakan CMS WordPress dengan plugin WooCommerce dan dihosting pada domain https://lisdacollection.my.id. Toko online ini digunakan sebagai media implementasi dan pengujian sehingga hasil yang diperoleh dapat diaplikasikan secara umum oleh pelaku usaha yang ingin mengoptimalkan toko online berbasis WordPress.

Data penelitian diperoleh melalui dua jenis sumber. Data primer dikumpulkan langsung dari hasil implementasi Plugin Yoast SEO pada 5 produk sampel fashion busana wanita, serta data performa yang tercatat pada dashboard Google Search Console. Data sekunder diperoleh dari studi literatur berupa jurnal ilmiah, buku, dan referensi digital yang relevan dengan topik SEO dan e-commerce berbasis WordPress.

Tahapan implementasi dalam penelitian ini terdiri dari empat tahap utama. Pertama, perencanaan dan persiapan awal meliputi pemilihan domain, hosting, instalasi WordPress, dan konfigurasi WooCommerce. Kedua, pembangunan toko online WordPress dengan menambahkan 5 produk sampel

P-ISSN : 2580-4316
E-ISSN : 2654-8054 https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i2

beserta deskripsi, gambar, dan kategori produk. Ketiga, implementasi optimasi SEO on-page menggunakan Plugin Yoast SEO yang mencakup pengaturan focus keyphrase, meta title, meta description, URL slug, heading tags, ALT text gambar, dan internal linking pada setiap produk hingga mencapai skor hijau pada parameter SEO Analysis dan Readability Analysis. Keempat, pengujian dan peluncuran dengan melakukan request indexing melalui Google Search Console agar website dapat ditemukan oleh mesin pencari Google.

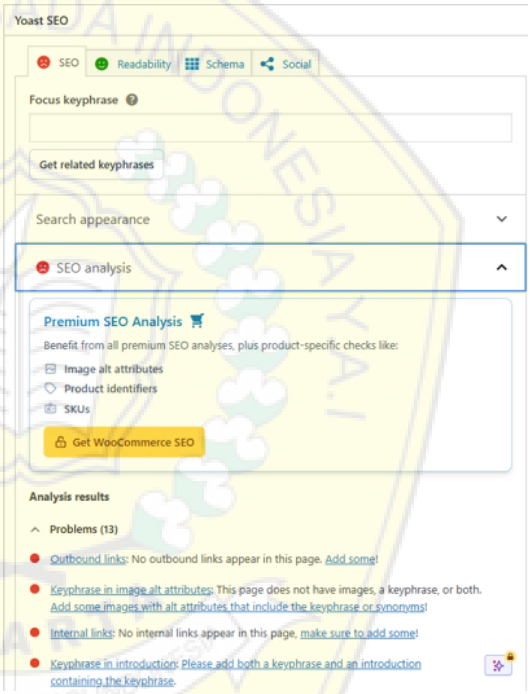
Pengukuran performa dilakukan menggunakan Google Search Console dengan empat metrik utama, yaitu impressions (jumlah tayangan website di SERP), clicks (jumlah klik organik), click-through rate atau CTR (persentase klik terhadap tayangan), dan average position (rata-rata peringkat website di halaman hasil pencarian). Data dikumpulkan selama periode Februari hingga April 2026. Analisis data dilakukan secara deskriptif kuantitatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah implementasi, serta membandingkan nilai CTR dan average position yang diperoleh dari optimasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil analisis fenomena di wilayah penelitian yang relevan dengan tema kajian. Hasil penelitian hendaknya dibandingkan dengan teori dan temuan penelitian yang relevan) Hasil penelitian disajikan dalam dua dimensi analisis utama, yaitu analisis kualitas konten berdasarkan indikator Plugin Yoast SEO dan analisis performa website berdasarkan data Google Search Console (GSC).

1. Kondisi Konten Sebelum dan Sesudah Optimasi

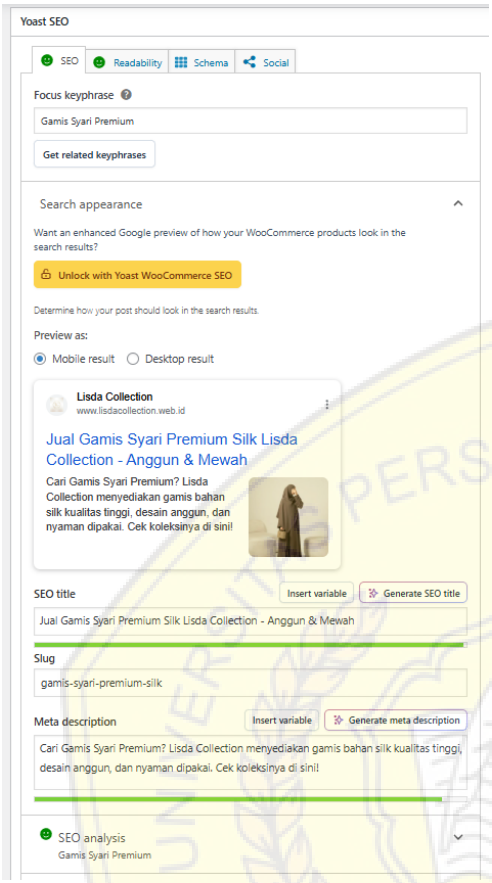
Sebelum dilakukan optimasi menggunakan Plugin Yoast SEO, seluruh produk menunjukkan kondisi teknis yang belum memenuhi standar mesin pencari. Ditemukan beberapa permasalahan mendasar, di antaranya tidak adanya focus keyphrase, meta title masih menggunakan judul default WordPress, kolom meta description dibiarkan kosong, deskripsi produk sangat singkat (di bawah 300 kata), serta gambar produk tidak dilengkapi ALT text. Secara keseluruhan, indikator Yoast SEO pada kondisi awal menunjukkan warna merah pada Gambar 2 Kondisi Yoast SEO Sebelum Optimasi (Merah)



Gambar 2. Kondisi Yoast SEO Sebelum Optimasi (Merah)

Setelah dilakukan implementasi teknik SEO On-Page secara menyeluruh, terdapat perubahan yang signifikan pada seluruh indikator kualitas konten. Seluruh 5 produk sampel berhasil mencapai indikator berwarna hijau pada kedua parameter analisis Yoast SEO, yaitu SEO Analysis dan Readability Analysis, yang mengindikasikan bahwa konten telah memenuhi seluruh kriteria teknis mesin pencari.

https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i2
P-ISSN : 2580-4316
E-ISSN : 2654-8054



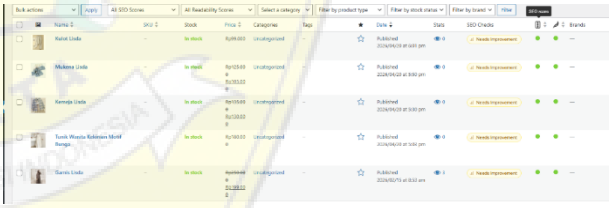
Gambar 3. Kondisi Yoast SEO Sesudah Optimasi (Hijau)

Tabel 1. Hasil Perbandingan Skor SEO pada Sampel Produk

No	Nama Produk	Focus Keyphrase	Skor SEO	Skor Readability	Status
1	Gamis Syari Premium	Gamis Syari Premium	Hijau	Hijau	Optimal
2	Tunik Wanita Kekinian	Tunik Wanita Kekinian	Hijau	Hijau	Optimal
3	Kemeja Flanel Oversize	Kemeja Flanel Oversize	Hijau	Hijau	Optimal
4	Mukena Travel Mini	Mukena Travel Mini	Hijau	Hijau	Optimal
5	Celana Kulot Highwaist	Celana Kulot Highwaist	Hijau	Hijau	Optimal

Tabel 2. Perbandingan Elemen Optimasi Sebelum dan Sesudah Implementasi

No	Elemen Optimasi	Sebelum Optimasi	Sesudah Optimasi
1	Focus Keyphrase	Tidak ada	Terisi sesuai nama produk
2	Meta Title	Menggunakan judul default WordPress	Dioptimasi dengan keyword target
3	Meta Description	Kosong / tidak terisi	Deskripsi menarik 120-155 karakter
4	URL Slug	Mengandung karakter tidak ramah SEO	Bersih, singkat, mengandung keyword
5	Heading (H1/H2)	Tidak terstruktur	Terstruktur sesuai hierarki konten
6	ALT Text Gambar	Kosong	Diisi dengan deskripsi gambar + keyword
7	Panjang Konten	Di bawah 300 kata	Minimal 300 kata per produk
8	Internal Linking	Tidak ada	Ditambahkan tautan antar produk
9	Skor Yoast SEO	Merah (Poor)	Hijau (Good)
10	Skor Readability	Merah (Poor)	Hijau (Good)



Gambar 3. Tampilan Semua Products WordPress dengan Skor SEO Hijau

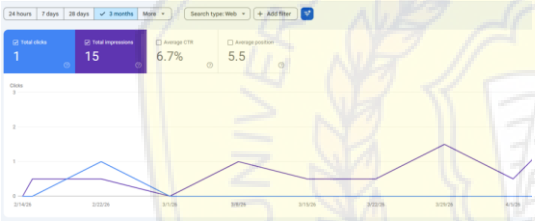
2. Analisis Data Google Search Console (GSC)

Google Search Console digunakan sebagai instrumen utama untuk mengukur dampak implementasi optimasi SEO terhadap visibilitas toko online Lisda Collection di mesin pencari Google. Data yang diperoleh mencakup metrik impressions, clicks, click-through rate (CTR), dan average position dalam periode Februari hingga April 2026.

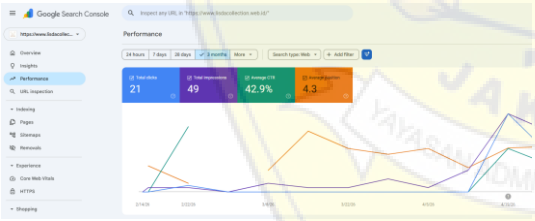
P-ISSN : 2580-4316
E-ISSN : 2654-8054 https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v10i2

Tabel 3. Data Performa Website pada Google Search Console

No	Metrik	Sebelum Optimasi	Sesudah Optimasi
1	Total Impressions	15	49
2	Total Clicks	1	21
3	Click-Through Rate (CTR)	6,7%	42,9%
4	Average Position	5,5	4,3
5	Periode Pengamatan	Februari-Maret 2026	April 2026



Gambar 4. Dashboard Performance Google Search Console Sebelum Optimasi



Gambar 5. Dashboard Performance Google Search Console Sesudah Optimasi

Salah satu temuan dari analisis Google Search Console adalah peningkatan drastis pada nilai Click-Through Rate (CTR). Sebelum optimasi, CTR website berada pada angka 6,7%, yang dihitung dari 1 klik dari 15 impressions. Setelah dilakukan optimasi menyeluruh, CTR melonjak menjadi 42,9%, dihitung dari 21 klik dari 49 impressions menggunakan rumus:

$$CTR = \frac{Clicks}{Impressions} \times 100\%$$
$$= \frac{21}{49} \times 100\% = 42{,}9\%$$

Tingginya nilai CTR mengindikasikan bahwa meskipun website masih dalam tahap awal indeksasi, tampilan snippet di SERP yang telah dioptimasi melalui meta title dan meta description mampu menarik perhatian dan mendorong pengguna untuk melakukan klik.

Average position juga mengalami perbaikan dari 5,5 sebelum optimasi menjadi 4,3 setelah optimasi dilakukan. Nilai 4,3 berarti website secara rata-rata menempati posisi ke-4 hingga ke-5 pada halaman pertama hasil pencarian Google (SERP), lebih baik dibanding sebelumnya. Pencapaian ini sangat positif mengingat website masih berada di fase awal indexing. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu oleh (Nurfadilla et al., 2023) yang menunjukkan peningkatan signifikan pada performa website setelah implementasi SEO dengan Plugin Yoast, serta (Hasanudin & Widiyasono, 2021) yang membuktikan bahwa implementasi Yoast SEO mampu meningkatkan ranking pada Google SERP secara terukur.

Keterbatasan utama dalam penelitian ini adalah singkatnya periode pengamatan pasca-optimasi penuh. Optimasi menyeluruh pada seluruh 5 produk baru dilaksanakan pada April 2026, sehingga dampak komprehensif terhadap peringkat dan trafik organik dalam jangka panjang belum dapat diukur secara maksimal dalam kerangka waktu penelitian ini. Sebagai proyeksi, berdasarkan pola yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu, peningkatan yang lebih substansial pada metrik impressions, clicks, dan average position berpotensi akan terus terjadi seiring dengan semakin matangnya proses indeksasi dan otoritas domain website Lisda Collection.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi optimasi SEO menggunakan Plugin Yoast SEO pada toko online berbasis WordPress dapat dilakukan secara sistematis melalui tahapan yang terstruktur, meliputi instalasi dan konfigurasi plugin, optimasi elemen SEO on-page (meta title, meta description, URL slug, heading tags, ALT text gambar, dan internal linking), hingga verifikasi dan request indexing melalui Google Search Console. Seluruh 5 produk sampel pada toko online Lisda Collection berhasil mencapai indikator hijau pada parameter SEO Analysis dan Readability Analysis Plugin Yoast SEO setelah proses optimasi diterapkan.

Data Google Search Console menunjukkan bahwa website berhasil meraih 49 impressions dengan 21 klik organik, CTR sebesar 42,9% dan average position 4,3 pada halaman pertama SERP Google. Hasil ini membuktikan bahwa Plugin Yoast SEO merupakan solusi yang efektif dan terukur untuk membangun fondasi teknis SEO yang kuat sehingga toko online berbasis WordPress dapat meningkatkan visibilitas dan peringkatnya di mesin pencari Google secara organik.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Sekolah Tinggi Teknik Multimedia Internasional Malang atas dukungan, bimbingan, dan fasilitas yang diberikan selama penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan secara mandiri tanpa pendanaan dari pihak eksternal. Penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

Ayu Fitriasari, N., Tridian Galih, S., & Agung Prakoso, S. (2024). Implementasi Search Engine Optimization (SEO) pada Website Printblcdesigns.Com untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, *10*(2), 519–533. https://doi.org/10.37012/JTIK.V10I2.2263

Buku, P., Program, P., Website, M., Cms, B., Bagi, W., Mutoharoh, G., Muliyati, D., & Amada, E. (2022). Pengembangan Buku Panduan Program Merancang Website Berbasis CMS Wordpress Bagi Guru. *Mitra Teras: Jurnal Terapan Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 37–42. https://doi.org/10.58797/TERAS.0102.01

Fatin, A. S., & Juanita, S. (2022). Pengembangan Media Penjualan Pada Toko Store Anak Branded Dengan E-commerce. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, *9*(3), 2335–2350. https://doi.org/10.35957/JATISI.V9I3.2694

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), 2021. https://doi.org/10.37058/JSSAINSTEK.V7I2.4257

Hasugian, H., & Firmanto, F. (2022). ANALISIS DAN PERANCANGAN E-COMMERCE MENGGUNAKAN CONTENT MANAGEMENT SYSTEM WORDPRESS PADA KAYRA NU HIJAB. *IDEALIS : InDonEsiA JournaL Information System*, *5*(1), 40–48. https://doi.org/10.36080/IDEALIS.V5I1.2880

Nurfadilla, R. A., Hayuhardhika, W., Putra, N., & Hanggara, B. T. (2023). Implementasi Search Engine Optimization (SEO) pada Sistem Informasi E-Commerce menggunakan Plugin Wordpress (Studi Kasus Toko Online

Norilyascake). *J-Ptiik.Ub.Ac.Id*, *7*(1), 73–82. http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/12104

Pendidikan Sejarah, J., Pendidikan Sejarah, -Jurusan, & Ilmu Sosial dan Hukum, F. (2021). DINAMIKA E-COMMERCE DI INDONESIA TAHUN 1999-2015. *Avatara: Jurnal Pendidikan Sejarah*, *10*(3). https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/40965

Rasyid, F. A., & Juanita, S. (2023). Aplikasi E-Commerce Berbasis Content Management System untuk Meningkatkan Penjualan pada Toko RB Supply. *Jurnal SISKOM-KB (Sistem Komputer Dan Kecerdasan Buatan)*, *7*(1), 48–55. https://doi.org/10.47970/SISKOM-KB.V7I1.466

Rohman, A., & Bhakti, H. D. (2023). Perancangan Sistem Informasi Persediaan Barang Berbasis Web. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, *7*(9), 15304–15313. https://doi.org/10.36418/SYNTAX-LITERATE.V7I9.14255

Salem, T., Hadi, B., & Darujati, C. (2023). Analisis dan Implementasi Toko Online From.Munch: Studi Kasus Pengembangan Platform E-Commerce. *Dike*, *1*(2), 49–52. https://doi.org/10.69688/DIKE.V1I2.37

Saputri, E., Dinas Perpustakaan, P., Kearsipan, D., & Lhokseumawe, K. (2021). Strategi penelusuran informasi melalui search engine (Google). *Pdfs.Semanticscholar.Org*. https://pdfs.semanticscholar.org/7443/3a01949b45a6ac9f854ac3011859122ba012.pdf