

Pelatihan dan Pendampingan Optimasi Website Bagi Pengelola Desa Pulau Mubut

Yeni Rokhayati¹, Metta Santiputri¹, Sartikha¹

¹Politeknik Negeri Batam, Jl. Ahmad Yani, Batam Kota, Indonesia

Abstract— One of the promotional media of Mubut Island, that website, has been completed at the Batam State Polytechnic service activity in 2021. As a follow-up to this activity, the 2022 service needs to optimize the website promotion media which is also planned to be implemented in 2022. Because it will be the manager who will manage this website in the future, it is essential to train them so they can and are proficient in optimizing it. Website optimization will be done using Search Engine Optimization (SEO) techniques. First, the training will bring in an SEO practitioner. In addition, learning videos will also be made involving Project Based Learning (PBL) students. This learning media will also be given as an investment in knowledge in the future if something is forgotten. Website analytic data will be collected using the HiStats tool during this optimisation. As an evaluation material for this service activity, the manager's ability to optimize the website will be reviewed by looking at the condition of the website after the training. In addition, it analyzes the improvement of website visitors before vs after optimization. The result is the website to be at the top of search engines, and the number of visitors to the Mubut Island tourist village website will increase significantly.

Kata Kunci—Website Optimization, Training, Community Service, Mubut Island, SEO

Abstrak— Salah satu media promosi berupa website Desa Wisata Pulau Mubut telah selesai dibuat di kegiatan pengabdian Politeknik Negeri Batam pada tahun 2021. Sebagai tindak lanjut dari kegiatan ini, maka pengabdian tahun 2022 perlu untuk mengoptimalkan media promosi website tersebut yang rencananya juga akan diimplementasikan di tahun 2022. Oleh karena ke depannya yang akan mengelola website Desa Wisata ini adalah pengelolanya, maka sangat penting untuk melatih pengelola ini agar bisa dan mahir dalam mengoptimasinya. Optimasi website yang akan dilakukan menggunakan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Terlebih dahulu pelatihannya akan mendatangkan narasumber praktisi SEO. Selain pelatihan dengan narasumber, juga akan dibuatkan video pembelajaran dengan melibatkan mahasiswa Project Based Learning (PBL). Media pembelajaran ini nanti juga akan diberikan ke pengelola sebagai investasi pengetahuan ke depannya jika ada yang terlupa. Selama optimasi ini, data analitik websitenya juga akan dikumpulkan dengan memanfaatkan tool HiStats, sebagai bahan data evaluasi. Sebagai bahan evaluasi kegiatan pengabdian ini, akan ditinjau kemampuan pengelola dalam mengoptimasi websitenya dengan melihat kondisi website setelah pelatihan. Selain itu, mengumpulkan data pencapaian pengunjung website sebelum dioptimasi dan sesudah dioptimasi, untuk kemudian dianalisis peningkatannya. Hasilnya, website berada di urutan atas mesin pencarian, dan jumlah pengunjung website desa wisata Pulau Mubut akan meningkat secara signifikan.

Kata Kunci— Optimasi Website, Pelatihan, Pengabdian, Pulau Mubut, SEO

I. PENDAHULUAN

Pulau Batam tercatat sebagai salah satu daerah kota terbesar di Provinsi Kepulauan Riau, yang mulai dikenal sebagai tujuan destinasi wisata serta pintu gerbang utama wisatawan asing memasuki wilayah Indonesia disamping Jakarta dan Bali (Nurdie, 2019). Salah satu destinasi wisata yang sedang berkembang adalah Pulau Mubut. Pulau Mubut merupakan salah satu pulau eksotis yang terletak di Kota Batam, Kepulauan Riau yang cocok untuk dijadikan sebagai

destinasi wisata akhir pekan. Dari sekian banyak objek wisata yang dapat dinikmati di Kota Batam, Pulau Mubut seperti kebanyakan objek wisata pantai lainnya menawarkan suasana keindahan pantai yang eksotis lengkap dengan pasir putih, pohon kelapa yang melambai dan berbaris rapi di pinggir pantai. Untuk transportasi biasanya pengunjung menggunakan jasa perahu pompong untuk mengantarkan dan menjemput kembali pengunjung dari dermaga Sembulang langsung menuju ke Pulau Mubut Darat (Wiranata, 2018).

Sejak tahun 2021, Politeknik Negeri Batam sebagai instansi pendidikan tinggi di Kota Batam telah berkomitmen untuk membantu pengembangan Desa Wisata di Pulau Mubut ini. Kegiatan ini dikemas dalam bentuk pengabdian yang telah mulai dilaksanakan awal tahun 2021 dengan tema Penguatan Kecerdasan Linguistik Sebagai Penunjang Bisnis dan Financial Sustainability Pada Usaha Mikro Desa Wisata Pulau Mubut (R. P. Sibagariang, 2021). Beberapa judul pengabdian di tahun 2021 ini adalah pembuatan media promosi. Memiliki website adalah langkah awal, langkah berikutnya adalah melakukan optimalisasi (Rahman, 2015).

Oleh karena beberapa media promosi telah selesai dibuat (S. Sibagariang et al., 2021), maka harapannya target pada tahun 2022 ini adalah fokus kepada implementasi media promosi ini. Ketika media promosi telah diimplementasikan, maka salah satu hal yang penting untuk dilakukan adalah untuk mengetahui bagaimana cara mengoptimasinya. Pengetahuan ini sangat berguna bagi pengelola media promosi Desa Wisata Pulau Mubut ini nantinya. Optimasi yang akan dilatihkan di sini adalah menggunakan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk websitenya. Optimisasi mesin pencari (SEO) adalah proses meningkatkan jumlah dan kualitas lalu lintas ke situs web dari mesin pencari melalui daftar kata kunci yang ditargetkan (Batiuk et al., 2020; Park, 2018; Patil Swati et al., 2013). SEO membantu dalam membangun situs web sedemikian rupa sehingga dapat ditemukan dengan mudah di mesin pencari dengan kata kunci yang relevan (Nagpal & Petersen, 2020; Somani & Suman, 2011).

Untuk itu, usulan kegiatan pengabdian ini adalah mengadakan pelatihan bagaimana cara mengoptimasi website desa wisata sebagai media promosi agar dapat disebarluaskan sebanyak mungkin dan mendapat ketertarikan calon pengunjung yang lebih banyak lagi. Sehingga Desa Wisata Pulau Mubut semakin dikenal dan semakin banyak dikunjungi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Kegiatan pengabdian (Mardiyantoro & Kholid, 2021) meningkatkan branding website sikidang.com menggunakan teknik SEO. Kegiatan ini meliputi membuat website sikidang.com sesuai dengan permintaan pemiliknya yaitu CV Oafindo, lalu mengoptimasi website tersebut dengan teknik SEO On-Page dan Off-Page. Hasilnya, peningkatan branding berhasil dilakukan dan bahkan bisa meningkatkan hasil penjualan produk dari CV Oafindo.

Kemudian, kegiatan pengabdian (Dianta & others, 2022) memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada UKM Furniture Boyolali dalam mengoptimasi websitenya sebagai sarana pemasaran digital secara online yang baik. Materi penyuluhannya meliputi langkah-langkah upload website ke hosting, penerapan SEO, desain website dengan Dreamweaver, optimasi website, serta pengenalan hosting dan domain. Hasilnya, keberhasilan kegiatan pengabdian ini diukur dari antusiasme para karyawan UKM Furniture dalam mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihannya.

Selanjutnya, kegiatan pengabdian (Shita et al., 2022) mengadakan pelatihan teknik optimasi pemasaran online dengan memanfaatkan mesin pencari Google bagi kalangan Komunitas Pengusaha Muda (KPM). Metode pelatihannya dengan memaparkan teori dan praktek secara langsung kepada peserta. Hasilnya, kalangan KPM mengenal usaha online dan melakukan optimasi usahanya melalui mesin pencari, dan dapat menghemat biaya promosinya.

Lalu, pengabdian (Noor et al., 2021) mengadakan pelatihan optimasi mesin pencari pada konten web PKBM Tunas Melati Pelaihari dengan Teknik SEO. Materi pengabdian berupa penyampaian manfaat dari SEO untuk mempermudah pencarian website yang dibuat agar lebih mudah dikenal masyarakat terutama forum pemuda Tunas Melati. Hasilnya, forum pemuda Tunas Melati dapat memanfaatkan SEO untuk meningkatkan pengunjung di websitenya.

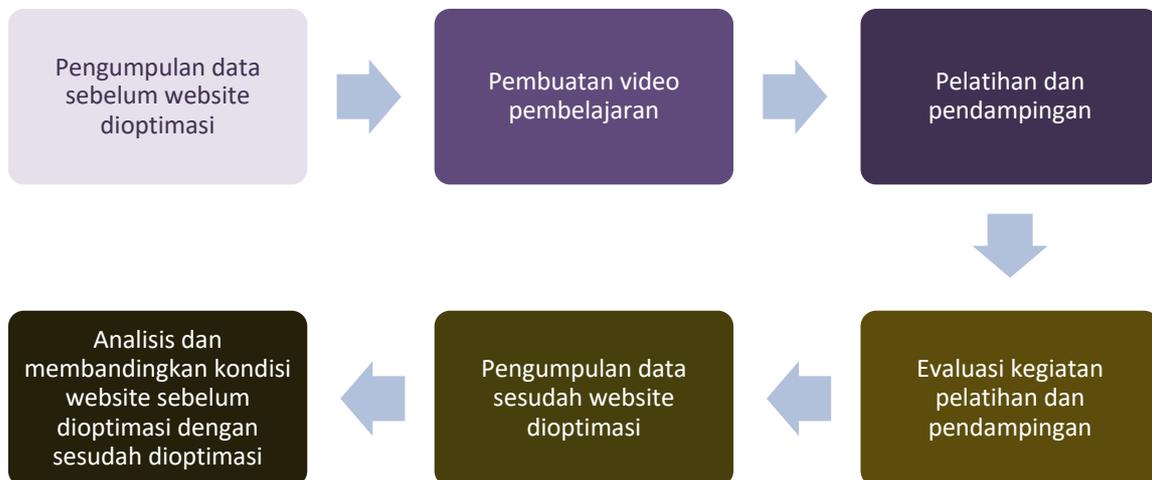
Dari pembahasan 4 studi pustaka ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian optimasi website dapat membantu meningkatkan kegiatan pemasaran dengan cara website mudah dicari dalam mesin pencarian serta dapat meningkatkan jumlah pengunjung website. Untuk itu, pada website Desa Wisata Pulau Mubut yang menghadapi permasalahan yang sama ini juga akan dilakukan hal serupa, yaitu dioptimasi agar mudah dicari atau berada di awal/atas dalam mesin pencarian, serta dengan harapan dapat meningkatkan jumlah pengunjung website sehingga menjadi media promosi Desa Wisata Pulau Mubut karena semakin diketahui banyak orang.

III. METODE

Sasaran Mitra kegiatan pengabdian ini adalah Desa Wisata Pulau Mubut yang merupakan sebuah pulau terpencil, dimiliki dan dikelola penduduk bersuku Melayu warga tempatan. Sehingga kategori sasaran mitra ini adalah yang bergerak di bidang ekonomi produktif, dengan latar belakang permasalahan utamanya ada 2, yaitu kemampuan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan internet yang masih di bawah standar (hanya telpon, chat, wa), dan tidak memahami teknik promosi menggunakan internet tersebut.

Tahapan kegiatan pengabdian ini terdiri dari pengumpulan data sebelum website dioptimasi, pembuatan video pembelajaran, pelatihan dan pendampingan, evaluasi kegiatan pelatihan dan

pendampingan, pengumpulan data sesudah website dioptimasi, dan melakukan analisis serta membandingkan kondisi website sebelum dioptimasi dengan setelah dioptimasi (Evans, 2007; Setiawan et al., 2020). Tahapan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Pengabdian ini diawali dengan pengumpulan data sebelum dilakukan optimasi pada media promosi websitenya. Pengumpulan data ini selanjutnya akan dianalisis guna mengetahui kelebihan dan kekurangan website dan juga ratelya untuk dibandingkan hasilnya dengan hasil sesudah dioptimasi nanti. Kekurangan dan kelebihan websitenya akan menjadi masukan dalam mengumpulkan materi pelatihan yang sesuai nanti, juga sebagai kebutuhan perancangan media untuk materi pelatihannya (video pembelajaran optimasi website dengan SEO). Oleh karena kegiatan pengabdian ini nanti menjadi bagian dari *Project Based Learning* (PBL), maka materi pelatihan akan dibuatkan medianya oleh mahasiswa yang sedang PBL. Setelah itu selanjutnya melaksanakan pelatihannya. Pelatihan ini nanti akan mendatangkan narasumber yang memang kompeten di bidang optimasi website. Selain itu optimasi juga sudah mulai diimplementasikan, lalu dikumpulkan datanya selama sekitar 1 bulan. Data yang telah terkumpul, baik sebelum media promosi dioptimasi dan juga sesudah dioptimasi akan dianalisa untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan. Evaluasi pelaksanaan program pengabdian dilakukan dengan melihat ketrampilan yang memadai pengelola dalam mengoptimasi website Desa Wisata Pulau Mubut, dan juga terdapat peningkatan jumlah pengunjung website Desa Wisata Pulau Mubut.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dituliskan pada bagian ini meliputi hasil pengumpulan data sebelum website dioptimasi, pembuatan media pembelajaran, pelatihan dan pendampingan, evaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan, serta pengumpulan data setelah website dioptimasi dan analisis hasilnya.

4.1. Pengumpulan data sebelum website dioptimasi

Tahapan pengumpulan data sebelum website dioptimasi dilakukan sejak sebulan sebelum pelatihan, yaitu 7 September 2022 sampai dengan 7 Oktober 2022. Data ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Sebelum Website Dioptimasi

Tanggal	Visitors	Page Views	First Time Visitors	Page Views per Visit	New Visitors Ratio (%)
07-Sep	9	19	7	2,11	77,7
08-Sep	5	5	3	1	60
09-Sep	9	15	7	1,66	77,7
10-Sep	5	7	2	1,4	40
11-Sep	13	17	11	1,3	84,6
12-Sep	3	4	2	1,33	66,6
13-Sep	6	10	4	1,66	66,6
14-Sep	0	0	0	0	0
15-Sep	0	0	0	0	0
16-Sep	4	6	3	1,5	75
17-Sep	3	3	2	1	66,6
18-Sep	4	4	4	1	100
19-Sep	11	17	10	1,54	90,9
20-Sep	9	17	9	1,88	100
21-Sep	4	5	2	1,25	50
22-Sep	7	9	5	1,28	71,39
23-Sep	1	1	1	1	1
24-Sep	1	1	1	1	1
25-Sep	5	6	4	1,2	80
26-Sep	8	49	4	6,12	50
27-Sep	1	4	0	4	0
28-Sep	4	4	2	1	50
29-Sep	18	21	10	1,16	55,5
30-Sep	5	5	2	1	40
01-Okt	3	3	3	1	100
02-Okt	5	6	5	1,2	100
03-Okt	9	14	5	1,55	55,5
04-Okt	5	5	5	1	100
05-Okt	12	26	9	2,16	75
06-Okt	6	9	4	1,5	66,6
07-Okt	8	15	4	1,87	50

Data yang dikumpulkan adalah jumlah pengunjung (*visitors*), jumlah halaman website yang dibuka (*page views*), jumlah pengunjung baru (*first time visitors*), rasio jumlah halaman yang

dibuka dengan jumlah pengunjungnya (*page views per visit*), serta rasio/persentase pengunjung baru dibandingkan dengan jumlah pengunjung (*new visitors ratio*). Data ini diambil dari <https://www.histats.com/> (Histats.com, n.d.; Hussaina & Vino, n.d.).

4.2. Pembuatan Media Pembelajaran

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan media pembelajaran berbasis video. Ini dilakukan dikarenakan di Politeknik Negeri Batam setiap kegiatan pengabdian selalu disertakan dengan Project Based Learning (PBL), sehingga supaya ada output dari kegiatan PBL ini dibuat media pembelajaran ini, yang mana ini juga diperuntukkan untuk mendampingi pengelola jika mereka lupa bagaimana cara melakukan optimasinya setelah pelatihan. Tahapan ini telah selesai dilakukan, dan hasilnya, video pembelajaran yang dihasilkan berdurasi 5 menit 35 detik, dan dapat dilihat di: <https://www.youtube.com/watch?v=MtgIXgKIDDU>

4.3. Pelatihan dan Pendampingan

Tahapan kegiatan ini juga telah selesai dilakukan pada tanggal 8 Oktober 2022, dengan skenario ½ hari di Politeknik Negeri Batam (pkl 08.00 – 12.00 WIB), dan ½ hari (pkl 13.00 – 18.00 WIB) di Pulau Mubut. Adapun beberapa dokumentasinya dapat dilihat pada Gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Dokumentasi pelatihan dan pendampingan



Gambar 3. Dokumentasi pelatihan dan pendampingan

Adapun materi pelatihannya tentang bagaimana mengoptimasi website agar dalam mesin pencarian dengan kata kunci tertentu bisa menjadi urutan awal (jika bisa yang pertama) [5]–[7].

4.4. Evaluasi Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

Evaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan ini adalah dengan mengevaluasi kondisi website setelah dilakukan optimasi, lalu dibandingkan dengan sebelum dilakukan optimasi. Tabel 2 adalah evaluasi kondisi website sebelum vs sesudah dilakukan tindakan optimasi.

Tabel 2. Evaluasi Kondisi Website Sebelum vs Sesudah Dilakukan Optimasi

No	Parameter yang dievaluasi	Sebelum	Dokumentasi	Sesudah	Dokumentasi
1.	SEO ON PAGES – JUDUL HALAMAN	Pantai Mubut	https://wisatamubut.org Pantai Mubut Wisata Pulau Mubut merupakan wis wisata favorit bagi kebanyakan Orang	Wisata Pulau Mubut Darat Batam	https://wisatamubut.org Wisata Pulau Mubut Darat Batam Wisata Pulau Mubut merupakan wisata Pantai di ar wisata favorit bagi kebanyakan Orang di Batam yang
2	SEO ON PAGES - META DESCRIPTION	<i>Wisata Pulau Mubut</i> merupakan wisata Pantai di area batam yang menjadi tempat wisata favorit bagi kebanyakan Orang di Batam yang ingin berwisata di hari	https://wisatamubut.org Wisata Pulau Batam Pantai Mubut Wisata Pulau Mubut merupakan wisata Pantai di area batam yang menjadi wisata favorit bagi kebanyakan Orang di Batam yang ingin berwisata di hari	<i>Wisata Pulau Mubut Darat Batam</i> merupakan wisata Pantai di area batam yang menjadi tempat wisata favorit bagi kebanyakan Orang di Batam yang ingin berwisata di hari libur.	https://wisatamubut.org Wisata Pulau Mubut Darat Batam Wisata Pulau Mubut Darat Batam merupakan wisata Pantai di area batam yang menjadi tempat wisata favorit bagi kebanyakan Orang di Batam yang ingin berwisata di hari
3	SEO ON PAGES - ARTIKEL	Tidak memiliki artikel		Ditambahkan artikel	

4	SEO ON PAGES – KATA KUNCI	Tidak memiliki kata kunci tertarget		Wisata Pulau Mubut, Wisata Pantai di Batam	
5	SEO ON PAGES - INTERNAL LINK	Sudah cukup kuat internal link ke artikel website		Ditambahkan internal link dengan anchor kata kunci ke artikel website yaitu: Wisata Pulau Mubut Darat Batam	
6	SEO ON PAGES – KECEPATAN WEBSITE	Kecepatan website 18%		Kecepatan website 80%	
7	SEO OFF PAGES – LINK BUILDING	Backlink belum memadai, total 6 backlink		Backlink cukup memadai, total 70 backlink dan akan terus bertambah seiring waktu optimasi	
8	SEO OFF PAGES - DOMAIN AUTHORITY	Domain Authority belum kuat, value 0.2		Domain Authority 0.7 lumayan dan akan terus naik seiring waktu	
9	SEO OFF PAGES – MEDIA SOCIAL SHARE	0 Share / tidak pernah dibagikan ke social media seperti facebook		Total 5 share dan akan terus bertambah seiring waktu optimasi	
10	Final Optimasi	Posisi website dengan kata kunci target berada di posisi 8		Posisi website dengan kata kunci target berada di posisi 1	

Selain itu, evaluasi kegiatan pelatihan dan pendampingan ini juga dengan melihat jumlah pengunjung website sebelum dilakukan optimasi vs sesudah dilakukan optimasi. Indikator tercapainya jika mengalami kenaikan jumlah pengunjung. Oleh karena itu, data pengunjung

sebelum dan sesudah optimasi dikumpulkan setiap harinya. Detailnya disajikan pada tahapan selanjutnya yaitu pengumpulan data sesudah website dioptimasi.

4.5. Pengumpulan Data Sesudah Website Dioptimasi

Pengumpulan data setelah website dioptimasi (jumlah pengunjung (*visitors*), jumlah halaman website yang dibuka (*page views*), jumlah pengunjung baru (*first time visitors*), dan rasio/persentase pengunjung baru dibandingkan dengan jumlah pengunjung (*new visitors ratio*)) kembali dilakukan melalui <https://www.histats.com/>. Data ini dikumpulkan tepat sejak per tanggal pelatihan, yaitu tanggal 8 Oktober 2022 hingga 7 Nopember 2022. Adapun datanya seperti terlihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Sesudah Website Dioptimasi

Tanggal	Visitors	Page Views	First Time Visitors	Page Views per Visit	New Visitors Ratio (%)
08-Oct	15	31	13	2,06	86,6
09-Oct	15	16	11	1,06	73,3
10-Oct	6	6	5	1	83,3
11-Oct	21	29	18	1,38	85,7
12-Oct	7	8	6	1,14	85,7
13-Oct	16	32	13	2	81,2
14-Oct	9	10	9	1,11	100
15-Oct	7	13	4	1,85	57,09
16-Oct	8	10	8	1,25	100
17-Oct	5	5	5	1	100
18-Oct	7	10	7	1,42	100
19-Oct	9	12	7	1,33	77,7
20-Oct	7	10	6	1,42	85,7
21-Oct	15	16	14	1,06	93,3
22-Oct	5	5	4	1	80
23-Oct	11	12	9	1,09	81,8
24-Oct	11	15	10	1,36	90,9
25-Oct	14	15	13	1,07	92,8
26-Oct	8	10	7	1,25	87,5
27-Oct	24	26	22	1,08	91,6
28-Oct	19	21	15	1,1	78,9
29-Oct	16	19	16	1,18	100
30-Oct	11	12	11	1,09	100
31-Oct	15	23	14	1,53	93,3
01-Nov	10	10	9	1	90
02-Nov	15	17	13	1,13	86,6
03-Nov	12	14	10	1,16	83,3
04-Nov	15	19	13	1,26	86,6
05-Nov	12	14	12	1,16	100
06-Nov	10	10	10	1	100
07-Nov	5	7	4	1,4	80

Selanjutnya, tahapan selanjutnya adalah melakukan analisa data sebelum dan sesudah serta membandingkannya.

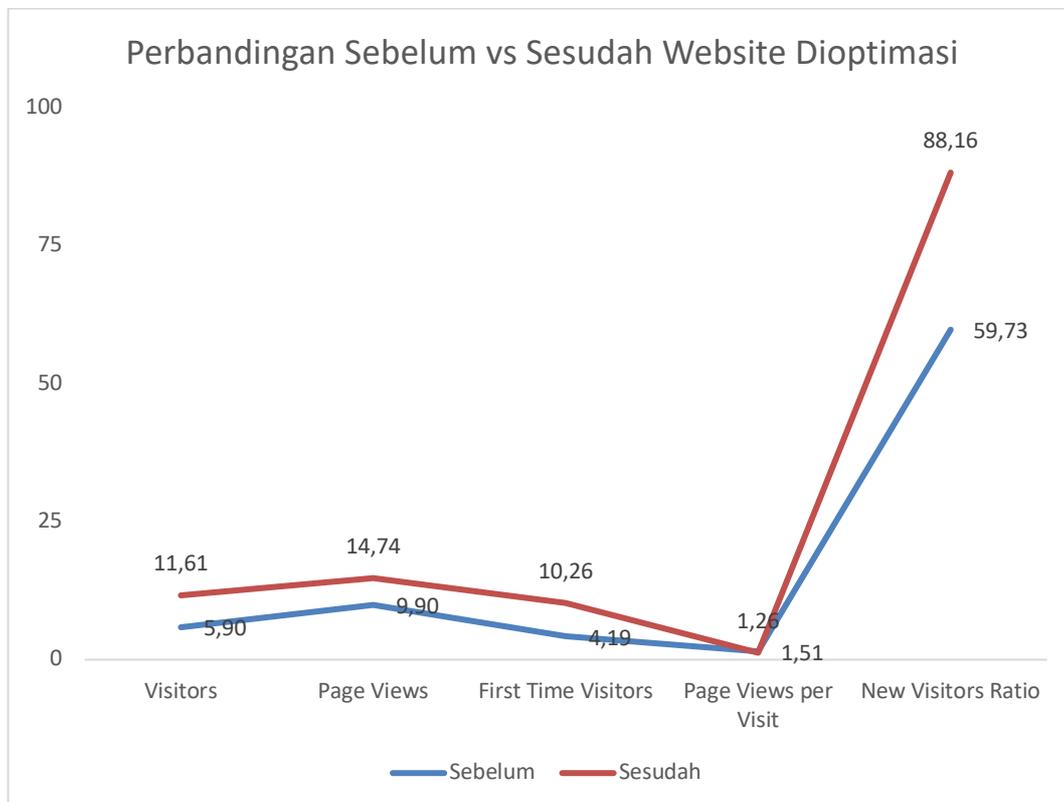
4.6. Analisis dan Membandingkan Kondisi Website Sebelum Dioptimasi dengan Sesudah Dioptimasi

Analisis dilakukan dengan cara deskriptif (Kemp et al., 2018; Sugiyono, 2013) dan inferensial (Perera et al., 2022; Sugiyono, 2013). Secara deskriptif, data dari parameter dihitung rata-ratanya, dan ditemukan hasilnya seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Rata-rata Sebelum vs Sesudah Website Dioptimasi

Parameter	Sebelum Website Dioptimasi	Sesudah Website Dioptimasi
Visitors	5,90	11,61
Page Views	9,90	14,74
First Time Visitors	4,19	10,26
Page Views per Visit	1,51	1,26
New Visitors Ratio	59,73	88,16

Dilihat dari nilai rata-ratanya seperti tertera di Tabel 4, dikatakan bahwa jumlah pengunjung (*visitors*), jumlah halaman website yang dibuka (*page views*), jumlah pengunjung baru (*first time visitors*), dan rasio/persentase pengunjung baru dibandingkan dengan jumlah pengunjung (*new visitors ratio*) **secara deskriptif mengalami peningkatan**. Hanya parameter rasio jumlah halaman yang dibuka dengan jumlah pengunjungnya (*page views per visit*) yang tidak mengalami peningkatan. Atau secara visual dapat dilihat peningkatannya pada grafik di Gambar 4.



Gambar 4. Perbandingan Sebelum vs Sesudah Website Dioptimasi

Untuk meyakinkan hasil ini, selanjutnya dilakukan analisa inferensial (pengujian hipotesis), menggunakan uji t independen, dengan menggunakan rumus t-hitungnya (Sugiyono, 2013):

$$t_{hitung} = \frac{X_1 - X_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1+n_2-2} \left(\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}\right)}} \quad \text{Persamaan (1)}$$

dan menggunakan uji sisi kanan dengan interval kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$), didapatkan perhitungannya menggunakan SPSS.

Hipotesis 1:

Ho: *Visitors* sesudah dioptimasi = *Visitors* sebelum dioptimasi

Ha: *Visitors* sesudah dioptimasi \neq *Visitors* sebelum dioptimasi

t-tabel (0.025, 60) = 2.299

Group Statistics

Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Visitors: Sesudah	31	11.6129	4.84202	86865
Sebelum	31	5.9032	4.06883	72935

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			95% Confidence Interval of the Difference			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
Visitors:	Equal variances assumed	1.832	.206	5.031	60	.000	5.70968	1.13501	3.43932	7.98003
	Equal variances not assumed			5.031	58.234	.000	5.70968	1.13501	3.43781	7.98145

Gambar 5. Hasil Uji-t Visitors dengan SPSS

Karena t-hitung (5.031) > t-tabel (2.299), maka Ho ditolak, yang artinya jumlah pengunjung (*visitors*) sesudah \neq sebelum dioptimasi, yang artinya *visitors* mengalami peningkatan secara signifikan.

Hipotesis 2:

Ho: *Page Views* sesudah dioptimasi = *Page Views* sebelum dioptimasi

Ha: *Page Views* sesudah dioptimasi \neq *Page Views* sebelum dioptimasi

t-tabel (0.025, 60) = 2.299

Group Statistics

Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PageViews: Sesudah	31	14.7415	7.38282	1.31163
Sebelum	31	9.8032	9.92423	1.78244

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		Test for Equality of Means			95% Confidence Interval of the Difference			
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PageViews:	Equal variances assumed	1.100	.298	2.186	60	.033	4.93871	2.21302	.41201	9.26641
	Equal variances not assumed			2.186	55.123	.033	4.93871	2.21302	.40394	9.27348

Gambar 6. Hasil Uji-t Page Views dengan SPSS

Karena $t\text{-hitung} (2.186) < t\text{-tabel} (2.299)$, maka H_0 diterima, yang artinya *Page Views* sesudah = sebelum dioptimasi, yang artinya *Page Views* sesudah dioptimasi tidak mengalami peningkatan secara signifikan.

Hipotesis 3:

H_0 : *First Time Visitors* sesudah dioptimasi = *First Time Visitors* sebelum dioptimasi

H_a : *First Time Visitors* sesudah dioptimasi \neq *First Time Visitors* sebelum dioptimasi

$t\text{-tabel} (0.025, 60) = 2.299$

Group Statistics

Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
FirstTimevisitors: sesudah	31	10.2581	4.37392	.78558
sebelum	31	4.1935	3.08133	.55342

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means		95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
FirstTimevisitors:	Equal variances assumed	3.937	.052	6.311	60	.000	6.06452	.96094	4.14234	7.98669
	Equal variances not assumed			6.311	53.893	.000	6.06452	.96094	4.13785	7.99116

Gambar 7. Hasil Uji-t *First Time Visitors* dengan SPSS

Karena $t\text{-hitung} (6.311) > t\text{-tabel} (2.299)$, maka H_0 ditolak, yang artinya *First Time Visitors* sesudah \neq sebelum dioptimasi, yang artinya *First Time Visitors* mengalami peningkatan secara signifikan.

Hipotesis 4:

H_0 : *Page Views per Visit* sesudah dioptimasi = *Page Views per Visit* sebelum dioptimasi

H_a : *Page Views per Visit* sesudah dioptimasi \neq *Page Views per Visit* sebelum dioptimasi

$t\text{-tabel} (0.025, 60) = 2.299$

Group Statistics

Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PageViewsPerVisit: sesudah	31	1.2561	.29939	.05036
sebelum	31	1.5055	1.09504	.19667

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means		95% Confidence Interval of the Difference		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PageViewsPerVisit:	Equal variances assumed	6.058	.017	-1.228	60	.224	-.24935	.20302	-.65546	.15674
	Equal variances not assumed			-1.228	33.917	.228	-.24935	.20302	-.66198	.16327

Gambar 8. Hasil Uji-t *Page Views per Visit* dengan SPSS

Karena $|t\text{-hitung} (1.228)| \leq t\text{-tabel} (2.299)$, maka H_0 diterima, yang artinya *Page Views per Visits* sesudah = sebelum dioptimasi, yang artinya *Page Views per Visit* tidak mengalami peningkatan secara signifikan.

Hipotesis 5:

Ho: *New Visitors Ratio* sesudah dioptimasi = *New Visitors Ratio* sebelum dioptimasi

Ha: *New Visitors Ratio* sesudah dioptimasi \neq *New Visitors Ratio* sebelum dioptimasi

t-tabel (0.025, 60) = 2.299

Group Statistics					
Group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	
NewVisitorsRatio	Sesudah	31	99.1577	9.82361	1.78437
	Sebelum	31	59.7319	31.80188	5.71179

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances				t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
NewVisitorsRatio	Equal variances assumed	21.935	.000	4.755	60	.000	28.42581	5.97609	15.46785	40.38376
	Equal variances not assumed			4.755	35.974	.000	28.42581	5.97609	16.29783	40.55378

Gambar 9. Hasil Uji-t *New Visitors Ratio* dengan SPSS

Karena t-hitung (4.755) > t-tabel (2.299), maka Ho ditolak, yang artinya *New Visitors Ratio* sesudah \neq sebelum dioptimasi, yang artinya *New Visitors Ratio* mengalami peningkatan secara signifikan.

Dari semua proses analisis itu maka disimpulkan bahwa sesudah dilakukan optimasi jumlah pengunjung (*visitors*), jumlah pengunjung baru (*first time visitors*), dan rasio/persentase pengunjung baru dibandingkan dengan jumlah pengunjung (*new visitors ratio*) mengalami peningkatan secara signifikan. Sedangkan yang tidak mengalami peningkatan adalah jumlah halaman website yang dibuka (*page views*) dan *page views per visit*.

V. KESIMPULAN

Menjawab permasalahan yang dikemukakan pada bagian pendahuluan, bahwa media promosi website yang telah dibuat pada kegiatan pengabdian tahun 2021, pada kegiatan pengabdian tahun 2022 ini telah dilakukan pelatihan dan pendampingan untuk mengoptimasi media promosi website tersebut. Serangkaian kegiatan dilakukan dan disimpulkan bahwa evaluasi kegiatan ini sesuai dengan yang diharapkan di awal, yaitu pengelola Desa Wisata Pulau Mubut telah dilatih dan didampingi untuk mengoptimasi websitenya, lalu dilihat hasilnya bahwa website telah secara baik dioptimasi sehingga dalam mesin pencarian Google telah berada di urutan atas/awal, dan dari segi jumlah pengunjung utamanya maupun pengunjung baru juga mengalami peningkatan secara signifikan jika dibandingkan dengan jumlah pengunjung sebelum dilakukan optimasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya kegiatan pengabdian ini kami haturkan terimakasih kepada pemberi dana, yaitu Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi - Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Selain itu, ucapan terimakasih juga kami ucapkan kepada Politeknik Negeri Batam, khususnya Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) serta Jurusan Teknik Informatika yang telah memberikan dukungan, fasilitas, dan pendampingan kegiatan pengabdian ini. Kepada seluruh tim dosen dan mahasiswa yang membantu baik di kampus maupun di lapangan juga kami ucapkan terimakasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Batiuk, T., Vysotska, V., & Lytvyn, V. (2020). Intelligent System for Socialization by Personal Interests on the Basis of SEO-Technologies and Methods of Machine Learning. *COLINS*, 1237–1250.
- Dianta, I. A., & others. (2022). Penerapan Search Engine Optimization untuk Website Dinamis Pada UKM Furniture Boyolali. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(3), 29–32.
- Evans, M. P. (2007). Analysing Google rankings through search engine optimization data. *Internet Research*.
- Histats.com. (n.d.). *HiStats*. <https://www.histats.com/viewstats/?act=2&sid=4693068>
- Hussaina, M. M. M., & Vino, D. L. (n.d.). *A Study on Web Analytical Tools*.
- Kemp, S. E., Ng, M., Hollowood, T., & Hort, J. (2018). Introduction to descriptive analysis. *Descriptive Analysis in Sensory Evaluation*, 1.
- Mardiyantoro, N., & Kholid, A. L. (2021). PENINGKATAN BRANDING PADA WEBSITE SIKIDANG. COM DENGAN MENGGUNAKAN TEKNIK SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) ON PAGE DAN OFF PAGE DI CV. OAFINDO WONOSOBO. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 8(3), 262–267.
- Nagpal, M., & Petersen, J. A. (2020). Keyword Selection Strategies in Search Engine Optimization: How Relevant is Relevance? *Journal of Retailing*.
- Noor, A., Arrahimi, A. R., Sabella, B., & Sholeha, E. W. (2021). Pelatihan Optimasi Mesin Pencari Pelatihan Optimasi Mesin Pencari (SEO) pada Konten Web PKBM Tunas Melati Pelaihari. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (MEDITEG)*, 6(2), 47–54.
- Nurdie, E. (2019). <https://www.localguidesconnect.com/t5/General-Discussion/Wisata-Pulau-Mubut-Batam-Kepulauan-Riau-Indonesia/td-p/2095573>. Local Guides Connect. <https://www.localguidesconnect.com/t5/General-Discussion/Wisata-Pulau-Mubut-Batam-Kepulauan-Riau-Indonesia/td-p/2095573>

- Papagiannis, N. (2020). *Effective SEO and content marketing: the ultimate guide for maximizing free web traffic*. John Wiley & Sons.
- Park, M. (2018). SEO for an open access scholarly information system to improve user experience. *Information Discovery and Delivery*.
- Patil Swati, P., Pawar, B. V., & Patil Ajay, S. (2013). Search engine optimization: A study. *Research Journal of Computer and Information Technology Sciences*, 1(1), 10–13.
- Perera, C. H., Nayak, R., & Nguyen, L. V. T. (2022). Quantitative Data Presentation and Analysis: Inferential Analysis. In *Social Media Marketing and Customer-Based Brand Equity for Higher Educational Institutions* (pp. 187–215). Springer.
- Rahman, S. (2015). *Kitab Sakti SEO*. Elex Media Komputindo.
- Setiawan, A., Harahap, Z., Syamsuar, D., & Kunang, Y. N. (2020). The optimization of website visibility and traffic by implementing search engine optimization (SEO) in Palembang Polytechnic of tourism. *CommIT (Communication and Information Technology) Journal*, 14(1), 31–44.
- Sharma, S., & Verma, S. (2020). Optimizing Website effectiveness using various SEO Techniques. *2020 7th International Conference on Signal Processing and Integrated Networks (SPIN)*, 918–922.
- Shita, R. T., Hin, L. L., Diana, A., Achadiani, D., & Fatmasari, F. (2022). PELATIHAN OPTIMASI PEMASARAN ONLINE DENGAN MEMANFAATKAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA KOMUNITAS PENGUSAHA MUDA. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 16–23.
- Sibagariang, R. P. (2021). *Pengabdian Masyarakat Dosen Politeknik Negeri Batam 2021 di Pulau Mubut*. Tribun Batam. <https://batam.tribunnews.com/2021/08/18/pengabdian-masyarakat-dosen-politeknik-negeri-batam-di-pulau-mubut>
- Sibagariang, S., Rokhayati, Y., Dzikri, A., Handayani, S., Santiputri, M., Riyadi, A., Janah, N. Z., & Nizan, M. S. (2021). Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Wisata Pulau Mubut. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (AbdiMas)*, 3(2), 133–145.
- Singh, S. (2021). *Introduction to SEO*.
- Somani, A., & Suman, U. (2011). Counter measures against evolving search engine spamming techniques. *2011 3rd International Conference on Electronics Computer Technology*, 6, 214–217.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Wiranata, R. (2018). *Eksotisnya Pulau Mubut, Destinasi Wisata Akhir Pekan di Kota Batam*. Batamnews. <https://www.batamnews.co.id/berita-34377-eksotisnya-pulau-mubut-destinasi-wisata-akhir-pekan-di-kota-batam.html>