SEO Marketplace Growth System Ebook 1 dari 6

K-PERF:

Fondasi SEO Marketplace yang Sesungguhnya

Memahami Cara Kerja Algoritma Marketplace dan Framework Keyword-to-Revenue untuk Shopee, Tokopedia dan TikTok Shop



> *"Tanpa fondasi yang benar, semua usaha optimasi hanya buang waktu."*



Septian Bagus Widyacahya
SEO Marketplace Consultant

Daftar Isi

1 **Bab 1 – Mengapa SEO Marketplace Berbeda dari SEO Website (hal. 3):**
Membami perbedaan fundamental antara algoritma marketplace dan Google yang mempengaruhi seluruh strategi Anda.

2 **Bab 2 – Cara Kerja Algoritma Marketplace 5 Lapisan Ranking (hal. 4):**
Lima filter berurutan yang menentukan produk mana yang muncul di halaman pertama pencarian.

3 **Bab 3 – Framework K-PERF Blueprint Pertumbuhan Toko (hal. 6):**
Lima pilar yang saling terhubung untuk membangun fondasi SEO marketplace yang solid dan scalable.

4 **Bab 4 – K adalah Keyword Fondasi Semua Strategi (hal. 8):**
Cara menemukan, mengelompokkan, dan menggunakan kata kunci yang benar-benar dicari pembeli.

5 **Bab 5 – P adalah Product Optimization Konten yang Menjual (hal. 10):**
Formula judul, foto, dan deskripsi yang mendorong klik dan konversi.

6 **Bab 6 – E adalah Engagement Sinyal yang Diperkuat Algoritma (hal. 13):**
Metrik halaman produk yang memberi sinyal positif ke algoritma marketplace.

7 **Bab 7 – R adalah Revenue Signal Metrics yang Paling Dihargai (hal. 15):**
Mengapa konsistensi penjualan lebih penting dari satu hari ramai.

8 **Bab 8 – F adalah Feedback dan Trust Aset Jangka Panjang (hal. 17):**
Strategi membangun reputasi toko melalui ulasan dan penanganan komplain.

30-Day Action Roadmap (hal. 19):
Rencana aksi konkret selama 30 hari pertama menerapkan K-PERF.

BAB 1

Mengapa SEO Marketplace Berbeda dari SEO Website



Banyak pemilik toko online yang sudah familiar dengan SEO website terkejut ketika strategi yang sama tidak bekerja di marketplace. Ini bukan kebetulan. SEO marketplace dan SEO website beroperasi dengan logika yang fundamental berbeda.

Aspek	SEO Website	SEO Marketplace
Tujuan	Bawa traffic ke website	Langsung terjadi di platform
Faktor ranking	Backlink, konten, teknis	Penjualan, ulasan, engagement
Kompetisi	Jutaan website	Ribuan toko sejenis
Waktu hasil	3-6 bulan	2-4 minggu untuk produk baru
Rank di	Google	Internal search marketplace

Sebagai seller, Anda harus memahami bahwa Anda sedang bermain di ekosistem yang sudah dirancang untuk menguntungkan produk dengan performa komersial terbaik dan bukan yang paling bagus deskripsinya.

BAB 2

Cara Kerja Algoritma Marketplace 5 Lapisan Ranking

Algoritma marketplace bekerja dalam 5 lapisan berurutan, seperti filter yang menyaring ribuan produk hingga tersisa yang paling relevan dan berperforma terbaik.



1 Lapisan 1 – Keyword Match (Relevansi Pencarian):

Saat pembeli mengetik kata kunci, algoritma mencari semua produk yang judul, deskripsi, dan tag-nya mengandung kata kunci tersebut. Produk yang tidak mengandung kata kunci tidak akan pernah muncul.

2 Lapisan 2 – CTR atau Click-Through Rate:

Dari produk relevan, algoritma mengukur berapa banyak yang di-klik pembeli. Foto thumbnail menarik, harga kompetitif, dan rating terlihat baik mendapat lebih banyak klik.

3 Lapisan 3 – Engagement atau Kualitas Kunjungan:

Setelah pembeli klik, algoritma mengukur berapa lama mereka di halaman produk, apakah scroll, tambah ke keranjang, dan tonton video.



Lapisan 4 – Order dan Conversion:

Produk yang paling banyak diorder relatif terhadap jumlah pengunjungnya (conversion rate) mendapat prioritas tinggi dari algoritma.

Lapisan 5 – Review dan Repeat Buyer:

Rating bintang, isi ulasan, foto di ulasan, dan apakah pembeli kembali membeli memberikan 'authority boost' untuk ranking keyword baru.



Dari relevansi menuju revenue

Lima lapisan ini bekerja berurutan: ditemukan, diklik, dijelajahi, dibeli, lalu dipercaya.

BAB 3

Framework K-PERF Blueprint Pertumbuhan Toko

K-PERF adalah framework 5 pilar untuk seller fashion marketplace Indonesia.



Keyword-to-Revenue Framework

K-PERF sebagai sistem yang saling terhubung

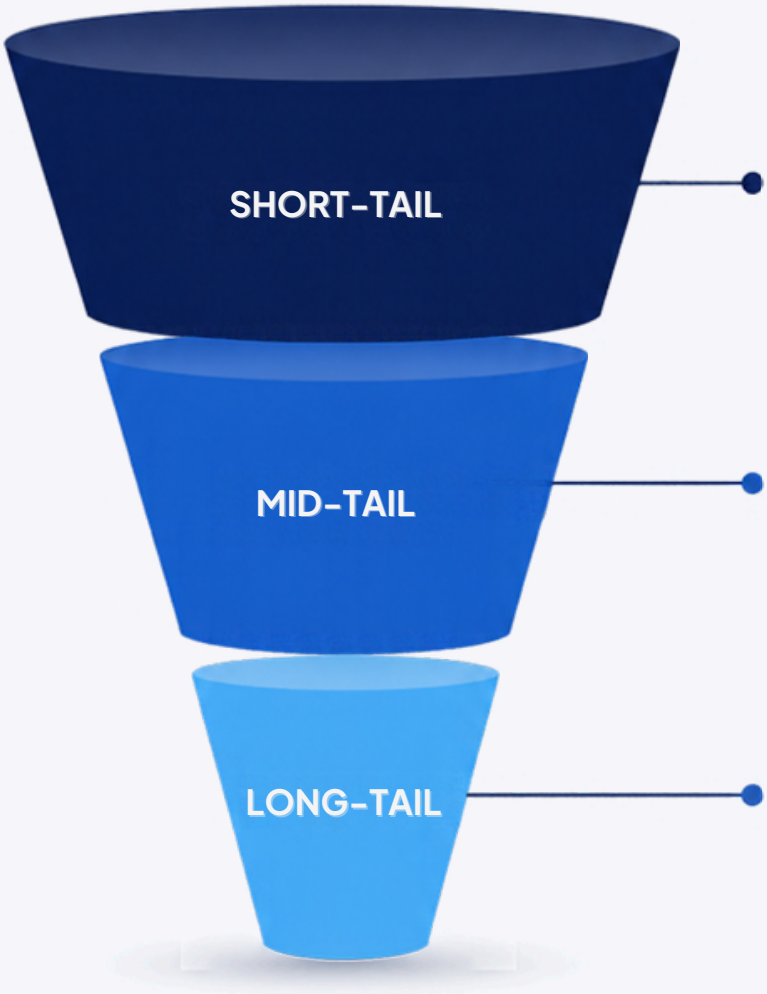


K-PERF bukan checklist terpisah.
Setiap pilar memperkuat pilar berikutnya agar pertumbuhan toko dapat berjalan secara konsisten dan scalable.

BAB 4

K adalah Keyword Fondasi Semua Strategi

Keyword marketplace bukan sekadar kata yang terdengar relevan. Keyword yang tepat adalah frasa yang benar-benar diketik pembeli dengan niat untuk menemukan dan membeli produk.



1. **Short-tail: ‘dress batik’**
volume tinggi, kompetisi ekstrem, conversion rendah. Tidak direkomendasikan untuk produk baru.

2. **Mid-tail: ‘dress batik midi’**
keseimbangan volume dan kompetisi.
Target utama.

3. **Long-tail: ‘dress batik midi premium kondangan wanita’**
volume kecil, conversion tinggi, kompetisi rendah. Sangat efektif untuk produk baru.

Formula Judul Produk



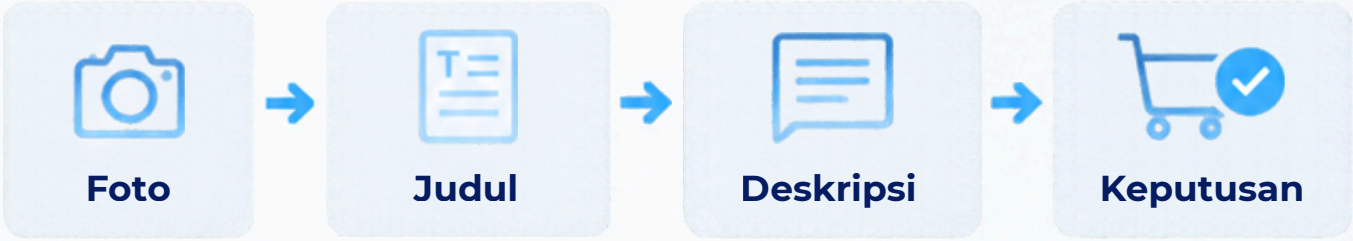
Dress Batik Midi Premium Katun Adem untuk Kerja dan Kondangan Wanita S–XXL

Gunakan urutan ini untuk menjaga judul tetap relevan, informatif, dan selaras dengan cara pembeli mencari produk.

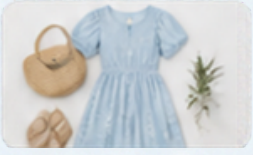
BAB 5

P adalah Product Optimization Konten yang Menjual

Product optimization memastikan setiap elemen listing menjawab pertanyaan pembeli sebelum mereka meninggalkan halaman produk.



6-slot foto untuk fashion

1		**Slot 1: Foto model tampak depan (paling penting, 40% pengaruh CTR)**
2		**Slot 2: Foto model tampak belakang atau samping**
3		**Slot 3: Close-up detail bahan atau motif**
4		**Slot 4: Flat lay dengan aksesoris pelengkap**
5		**Slot 5: Foto ukuran/detail jahitan**
6		**Slot 6: Infografis care label atau panduan ukuran**

6–slot foto untuk fashion

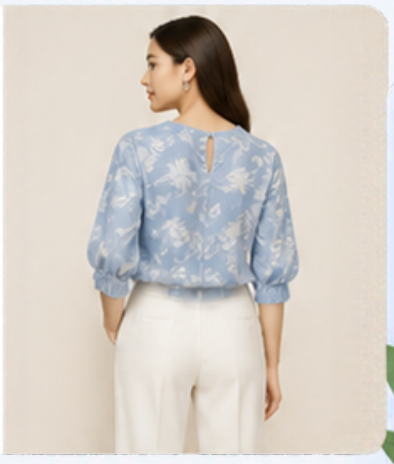
1

Slot 1:
Foto model tampak depan
(paling penting, 40% pengaruh CTR)



2

Slot 2:
Foto model tampak belakang atau samping



3

Slot 3:
Close-up detail bahan atau motif





Bangun kepercayaan visual sebelum pembeli membaca detail.

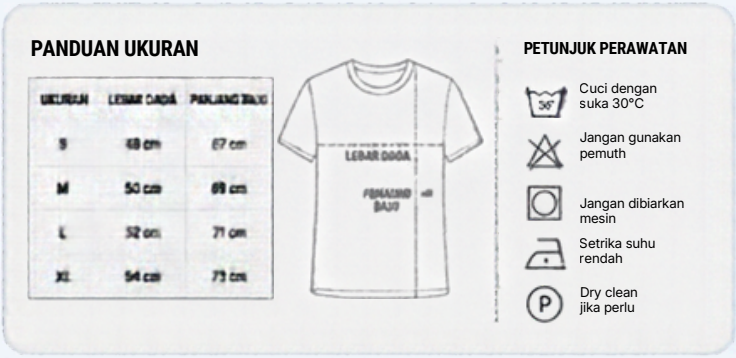
6-slot foto untuk fashion



Slot 4:
Flat lay dengan aksesoris pelengkap



Slot 5:
Foto ukuran/detail jahitan



Slot 6:
Infografis care label atau panduan ukuran

Framework deskripsi S-P-K-G-F

- **S** — **S: Situasi -** Kapan/untuk siapa produk ini cocok
- **P** — **P: Produk -** Deskripsi material, ukuran, warna
- **K** — **K: Kompatibilitas -** Cocok dipakai dengan apa
- **G** — **G: Garansi -** Jaminan kualitas seller
- **F** — **F: FAQ -** 3-5 pertanyaan paling sering ditanyakan pembeli

BAB 6

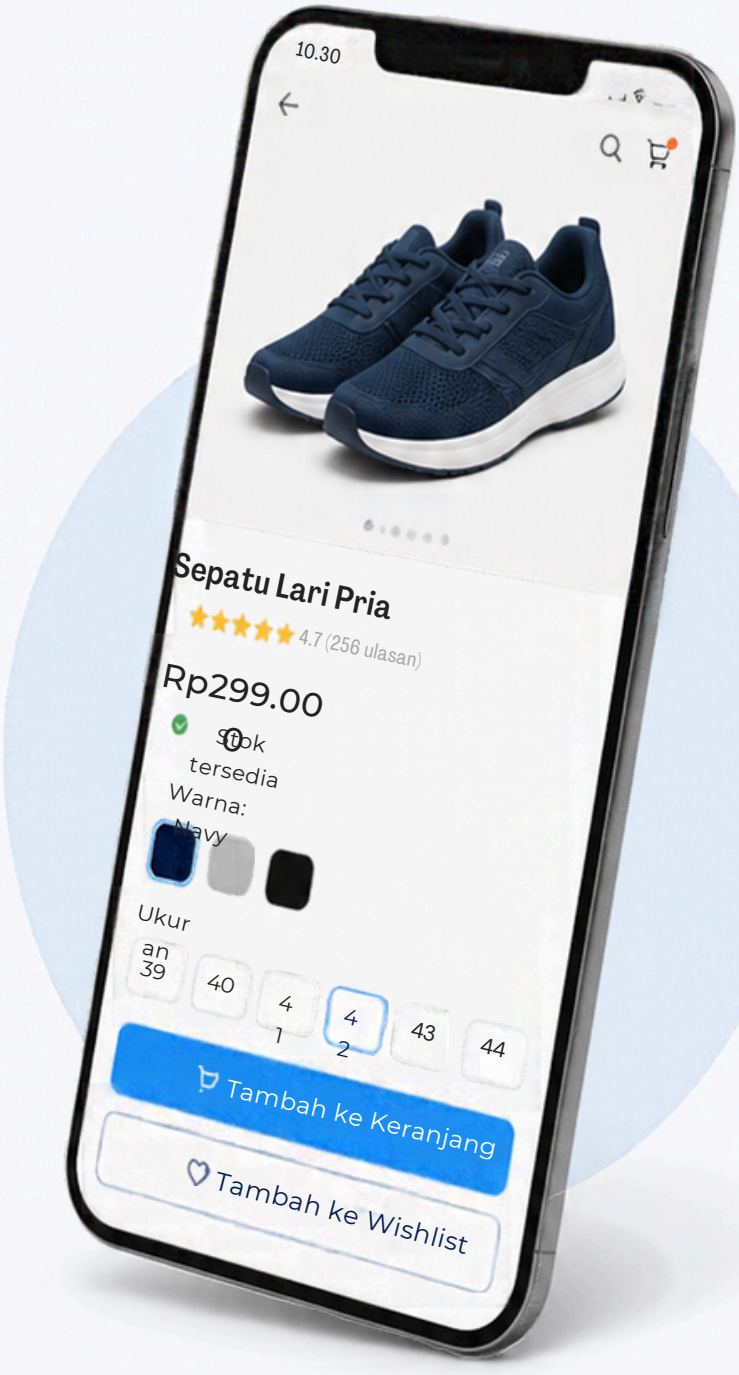
E adalah Engagement Sinyal yang Diperkuat Algoritma

Engagement menunjukkan apakah halaman produk berhasil mempertahankan perhatian dan mendorong tindakan pembeli.



- **Waktu di halaman – target minimal 45 detik**
- **Scroll depth – seberapa jauh pembeli scroll ke bawah**
- **Add-to-cart rate – target 5-8%**
- **Wishlist rate – pertanda minat tinggi**
- **Video completion rate – target 70% atau lebih**

Mengubah kunjungan menjadi sinyal positif



1. Tarik perhatian
thumbnail dan judul membuat pembeli berhenti

2. Pertahankan minat
detail produk, foto, dan video menjawab keraguan

3. Dorong tindakan
add-to-cart dan wishlist memberi sinyal niat beli

Halaman produk yang baik tidak hanya mendatangkan klik. Ia membuat pembeli bertahan, mengeksplorasi, dan bergerak menuju keputusan.

Bab 7

R adalah Revenue Signal



Konsistensi penjualan adalah bahasa yang paling dipahami algoritma.

Revenue Signal bukan hanya soal jumlah penjualan. Algoritma marketplace membaca POLA penjualan, bukan sekadar volumenya. Toko yang terjual 10 produk setiap hari selama 30 hari berturut-turut dinilai lebih baik dari toko yang terjual 300 produk dalam satu hari flash sale.

Konsistensi Harian

terjual setiap hari, meski sedikit, lebih bernilai dari lonjakan sesaat

Conversion Rate

perbandingan pengunjung vs pembeli. Target minimal 2 persen

Repeat Buyer

pembeli yang kembali membeli mengirim sinyal kepuasan ke algoritma

Flash sale membangun momentum sesaat. Penjualan organik yang konsisten membangun ranking yang tahan lama.

Strategi Membangun Revenue Signal yang Kuat

1 Kurangi Ketergantungan pada Flash Sale

Bangun penjualan organik sebagai fondasi utama. Flash sale hanya untuk akselerasi berkala, bukan sumber utama revenue.

2 Aktifkan Voucher Toko Secara Konsisten

Jangan hanya aktif saat promo besar marketplace. Voucher kecil yang selalu tersedia mendorong keputusan beli tanpa diskon ekstrem.

3 Pantau dan Optimalkan Conversion Rate

Jika conversion rate turun di bawah 2 persen, periksa tiga hal: foto produk, harga dibanding kompetitor, dan kelengkapan deskripsi.

4 Bangun Program Repeat Buyer

Ucapan terima kasih personal, voucher untuk pembelian berikutnya, dan follow-up rekomendasi produk terkait.



Toko dengan 20 pesanan per hari selama 30 hari berturut-turut memiliki posisi ranking yang lebih kuat dari toko dengan 200 pesanan dalam satu hari.

Bab 8

F adalah Feedback dan Trust

Aset yang paling sulit ditiru kompetitor dan paling tahan terhadap perubahan algoritma.

Ulasan bukan sekadar testimoni. Bagi algoritma marketplace, ulasan adalah bukti sosial yang terukur. Rating, jumlah ulasan, kualitas ulasan, dan kecepatan respons seller semuanya masuk ke dalam kalkulasi ranking produk.



87 persen pembeli membaca minimal 3 ulasan sebelum memutuskan beli. Rating 4.3 vs 4.7 bukan perbedaan kecil di mata algoritma.

Sistem 3 Langkah Mendapatkan Ulasan Berbintang 5

1



Packaging Experience

Packaging rapi dengan kartu ucapan personal dan QR code panduan perawatan. Packaging yang berkesan adalah trigger utama pembeli untuk foto dan upload ulasan.

2



Follow-up Chat yang Tulus

Kirim pesan 2 sampai 3 hari setelah estimasi produk diterima. Sebut nama pembeli, tanyakan kondisi produk, tawarkan bantuan cara merawat.

3



Timing yang Tepat

Minta ulasan di malam hari weekday, bukan pagi atau weekend. Response rate lebih tinggi ketika pembeli sudah mencoba produk.



Ulasan dengan foto menghasilkan conversion rate 28 persen lebih tinggi dibanding produk tanpa foto ulasan.

30–Day K–PERF Action Roadmap

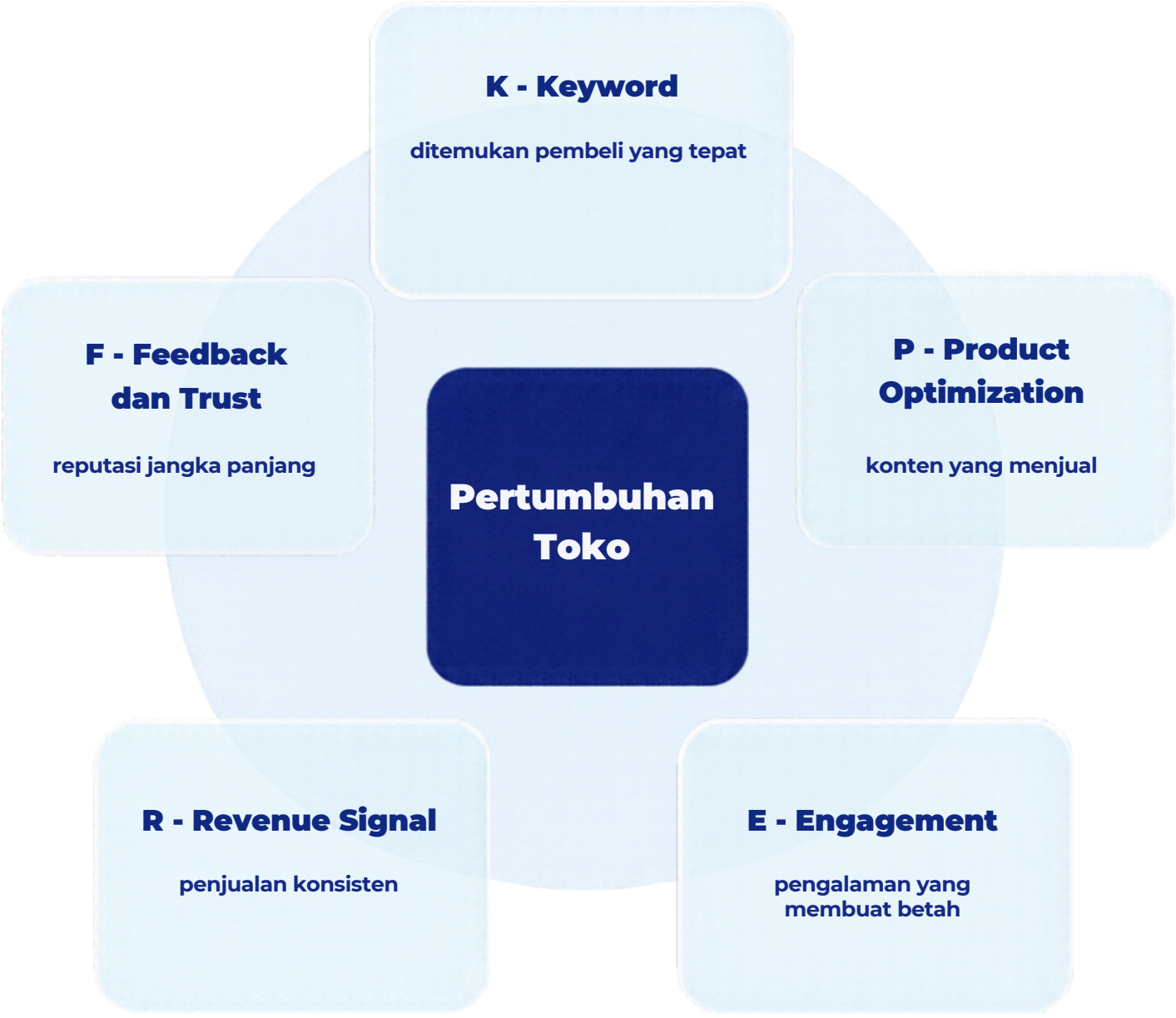
Rencana aksi konkret selama 30 hari pertama menerapkan K-PERF.

Minggu	Fokus	Aksi Utama	Target
Minggu 1	K - Keyword Research	Riset 50 keyword, kelompokkan short/mid/long-tail, update judul 5 produk hero	Semua produk hero punya judul terstruktur
Minggu 2	P dan E - Konten	Upgrade foto (6 slot), tambah video minimal 15 detik, perbaiki deskripsi S-P-K-G-F	CTR produk hero naik
Minggu 3	R - Revenue Signal	Aktifkan voucher toko, buat program bundling sederhana, analisis conversion rate	Conversion rate di atas 2 persen
Minggu 4	F - Feedback	Follow-up ulasan ke semua pembeli bulan ini, setup SOP respons ulasan, perbaiki packaging	Minimal 10 ulasan baru dengan foto

> Roadmap ini bukan teori. Jalankan satu minggu, ukur hasilnya, baru lanjut ke minggu berikutnya.

Ringkasan Framework K–PERF

Lima pilar yang saling memperkuat untuk pertumbuhan toko yang berkelanjutan.



K-PERF bukan checklist yang dikerjakan sekali. Setiap pilar memperkuat pilar berikutnya. Mulai dari K, lalu bangun satu per satu secara konsisten.

Fondasi yang kuat membuat semua strategi berikutnya bekerja lebih efisien.

K-PERF adalah framework hidup. Terapkan, ukur, dan sesuaikan berdasarkan data toko kamu setiap bulan.

Lanjutkan ke:

Ebook 2: STEP+T Audit

Diagnosa Listing yang Stuck

Septian Bagus Widyacahya

SEO Marketplace Consultant