

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era modern, para pelaku bisnis sudah mulai beralih dari pemasaran tradisional ke pemasaran modern yaitu *digital marketing*. Salah satu contoh media *digital marketing* adalah *e-commerce*, yang mana dapat berupa iklan atau aplikasi [1]. Teknologi mengalami kemajuan dan perkembangan yang pesat, perkembangan teknologi memberikan banyak pilihan untuk melakukan pemasaran dengan berbagai media digital. Media yang paling umum untuk melakukan promosi secara digital yaitu melalui media sosial, *website*, dan aplikasi *e-commerce*. Kegiatan pemasaran memiliki peran penting dalam menginformasikan dan menyampaikan produk perusahaan kepada pembeli [2]



Gambar 1. 1 Instagram Resmi ADORN By Olivianuzan

ADORN By Olivianuzan merupakan UMKM merek parfum lokal yang juga memanfaatkan peluang pasar digital, yakni melakukan promosi hingga penjualan melalui media digital. Media yang digunakan oleh ADORN By Olivianuzan yakni media sosial berupa Instagram. Sejak mengawali usahanya pada November 2021, ADORN By Olivianuzan memilih menggunakan platform Instagram untuk melakukan promosi dan interaksi bersama konsumen. Seperti pada Gambar 1.2, ADORN By

Olivianuzan secara aktif membangun interaksi sosial media mereka sehingga berhasil mendapat pengikut sebanyak 14,9ribu pengikut Instagram.

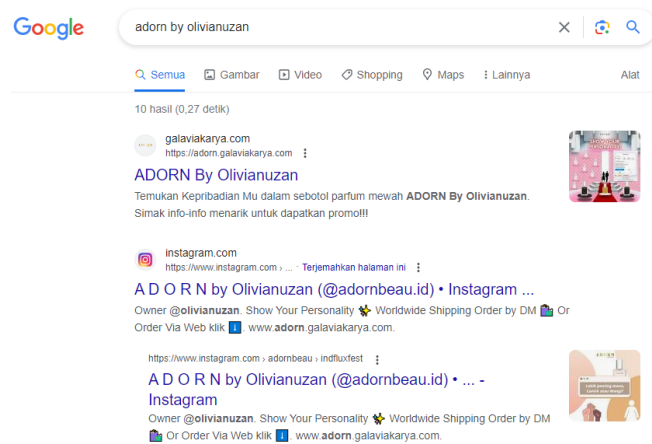
ADORN By Olivianuzan menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee sebagai media penjualan. Namun seiring berjalannya waktu, beberapa masalah muncul. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik dan karyawan ADORN By Olivianuzan, didapatkan masalah seperti konsumen sering salah pilih toko untuk membeli produk ADORN By Olivianuzan dikarenakan banyak muncul agen *reseller* atau penjual lain dengan harga dan kualitas yang berbeda. Selain itu, aplikasi Shopee ADORN By Olivianuzan sering mengalami *maintenance* saat mendapat pesanan dengan jumlah banyak.

ADORN By Olivianuzan memutuskan untuk mengubah pembelian pesan manual, yakni pemesanan melalui *WhatsApp*. Namun masalah kembali muncul, yakni konsumen mengeluh karena respon penjual sangat lambat dan konsumen sering menerima penambahan biaya untuk biaya pengiriman. Disisi lain, pihak ADORN By Olivianuzan juga mengaku kewalahan untuk membalas satu persatu pesanan setiap harinya. Pegawai ADORN By Olivianuzan juga kesulitan untuk mendata jumlah stok produk.

Berdasarkan permasalahan yang dialami tersebut, ADORN By Olivianuzan memerlukan sistem informasi yang dapat digunakan sebagai media pemasaran dan transaksi jual beli. Pada November 2022, ADORN By Olivianuzan membuat website resmi yang beralamat pada <https://adorn.galaviakarya.com> sebagai sistem informasi yang dapat digunakan sebagai media pemasaran dan transaksi jual beli. Website dibangun dengan *Content Management System* (CMS) berbasis *Wordpress*.

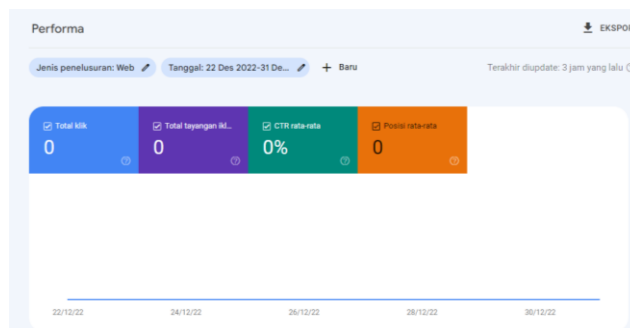
Akan tetapi, pembuatan *website* juga menimbulkan masalah baru. *website* ADORN By Olivianuzan sulit terdeteksi oleh mesin pencari, hal ini disebabkan oleh *website* ADORN By Olivianuzan belum terindeks oleh google. Kemudian tim pengelola website ADORN By Olivianuzan mendaftarkan *website* mereka pada *google search console*. Hal tersebut

dimaksudkan agar *website* ADORN By Olivianuzan dapat terindeks oleh Google.



Gambar 1. 2 Hasil Penelusuran ADORN By Olivianuzan

Pada gambar 1.2, terlihat bahwa *website* ADORN By Olivianuzan berhasil terindeks pada google dengan kata kunci ‘Adorn By Olivianuzan’. *Website* ADORN By Olivianuzan muncul sebagai peringkat pertama dalam mesin pencarian.



Gambar 1. 3 Insight *Google Console* Bulan Desember

Gambar 1.3 merupakan laporan performa *website* ADORN By Olivianuzan melalui *Google Console* pada bulan desember. Berdasarkan laporan performa selama bulan desember, *website* ADORN By Olivianuzan belum mendapat *traffic* aktifitas dalam *website* seperti jumlah klik, jumlah tayangan, CTR rata-rata, dan posisi rata-rata. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh usia *website* yang masih baru.

Selain itu dapat dipengaruhi oleh *ranking website* yang rendah. Nilai *ranking* yang rendah dapat dipengaruhi oleh banyaknya pesaing yang telah

lebih dulu menawarkan produk pada kategori yang sama. Secara umum, 62% dari mereka tertarik pada 10 atau 20 halaman pertama di halaman 1 dan 2 *Search Engine Result Page* (SERP), dan sisanya 38% melihat *website* di halaman berikutnya. Karena hal tersebut, pemilik *website* harus berusaha meningkatkan *ranking website* mereka sampai setidaknya dapat muncul pada hasil pencarian kata kunci tertentu. Semakin tinggi ranking suatu *website*, maka besar peluang *website* akan mendapat kunjungan semakin tinggi [3].

Syarat agar *website* mendapatkan hasil yang optimal adalah *website* tidak menggunakan *hosting* gratisan, *website* harus memiliki konten yang cukup dengan kriteria setidaknya halaman *website* harus memiliki 1.000 kata dan minimal 10 halaman, dan gunakan teknik *design creative* [4].

Tim pengelola ADORN By Olivianuzan dapat mengoptimalkan *website* ADORN By Olivianuzan melalui penerapan *Search Engine Optimization* (SEO). Pengoptimalan *website* menggunakan teknik SEO dapat meningkatkan lalu lintas kunjungan secara optimal dan memungkinkan bersaing dengan *website* bisnis pesaing untuk muncul di halaman pertama hasil pencarian Google. *Search Engine Optimization* atau sering disingkat SEO adalah salah satu proses yang mempengaruhi tingkat visibilitas *website* pada mesin pencarian [5].

SEO memiliki 2 metode, yakni SEO *OnPage* dan SEO *OffPage*. Optimasi SEO *On Page* adalah strategi SEO yang dilakukan secara langsung pada *blog* atau *website* yang bersangkutan. Hasil dari optimasi ini dapat langsung dirasakan oleh pengunjung *blog* atau *website* melalui tampilan grafis yang ditingkatkan, dan juga dapat terbaca oleh robot *spider* mesin pencari melalui kode HTML halaman [6].

SEO Off Page adalah strategi SEO yang dilakukan di luar *blog* atau *website*. Dalam hal ini, pemilik *blog* atau *website* perlu melakukan optimasi di luar halaman web mereka dengan tujuan untuk menarik pengunjung agar mengunjungi *website* mereka [6].

Tim pengelola *website* ADORN By Olivianuzan kurang mengoptimalkan elemen – elemen dalam *website* seperti *slogan* dan logo yang masih kosong, struktur permalink yang hanya mencantumkan tanggal dan kategori halaman, *website* tidak memiliki indikator yang dapat membantu perkembangan *website*, pengelolaan konten *website* yang buruk. Selain itu, tim pengelola *website* ADORN By Olivianuzan juga belum mengoptimalkan penyebaran di kanal media sosial mereka.

Website ADORN By Olivianuzan perlu pengoptimalan dengan menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) *OnPage* dan *OffPage* dengan benar. Tujuan dari optimasi *website* bisnis dengan menggunakan teknik SEO adalah untuk meningkatkan visibilitas dan kemudahan pembacaan *website* oleh mesin pencari, sehingga dapat menempatkan *website* pada peringkat teratas atau setidaknya di halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci yang ditargetkan [7].

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, diketahui bahwa permasalahan pada penelitian ini adalah *website* ADORN By Olivianuzan sepi pengunjung, nilai *traffic website* rendah, nilai *Search Engine Result Page* (SERP) *website* rendah.

1.3. Pertanyaan penelitian

Berikut merupakan pertanyaan penelitian dari penelitian ini :

1. Bagaimana penerapan SEO *Off Page* dan *OnPage* dapat mempengaruhi SERP?
2. Bagaimana penerapan SEO *Off Page* dan *OnPage* yang baik?

1.4. Batasan masalah

berikut merupakan Batasan masalah dari penelitian ini :

1. *Website* akan dibangun menggunakan CMS Wordpress.

2. Study kasus yang digunakan merupakan UMKM dengan kriteria telah memiliki legalitas, memiliki kanal media sosial, telah berdiri setidaknya 3 bulan.
3. Penerapan *website* menggunakan *Search Engine Optimization Off Page* yang berfokus pada peningkatan Brand Awareness.
4. Penerapan *website* menggunakan *Search Engine Optimization On page* yang berfokus pada *traffic website*.

1.5. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang metode pengoptimalan guna meningkatkan *Search Engine Result website e-commerce* “Adorn by Olivianuzan” menggunakan Teknik *Search Engine Optimization Onpage* dan *Offpage* agar dapat muncul pada mesin pencarian melalui kata kunci yang ditargetkan.

1.6. Manfaat

Hasil analisis *digital marketing* melalui *website e-commerce* diharapkan dapat bermanfaat, antara lain :

1. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan, khususnya para *developer*, desainer dan pemilik *e-commerce* “Adorn by Olivianuzan” untuk meningkatkan strategi pemasaran.
2. Sebagai bahan rujukan penelitian tentang pengoptimalan *website* menggunakan metode SEO Onpage dan Offpage.