

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Pustaka**

Tujuan dari kajian pustaka ini adalah untuk memperoleh pemahaman menyeluruh tentang konsep-konsep utama yang terkait dengan penelitian ini. Dengan meneliti penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan pada topik yang serupa, penulis dapat mengidentifikasi kelemahan penelitian sebelumnya dan memberikan argumen yang kuat untuk keberlanjutan penelitian ini.

Penelitian [8] yang berjudul “Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Website Sebagai Media Promosi Studi Kasus Stainles Straw Jogja” pada tahun 2019 oleh Himmatul Khoiriyah yang melakukan implementasi SEO pada website Stainless Straw menggunakan metode SEO *OnPage* dan *OffPage*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang terletak objek penelitian penerapan SEO *Offpage*. Pada penelitian terdahulu hanya menggunakan metode SEO *Offpage* dengan memperbanyak *backlink* melalui *guest post*. Pada penelitian yang akan datang, berfokus memperbanyak *backlink* melalui 3 metode. Yakni media sosial, menulis komentar pada situs besar, dan menulis artikel sebagai *guest post*.

Penelitian [5] yang berjudul “Search Engine Optimization Pada Sistem Penjualan Toko Komara Berbasis Web” pada tahun 2018 oleh Muhammad Hardiman Komara dan Hastari Utama yang melakukan penelitian mengenai penerapan SEO pada *website* Sepatu Komara menggunakan metode SEO *OnPage* dan *Offpage*. Penelitian terdahulu ini diawali dengan pengumpulan data toko komara, identifikasi masalah, dan melakukan studi kelayakan. kemudian perancangan sistem seperti riset kata kunci yang ditargetkan dan penetapan metode SEO. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang ialah pada objek penelitian dan metode SEO yang digunakan. Pada penelitian terdahulu hanya merancang penerapan SEO *OffPage*, namun tidak melakukan implementasi SEO *Offpage*. Dan penerapan SEO *Onpage* pada penelitian

terdahulu hanya berfokus pada peletakan *keyword* pada elemen-elemen dalam *website*. Untuk penelitian yang akan datang, merancang dan menerapkan metode SEO *Offpage*. Pada penelitian yang akan datang juga mengoptimalkan SEO *OnPage* melalui gambar dan meningkatkan *backlink internal* dalam *website*.

Penelitian [9] yang berjudul “Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UKM Nida Sasirangan” pada tahun 2018 oleh Adi Pratomo, dkk meneliti tentang optimasi website Nidasasirangan.com menggunakan metode SEO Teknik. Penelitian [9] menggunakan *plugin Yoast SEO* sebagai indikator SEO dalam *website* Nidasasirangan.com. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan datang adalah pada objek penelitian dan metode SEO yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan metode SEO Teknik, sedangkan penelitian yang akan datang menggunakan metode SEO *OnPage* dan *OffPage*.

Berdasarkan kajian diatas, penelitian ini menggunakan 3 referensi utama yakni penelitian [8], [5] dan [9]. penelitian [8] digunakan untuk referensi dalam menerapkan metode SEO *OffPage*, penelitian [5] dan [9] digunakan untuk referensi dalam menerapkan metode SEO *OnPage*. Penelitian ini akan melakukan penerapan SEO pada *website e-commerce* “ADORN By Olivianuzan” menggunakan data hasil wawancara bersama pemilik ADORN By Olivianuzan dengan metode SEO *OnPage* dan *OffPage*.

Table 2. 1 Penelitian Terdahulu

Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Website Sebagai Media Promosi Studi Kasus Stainles Straw Jogja. 2019. [8]	“Bagaimana Mengimplementasikan Search Engine Optimization (SEO) pada Website Sebagai Promosi dengan Studi Kasus Stainles Straw Jogja?”	1. Membuat sebuah website yang optimal pada Stainles Straw Jogja 2. Meningkatkan posisi website Stainles Straw Jogja pada search engine result page (SERP)	SEO On Page & Off Page	Keyword yang digunakan adalah berbahasa Indonesia. Keyword persuatif terbaiknya adalah Termurah. Website Stainless Straw Jogja berhasil muncul pada SERP pada tanggal 7 Agustus 2019. Penarapan SEO On Page & Off Page berhasil membuat website lebih optimal.	Hanya menyantumkan keyword tertentu dan kurang menerapkan aspek SEO yang lain untuk pengoptimalan Website yang dibangun.
Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization	Promosi yang dilakukan masih bersifat konvensional, target pemasaran sempit, biaya iklan	mengimplementasikan pembuatan website dan menerapkan teknik SEO pada Snap Art Photography agar	SEO On Page	Penerapan teknik SEO On Page dapat meningkatkan SERP website di mesin pencari dan mendapat traffic visitor dari mesin pencari	Hanya menerapkan satu metode SEO, yakni SEO On Page

Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
(SEO) Sebagai Media Promosi. 2018. [10]	cukup besar sehingga tidak bisa menghasilkan target profit yang diinginkan, selain itu trafik kunjungan website sangat rendah sehingga tidak terlihat atau masih berada pada halaman yang jauh dari Search Engine Results Page.	target pemasaran menjadi lebih luas, bisnis didalam website semakin berkembang sehingga penjualan semakin meningkat		google. Website snap.studio yang semula tidak terindex telah berhasil terindek oleh google berada di page pertama dalam pencarian google dengan waktu kurang dari 3 bulan	
Search Engine Optimization Pada Sistem Penjualan Toko Komara Berbasis Web.	Bagaimana menerapkan teknik SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan SERP (Search Engine Result Page) website di	1. Menaikan SERP website komarastore.com di mesin pencari google. 2. Dengan menerapkan metode	SEO On Page & Off Page	Penerapan Teknik SEO On Page & Off Page pada website dapat meningkatkan ranking website di mesin pencarian google.	Memerlukan penambahan backlink secara berkala, dan pengecekan mingguan

Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
2018. [5]	mesin pencari google sehingga dapat meningkatkan penjualan produk?	marketing SEO diharapkan dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi.			terhadap perkembangan website.
Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan. 2018. [9]	1. Tidak adanya Nida sasirangan pada halaman pertama pencarian Google, baik itu pencarian website maupun pencarian lokal (local ranking). 2. Matinya website nida-sasirangan.co.id sehingga tidak bisa dilakukan optimasi search engine terhadap website tersebut.	1. Mengoptimalkan website Nida Sasirangan 2. memperbaiki local ranking Nida Sasirangan pada Google untuk kata kunci sasirangan.	Search Engine Optimization	Website nidasasirangan.com yang sudah tidak aktif sehingga menyebabkan tidak terindeks mesin pencari lagi, lokasi toko nida sasirangan yang sering berpindah menyebabkan pengguna internet memberikan titik lokasi yang berbeda-beda sehingga membingungkan hasil pencarian lokasi, sedikitnya kata kunci nida sasirangan di internet	belum berhasil melakukan penambahan konten oleh google, google belum melakukan proses re-crawling terhadap website, sehingga konten website

Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
	3. Penjualan masih dilakukan secara offline melalui Toko tidak memanfaatkan marketplace.			sehingga mendapat hasil pencarian yang jelek.	yang baru belum terlihat.
Penerapan Metode SEO On Page Dan Off Page Pada Web Penjualan Online Untuk Meningkatkan Ranking SERP. 2019. [11]	SEO On page dan Off page perlu diimplementasikan pada website UKM Madura untuk membantu pemilik UKM mempublikasikan dan menjual produknya. Selain itu website perlu untuk dapat dikenali oleh mesin pencari	Menerapkan metode SEO On Page dan Off Page pada Website UKM Madura guna publikasi dan menjual produknya.	SEO Offpage & Onpage	Dan jika dilihat dari posisi SERP terdapat peningkatan yang pesat dengan rata-rata kemunculan website berada pada halaman 1 jika dibandingkan dengan pengujian website tanpa menggunakan metode SEO yang rata-rata kemunculan website berada pada rank 6 untuk kata kunci “UKM Madura”. Peningkatan rank	Penelitian ini melampirkan metode dan pembahasan yang lengkap. Seperti pengujian tanpa SEO, pengujian dengan SEO, dan perbandingan

Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
	guna mendapatkan pengunjung.			juga terjadi pada seluruh keyword yang diuji.	keduanya.
Search engine optimization (SEO) for digital marketers: exploring determinants of online search visibility for blood bank service. 2022. [12]	banyak industri bersandar pada metodologi SEO untuk meningkatkan visibilitas pencarian online mereka. Namun, ada kesenjangan besar dalam menyelidiki bidang prososial dan sektor kesehatan secara umum.	Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki prediktor utama visibilitas pencarian online di Konteks bank darah	SEO Offpage, SEO Onpage, SEO Teknik	Secara teoritis, bergantung pada SEO terfragmentasi dan literatur HISB yang kurang memiliki wawasan empiris. Hasilnya sangat menantang pengetahuan sebelumnya yang terutama berasal dari sektor komersial. Dalam hal bidang kritis visibilitas pencarian online bank darah, Bank darah mengelola faktor di luar halaman dengan buruk (tautan balik, skor sosial, dan DA) karena rata-rata rendah.	Salah satu keterbatasan studi utama adalah ukuran sampel (N 57) yang harus ditangani untuk meningkatkan generalisasi. Karena data berasal dari pihak ketiga, penulis menghadapi

Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
					batasan dalam hal jenis dan jumlah data yang tersedia.
<p>“Sustainability-contents SEO”: a semantic algorithm to improve the quality rating of sustainability web contents. 2020. [13]</p>	<p>Konsumen semakin menuntut komitmen berkelanjutan dari merek dan transparansi yang lebih besar dalam praktik bisnis.. Salah satu tantangan yang diidentifikasi oleh penulis ini adalah mencari tahu bagaimana keberlanjutan dapat diubah menjadi</p>	<p>mengatasi prioritas penting dalam konteks web, membangun algoritma semantik yang memungkinkan pengelola konten untuk mengevaluasi kualitas keberlanjutan konten web untuk mesin pencari, mengingat pengembangan web semantik saat ini.</p>	<p>SEO</p>	<p>kelengkapan aktivitas pengoptimalan, berkat algoritme ini, mencapai tingkat kecanggihan yang lebih tinggi. tidak hanya memungkinkan untuk mendeteksi faktor-faktor yang diabaikan dalam fase penulisan pemrosesan konten – menyoroti kesalahan yang harus diperbaiki – tetapi, vertikalisasi pada area komunikasi tertentu</p>	<p>Keabsahan kosakata terkontrol bahasa keberlanjutan tergantung pada sumber yang dipilih untuk mengumpulkan terminologi, serta subjektivitas</p>



Identitas Penelitian	Rumusan Masalah	Tujuan	Pendekatan Metode	Hasil	Keterangan
	keunggulan kompetitif.			(komunikasi untuk keberlanjutan) memungkinkan untuk melakukan lebih banyak analisis yang tepat dan kontekstual yang ditujukan untuk mengelaborasi konten pada tema khusus.	yang diterapkan oleh peneliti dalam kategorisasi entri menurut taksonomi yang dipilih.

## **2.2. Dasar Teori**

### **2.2.1 UMKM**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Adapun ciri khas dari UMKM yakni dimotivasi oleh desakan ekonomi untuk memperbaiki penghasilan, sebagian besar belum berbadan hukum, struktur umur pengusaha diantara 25 tahun - 40 tahun, sebagian besar menerapkan self-employment, dan tingkat rata-rata pendidikan formal pengusaha hanya sekolah dasar [14]. Sejak meluasnya pandemic Covid-19, diterapkan pembatasan interaksi dan kebijakan PSBB, sebagian besar masyarakat Indonesia lebih memilih belanja melalui Online. Dengan perubahan kebiasaan baru, para pemilik UMKM harus mampu beradaptasi dalam menggunakan teknologi supaya bisnis masih dapat bertahan [15].

### **2.2.2 Brand Awareness**

*Brand Awareness* yang tinggi akan meningkatkan ingatan merek yang ada di benak konsumen saat konsumen berfikir terhadap suatu produk. Pentingnya kesadaran akan produk dalam hal ini pelanggan tidak ragu akan apa yang diputuskan untuk dibeli [16]. *Brand Awareness* sangat penting bagi produk atau usaha. Semakin tinggi nilai *Brand Awareness*, maka semakin tinggi kemungkinan merek tersebut mendominasi pasar. *Brand Awareness* dapat dibangun dengan kualitas produk / jasa, kualitas pelayanan perusahaan, teknik pemasaran yang baik dan lain sebagainya [17]. Pemasangan iklan pada siaran Televisi tidak berpengaruh terhadap brand awareness. Faktor lain yang dapat mempengaruhi brand awareness yakni tingkat e-WOM (Electronic Word of Mouth). Konsumen/pembeli dapat memberikan review setelah pemakaian produk/jasa melalui platform internet seperti media sosial [18].

### 2.2.3 Digital Marketing

*Digital marketing* merupakan salah satu kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai sarana seperti halnya jejaring sosial. *Digital marketing* memiliki kelebihan. Kelebihan yang ditawarkan berupa aksesnya yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja, serta dapat menjangkau pembeli lebih luas hanya melalui internet. Kemudahan dalam akses tidak saja ditampilkan dalam menerima informasi, tapi juga dalam hal transaksi. Banyak pelaku usaha dimudahkan dalam hal transaksi yang tidak perlu repot bertemu langsung dengan penjual [19]. Namun, *Digital marketing* juga memiliki kekurangan, yaitu mudahnya aksi kejahatan yang dilakukan dalam bentuk penipuan produk atau penipuan pemesanan. Saat ini sedang banyak program yang dikembangkan untuk memperbaiki sistem online untuk tetap menjaga keamanan dan kenyamanan pelaku usaha maupun pembeli [20].

### 2.2.4 Website

Website merupakan halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses diseluruh dunia [11]. Semakin banyak *website* tercipta setiap tahunnya, berbagai *website* berusaha menjadi *website* yang ramai pengunjung dan paling dicari di *search engine*. Pemilik *website* harus berusaha meningkatkan ranking *website* mereka sampai setidaknya berada pada halaman pertama pada hasil pencarian kata kunci tertentu. Semakin tinggi ranking suatu *website*, maka besar peluang *website* akan mendapat kunjungan semakin tinggi [3].

### 2.2.5 Search Engine Optimization

Sebuah *website* yang baru dibangun, akan sangat sulit bahkan tidak bisa dideteksi oleh mesin pencarian seperti google. Terlebih mesin pencarian online memiliki banyak sekali data – data yang tersimpan dan hanya ditampilkan pada prioritas pertama pada *website* yang telah terpercaya. Salah satu cara agar *website* baru setidaknya terdeteksi oleh mesin pencarian online adalah dengan mengoptimasi *website* tersebut.

Salah satu teknik yang sangat efektif yaitu *Search Engine Optimization* (SEO) merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan agar *website* dapat dikenal oleh mesin pencari dengan tujuan meningkatkan pengunjung *website*. SEO memiliki 2 jenis, yakni *SEO Off page* dan *SEO On Page*. *SEO Off Page* berfokus pada faktor – faktor yang tidak terdapat pada halaman *website* tersebut, seperti pemilihan kualitas domain, pemilihan kata kunci, dan *backlink* [10]. *Backlink* sudah tidak seefektif dulu, meski masih menjadi satu parameter dalam algoritma Google, namun sudah bukan pada jumlah, melainkan pada relevansi. Relevansi menjadi penting di dalam SEO. Penggunaan *keyword* di dalam *meta tag* SEO harus memiliki relevansi dengan konten *website*. Dan untuk melakukan *backlink* pun *website* yang akan memberikan *backlink* harus memiliki relevansi. Pembentukan *backlink* juga dipengaruhi oleh *Domain Authority* (DA) dan *Page Authority* (PA). Semakin tinggi nilai/point DA PA situs web, semakin bagus untuk kebutuhan SEO [4]. Berbagi konten di media sosial dapat meningkatkan popularitas dan dapat menjangkau *follower*. Ketika audiens mencari informasi di mesin pencari, salah satu hasil pencarian yang tampil adalah dari media sosial. Beberapa contoh media sosial yaitu Deviantart, Facebook, Flickr, Goodreads, Instagram, Kaskus, LinkedIn, dan lain - lain [21]. Sedangkan *SEO On Page* mengoptimasi *website* dari dalam halaman *website* tersebut [10] Berikut langkah – langkah yang dapat dijadikan referensi penerapan *SEO OnPage* : gunakan kata kunci yang umumnya sudah populer dan bertahan lama. Buat artikel perihal ulasan pribadi terhadap sebuah objek populer dan viral. Tulisan harus personal dan original, sehingga tidak ada alasan bagi siapapun mempertanyakan kredibilitas artikel. Tambahkan gambar menunjang [21].

### 2.2.6 Search Engine Result Page

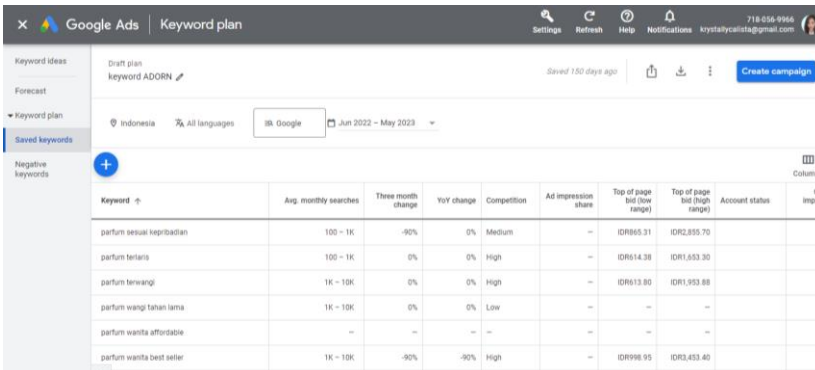
Kumpulan halaman *website* yang diberikan pada pengguna setelah melakukan pencarian di mesin pencari disebut *Search Engine Result Page* (SERP). Setiap SERP akan memunculkan hasil yang berbeda, bahkan untuk *search engine* dan *keyword* yang sama. Salah satu cara untuk

mengoptimalkan hasil SERP adalah dengan melakukan update konten *website* dengan menerapkan SEO minimal satu hari sekali [8].

### 2.2.7 Wordpress

Dalam pembentukan *website* diperlukan adanya Content Management System (CMS) yang berperan sebagai *software* yang digunakan untuk mengolah atau memanipulasi sebuah *website*. Salah satunya yakni *Wordpress*, *Wordpress* adalah aplikasi web *open source*. Sistem manajemen konten yang sangat populer ini digunakan sebagai mesin blog atau platform untuk kebutuhan situs web lain. *Wordpress* dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MySQL [22].

### 2.2.8 Google Keyword Planner



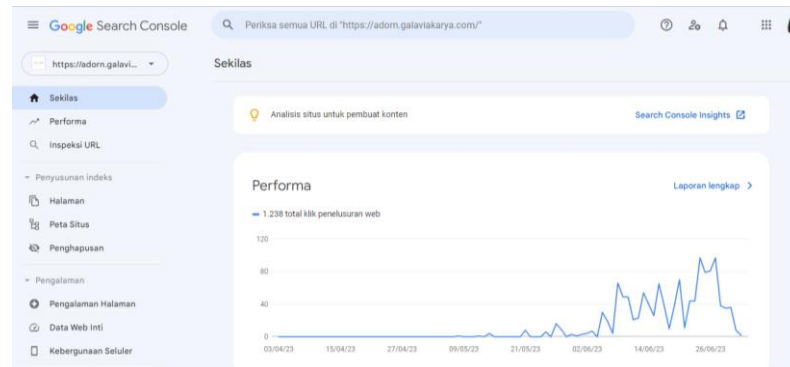
The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The main content area displays a table of keyword data for a draft plan named 'keyword ADORN'. The table includes columns for Keyword, Avg. monthly searches, Three month change, YoY change, Competition, Ad impression share, Top of page bid (low range), Top of page bid (high range), Account status, and Org impress. The data is as follows:

Keyword	Avg. monthly searches	Three month change	YoY change	Competition	Ad impression share	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)	Account status	Org impress
parfum sesuai kepribadian	100 - 1K	-90%	0%	Medium	--	IDR865.31	IDR2,835.70		
parfum terbaru	100 - 1K	0%	0%	High	--	IDR614.38	IDR1,643.30		
parfum mewah	1K - 10K	0%	0%	High	--	IDR613.80	IDR1,943.88		
parfum wangi tahan lama	1K - 10K	0%	0%	Low	--	--	--		
parfum wanita affordable	--	--	--	--	--	--	--		
parfum wanita best seller	1K - 10K	-90%	-90%	High	--	IDR998.95	IDR3,453.40		

Gambar 2. 1 Contoh Tampilan *Google Keyword Planner*

Dalam penerapan SEO, diperlukan penetapan kata kunci/*keyword* yang ditargetkan. Pemilihan kata kunci sangat penting, sehingga diperlukan analisis untuk dapat menghasilkan kata kunci yang tepat dengan *website*. Salah satu *tools* yang dapat membantu menganalisis kata kunci pada mesin pencarian adalah *Google Keyword Planner*. *Tools* ini digunakan untuk mengetahui tingkat persaingan sebuah kata kunci dan volume pencarian per bulan [23].

## 2.2.9 Google Webmaster Tools/Google Search Console



Gambar 2. 2 Contoh Tampilan *Google Search Console*

Salah satu Teknik SEO *Offpage* yang dapat digunakan yakni penggunaan *Google Webmaster Tools/Google Search Console*. *Tools* ini digunakan untuk menganalisis *website*, termasuk menganalisis perilaku mesin pencari saat membaca konten yang dikirimkan ke *website* dan menganalisis tautan internal dan eksternal yang mengarah ke *website*. *Tools* ini juga digunakan untuk mengirimkan *sitemap website* ke mesin pencari seperti *Google* dan analisis navigasi *website* [23]. Adapun Langkah penggunaan *tools* sebagai berikut : konfirmasi *Google* perihal *website* yang ditemukan dan dirayapi *Google*. Perbaiki masalah pengindeksan dan minta pengindeksan ulang tahun baru atau yang diperbarui. memantau lalu lintas *website*. menginformasikan tentang masalah pengindeksan, spam, atau masalah lain *website*. mengidentifikasi *website* lain yang tertaut ke *website* yang dimiliki [21].

### 2.2.10 Yoast SEO



Gambar 2. 3 Tampilan website *plugin Yoast SEO*

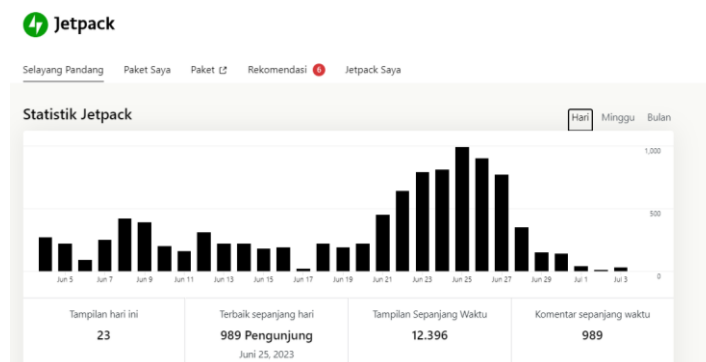
*Yoast SEO*, sebagai salah satu plugin yang tersedia di platform *WordPress*, menyediakan fitur untuk melakukan optimasi SEO pada

sebuah *website*. *Yoast SEO* memiliki fitur yang digunakan sebagai indikator *SEO Friendly*. Lampu indikator warna hijau menandakan bahwa elemen *SEO* pada artikel tersebut sudah terpenuhi, sedangkan lampu indikator warna merah menandakan elemen *SEO* pada artikel itu belum terpenuhi atau belum sesuai standar *Yoast SEO* [24].

### 2.2.11 Eksternal Link/Back Link

*Backlink* merupakan *hyperlink* yang berasal dari situs lain dan mengarah ke situs milik kita. Dalam algoritma *SEO*, *backlink* memiliki pengaruh yang positif terhadap peringkat pencarian di mesin pencari seperti Google. Semakin banyak *backlink* yang menuju ke situs kita, maka popularitas situs kita akan meningkat dan posisinya di mesin pencari juga akan naik. Indikator ini memiliki bobot 50% dari total penilaian dalam *webometrics*. [25].

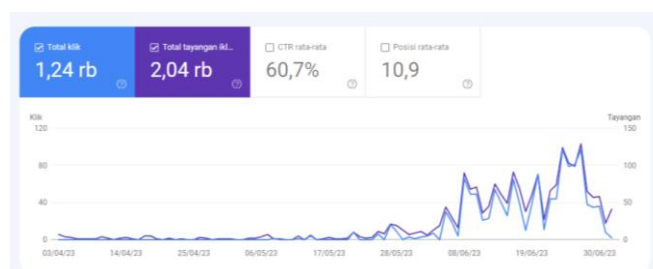
### 2.2.12 Jetpack



Gambar 2. 4 Contoh Tampilan *Plugin Jetpack*

*Plugin Jetpack* dapat digunakan untuk berbagai fitur. seperti fitur statistik *website*, fitur keamanan *website*, dan banyak lainnya [26].

### 2.2.13 Insight Google Search Console



Gambar 2. 5 Contoh Tampilan *Insight Google Search Console*

Dalam insight, terdapat 4 komponen data yang diambil, yakni :

- a. Total Klik merupakan akumulasi jumlah kali pengguna mengklik postingan pada hasil penelusuran *Google*. [27].
- b. Jumlah total tayangan iklan adalah jumlah yang mencerminkan seberapa sering situs web muncul dalam hasil pencarian berdasarkan permintaan pencarian yang digunakan. [27].
- c. Rata-rata CTR adalah persentase hasil yang didapatkan dari membagi jumlah klik dengan jumlah tayangan, kemudian dikalikan dengan 100%. [27].
- d. Posisi rata-rata menginformasikan tentang letak rata-rata judul *website* pada halaman hasil pencarian *Google*. Semakin rendah posisi rata-rata *website*, maka semakin baik penampilannya dalam hasil pencarian *Google*. [27].

#### **2.2.14 Domain Authority (DA)**

*Domain Authority* adalah metrik peringkat yang digunakan oleh mesin pencari untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah situs web memiliki peringkat yang baik di halaman hasil pencarian (SERP) [28].

#### **2.2.15 Page Authority (PA)**

*Page Authority* berperan dalam meramalkan seberapa baik peringkat suatu halaman tertentu pada halaman hasil pencarian (SERP) berdasarkan algoritma pembelajaran mesin dari metrik tautan. *Page Authority* memiliki skala skor 1-100, di mana semakin tinggi skornya, semakin besar kemungkinan halaman tersebut muncul dalam SERP *Google*. [28].

#### **2.2.16 Google.com**

*Google.com* adalah sebuah mesin pencarian yang juga digunakan sebagai alat untuk menguji hasil dari optimasi *website*. Dalam pengujian tersebut, kita dapat melihat hasil pencarian yang muncul ketika menggunakan kata kunci yang telah ditargetkan [23].



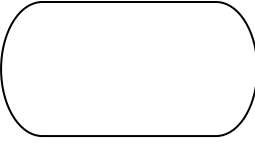

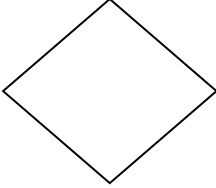
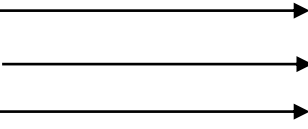
### 2.2.17 SEMRUSH

SEMrush adalah alat analisis web yang menempatkan fokus kuat pada SEO. Ini menyediakan berbagai alat yang dapat Anda gunakan untuk mengevaluasi dan meningkatkan SEO *on-page*, *off-page*, dan teknis situs web [29].

### 2.2.18 Table Flowchart

Tabel 2.2 berisi tentang fungsi dari simbol *flowchart* yang digunakan didalam penelitian ini.

table 2. 2 Keterangan *Flowchart*

No	Nama	Gambar	Fungsi
1	Terminator		simbol yang menyatakan awal atau akhir suatu program.
2	Proses		Simbol yang menyatakan suatu proses yang dilakukan komputer.
3	Decision		Simbol yang menunjukkan kondisi yang menghasilkan dua kemungkinan jawaban, yaitu ya dan tidak.
4	Flow		Simbol yang digunakan untuk menggabungkan antara simbol yang satu dengan simbol yang lain.