

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi bertumbuh semakin cepat dan pesat. Dengan *digital marketing*, bisnis dapat mencapai target pemasaran dengan memanfaatkan teknologi digital seperti *website*. Berkembangnya strategi pemasaran tersebut adalah bukti pada era 4.0 yaitu tren dalam *digital marketing* untuk UMKM guna mengembangkan usaha (Irfani et al., 2020). Menurut (Priambodo et al., 2022) di Indonesia, pertumbuhan pengguna internet telah mengalami lonjakan yang signifikan sampai 40% sejak tahun 2013. Penggunaan internet mengubah perilaku konsumen, hasil dari survey memperlihatkan bahwa sebanyak 62% pengguna mengunjungi situs *online shop*. Penghasilan Google di Indonesia Tahun 2016 dari hasil jual beli online mencapai Rp 5,5 Triliyun, hal ini menjadikan potensi pasar yang prospek pada bisnis e-commerce

Pada pemasaran digital saat ini, *Search engine Optimization* (SEO) termasuk teknik yang berguna dalam pemasaran, salah satunya dengan teknik SEO *On-page* untuk memudahkan *website* terdeteksi oleh mesin pencari atau *search engine* guna meningkatkan jumlah kunjungan dan peringkat *website* pada halaman hasil pencarian di google dengan memaksimalkan kata kunci atau *keyword* (Sofyan et al., 2019). Kata kunci atau *keyword* berpengaruh besar untuk masuk kedalam halaman utama mesin pencari. Sehingga dengan hal tersebut kata kunci yang tepat dapat meningkatkan probabilitas untuk mengunjungi situs *website* nya (Murdiyanto & Himawan, 2022).

Padukuhan Puguh merupakan salah satu Padukuhan di Kalurahan Banjaroyo, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Padukuhan Puguh memiliki lahan pohon kelapa yang cukup luas sehingga berpotensi dalam produksi gula jawa dan menjadi salah satu mata pencaharian masyarakat setempat. Padukuhan Puguh memiliki produsen sebanyak 42 produsen, setiap harinya bisa mencapai 245 kilogram lebih yang diproduksi oleh produsen gula jawa.

Masalah yang dihadapi oleh produsen di Padukuhan Puguh adalah kurangnya jangkauan pasar melalui media digital. Meskipun telah membangun situs *website*, situs tersebut belum mampu menghasilkan penjualan yang signifikan karena kesulitannya dari produsen gula jawa *maintenance website* dalam pemilihan kata kunci yang tepat untuk pembuatan konten pada situs *website* yang dimiliki.

Permasalahan yang dialami oleh produsen Padukuhan Puguh dapat diselesaikan dengan mengoptimalkan situs *website* <https://gulajawajogja.store> menggunakan teknik SEO *On-page* guna meningkatkan visibilitas menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk hasil *keyword* yang tepat dengan produk yang ditawarkan sesuai dengan hasil perangkungan kata kunci atau *keyword* dari metode tersebut.

Menurut (Manik et al., 2022) metode *Simple Additive Weighting* (SAW) yaitu metode yang digunakan dengan langkah-langkah sederhana untuk memecahkan suatu masalah dengan mencari alternatif terbaik dengan cara perangkungan. Mengenai hal tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengoptimalkan kata kunci atau *keyword* yang tepat dengan produk gula jawa menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk membantu dalam pengambilan keputusan pemilik web menentukan prioritas *keyword* yang akan dioptimalkan pada SEO *On-page website*. Output penelitian ini yaitu sistem analisis *keyword* dari hasil perhitungan metode *Simple Additive Weighting* (SAW), diharapkan menjangkau pelanggan yang berpotensi menjadi calon pembeli.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apa saja kata kunci atau *keyword* yang tepat untuk menawarkan produk gula jawa dan menjangkau pelanggan yang berpotensi sebagai calon pembeli ?
2. Apakah hasil rekomendasi kata kunci atau *keyword* dari perhitungan SAW dapat mengoptimalkan SEO *On-page* ?
3. Apakah hasil perhitungan metode SAW merupakan pilihan yang tepat untuk memberikan rekomendasi kata kunci ?

1.3 BATASAN MASALAH

Berdasarkan penelitian ini, penulis menentukan Batasan Masalah untuk mempermudah dalam pengarahannya penelitian agar terfokus pada tujuan yang sudah ditentukan sebagai berikut :

1. Fokus pada optimasi SEO *On-page* menggunakan teknik SEO dan metode *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk menentukan kata kunci yang tepat.
2. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu tertentu, yaitu selama 3 bulan. Data yang dianalisis adalah data yang diperoleh selama periode penelitian tersebut.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah

1. Dapat memecahkan permasalahan pada *website* <https://gulajawajogja.store> dengan mengoptimalkan SEO *On-page* untuk meningkatkan peringkat *website* pada hasil pencarian google, sehingga *website* <https://gulajawajogja.store> lebih mudah untuk dijangkau oleh pengunjung.
2. Hasil rekomendasi 10 *keyword* dari hasil SAW diharapkan kata kunci atau *keyword* tersebut dapat menjangkau target pasar serta meningkatkan trafik pada *website*.

1.5 PERTANYAAN PENELITIAN

Beberapa pertanyaan penelitian dari permasalahan yang diangkat sebagai berikut :

1. Apa saja *keyword* yang relevan dengan produk gula jawa ?
2. Bagaimana hasil dari perbandingan *keyword* yang direkomendasikan dapat mengoptimalkan SEO *On-page* pada *website* ?
3. Apakah kata kunci atau *keyword* yang direkomendasikan dari perbandingan SAW dapat menjangkau pelanggan yang berpotensi sebagai calon pembeli?

1.6 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Dapat mengetahui rekomendasi kata kunci atau *keyword* yang tepat untuk mengoptimalkan SEO *On-page* pada *website*.
2. Dapat mengetahui perangkingan *keyword* dari hasil perhitungan SAW untuk dipakai dalam strategi penjualan dengan optimalisasi SEO *On-page* pada *website* gula jawa.
3. Dapat mengetahui identifikasi kata kunci atau *keyword* yang paling efektif dalam meningkatkan peringkat SEO *On-page* pada *website*.
4. Dapat mengetahui hasil perangkingan *keyword* yang disesuaikan dengan kriteria yang relevan, memungkinkan penentuan prioritas dalam pengoptimalan SEO *On-page*.