

OPTIMALISASI KEYWORD GUNA MENINGKATKAN VISIBILITAS PRODUK *FASHION* PADA *MARKETPLACE* SHOPEE MENGGUNAKAN METODE *SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING*: STUDI KASUS GRIYO WAHYU SHOP

Catur Oktafiani¹, Aris Wahyu Murdiyanto², Arif Himawan³

INTISARI

Latar Belakang: Griyo Wahyu Shop merupakan salah satu bisnis usaha dalam bidang fashion Muslimah yang sedang mengalami tantangan signifikan terkait performa penjualan dan pengunjung yang cenderung stag dan menurun, lonjakan penjualan meningkat hanya pada saat momen tertentu. Visibilitas produk pada Griyo Wahyu Shop masih tergolong rendah. Hal tersebut disebabkan oleh penggunaan *keyword* yang kurang relevan dan kurangnya optimasi SEO produk. Dibutuhkan bantuan *keyword* untuk meningkatkan visibilitas produk Griyo Wahyu Shop.

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menentukan rekomendasi *keyword* yang relevan guna meningkatkan visibilitas produk Griyo Wahyu Shop pada *marketplace* Shopee menggunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW).

Metode Penelitian: Metode *Simple Additive Weighting* digunakan karena mampu membantu dalam membuat keputusan berdasarkan beberapa kriteria menggunakan teknik penjumlahan terbobot dari kinerja setiap alternative untuk semua atribut.

Hasil: Penggunaan metode *Simple Additive Weighting* dalam menentukan *keyword* yang akan digunakan Griyo Wahyu Shop dalam memasarkan produknya dalam pemasaran digital mampu menjangkau 17 pengunjung selama periode 42 hari.

Kesimpulan: Optimalisasi *keyword* dengan *Simple Additive Weighting* sangat dianjurkan untuk menentukan *keyword* apa saja yang akan digunakan untuk point focus pemasaran digital kedepannya.

Kata-kunci: *Search Engine Optimization (SEO)*, *Digital Marketing*, *Simple Additive Weighting (SAW)*, *Keyword*, Visibilitas Produk.

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

² Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

³ Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

OPTIMALISASI KEYWORD GUNA MENINGKATKAN VISIBILITAS PRODUK *FASHION* PADA MARKETPLACE SHOPEE MENGGUNAKAN METODE *SIMPLE ADDITIVE WEIGHTING*: STUDI KASUS GRIYO WAHYU SHOP

Catur Oktafiani¹, Aris Wahyu Murdiyanto², Arif Himawan³

ABSTRACT

Background: Griyo Wahyu Shop, a business in the Muslim fashion sector, is currently facing significant challenges related to stagnant and declining sales performance and customer traffic. Sales surges only occur during specific moments, and product visibility for Griyo Wahyu Shop remains relatively low. This is due to the use of irrelevant keywords and a lack of product SEO optimization. Therefore, keyword assistance is needed to improve Griyo Wahyu Shop's product visibility.

Objective: This research aims to determine relevant keyword recommendations to improve Griyo Wahyu Shop's product visibility on the Shopee marketplace, utilizing the Simple Additive Weighting (SAW) method.

Method: The Simple Additive Weighting (SAW) method is used because it can assist in decision-making based on multiple criteria by employing a weighted summation technique of each alternative's performance across all attributes.

Result: The use of the Simple Additive Weighting method in determining keywords for Griyo Wahyu Shop's digital marketing efforts was able to reach 17 visitors over a 42-day period.

Conclusion: Keyword optimization using Simple Additive Weighting is highly recommended for determining which keywords should be used as the focal points for future digital marketing efforts.

Keywords: Search Engine Optimization (SEO), Digital Marketing, Simple Additive Weighting (SAW), Keyword, Product Visibility.

¹ Mahasiswa Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

² Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.

³ Dosen Program Studi (S-1) Sistem Informasi Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta.