

BAB 1

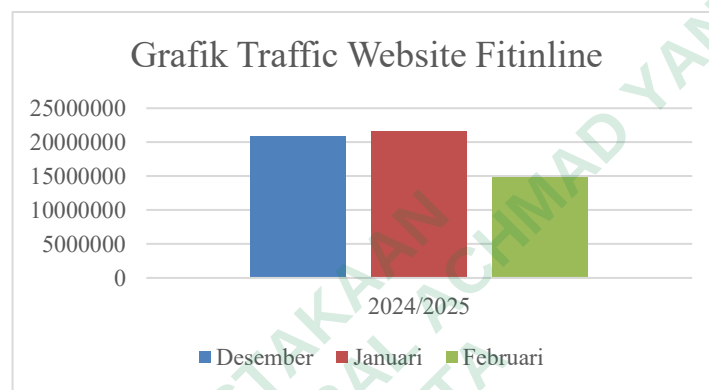
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan yang cepat dalam bidang *e-commerce* telah mengubah dunia perdagangan seluruh dunia dengan dilakukan menggunakan internet (Nanda Aristya et al., 2024). Di zaman digital saat ini, internet memainkan peran yang sangat penting dalam berbagai kegiatan termasuk dalam upaya meningkatkan promosi bisnis (Putro, 2024). Di era informasi saat ini, akses terhadap informasi menjadi lebih mudah, dan internet telah berfungsi sebagai salah satu alat untuk media digital pemasaran (Urmila Urmila et al., 2023). Saat ini banyak website yang digunakan sebagai sarana pemasaran promosi produk-produk dari berbagai toko, penggunaan media ini terbukti efektif memiliki biaya yang relatif murah dan mampu menjangkau pasar di seluruh dunia (Isbandi et al., 2023). Untuk meningkatkan jangkauan pasar, penerapan optimasi mesin pencari *Search Engine Optimization* (SEO) menjadi strategi yang sangat penting dalam digital marketing (Ekonomi et al., 2024).

SEO adalah strategi yang diterapkan untuk meraih posisi yang menguntungkan di halaman pertama mesin pencari Google (Muliadi et al., 2022). Untuk meningkatkan optimasi SEO, terdapat dua pendekatan yang dapat diterapkan agar website muncul di halaman pertama di google yaitu teknik SEO mencakup SEO *on page* dan SEO *off page* (Putro et al., 2024). SEO *on page* digunakan untuk mengoptimalkan halaman situs web dengan cara menyesuaikan elemen-elemen seperti judul, tag, dan konten agar relevan dengan judul yang ditentukan (B. H. Nugroho & Hamidin, 2024). Sedangkan SEO *off page* melibatkan serangkaian stuktur situs web itu sendiri seperti membangun *backlink* (Chandra et al., 2023). Teknik SEO *off page* mencakup beberapa elemen, antara lain pengoptimalan judul, teks utama, tautan, tag meta, serta optimasi gambar (Rizqi et al., 2023).

Website Fitinline sebagai *platform E-commerce* yang menyediakan bahan kain dan aksesoris jahit berkualitas, memiliki permasalahan yaitu mengalami penurunan *traffic organik* yang diakibatkan seperti kualitas konten yang menurun, *keyword* yang tidak tepat dengan artikel yang ditargetkan, sehingga konten tidak memenuhi kebutuhan pengguna. Hal ini dapat menyebabkan penurunan *traffic*. Berikut adalah penurunan *traffic organik* pada website fitinline dapat dilihat pada Gambar 1.1 Grafik Traffic Website Fitinline.



Gambar 1. 1 Grafik *Traffic* Website Fitinline

Hasil dari gambar diatas laporan similiar web 3 bulan bahwa website fitinline benar-benar mengalami penurunan *traffic organik* dimana pada bulan desember 2092.2k, Januari 2152.3k, dan Februari 1484.2k. Hal ini harus dilakukan evaluasi dan analisis yang lebih mendalam dengan menggunakan alat pengukuran laporan grafik seperti *google search console*. Untuk membantu meningkatkan *traffic organik* pada website fitinline dengan melakukan optimasi *keyword* yang tepat dikarenakan mesin pencari untuk merekomendasikan situs web atau toko online kita agar muncul dihalaman pertama hasil pencarian bahkan mencapai peringkat teratas pada halaman google (Nanda Aristya et al., 2024).

Penurunan *traffic organik* pada website Fitinline memberikan dampak yang signifikan terhadap performa bisnis secara keseluruhan. Salah satu dampak utamanya adalah berkurangnya potensi penjualan dikarenakan jumlah pengunjung yang mengakses situs berkurang melalui mesin pencari seperti google. Kondisi ini bahwa sebagian konten artikel pada website Fitinline menggunakan *keyword* yang kurang tepat, tidak sesuai dengan maksud penz cari pengguna atau tidak memiliki

volume pencarian yang tinggi. Penggunaan *keyword* yang tidak tepat menyebabkan konten artikel sulit bersaing di halaman mesin pencari Google dan tidak menjangkau audiens yang relevan secara maksimal akibatnya tidak mendapatkan kunjungan yang akhirnya membuat Fitinline kalah saing dengan kompetitor.

Website Fitinline menyadari pentingnya penerapan teknik SEO *on page* dalam mengembangkan bisnisnya untuk meningkatkan *visibilitas traffic organik*. Salah satu strategi yang diterapkan adalah pembuatan artikel-artikel untuk memberikan informasi terkait produk yang dipasarkan dengan dioptimalkan dengan *keyword* yang tepat. Artikel yang memiliki *keyword* yang tepat dan konten yang bermanfaat mampu menarik perhatian pengguna internet untuk mengunjungi pada situs website. Menentukan *keyword* yang tepat pada *Google search console* dapat meningkatkan *traffic organik* pada website.

Melalui *Google Search Console*, website Fitinline memiliki banyak jumlah *keyword* yang berpotensi mendatangkan *traffic*. Namun, banyaknya jumlah *keyword* 1000 data yang tersedia justru menimbulkan tantangan pada pihak fitinline dalam menentukan pengambilan keputusan *keyword* mana yang sebaiknya diprioritaskan untuk dioptimasi terlebih dahulu untuk dioptimalkan ke dalam artikel. Padahal, pemilihan *keyword* yang tepat dan terukur sangat penting dapat memberikan hasil yang maksimal dalam meningkatkan *traffic organik*.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu sistem pendukung keputusan yang digunakan untuk membantu memilih *keyword* yang tepat dan cepat. *Keyword* yang dipilih akan dilakukan proses optimasi menggunakan metode Saw. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan *keyword* pada *Google Search Console* menggunakan metode SAW dalam pengambilan keputusan yang akan dioptimasi terlebih dahulu untuk menentukan *keyword* yang menjadi prioritas pertama untuk dioptimalkan ke dalam artikel guna meningkatkan *traffic organik* pada website fitinline.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Website Fitinline yang berfokus pada penyediaan bahan kain dan aksesoris jahit berkualitas telah mengalami penurunan *traffic organik* dalam 3 bulan

terakhir. Permasalahan ini disebabkan oleh penggunaan *keyword* yang kurang tepat, tidak sesuai dengan maksud pencarian pengguna, serta beberapa *keyword* yang bersifat musiman atau memiliki volume pencarian yang rendah. Oleh karena itu dibutuhkan sistem pendukung keputusan untuk menentukan prioritas *keyword* yang akan dioptimalkan kedalam konten artikel.

1.3 BATASAN MASALAH

Batasan pada penelitian ini adalah melakukan evaluasi *keyword* yang ada pada *Google Search Console* pada website Fitinline.

1.4 PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan dilakukan penelitian terdapat beberapa pertanyaan yang menjadi dasar dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana mengidentifikasi alternatif *keyword* pada *Google Search Console*.
2. Bagaimana mengimplementasikan metode SAW untuk menentukan optimasi prioritas *keyword*.

1.5 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah menentukan *keyword* pada *Google Search Console* menggunakan metode SAW dalam pengambilan keputusan yang akan dioptimasi terlebih dahulu untuk menentukan *keyword* mana yang menjadi prioritas pertama untuk dioptimalkan ke dalam artikel untuk meningkatkan *traffic organic* pada website fitinline.

1.6 MANFAAT HASIL PENELITIAN

Dengan dilakukanya optimasi *keyword* pada *Google Search Console* pada website fitinline dapat memberi manfaat antara lain:

1. Menentukan pilihan pengambilan keputusan terkait *keyword* yang tepat dan cepat guna agar hasil optimasi menjadi lebih terarah dan terukur.
2. Membantu website fitinline dalam mengevaluasi *keyword* pada *Google Search Console* dan mengoptimasi *keyword* yang tepat pada konten artikel.