

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dan tak terhindarkan lagi membawa kita kearah dunia digital. Perkembangan dunia teknologi yang demikian membawa banyak perubahan bagi kehidupan. Hal yang paling menonjol dalam perkembangan teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah hadirnya suatu teknologi baru berupa jaringan komputer, yaitu *internet*. Namun, seiring dengan waktu, jaringan inipun bertambah luas dan terus berkembang. Melalui jaringan *internet*, perusahaan kecil, menengah atau besar dapat menyajikan informasi produk, harga, syarat pembelian, cara pemesanan dan pembayaran serta pengiriman barang kepada pelanggan, dan calon pembeli. Pencapaian teknologi *internet* yang pesat dan maju, mempermudah untuk mengakses informasi apapun yang dibutuhkan. Adanya kemudahan tersebut membuatnya menjadi suatu potensi yang sangat penting untuk dapat mempengaruhi pola perdagangan, baik yang dilakukan secara *online*.

Dengan semakin matangnya teknologi internet dan web, teknologi – teknologi ini dapat meningkatkan kemampuan dan kecanggihan organisasi atau perusahaan dalam hal komunikasi bisnis dan dalam hal kemampuannya berbagi informasi, selain itu berbagi sumberdaya lain yang langka dan berharga. Perlahan berbagai tindakan dan kegiatan manusia yang awalnya bersifat konvensional beralih menjadi elektronik. Hal ini terjadi juga dalam bidang perdagangan yaitu kegiatan perdagangan yang awalnya bersifat tradisional,sekarang dapat dilakukan secara elektronik. Perkembangan teknologi yang semakin luas banyak diterapkan dalam dunia bisnis perusahaan di berbagai bidang, pesatnya perkembangan tersebut maka terjadi perubahan cara berbelanja masyarakat dari pasar tradisional ke pasar modern, hal ini membuka peluang bagi dunia bisnis untuk menyikapi perubahan tersebut dengan membuka *e-commerce*.

E-commerce adalah kegiatan-kegiatan bisnis dengan tujuan mengambil keuntungan seperti penjualan, pembelian, pelayanan, informasi, dan perdagangan melalui perantara yaitu melalui suatu jaringan komputer. Dengan adanya *e-commerce* ini memberi kemudahan kepada konsumen untuk dapat melakukan transaksi jual beli tanpa harus datang ke tempatnya. *E-commerce* memiliki peranan yang penting dikalangan bisnis berbasis komputer dan juga *website*.

E-commerce bukanlah sekedar penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada sebuah bisnis yang merubah cara-cara perusahaan dalam melakukan aktifitas usahanya sehari-hari. Salah satu aspek yang paling mendukung adanya fasilitas *e-commerce* yang dapat membantu dalam proses penjualan atau penawaran produk. *E-commerce* mempunyai beberapa keuntungan antara lain *e-commerce* tidak terbatas ruang dan waktu, selain itu *e-commerce* berbasis web menawarkan kemudahan bagi kedua belah pihak, baik penjual ataupun pembeli walaupun berada ditempat yang berjauhan. *E-commerce* dapat juga diartikan ke dalam Bahasa Indonesia dengan perdagangan elektronik.

Mezora merupakan tempat yang menyediakan busana muslim dan perlengkapan muslim bagi wanita dan juga pria. Mezora memulai usahanya pada awal tahun 2014 hingga saat ini..Dalam melakukan kegiatan pemasaran produk,masih menggunakan mekanisme yang konvensional, yaitu konsumen harus datang langsung ke tempat untuk melihat dan mencari informasi produk – produk yang dijual oleh butik atau melakukan komunikasi melalui chat grup maupun via telepon untuk memperoleh informasi produk secara mendetail. Butik Mezora saat ini belum mempunyai media promosi yang cukup untuk mempromosikan produk jualnya secara luas untuk menarik lebih banyak *customer*. Hanya mengandalkan katalog dan melalui relasi daricustomer ke customer sebagai media promosi produk jualnya. Tentunya dengan media promosi yang ada saat ini masih dirasa kurang efektif karena membutuhkan waktu yang lama untuk mempromosikan produk jualnya agar lebih diketahui oleh banyak orang. Diperlukan media promosi yang bisa diakses oleh banyak orang seperti promosi melalui media internet. Untuk itu diterapkan situs penjualan yang dinamis untuk memudahkan Butik Mezora dalam hal promosi produk, memudahkan *customer* untuk melihat informasi maupun membeli produk dan melakukan pembayaran tanpa harus datang ke butik,

Strategi dalam meningkatkan penjualan dilakukan dengan berbagai cara,salah satunya adalah dengan peningkatan promosi,yang tentunya akan mengakibatkan peningkatan biaya. Tentunya cara-cara seperti ini diharapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan secara signifikan. Semakin berkembangnya model busana muslim menjadikan bidang ini juga punya cukup banyak pesaing. Kendala yang dihadapi oleh butik adalah *customer* tidak mengetahui bahwa produk dari butik selalu menghadirkan inovasi baru dan *elegant*. Mezora selalu menghadirkan produk-produk busana muslim berkualitas tinggi, produk sudah mampu bersanding.

dengan tempat busana muslim lainnya tentu dengan harga yang kompetitif. Kegiatan ini diperkirakan akan terus meningkat terutama dalam aktivitas pemasarannya dengan melihat banyaknya pesaing-pesaing yang mampu menawarkan harga lebih murah dan memberikan kualitas yang hampir serupa.

Produk mezora sering mengadakan acara seperti bazar yang bertujuan untuk memperkenalkan produknya, dalam bentuk promosi secara langsung menggunakan katalog. Orang cukup melihat katalog kemudian memesannya melalui telepon, dengan metode katalog manual biasanya masih terjadi interaksi langsung antara penjual dan pembeli, tapi jika dengan menggunakan katalog secara fisik bisa juga dengan dunia yang sudah semakin maju, di tandai dengan serba instan dan serba digital. Namun, katalog tersebut dirasa kurang memberikan informasi yang tepat mengenai produk yang ditawarkan kepada para konsumen. Hal ini tidak menjadi masalah apabila tidak terjadi perubahan data mengenai produk yang ditawarkan, tetapi apabila terjadi perubahan data, maka perusahaan harus mempromosikannya kembali. Sehingga akan menyebabkan pengeluaran lebih untuk kegiatan tersebut. Dengan berkembangnya perusahaan, pemesan tidak hanya berasal dari dalam kota saja.

Pemasaran produk di mezora dibedakan dalam dua bentuk. Pertama adalah penjualan secara langsung, baik melalui toko-toko, ataupun melalui agen-agen dari pengusaha yang bersangkutan. Dan kedua adalah melalui pesanan untuk penjualan langsung ternyata kurang memberikan keuntungan karena banyak *customer* yang masih belum mengetahui produk mezora.

Pemakai internet biasanya menggunakan *search engine* untuk menemukan apa yang dicarinya. Biasanya 70% dari mereka akan tertarik pada *website* di halaman 1, 20% akan tertarik pada *website* yang ada di halaman 2, 5% akan tertarik pada situs di halaman 3, dan 5% sisanya akan melihat *website* yang ada di halaman berikutnya dari *Search Engine ResultPage* (SERP). Oleh karena itu para pemilik situs kemudian berusaha agar *website* mereka memiliki peringkat teratas pada mesin pencari di *internet* atau setidaknya muncul di halaman pertama hasil pencarian berdasarkan kata kunci tertentu yang ditargetkan. Secara logis, *website* yang menempati posisi teratas pada hasil pencarian memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pengunjung. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mencapai hal tersebut adalah dengan menerapkan metode SEO.

Search Engine Optimization (SEO) adalah suatu proses yang dilakukan secara sistematis, dengan tujuan untuk meningkatkan pengunjung atau volume pencarian situs *website* di mesin pencari dengan mengoptimalkan *keyword* melalui meta tag, memanfaatkan mekanisme kerja atau memanfaatkan algoritma mesin pencari seperti *Google, MSN, Yahoo, Bing, Dogpile* dan lain sebagainya. Dengan menerapkan metode SEO sebuah *website* akan mendapatkan keuntungan yang diperoleh para pemilik situs *website* tersebut.

Penelitian ini berjudul Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan daya saing pemasaran pada butik dengan maksud dimana mempraktekkan sebuah metode *Search Engine Optimization* (SEO) yang bertujuan untuk meningkatkan sebuah layanan *Online Store* yang mampu menjadi sebuah sarana jual beli dan promosi yang baik dan memberikan sarana dan prasarana transaksi yang lebih mudah pada butik. *Search Engine Optimization* (SEO) menggunakan teknik dan proses yang dilakukan secara sistematis untuk memperbanyak jumlah kunjungan ke sebuah website tertentu dengan memanfaatkan mekanisme kerja atau algoritma mesin pencari (*search engine*) seperti *Google, Yahoo, Bing, MSN* dan lain sebagainya. Dengan penerapan metode SEO, sebuah *website* dapat mempunyai peringkat yang tinggi pada halaman hasil pencarian mesin pencari.

Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini yang pernah dilakukan PENERAPAN TEKNIK SEO (*SEARCH ENGINE OPTIMIZATION*) PADA *WEBSITE* DALAM STRATEGI PEMASARAN MELALUI INTERNET Rony Baskoro Lukito, Cahyo Lukito, Deddy Arifin, Binus University 2014.

Information Technology berkolaborasi dengan *communication technology* menjadikan akses internet (*interconnection networking*) mudah dan murah. Perpaduan kedua teknologi ini yang lebih dikenal dengan istilah ICT (*Information and Communication Technology*) telah menjadi sebuah media yang sangat akrab dengan masyarakat modern sekarang ini. Di era informasi saat ini ditanda dengan kemudahan mengakses informasi, terutama *internet*, telah menjadi salah satu sarana media pemasaran. Pemasaran dengan menggunakan media *internet*, selain efektif juga dapat menekan biaya apabila dibandingkan dengan media televisi. Bukan hanya itu, selain relatif murah jangkauannya. Mencari pasar lewat *internet* bukan sekedar memasarkan lewat media *internet*. Tapi jauh lebih dari itu adalah bagaimana

menarik pengunjung sebanyak-banyaknya datang ke *website*. Jika diibaratkan sebuah toko *offline*, maka *website* adalah lokasi strategis yang banyak dilewati orang dan terkenal dengan kualitas barang dan jasa yang dijual. Jadi peran marketing dalam menarik pengunjung sebanyak-banyaknya merupakan hal yang penting dan peran SEO dalam *internet* juga penting agar pengunjung bisa datang sebanyak-banyaknya.. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang sebuah situs *internet* yang baik agar situs tersebut ramai dikunjungi sesuai dengan target. Sesuai dengan target adalah pengunjung yang ramai mengunjungi tersebut melakukan transaksi. Jadi, merupakan hal penting untuk mencari target yang tepat untuk mengunjungi situs yang dibangun. Dengan pengunjung yang tepat mendatangi situs internet, maka diharapkan akan terjadi transaksi atas barang ataupun jasa. Pemilihan domain, karena pemilihan domain yang tepat terhadap barang dan jasa yang akan dipasarkan, sangat berpengaruh terhadap pencarian di *internet*. Pada prinsipnya, setiap nama *domain* yang paling mendekati dengan *keyword* pencarian maka nama tersebut yang akan ditampilkan oleh *Search Engine* di posisi atas.

B. Permasalahan

Tabel 1.1 Penjualan per tahun

Tahun	Bulan	<i>Arrival</i>	<i>Closing</i>
2015	Januari – Desember	5.375	4.900
2016	Januari – Desember	4.694	3.712
2017	Januari – April	1.424	1.084

Butik saat ini mengalami kesulitan untuk memperluas pemasarannya karena terbatasnya media promosi dan cara mempromosikan produknya. Dalam persaingan yang ketat, butik harus dapat mengambil langkah yang cepat dan tepat dalam mempromosikan dan memasarkan produknya. Butik juga harus memikirkan bagaimana caranya agar produk yang dipasarkan dapat dikenal luas dan dapat diperoleh dengan mudah. Menggunakan *website e-commerce* sebagai salah satu media penjualan dan promosi, maka akan memperluas daerah pemasaran produk dan memudahkan pembeli untuk memilih dan memesan produk.

Menunjukkan bahwa perkembangan jumlah penjualan dari tahun ke tahun semakin berkurang ,hal ini ditandai bahwa tidak semua usaha mampu berkembang mengikuti perkembangannya. Hal ini diakibatkan banyaknya pendatang baru dan modern yang dapat bertahan dengan kepopulerannya,dengan variasi produk yang ditawarkannya ,produk yang unik,lengkap,serta ada dalam satu atap pelayanan,nyaman dan mempunyai jaringan dimana-mana yang mempengaruhi karena adanya perbedaan selera konsumen yang berbeda-beda sehingga membuat semakin besar dan terus berkembang.

1. Identifikasi Masalah

Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi yaitu :

- a. Belum adanya *website* sebagai fasilitas butik mezora dalam meningkatkan daya saing pemasaran.
- b. Belum diketahui optimasi mesin pencari *website* pemasaran yang dibuat dengan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk daya saing perusahaan.

2. Pernyataan Masalah / Problem Statement

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka pernyataan masalah pokok dari penelitian ini adalah butik mezora belum memiliki *website* pemasaran yang optimal untuk meningkatkan daya saing perusahaan.

3. Pertanyaan Penelitian/ Research Question

Bagaimana menerapkan *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan daya saing pemasaran pada butik.

C. Maksud dan Tujuan

1. Maksud

Dengan Menerapkan *optimization on page* dan *off page* pada seo untuk meningkatkan konsumen atau volume pencarian situs *website* di mesin pencari dengan mengoptimalkan *keyword* melalui tag, seperti *Google, MSN, Yahoo, Bing, Dogpile* dan lain sebagainya.

2. Tujuan

- a. Pembeli produk membuat *website* agar dapat melihat produk yang ditawarkan pada sebuah *website*.
- b. Mengetahui optimasi mesin pencari *website* pemasaran dengan menggunakan *Search Engine Optimization (SEO)*

D. Spesifikasi Produk Yang Diharapkan

Melalui penelitian ini diharapkan terciptanya produk berupa proses dan pengembangan situs web untuk pemasaran produk, dengan spesifikasi :

1. *Website* dibuat berdasarkan jenis *website* pemasaran.
2. Metode *Search Engine Optimization (SEO)* diterapkan pada *website*.
3. Sistem yang dibuat menggunakan database *Mysql*.
4. *Website* menampilkan jumlah pengunjung yang melihat produk.

E. Pentingnya Pengembangan

Pentingnya pengembangan dilakukan sebagai pengetahuan di bidang *social computing* penerapan *Search Engine Optimization (SEO)* untuk dapat menempati SERP (*Search Engine Result Pages*) peringkat atas, karena dengan adanya teknik menggunakan SEO ini mengurangi pengeluaran biaya perusahaan untuk marketing online dan juga teknik SEO ini cukup murah. Adanya SEO suatu *e-commerce* dapat lebih meningkatkan kinerja *website* secara maksimal terutama dalam hal peningkatan *trafik organik* dalam *google* dengan mudah. Butik dapat menjalin suatu komunikasi secara langsung dengan konsumen melalui sosial media.

F. Asumsi dan Keterbatasan Pengembangan

Asumsi dari Penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Jenis *Website* Pemasaran

1. *Merchant*

- a. Model bisnis ini merupakan bentuk elektronik dari penjualan barang secara grosir maupun eceran (*retail*).
- b. Penjualan bisa melalui harga yang ada maupun melalui lelang.

2. *Business to Consumers* (B2C)

Business to Consumers yaitu penjual adalah suatu organisasi dan pembeli adalah individu. B2C memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Terbuka untuk umum, dimana informasi disebarakan ke umum.
- b. Servis yang diberikan bersifat umum (*generic*). Sebagai contoh, karena sistem web sudah umum digunakan maka servis diberikan menggunakan basis web.

Servis diberikan berdasarkan permohonan (*on demand*). *Customer* melakukan inisiatif dan prosedur harus siap memberikan inisiatif dan produser harus siap memberikan respon sesuai dengan permohonan.

b. **SEO**

Aplikasikan seo di halaman teknik seo *on-page* yang diterapkan ke situs web itu sendiri membuat mesin pencari ramah. *On-page* hanya mengacu pada metode optimasi yang diterapkan pada halaman *website* atau *blog* yang akan muncul di hasil *search engine* saat pengguna mengetikkan istilah pencarian tertentu. Metode ini adalah langkah dalam proses optimasi saat anda membuat *website*. Merancang situs web dan dimulai sejak anda memilih nama atau identitas bisnis atau situs web anda. Teknik seo *on-page* termasuk memilih nama domain yang sesuai untuk situs web yang mana pengguna akan mengetik di browser mereka untuk menjangkau situs. Ini juga mencakup pembuatan tag meta yang ditambahkan ke kode HTML yang berisi informasi tentang situs web seperti judul, deskripsi, dan kata kunci yang terkait, serta mengoptimalkan judul konten, kecepatan pemuatan konten situs, kata kunci, navigasi situs, dan desain situs struktur. Meskipun teknik seo *on-page* tidak mengarahkan lalu lintas langsung ke situs web anda seperti teknik seo *off-page*, konten situs membuat konten lebih mudah dijangkau

G. Istilah atau Definisi Operasional

1. *Ecommerce*

Aktivitas pembelian dan penjualan melalui jaringan internet di mana pembeli dan penjual tidak bertemu langsung melainkan berkomunikasi melalui media internet. Barang-barang dan jasa dipesan melalui jaringan tersebut, tetapi pembayaran dan pengiriman barang atau jasa dapat dilakukan di akhir atau *offline*.

2. *Search Engine Optimization*

Metode yang digunakan dalam membangun suatu sistem.

3. *Web Search Engine Optimization (SEO)*

Aplikasi web yang di dalamnya terdapat proses pencarian pada INTERNET. Contoh aplikasi web SEO seperti *google.com*, *yahoo.com*, *bing.com*, dll.

4. Pemrograman PHP

Aplikasi eksternal yang bias digunakan oleh server web, sehingga server web tidak sekedar untuk memberikan layanan dokumen HTML. Bahasa skrip yang dapat ditanamkan atau disisipkan ke dalam HTML saja, tetapi bisa juga menjadi program yang menerima masukan dari luar dan memberikan luaran dari database.

5. *Database Mysql*

Perangkat lunak untuk sistem manajemen *database* (*Database Management System*).