

**PEMANFAATAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) DALAM  
MENGEMBANGKAN PENJUALAN MELALUI DIGITAL  
MARKETING**

**E-BISNIS (R)**

**Supangat, M.Kom., ITIL., COBIT.**



**OLEH:**

**Delada Putri Amanda Telaumbanua**

**1211900193**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2021**

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan segala karunia nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun makalah ini dengan sebaik-baiknya. Berikut ini Penulis mempersembahkan sebuah Artikel pemanfaatan “Search Engine Optimization (SEO) Dalam Mengembangkan Penjualan Melalui Digital Marketing”.

Dalam penyusunan artikel ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis sampaikan terimakasih kepada semua pihak yang sudah berkontribusi dalam pembuatan dan terselesainya makalah ini. Walaupun telah disusun semaksimal mungkin, kami sebagai manusia biasa sangat menyadari bahwa artikel ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar kami dapat memperbaiki artikel ini. Demikian yang dapat kami sampaikan, semoga dapat mengambil manfaat dan pelajaran dari artikel ini.

Surabaya, 26Oktober 2021

**Penulis**

## ABSTRAK

E-Bisnis dapat diartikan sebagai pemanfaatan teknologi jaringan dan komunikasi oleh organisasi, individu, atau pihak-pihak terkait untuk meningkatkan proses bisnisnya. Penerapan E-Bisnis pada usaha dapat menimbulkan keuntungan maupun kerugian. Indonesia sudah lama menjalani sistem penjualan secara tradisional atau konvensional, seperti melalui toko kelontong, pasar tradisional dan modern. Seiring dengan perkembangan teknologi, bidang ekonomi, penjualan dan pemasaran juga mengalami perubahan mengikuti arus globalisasi. Hal ini seharusnya diperhatikan oleh pihak-pihak penjual dikarenakan penjualan melalui *e-commerce* harus dipertimbangkan mengingat setengah penduduk Indonesia sudah menggunakan internet dan perkembangan internet sudah semakin pesat. Strategi digital marketing pada masa sekarang memiliki potensi yang sangat prospektif, dimana produsen harus mengikuti tren pemasaran dari yang awalnya secara konvensional berubah menjadi modern (*e-commerce*). Strategi digital marketing melalui *e-commerce* contohnya dapat dilakukan melalui sebuah website. Website merupakan sebuah situs website internet yang dapat digunakan untuk membuat profile dan promosi produk. Untuk memaksimalkan penggunaan website dan dapat mencapai tujuan penjualan serta pemasaran, maka produsen dapat memanfaatkan metode *search engine optimization* (SEO).

Kata kunci :*e-commerce*, digital marketing, website, *search engine optimization*

## DAFTAR ISI

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| COVER HALAMAN.....          | i   |
| KATA PENGANTAR .....        | ii  |
| ABSTRAK.....                | iii |
| DAFTAR ISI.....             | 1   |
| PENDAHULUAN .....           | 2   |
| a) Latar Belakang .....     | 2   |
| b) Rumusan Masalah .....    | 3   |
| c) Tujuan dan Manfaat ..... | 3   |
| TINJAUAN PUSTAKA .....      | 4   |
| PEMBAHASAN .....            | 5   |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....   | 7   |
| BUKTI PLAGIASI .....        | 7   |
| DAFTAR PUSTAKA .....        | 8   |

## PENDAHULUAN

### a) Latar Belakang

Badan Pusat Statistik pada tahun 2019 menyatakan bahwa terdapat 15,08% dari total 3504 blok sensus yang tersebar di Indonesia yang sudah mulai berjualan melalui *e-commerce* (Rozamaet *al.*, 2019). Hal ini seharusnya diperhatikan oleh pihak-pihak pedagang atau penjual dikarenakan penjualan melalui *e-commerce* harus dipertimbangkan mengingat setengah penduduk Indonesia sudah menggunakan internet dan perkembangan internet sudah semakin pesat. Melalui internet, akan memberikan banyak manfaat bagi produsen maupun konsumen, seperti memperoleh informasi produk yang diinginkan secara cepat dan mudah, memesan dan membayar produk dengan mudah, memperluas area penjualan, dan memberikan kemudahan untuk marketing (Michelle, 2020).

Hal ini didukung juga oleh perkembangan penyedia jasa internet yang semakin banyak jenisnya dan sesuai kebutuhan masyarakat. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2018 mendapatkan data bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 264,16 juta jiwa (APJII, 2019). Berdasarkan penelitian Fleishman-Hillard (2012) menyatakan bahwa 89% konsumen melakukan pencarian produk yang akan dibeli menggunakan search engine dengan hanya memasukkan sebuah kata kunci pada kolom penelusuran. Mengingat keadaan di Indonesia yaitu pengguna internet yang tinggi, penggunaan search engine sering digunakan untuk pencarian suatu produk dan jumlah produsen yang berjualan melalui *e-commerce* masih rendah, maka harus ditingkatkan dalam strategi digital marketing agar dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan dalam marketplace, mendapatkan pasar penjualan yang lebih besar (Sidqi dan Marcos, 2021; Wijaya, 2021).

Strategi digital marketing pada masa sekarang memiliki potensi yang sangat prospektif, dimana produsen harus mengikuti tren pemasaran dari yang awalnya secara konvensional berubah menjadi modern (*e-commerce*), serta suatu produsen harus mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat menjangkau pasar yang luas (Supangat, 2019). Strategi digital marketing melalui *e-commerce* contohnya dapat dilakukan melalui sebuah website. Website merupakan sebuah situs website internet yang dapat digunakan untuk membuat profile dan promosi produk. Untuk memaksimalkan penggunaan website dan dapat mencapai tujuan penjualan serta pemasaran, maka produsen dapat memanfaatkan metode *search engine optimization* (SEO). *Search engine optimization* (SEO)

merupakan sebuah metode yang dapat menyebabkan website mengalami trafik kunjungan oleh konsumen dan peningkatan terhadap pencarian sebuah kata kunci tertentu pada kolom pencarian (Sidqi dan Marcos, 2021).

**b) Rumusan Masalah**

1. Apakah *search engine optimization* (SEO)?
2. Bagaimana *search engine optimization* (SEO) dapat digunakan untuk mengembangkan penjualan melalui digital marketing?

**c) Tujuan dan Manfaat**

1. Mengetahui *search engine optimization* (SEO).
2. Mengetahui bagaimana *search engine optimization* (SEO) dapat digunakan untuk mengembangkan penjualan melalui digital marketing.

## TINJAUAN PUSTAKA

[<sup>1</sup>]Supangat (2020), PertemuanKeempat – Digital Content

<http://repository.untag-sby.ac.id/6047/>

Digital content merupakan pembuatan sebuah konten yang dapat dalam berbagai bentuk atau format, seperti teks, tulisan, gambar, video, audio atau kombinasi dari beberapa bentuk yang selanjutnya dapat diubah menjadi bentuk digital. Digital content memberikan kemudahan kepada banyak pihak yang ingin mengaksesnya, hal ini dikarenakan bentuk konten diubah menjadi digital, sehingga mudah ditemukan, dibaca dan dibagikan melalui berbagai media sosial seperti smartphone dan laptop. Beberapa contoh digital content yaitu content writer, graphic designer, motion graphic designer, video editor, copywriter dan chief content creator.

## PEMBAHASAN

Dalam pembelian melalui *e-commerce*, konsumen hanya perlu menuliskan sebuah kata kunci pada kolom penelusuran, yang selanjutnya konsumen akan disuguhkan ratusan sampai ribuan website yang dicari sesuai kata kunci. *E-commerce* merupakan suatu tempat untuk melakukan proses transaksi penjualan dan pembelian melalui internet; merupakan suatu bentuk perdagangan yang berbasis menggunakan internet dan perkembangan teknologi informasi, sehingga penggunaannya dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan kelebihan dalam proses jual-beli dan berkompetisi dalam pasar yang luas, memiliki akses yang lebih luas apabila dibandingkan dengan penjualan secara konvensional dan dapat memberikan informasi serta pelayanan lebih akurat kepada konsumen (Handayani dan Nurhayati, 2012).

Pemanfaatan *search engine optimization* (SEO) dalam mengembangkan digital marketing melalui website sangat diperlukan pada masa modern seperti sekarang ini. Website merupakan suatu halaman yang menyediakan informasi digital konten seperti tulisan, teks, audio, video, dan gabungan semuanya (Anwar dan Irawan, 2017). Penerapan *search engine optimization* (SEO) dapat membantu penjual untuk mendatangkan dan meningkatkan pengunjung atau konsumen lebih besar, meningkatkan ketertarikan konsumen dengan digital konten yang sudah dibuat dan meningkatkan trafik *visitors* website.

*Search engine optimization* (SEO) merupakan suatu proses untuk mengoptimalkan penggunaan website yang tujuannya adalah memberikan kemudahan dan memperbaiki website yang muncul pada kolom penelusuran setelah kata kunci dimasukkan (Wijaya, 2021). *Search engine optimization* (SEO) memiliki dua pedoman yang penting yang harus diterapkan dalam penerapan SEO dalam digital marketing, yaitu bagian *optimasion page* dan *offpage*. *Optimasion page* yaitu lebih fokus untuk mengoptimalkan dan memaksimalkan pembuatan konten digital sesuai dengan pedoman dasar dari sebuah web atau kode HTML. Optimasi off page yaitu lebih berkaitan dengan optimasi faktor lain yang berasal dari luar halaman website seperti tautan halaman (Giomelakis dan Veglis, 2015). Langkah berikutnya yang dapat digunakan untuk mengoptimasi pemanfaatan *search engine optimization* (SEO) yaitu dengan meningkatkan digital konten dalam website yang disertai dengan tambahan berbagai kata kunci yang merupakan hasil riset kata kunci, hal ini bertujuan agar konten dan website yang sudah dibuat dapat terlihat dalam halaman penelusuran google, dapat juga melakukan menambah backlink kearah website penjualan untuk meningkatkan trafik kunjungan konsumen (Pratomodkk., 2018).

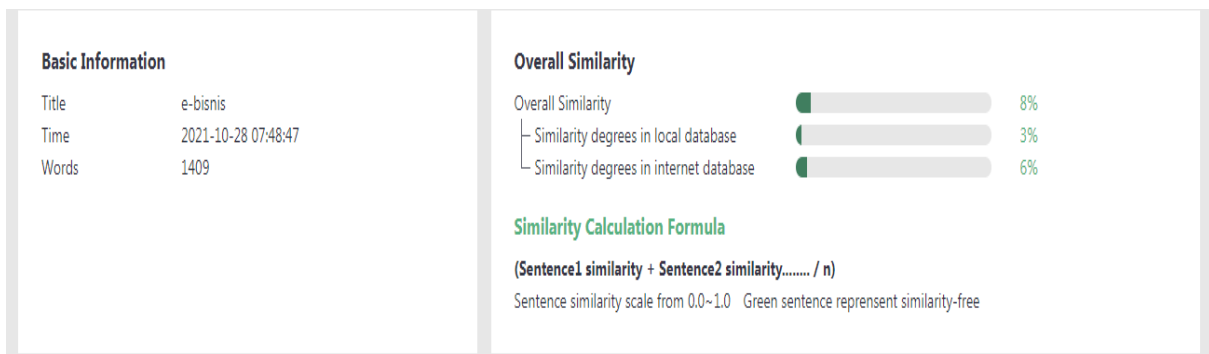


Contoh penerapan penggunaan metode *search engine optimization* (SEO) dalam suatu website yaitu sebelumnya terdapat kejadian bahwa pencarian kata kunci “nidasasirangan” pada kolom penelusuran google mendapatkan hasil yang kurang baik. Setelah dilakukan beberapa langkah perbaikan seperti mengaktifkan kembali website [nidasasirangan.com](http://nidasasirangan.com), mengoptimasi kata kunci pada kolom penelusuran, mengelola satu titik lokasi usaha dan menghapus toko website yang sudah tidak relevan, melakukan perbaruan data dan informasi seperti update foto dan video mengenai produk yang dipasarkan, dan membuat toko online atau toko marketplace sebagaisarana dan prasaranapromosi. Semua perbaikan yang dilakukan bertujuan untuk meningkatkan ranking pencarian, agar dapat menarik perhatian dan memberikan kemudahan pelayanan bagi konsumen, sehingga penjualan produk dapat mengalami peningkatan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penggunaan dan pemanfaatan *search engine optimization* (SEO) dalam menunjang dan mengembangkan penjualan melalui digital marketing sangatlah baik dan menguntungkan bagi penjual. Namun, penggunaannya yang sedikit lebih rumit membutuhkan waktu untuk mempelajari dengan baik dan benar penggunaan *search engine optimization* (SEO) agar tujuan yang dicapai untuk pemasaran dan penjualan produk dapat tercapai. Selain itu, pengetahuan mengenai pembuatan digital konten untuk membuat website yang menarik juga diperlukan, sehingga diperlukan waktu lebih untuk belajar juga mengenai pembuatan digital konten seperti pembuatan teks, audia dan video.

## BUKTI PLAGIASI



## DAFTAR PUSTAKA

Sidqi, F.D. dan Marcos, H. 2021. Optimasi Website Menggunakan Metode Search Eng

Supangat. 2019. Pemanfaatan Fitur Analisis Data Menggunakan K-Means Cluster dalam Point of Sales (POS). TEKNIKA, 8(2): 97-102.

Zainuri, M., Saringat, B., & Koesdijarto, R. (2021). *Pemanfaatan Artificial Intelligence ( AI ) sebagai Respon Learning Style Mahasiswa*. 270–279.