

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran umum objek penelitian

Ourshopaholic adalah sebuah usaha dagang atau biasa disingkat “U.D” yang memiliki core usaha yaitu menjual tas berbahan baku jeans. Disebut usaha dagang karena Ourshopaholic merupakan bisnis pribadi, tanpa mendirikan badan hukum, dan apabila terjadi sesuatu merupakan tanggung jawab pemilik atau pendiri. Ourshopaholic didirikan oleh 3 orang yaitu Nur Huda Aziz, Viky Romiyano, dan Hanif Dhimas pada tanggal 1 Februari 2012.

Pada awal pendiriannya, Ourshopaholic membutuhkan modal sebesar Rp 1.500.000,00 yang merupakan modal bersama dari 3 orang pendirinya. Aset yang dimiliki sampai pada saat penelitian ini dilakukan berupa website yang beralamat www.ourshopaholic.com dan persediaan tas berjumlah 10 buah pada awal produksi.

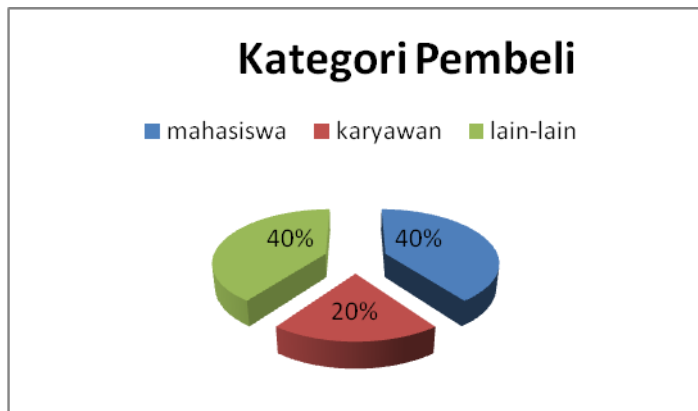
Sampai dengan Bulan April 2012, telah terjadi penjualan sebanyak 7 buah tas backpack dan 1 buah tas selempang. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1
Produksi dan penjualan bulan Februari – Maret 2012

No.	Bulan	Jumlah Produksi	Jumlah Penjualan
1.	Februari	10 buah (5 buah tas backpack dan 5 buah tas selempang)	1 buah tas backpack, 1 tas selempang
2.	Maret	-	2 buah tas <i>backpack</i> , 1 tas selempang

Dari data penjualan diatas, dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kategori pembeli. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Tabel 1.2
Kategori pembeli



Sumber : data penjualan perusahaan

Dari gambar diatas terlihat bahwa sebesar 40% atau 2 orang pembeli adalah mahasiswa. Sedangkan sisanya sebesar 60% terdiri dari karyawan (20% atau 1 orang) serta lain-lain (anak SMP, SMA, dll) juga sebesar 40% atau 2 orang.

Tujuan didirikan adalah menjual sebuah produk dalam hal ini tas yang berbahan jeans karena untuk sekarang belum terlalu banyak tas jeans yang dijual di pasaran dan relatif masih susah untuk dicari, untuk menangkap peluang itu maka diproduksi tas dengan bahan jeans untuk dijual ke pasar. Target pasar yang ingin dicapai adalah tas yang digunakan untuk laptop karena untuk saat ini banyak yang mempunyai laptop dan membawa laptop untuk bekerja atau kuliah.

Kata kunci yang diinginkan untuk dioptimasi yaitu “jual tas murah”, “jual tas”, dan “tas jeans”, untuk mendapatkan hasil pencarian kata kunci tersebut digunakan google Google Adwords Berikut ini adalah hasil pencarian untuk keyword “jual tas murah”

Gambar 1.1

Keyword “jual tas murah”.

Find keywords Product survey
Based on one or more of the following:

Word or phrase	jual tas murah
Website	www.google.com/page.html
Category	Apparel

Only show ideas closely related to my search terms [?](#)
 Advanced Options and Filters

Locations and languages [?](#)

Hong Kong	Hebrew
Hungary	Hindi
Iceland	Hungarian
India	Icelandic
Indonesia	Indonesian

Include specific content [?](#) Include adult ideas

Show Ideas and Statistics for [?](#) Desktop and laptop devices

Filter ideas [?](#) Local Monthly Searches >= [Remove](#)
[+ Add another](#)

[Sign in with your AdWords login information to see the full set of ideas for this search.](#) [About this data](#) [?](#)

Download Sorted by Relevance

Search terms (1) 1 - 1 of 1

<input type="checkbox"/> Keyword	Competition	Global Monthly Searches ?	Local Monthly Searches ?
<input type="checkbox"/> jual tas murah	Medium	5,400	5,400

Sumber : Google Adwords

https://adwords.google.com/o/Targeting/Explorer?_c=1000000000&_u=1000000000&ideaRequestType=KEYWORD_IDEAS

Disini dapat dilihat untuk pencarian kata kunci jual tas murah terdapat 5.400 search perbulannya, sehingga terdapat kemungkinan bahwa akan terjadi hit untuk berada di peringkat satu yaitu 5.400 perbulannya. Dengan dilakukan optimasi diharapkan dapat memperoleh trafik dari pengguna google yang mengetik kata kunci “jual tas murah”.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi pada saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal ini dapat kita lihat dari perkembangan internet. Seiring dengan perkembangan internet yang semakin besar dan sangat cepat diikuti oleh para pengguna internet yang semakin besar. Hal ini dapat menimbulkan pertukaran informasi yang sangat cepat antar pengguna dibandingkan dengan masa yang lalu. Situs-situs yang menyediakan informasi semakin banyak bermunculan guna mengikuti keinginan atas informasi yang ingin dicari oleh pengguna internet.

Salah satu masalah yang dihadapi oleh pemilik situs-situs yang menyediakan informasi adalah pengunjung yang relatif sedikit datang mengunjungi situs. Solusi yang dilakukan pemilik situs salah satunya adalah dengan melakukan teknik-teknik SEO (Search Engine Optimization) pada website yang diharapkan dapat meningkatkan trafik yang masuk ke website atau situs-situs tertentu.

SEO (Search Engine Optimization) merupakan teknik yang digunakan untuk suatu situs atau website dapat diindex oleh search engine dan dapat memperoleh posisi teratas pada daftar teratas dalam pencarian situs pencari yang disebut juga dengan Search Engine Result Page (SERP) karena sebagian besar trafik yang diperoleh berasal dari situs pencari.

SEO terdiri dari dua jenis : pertama adalah onpage optimization, SEO jenis ini melakukan optimasi dengan memodifikasi faktor-faktor yang terdapat dalam halaman webpage seperti melakukan optimasi pada keyword, optimasi pada HTML, *content optimization* dan lain-lain. Yang kedua adalah offpage optimization yaitu memodifikasi faktor-faktor yang bukan dari halaman website tetapi digunakan oleh mesin pencari untuk menentukan perankingan pada daftar sistem pencariannya seperti

membuat link building, link popularity, anchor text optimization, google pagerank dan lain-lain.

Pelaksanaan tugas akhir ini akan diteliti lebih dalam bagaimana penerapan SEO (Search Engine Optimization) pada sebuah situs atau website dalam membangun situs yang mempunyai trafik yang tinggi dengan menerapkan teknik-teknik untuk mendatangkan trafik atau pengunjung ke website atau situs yang kita miliki melalui search engine secara gratis. Hasil yang diharapkan dalam menerapkan teknik tersebut adalah didapatkan suatu cara yang efektif dalam meningkatkan trafik pada suatu situs atau website untuk mendapatkan posisi teratas dalam SERP (Search Engine Result Page).

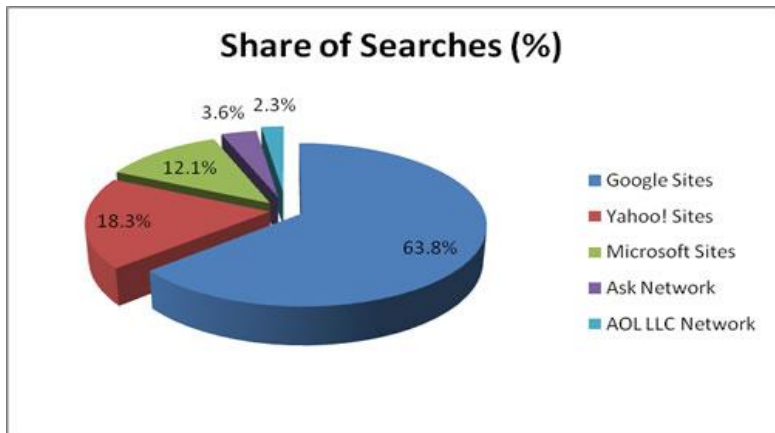
Dengan melakukan teknik-teknik optimasi website yang dilakukan sebuah perusahaan terbukti dapat meningkatkan penjualan mereka hingga diatas 20% dan masih banyak lagi perusahaan yang menerapkan teknik-teknik SEO dapat memperoleh hasil yang lebih tinggi lagi dari penjualannya.

Menurut Kotler dan Armstrong pemasaran yang dilakukan secara online memiliki banyak manfaat bagi perusahaan seperti kemudahan konsumen untuk melihat produk yang ditawarkan dalam situs website selama 24 jam sehari dimana saja mereka berada, informasi yang didapatkan cukup lengkap seputar perusahaan, produk, pesaing harga, lokasi dan lain sebagainya yang dapat memberikan gambaran sebelum melakukan pembelian, penyesuaian pasar perusahaan secara online dapat mengikuti tren pasar dalam virtual world dengan cepat, dan biaya yang dikeluarkan untuk melakukan promosi yang dilakukan lebih murah sebab tidak harus membayar biaya sewa, membayar karyawan, biaya percetakan, atau mengirim katalog kertas karena dengan pemasaran

online hanya membayar pada saat pemasangan iklan dan katalog dapat dikirim menggunakan email.

Berikut adalah statistik penggunaan search engine yang di buat pada Mei 2010 pada situs <http://www.seoexpertmarketing.com/> :

Tabel 1.3
Share of Search untuk Search Engine.



Sumber : http://www.seoexpertmarketing.com/seo_101/top-ten-search-engine-placement.php

Dari hasil statistik berikut diketahui google berada di peringkat pertama sebagai situs pencari, google menempati 63,8% pencarian yang dilakukan oleh user diikuti oleh yahoo sebesar 18,3% dan micosoft sebesar 12,1%. Dengan banyaknya pencari yang menggunakan google sebagai pilihan utama, maka google menjadi salah satu mesin pencari yang digunakan oleh pemilik sebuah situs untuk mengoptimasi website yang mereka miliki.

Pada halaman yang sama dengan statistik penggunaan search engine terdapat hasil presentase seseorang mengklik pada halaman pertama pada google ketika ia melakukan sebuah pencarian :

Tabel 1.4
How Many People Navigate Past the 1st page.

Result Positon (page)	Average Percentage of clicks	Fraction of Top Ranking Result
1	42,1 %	N/A
2	11,9 %	3,5X Less
3	8,5 %	4,9 X Less
4	6,1 %	6,9 X Less
5	4,9 %	8,5 X Less
6	4,1 %	10,4 X Less
7	3,4 %	12,3 X Less
8	3,0 %	14,0 X Less
9	2,8 %	14,8 X Less
10	3,0 %	14,1 X Less
11-20	10,1 %	N/A
21-1000	1,2 %	N/A

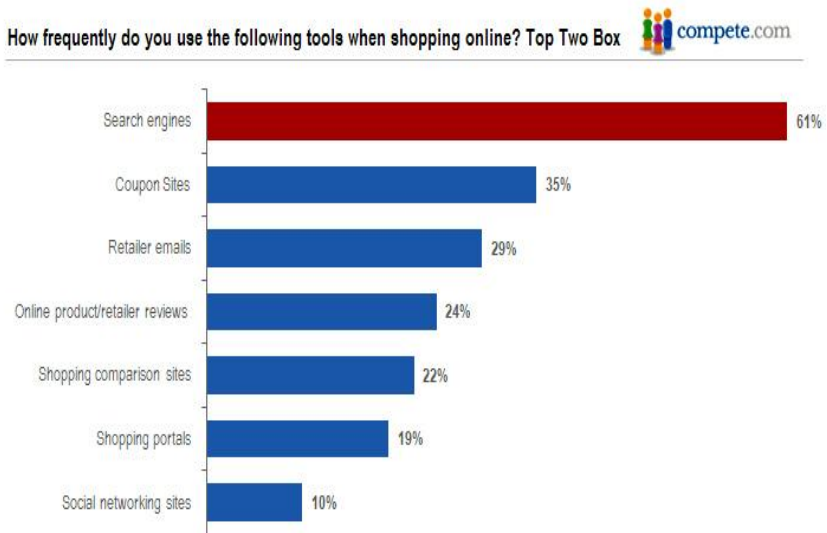
Sumber : http://www.seoexpertmarketing.com/seo_101/top-ten-search-engine-placement.php

Dari data diatas diperoleh hasil bahwa sebesar 42,1% user mengklik urutan pertama dari hasil pencarian yang dilakukannya dan diikuti oleh urutan kedua dan ketiga sebesar 11,9% dan 8,5%. Dari data tersebut disimpulkan bahwa user akan mengklik halaman website yang ada di urutan pertama dalam pencarian dan ketika ia sudah menemukan hal yang ia cari dari halaman yang menjadi urutan pertama, maka kecil kemungkinan ia akan mengklik halaman yang ada di urutan kedua dan ketiga.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh online shopper intelligence study yang ada di <http://blog.hotdesign.com> yang ditulis oleh Kristi Scott pada bulan 31 Mei 2011 diperoleh data tentang pencarian informasi yang dilakukan oleh seseorang sebelum membeli barang. Berikut adalah hasil dari penelitian tersebut :

Gambar 1.3

how frequently do you use the following tools when shopping online.



Sumber : <http://blog.hotdesign.com/2011/05/using-online-search-statistics/>

Dari data tersebut diperoleh hasil bahwa presentase seseorang akan menggunakan search engine untuk mencari informasi tentang barang-barang yang akan dibeli di online shop adalah sebesar 61% dan diikuti oleh coupon sites sebesar 35% dan retailer emails dengan 29%. Ini menyatakan bahwa dengan menggunakan search engine, seseorang

mendapatkan informasi yang lengkap sebelum ia membeli sebuah produk dari situs online.

Dalam hal ini website yang dijadikan objek penelitian adalah www.ourshopaholic.com yang pada awalnya belum terisi posting atau halaman yang berisi informasi.

1.3 Perumusan Masalah

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas, masalah yang ingin diteliti adalah :

1. Bagaimana menerapkan teknik-teknik dalam SEO (Search Engine Optimization) seperti melakukan setting permalink, menambahkan plugin pendukung teknik SEO, penggunaan title tag, meta description, link building dalam menaikkan trafik sebuah website berdasarkan jumlah unique visitor, number of visits, dan pageview?
2. Bagaimana perbedaan jumlah unique visitors, number of visits, dan pageview sebelum dengan sesudah dilakukanya teknik SEO?
3. Bagaimana perbedaan jumlah penjualan yang terjadi sebelum dengan sesudah dilakukanya teknik SEO?

1.4 Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penulisan yang ingin dicapai dalam tugas akhir ini adalah :

1. Mengimplementasi teknik SEO seperti melakukan setting permalink, menambahkan plugin pendukung teknik SEO, penggunaan title tag, meta description, link building pada suatu situs/ website berdasarkan jumlah unique visitor, number of visits, dan page view.

2. Membedakan jumlah unique visitors, number of visits, dan pageview sebelum dengan sesudah dilakukanya teknik SEO.
3. Membedakan jumlah penjualan yang terjadi sebelum dengan sesudah dilakukanya teknik SEO.

1.5 Kegunaan Penelitian

4.1.1 Bidang Akademis

- a. Penelitian ini merupakan bentuk dari pengembangan kemampuan analisis kondisi bisnis telekomunikasi yang dikaitkan dengan teori pendukung serta menjadi suatu bentuk komparasi antara teori yang ada dengan praktek di lapangan.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan khususnya penelitian isu bisnis telekomunikasi, dapat juga dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

4.1.2 Bidang Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan pertimbangan dalam melakukan optimasi search engine guna meningkatkan trafik yang masuk ke sebuah situs/website sehingga terjadi kenaikan dalam SERP.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberi gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan sekaligus untuk memperjelas alur penulisan hasil penelitian. Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang tinjauan objek studi, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang berhubungan dengan bahasan permasalahan penelitian dan teori tersebut digunakan sebagai pendukung pemecahan permasalahan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, tahapan yang digunakan untuk melakukan optimasi halaman website yang di buat dan rumus yang digunakan untuk menghitung perubahan yang terjadi setelah halaman website di optimasi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil analisis mengenai efektifitas dari SEO terhadap peningkatan dari trafik yang masuk ke situs/ website yang mempengaruhi kepada perubahan peringkat dalam SERP berdasarkan teori-teori yang ada dan teknik-teknik SEO mulai dari onpage optimization dan offpage optimization. Pada bab ini dibahas seberapa besar hasil dari tiap tahap optimasi terhadap trafik kunjungan yang masuk ke dalam website yang dijadikan objek penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan mengenai hasil penelitian dan bahasan mengenai saran-saran yang dapat diimplementasikan sebagai kegunaan penelitian untuk pihak terkait.