

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi menjadi aspek penting dalam mengembangkan strategi pemasaran dan promosi produk. Salah satu platform yang paling banyak digunakan adalah *website*. *Website* bukan hanya menjadi media informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk menjangkau pasar yang lebih luas secara efektif dan efisien. Namun, memiliki *website* saja tidak cukup jika tidak disertai dengan upaya untuk meningkatkan visibilitasnya di mesin pencari seperti *Google*. Di sinilah peran *Search Engine Optimization* (SEO) menjadi sangat penting.[1]

SEO (*Search Engine Optimization*) adalah serangkaian teknik untuk mengoptimalkan *website* agar berada di peringkat teratas hasil pencarian mesin pencari. Dengan mencapai posisi teratas, potensi kunjungan pengguna akan meningkat secara signifikan, yang pada akhirnya berdampak langsung pada peningkatan penjualan produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks ini, implementasi SEO merupakan langkah strategis yang penting, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang wajib bersaing secara digital.

Pabrik Dodol Nanas Wonosari merupakan salah satu UMKM lokal yang telah lama berdiri dan memproduksi berbagai varian dodol seperti rasa nanas, durian, dan kelapa. Dalam upaya untuk beradaptasi dengan perkembangan digital, mereka telah mulai memanfaatkan platform seperti *marketplace* dan media sosial. Meskipun demikian, berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa *website* resmi mereka belum dimanfaatkan secara optimal untuk pemasaran produk, terutama dalam aspek visibilitas di mesin pencari. Kondisi ini menyebabkan *website* mereka sulit ditemukan

oleh calon pembeli melalui kata kunci yang relevan, meskipun kontennya menarik dan produknya berkualitas tinggi.

Oleh karena itu, implementasi teknik SEO, khususnya SEO *on-page*, merupakan langkah penting untuk meningkatkan peringkat *website* di hasil pencarian. Teknik ini mencakup optimasi struktur HTML, penggunaan *heading*, *meta tag*, *alt text* pada gambar, dan penempatan kata kunci yang tepat. Dengan penerapan yang benar, *website* dodol nanas tidak hanya akan lebih mudah diakses oleh pengguna, tetapi juga mampu bersaing secara efektif dengan produk sejenis di pasar digital.

Penelitian ini akan berfokus secara mendalam pada implementasi SEO *on-page* pada *website* dodol nanas dan menganalisis secara langsung pengaruhnya terhadap visibilitas di mesin pencari. Dengan pendekatan terukur ini, *website* dodol nanas diharapkan dapat menjadi media promosi yang efektif sekaligus meningkatkan daya saing produk lokal di ranah digital.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah rendahnya visibilitas *website* Pabrik Dodol Nanas Wonosari di mesin pencari, terutama *Google*. Kondisi ini menyebabkan *website* sulit ditemukan oleh calon pelanggan meskipun produknya berkualitas. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji bagaimana teknik SEO *on-page* (seperti pengaturan struktur HTML, penggunaan *heading tag*, optimasi gambar dengan atribut *alt text*, dan penempatan kata kunci yang relevan) dapat diterapkan secara langsung dalam pengembangan *website*. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengukur hasil dari penerapan teknik SEO tersebut menggunakan alat bantu analisis seperti *Lighthouse* untuk menilai dampaknya terhadap visibilitas *website* di mesin pencari.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara lebih terarah, sistematis, dan sesuai dengan ruang lingkup yang realistis, penulis menetapkan beberapa batasan masalah. Batasan ini memperjelas fokus penelitian agar tidak membahas topik yang terlalu luas. Adapun batasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengembang *Website* : Penelitian ini hanya membangun *website* sebagai media (objek penelitian) untuk menerapkan teknik SEO *on-page* secara langsung pada struktur kode HTML.
2. Target Muncul di Internet: Tujuan utama dari penelitian ini adalah agar *website* Dodol Bengkalis resmi terdaftar dan diakui oleh mesin pencari.

1.4 Tujuan Penelitian

Menyediakan solusi digital bagi Pabrik Dodol Nanas Wonosari, mengatasi tantangan pemasaran yang ada. Secara lebih terperinci, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengimplementasikan teknik SEO *on-page*, seperti penggunaan struktur HTML yang teratur, *heading tag* (H₁, H₂, dst.), *meta tag* (*title* dan *description*), penempatan kata kunci, dan optimasi gambar (*alt text* dan ukuran) langsung pada kode sumber *website*.
2. Menganalisis hasil penerapan teknik SEO *on-page* ini dengan menggunakan *tools* seperti *Google Chrome Lighthouse* untuk mengukur peningkatan kualitas teknis visibilitas *website* di mesin pencari, khususnya *Google*.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai manfaat, baik secara praktis maupun teoritis, tidak hanya bagi objek yang diteliti tetapi juga bagi pihak-pihak terkait. Berikut adalah manfaat utama yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini:

1. Untuk Pemilik Usaha: Dengan *website* yang dioptimalkan menggunakan teknik SEO *on-page*, pemilik Pabrik Dodol Nanas Wonosari dapat meningkatkan visibilitas produk mereka di mesin pencari seperti *Google*. Hal ini akan membantu produk lebih mudah ditemukan oleh calon pelanggan secara *online*.
2. Untuk Pelanggan: Pelanggan akan lebih cepat menemukan produk dodol melalui pencarian *online*. *Website* yang *SEO-friendly* juga akan memudahkan mereka mengakses informasi produk, harga, dan melakukan pemesanan kapan saja melalui perangkat apa pun.
3. Untuk Peneliti dan Mahasiswa Lain: Penelitian ini akan menjadi referensi yang berharga dalam pengembangan *website* UMKM yang menerapkan SEO *on-page* langsung pada kode sumber.
4. Untuk Lingkungan UMKM Lokal: Studi ini memberikan contoh nyata mengenai pentingnya penerapan SEO dalam strategi digital UMKM. Dengan optimasi yang tepat, produk lokal dapat bersaing secara digital dan menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa memerlukan biaya promosi yang besar.