



ANALISIS DAMPAK *SEARCH ENGINE OPTIMATION* (SEO) PADA E-COMMERCE YANG ADA DI INDONESIA

Budi Dharma¹, Ahmaad Thoriq Alfian², Wein Rizki Dharmawan³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Jurusan Ekonomi Islam, budidharma@uinsu.ac.id, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Jurusan Ekonomi Islam, thoriqalfan70@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam / Jurusan Ekonomi Islam, weinrizkimjp@gmail.com, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

ABSTRACT

Electronic commerce, commonly known as "e-commerce," refers to the practice of conducting commercial transactions online through the use of networks such as the internet. These transactions may include the exchange of either commodities or services. Significant growth in the number of e-commerce websites, especially in Indonesia over the past few years Business competition is growing tougher and more aggressive than ever. Every internet shop owner or business actor operating online is trying to outdo the other in terms of the number of visits they get. a lot of people to the web page of the company's internet shop that they own. There are many different strategies that can be used to increase the number of people visiting website pages, especially online businesses. Utilizing blogs, search engine optimization, placing ads through google adsense or facebook fan pages, and leveraging social networking media are some of the more common approaches. In fact, this pattern has increased over the last few years, as the use of mobile applications (instant messengers) is growing at a rate no less than the web and even beating operational systems on the web. In this study the approach that will be discussed in more detail is one related to techniques for using search engine optimization, also known as Search Engine Optimization (SEO). These techniques will be used to increase the number of visitors that enter website pages, and will also be used so that website pages can be detected or tracked properly in search engines.

Keywords: *SEO, e-commerce, Impact*

ABSTRAK

Perdagangan elektronik, yang biasa dikenal sebagai "e-commerce," mengacu pada praktik melakukan transaksi komersial secara online melalui penggunaan jaringan seperti internet. Transaksi ini mungkin termasuk pertukaran baik komoditas atau jasa. Pertumbuhan jumlah situs web e-commerce yang berkembang secara signifikan, terutama di Indonesia selama beberapa tahun terakhir Persaingan bisnis tumbuh lebih keras dan lebih agresif dari sebelumnya. Setiap pemilik toko atau aktor internet bisnis yang beroperasi secara online berusaha untuk mengalahkan satu sama lain dalam hal jumlah kunjungan yang mereka dapatkan. banyak orang ke halaman web toko internet perusahaan yang mereka miliki. Ada banyak strategi berbeda yang dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah orang yang mengunjungi halaman situs web, khususnya bisnis online. Memanfaatkan blog, optimisasi mesin pencari, memasang iklan melalui google adsense atau halaman penggemar facebook, dan memanfaatkan media jejaring sosial adalah beberapa pendekatan yang lebih umum. Sebenarnya, pola ini telah meningkat selama beberapa tahun terakhir, seperti halnya penggunaan aplikasi seluler (instant messenger) yang tumbuh dengan kecepatan yang tidak kalah cepat dengan web bahkan mengalahkan sistem operasional pada web. Pada penelitian ini pendekatan yang akan dibahas secara lebih rinci adalah salah satu yang berkaitan dengan teknik menggunakan mesin pencari optimasi, juga dikenal sebagai Search Engine Optimization (SEO). Teknik-teknik ini akan digunakan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang masuk ke halaman situs web, dan juga akan digunakan agar halaman situs web dapat dideteksi atau dilacak dengan baik di mesin pencari.

Kata Kunci: isi, format, artikel.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih saat ini memberikan keuntungan bagi masyarakat, khususnya dalam hal utilitas dan efisiensi aplikasinya (Wayne, 1995). Penyediaan alat yang mampu menghasilkan informasi yang relevan dengan bisnis perusahaan merupakan bagian penting dari fungsi teknologi informasi dalam memberikan dukungan untuk operasi perusahaan (Setyaningsih, 2010). Berikut ini adalah beberapa contoh teknologi yang digunakan dalam industri teknologi E-Commerce. Praktek pembelian, penjualan, dan promosi produk dan jasa dengan menggunakan sistem elektronik seperti radio, televisi, jaringan komputer, atau internet disebut sebagai perdagangan elektronik (sering disingkat e-commerce) (Jony, 2010). Perusahaan dapat terbantu dalam melakukan transaksi komersial dengan konsumen dan pemasok mereka dengan penggunaan teknologi informasi. optimalisasi fungsi mesin pencari dari sudut pandang teknologi. Teknik menggunakan prinsip pencarian dasar mesin pencari untuk mendapatkan dan meningkatkan nilai indeks peringkat yang lebih tinggi untuk halaman situs web dikenal sebagai optimisasi mesin pencari (SEO). Optimasi Mesin Pencari juga dapat digunakan untuk meningkatkan jumlah pengunjung yang menjangkau situs web (2017).

Karena fakta bahwa setiap perusahaan dapat memperoleh manfaat taktis dan kemudahan menggunakan fitur-fitur yang tersedia di internet melalui penggunaan internet dalam konteks persaingan antar pelaku bisnis, muncul gagasan pemasaran internet. Menurut Setiawan (2011:4), Online Marketing atau sering disebut dengan IM adalah suatu jenis kegiatan bisnis yang melibatkan distribusi dan pemasaran barang dengan menggunakan media internet. Pemasaran Internet adalah strategi bisnis yang merampingkan proses memasuki pasar regional dan internasional baru untuk organisasi yang ada. Fenomena pengguna internet yang terus meningkat di seluruh dunia berdampak antara lain pada pola konsumsi atau tren pembelian masyarakat secara keseluruhan. Ketika orang ingin membeli sesuatu di masa lalu, sebelum munculnya internet, mereka langsung pergi ke toko atau outlet penjualnya. Tapi sekarang budaya orang berbeda karena internet. Sejak adanya internet, pola konsumsi masyarakat hanya bisa dilakukan secara online. Termasuk pembelian barang melalui website penjual atau marketplace tanpa perlu bertatap muka atau melihat barang secara langsung. Hal ini membuat transaksi pembelian menjadi lebih sederhana, praktis, dan bahkan dapat dilakukan dari mana saja.

Banyak bisnis dan individu di dunia bisnis telah menyadari potensi internet sebagai saluran pemasaran produk. Karena manfaat ini, semakin banyak bisnis yang mulai menjalankan operasinya secara online. Karena semakin banyaknya pelaku bisnis yang merambah ke ranah perdagangan online, maka tingkat persaingan untuk mendapatkan konsumen atau klien dalam konteks persaingan internet marketing menjadi semakin ketat. Dihadapkan pada tantangan persaingan pemasaran yang ketat melalui internet, para pelaku bisnis harus dapat memahami konsep pemasaran internet, khususnya proses pengoptimalan mesin pencari, yang juga disebut sebagai search engine optimization (SEO). "Pada umumnya search engine digunakan untuk berbagai macam tujuan, antara lain mencari berita, mencari informasi, mencari panduan cara berupa gambar, video, atau petunjuk tertulis, mencari software atau aplikasi komputer, mencari memetakan lokasi, bahkan sebagai potensi sumber pendapatan" (Nugroho 2016: 9).

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. SEO

Singkatan "SEO" adalah singkatan dari "Search Engine Optimization", yang mengacu pada proses pengoptimalan situs web untuk mesin telusur agar lebih terlihat. Menurut Sullivan (1997:64), seorang programmer Google yang dikenal sebagai Godfather of SEO (Search Engine Land) menjelaskan bahwa seorang SEO adalah seseorang yang memahami bagaimana orang mencari informasi dan memastikan bahwa mereka atau klien mereka cukup terlihat dalam pencarian bebas. Pengoptimalan yang dikenal sebagai pengoptimalan mesin telusur, atau SEO, dapat mengubah tingkat visibilitas atau tampilan situs web di halaman mesin telusur. Nama lain untuk SEO termasuk pencarian organik di mesin pencari, pencarian

tidak membayar, dan pencarian yang dilakukan tanpa pengguna mengirimkan permintaan terlebih dahulu (breefstudio.com, 2022).

Menurut Setiawan (2011: 5), pakar SEO adalah pendekatan rekayasa yang memastikan mesin pencari menempatkan situs web kita di bagian atas hasil pencarian yang kita tuju. Sementara itu, seorang ahli SEO didefinisikan sebagai seseorang yang berspesialisasi dalam optimasi mesin pencari. Diharapkan ketika pelaku bisnis online melakukan SEO pada websitenya, maka website tersebut dapat muncul di halaman pertama hasil pencarian yang natural. Oleh karena itu ketika website sudah berada di halaman pertama sebuah mesin pencari maka trafik atau pengunjung website akan semakin ramai, dan jika website sudah ramai pengunjung, maka diharapkan juga banyak orang yang membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh para pelaku bisnis online tersebut. Ada dua bentuk berbeda dari optimasi mesin pencari, yaitu:

1. SEO On-Page

SEO On-Page adalah suatu tindakan yang dilakukan dilakukan pada halaman situs web untuk memfasilitasi kemampuan mesin pencari untuk dengan mudah mengindeks kata kunci situs web. Strategi SEO On-Page dapat dilakukan dalam berbagai cara yang berbeda, beberapa di antaranya adalah sebagai berikut: memastikan bahwa kata kunci yang sesuai disertakan dalam nama domain, judul, deskripsi, tag, header, foto, dan teks dalam keterangan. Karena itu, para pelaku bisnis dipaksa untuk saling bersaing untuk melakukan SEO On-Page dengan menghasilkan konten berkualitas dengan menawarkan informasi yang menarik dan informatif. Ini memastikan bahwa pengunjung situs puas dengan materi yang telah ditawarkan.

2. SEO Off-Page

SEO Off-Page adalah suatu tindakan yang dilakukan dengan tujuan meningkatkan trafik pada elemen-elemen yang ada selain website dan yang berpengaruh pada ranking website sesuai kata kunci yang ditargetkan. Memberikan backlink berkualitas tinggi di situs web utama adalah salah satu hal paling umum yang dilakukan perusahaan internet saat mengerjakan SEO Off-Page di situs web tersebut.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif, Metode Penelitian Deskriptif Kuantitatif adalah metode yang bertujuan untuk menciptakan gambaran atau gambaran tentang suatu keadaan secara objektif dengan menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, interpretasi data, serta tampilan dan hasil penelitian. Metode ini dikembangkan oleh University of California, Berkeley (Arikunto, 2006).

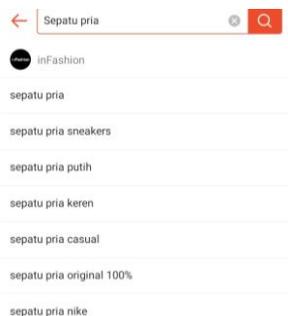
4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dilansir dari Breefstudio.com setiap orang akan lebih mudah menemukan informasi yang mereka cari di internet jika mesin pencari seperti Google tersedia. Bahkan lebih banyak informasi telah dipublikasikan oleh Google, yang menjelaskan bahwa setiap situs web yang menempati posisi teratas hingga tempat ketiga akan mendapatkan total lima puluh persen dari total hit kumulatif. Ini menunjukkan bahwa pengoptimalan SEO memiliki banyak pengaruh dan sangat penting untuk sebuah situs web. Pengunjung ke situs web dapat tertarik melalui penggunaan SEO. Dengan optimasi SEO yang tepat, kita bahkan bisa menarik hingga puluhan ribu pengunjung setiap harinya. Selain itu, pengunjung yang datang melalui mesin pencari adalah orang-orang yang haus akan ilmu dan ingin membeli barang atau mencari jasa tertentu. Pengunjung ini memiliki kebutuhan akan produk atau layanan Anda. Oleh karena itu, tidak perlu ada keraguan tentang tingkat konversi transaksi yang meningkat (www.breefstudio.com, 2022).

Strategi SEO pada E-commerce

1. Riset Keyword

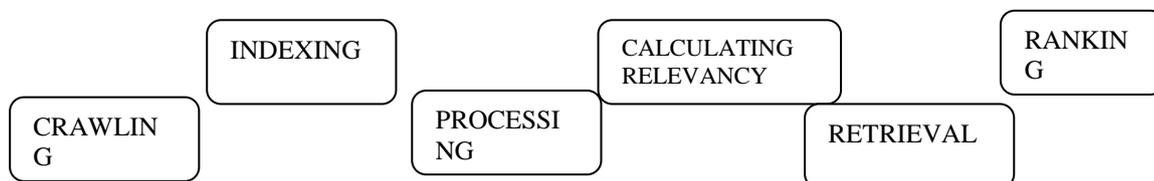
Meneliti kata kunci potensial adalah langkah pertama dalam mengembangkan strategi SEO untuk toko online, seperti halnya dengan bentuk SEO lainnya. Jika Anda tidak memilih kata kunci yang sesuai, rencana pengoptimalan mesin telusur Anda tidak akan berhasil karena Anda tidak akan dapat menarik perhatian pelanggan yang ingin Anda jangkau (www.dewaweb.com, 2021).



Gambar 1. Seo pada shopee

Sumber: aplikasi shopee

Dari gambar diatas menunjukkan pengaruh keywords yang ditampilkan, ketika kita menuliskan kata seperti "sepatu pria" maka beberapa pilihanpun muncul pada beranda pencarian, ini memungkinkan kita dapat memilih dan menentukan pencarian seperti apa yang kita inginkan. Maka penjual yang menggunakan e-commerce harus pandai memilih keyword aeperrri apa yang mereka buat, jika keyword yang dibuat tidak sesuai dengan barangnya maka akan menurunkan tingkat pengunjung yang akan berkunjung ke toko mereka. Menurut Alif yang tertulis di webnya bernama (www.alifandofla.com) mengatakan bahwa tingkat pencarian yang sering digunakan akan menjadikan pencarian tersebut menjadi yang pertama di halaman pencarian, sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat konsumen melakukan pencarian terhadap barang tersebut.



Gambar 2. Sistematis kerja SEO

Sumber: www.upttika.undiksha.ac.id

Dari gambar diatas perlu mengingat bahwa pengguna mesin pencari dapat memperoleh bantuan untuk menemukan subjek yang mereka minati dengan memasukkan kata kunci. Akibatnya, perlu melakukan riset untuk menemukan kata kunci yang sesuai untuk artikel atau materi yang ingin Anda posting. Tetapi bahkan mengidentifikasi kata kunci tidak akan membantu jika Anda tidak memahami bagaimana fungsi mesin pencari dan bagaimana mereka dapat menempatkan situs web di posisi teratas antara peringkat 1 dan 3 jika Anda tidak memahami cara kerja mesin pencari. Tetapi walau kata kunci yang sudah dimasukkan kedalam e-commerce bukan satu Langkah yang dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang berkunjung ke took penjual. Beberapa proses yang di paparkan diatas:

1. Crawling

Crawling adalah sebuah proses pertama yang akan dilakukan oleh mesin pencari. Maka crawling dilakukan oleh mesin pencari dengan tujuan dlam mengumullkan informasi mendetail dari sebuah

website atau aplikasi. Dalam proses ini bot menjadi peran utama yang bekerja sepanjang waktu demi mengumpulkan detail website seperti, gambar, halaman, kata kunci, judul hingga link yang ada pada website.

2. Indexing

Setelah crawling dilakukan maka data akan tersimpan ke dalam database dengan kata kunci tertentu dalam search engine. Akibatnya jika ada halaman yang tidak terindex maka search engine tidak akan menampilkan halaman tersebut.

3. Processing

Pada tahap ini search engine akan menerima permintaan dari pengguna dengan memasukkan kata kunci yang dibuat dalam search engine atau mesin pencari. Maka tahap berikutnya mesin pencari akan melakukan perbandingan website. Ketika kata kunci dimasukkan yang terdaftar di database search engine.

4. Calculating Relevancy

Pada tahapan ini halaman-halaman pada website yang terdaftar di database mesin pencari sebelumnya akan melakukan perbandingan dari kata kunci yang berhubungan dengan permintaan pengguna dan akan menampilkan dengan pengguna pencarian tersebut, semakin berhubungan website dengan kata kunci database maka akan muncul pada halaman utama mesin pencarian.

5. [1]Retrieval

pada tahapan ini mesin melakukan pencocokkan algoritma, walaupun kata kunci yang dibuat sama jika algoritma yang dicari bukanlah yang berhubungan maka sangat berdampak pada kemunculannya di halaman pencarian.

6. Ranking

Maka selanjutnya pada tahapan ini dilakukan perankingan, maka mesin pencari tidak akan sembarang dalam menampilkan apa yang diminta penggunanya.

Maka dari proses diatas dapat disimpulkan bahwa segala aspek yang ada dalam meriset kata kunci juga harus diperhatikan, karena ini menyebabkan dampak yang besar bagi penjual maupun pembeli. Mesin pencari diciptakan untuk memudahkan penggunaannya dalam mencari apa yang mereka inginkan, begitu juga akan berlaku pada ecommerce.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Teknik Search Engine Optimization (SEO) adalah rangkaian usaha yang dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk memastikan website atau blog yang digunakan sebagai sarana promosi memiliki peringkat yang baik di halaman mesin pencari seperti Google, Bing, dan Yahoo . Mesin pencari ini termasuk Google, Bing, dan Yahoo. Strategi optimisasi mesin pencari ini digunakan tidak hanya agar website atau blog mereka muncul di halaman pertama hasil pencarian, tetapi juga agar muncul di setiap halaman hasil pencarian. Jika website atau blog berhasil mendominasi mesin pencari, maka akan mampu menarik jumlah pengunjung dan pelanggan yang lebih banyak dibandingkan dengan website yang menyediakan produk atau layanan serupa.

Ucapan Terima Kasih

Jika perlu berterima kasih kepada pihak tertentu, misalnya sponsor penelitian, nyatakan dengan jelas dan singkat, hindari pernyataan terima kasih yang berbunga-bunga.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. N. A. and D. Prasanti, "Penggunaan Media Komunikasi dalam Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara. Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Komunikasi Dalam

- Eksistensi Budaya Lokal Bagi Komunitas Tanah Aksara," *JIPSI*, pp. 39-30, 2016.
- [2] A. R. L. & T. A. Hidayat, "Analisis penerapan SEO (search engine optimization) dan SMO (social media optimization) pada website fakultas di universitas ahmad dahlan untuk meningkatkan peringkat di search engine," *Universitas Ahmad Dahlan*, 2014.
- [3] A. U. & H. A. Hamdani, "Implementasi Model E-Commerce Untuk Meningkatkan Penjualan Pakaian Menggunakan Content Management System, Search Engine Optimization Dan Strategi Marketing 4P," *IDEALIS: InDonEsiA journal Information System*, vol. 3, no. 2, pp. 608-614, 2020.
- [4] H. A. A. & S. A. Himawan, "Search Engine Optimization (Seo) Menggunakan Metode White Hat Seo Untuk Meningkatkan Peringkat Dan Trafik Kunjungan Website," *Prosiding Snatif*, pp. 783-790, 2017.
- [5] B. Nugroho, *Dasar Pemograman Web PHP-MySQL dengan Dreamweaver*, Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- [6] A. N. E. I. A. & R. M. Pratomo, " Optimasi E-Commerce Dengan Penerapan Teknik Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Ukm Nida Sasirangan," *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, vol. 1, no. 1, pp. 37-47, 2019.
- [7] A. F. S. S. & A. Y. Satibi, "Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus pada CV. Ayung Sportindo)," *Brawijaya University*, 2017.
- [8] A. Setiawan, *Cara Mudah Banjir Order Melalui Internet Marketing*, Malang: Madza, 2011.
- [9] C. & P. A. T. Wyne W, "On The Use, Usefulness, and Ease Of Use A Structural Equation Modeling in MIS Research : A Note of Caution," *MIS Q*, 1995.
- [10] S. U. Setyaningsih, " Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis," *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, vol. 8, no. 1, p. 61-67, 2010.

<https://uptik.undiksha.ac.id/pengertian-jenis-manfaat-dan-cara-kerja-seo-search-engine-optimization/#:~:text=SEO%20merupakan%20singkatan%20dari%20Search,keyword%20yang%20ditentukan%20oleh%20user>