

SKRIPSI

**OPTIMALISASI MEDIA PEMASARAN DIGITAL MELALUI METODE
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA PT. GENERASI
BERDAMPAK INDONESIA (PANAK.ID)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik
Negeri Bali

OLEH

PUTU ANUGERAH ANANTA

1815744044

PRODI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

SKRIPSI

**OPTIMALISASI MEDIA PEMASARAN DIGITAL MELALUI METODE
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA PT. GENERASI
BERDAMPAK INDONESIA (PANAK.ID)**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun untuk Melengkapi Tugas dan Syarat Lulus Sarjana Terapan Program
Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik
Negeri Bali

OLEH

PUTU ANUGERAH ANANTA

1815744044

PRODI D4 MANAJEMEN BISNIS INTERNASIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI BALI

BADUNG

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

1. Judul Skripsi : Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (PANAK.ID)
2. Penulis
 - a. Nama : Putu Anugerah Ananta
 - b. NIM : 1815744044
3. Jurusan : Administrasi Niaga
4. Program Studi : Manajemen Bisnis Internasional

Badung, 25 Juli 2022

Menyetujui:

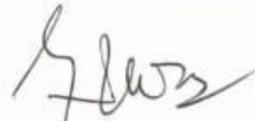
Pembimbing I,

Pembimbing II,



I Gede Iwan Suryadi, SE., MM

NIP. 198003052008121001



Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd

NIP. 196108121989032002

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

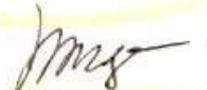
**OPTIMALISASI MEDIA PEMASARAN DIGITAL MELALUI METODE
SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) PADA PT. GENERASI
BERDAMPAK INDONESIA (PANAK.ID)**

Oleh :

PUTU ANUGERAH ANANTA
NIM : 1815744044

Disahkan :

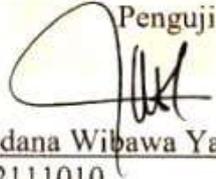
Ketua Penguji


I Gede Iwan Suryadi, SE., MM
NIP. 198003052008121001

Penguji I


I Putu Yoga Laksana, S.Pd., M.Pd
NIP.198809092019031013

Penguji II


Gede Sedana Wibawa Yasa, S. Tr.Akt., M.Si
NIP. 202111010

Mengetahui

Jurusan Administrasi Niaga



Badung, 12 Agustus 2022

Prodi. Manajemen Bisnis Internasionall

Ketua


Cokorda Gede Putra Yudistira, SE.,MM
NIP: 196808271993031002

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- “Teruslah bermimpi, walau kenyataannya jauh berbeda. Percayalah, lelah ini hanya sebentar saja. Jangan menyerah, walaupun tak mudah meraihnya.”
(Ipang, Meraih Mimpi)
- “Dalam hidup ini, kita punya beberapa masalah. Tapi saat kau mengkhawatirkannya, kau justru menggandakan masalah tersebut.” (Bobby McFerrin, Don't Worry be Happy)
- “*Nothing worth having comes easy.*” (Theodore Roosevelt)

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan tidak lupa penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi dengan judul “Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)” dapat dirampungkan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia, penulis haturkan rasa syukur dan terima kasih kepada:

Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan penulis keteguhan hati dan kesabaran, dan atas izin dan karunia-Nya, maka skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Kedua orang tua penulis yaitu Bapak Ketut, Ibu Luluk. Serta rekan seperjuangan Khususnya VIIIA Prodi Manajemen Bisnis Internasional (MBI), yang telah memberikan dukungan moral maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis, karena tiada kata seindah doa dan tiada doa yang paling khusus selain doa yang terucap dari orang tua.

Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar, yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan penulis, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tidak ternilai harganya, agar penulis menjadi lebih baik. Terima kasih Bapak Ibu dosen, jasa kalian akan selalu terlekat erat-erat dihati. Terima kasih untuk kalian semua, akhir kata penulis pesembahkan skripsi ini untuk kalian semua. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa mendatang.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul : “Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)” adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah Skripsi ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, dengan ini saya menyatakan menarik Skripsi yang saya diajukan sebagai hasil karya saya.

Badung, 12 Agustus 2022

Yang Menyatakan



Putu anugerah Ananta

NIM : 1815744044

ABSTRAK

This study aims to determine the use of digital marketing media with search engine optimization methods at PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id), and the impact of optimizing digital marketing media through the search engine optimization method at PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id). This research was conducted using a qualitative descriptive method with a case study approach. This study focuses on optimizing digital marketing media through search engine optimization methods by paying attention to four indicators, namely URL structure, content, meta tags, and interlinks. This research was conducted at the office of PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) with digital marketing media in the form of the website "panak.id". Data collection methods used in this research are literature study, observation (observation), interviews, and documentation. The data analysis techniques used include interview transcripts, data reduction, analysis, data interpretation, and triangulation. Then the results of the data analysis can be concluded. The result of this research is that the optimization of digital marketing media through the search engine optimization method by paying attention to four search engine optimization indicators, namely URL structure, content, meta tags, and internal links can affect the quality of PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id). This can be seen from the increase in the number of visitors during the study period.

Keywords: Digital Marketing, Digital marketing media, Search Engine Optimization, increase in visitors

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan Anugerah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Dalam kegiatan penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan ini. Penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, S.E., M. eCom. Selaku direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si, Selaku ketua Jurusan Administrasi

Niaga, Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM. sebagai ketua prodi Manajemen Bisnis Internasional.

2. Bapak I Gede Iwan Suryadi, SE., MM. selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dra. Anak Agung Raka Sitawati, M.Pd. selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak dan ibu dosen Politeknik Negeri Bali khususnya bapak ibu dosen Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
4. Kedua orang tua penulis Bapak Ketut dan Ibu Luluk yang mencurahkan seluruh cinta, kasih sayang, perhatian serta doa untuk kesuksesan dan kebahagiaan penulis.
5. Rekan - rekan mahasiswa jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah banyak memberikan masukan dan dukungan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
6. Sahabat seperjuangan penulis, *East E-sport*, Arista Darma Yasa, Made Wira Cahyanta, Muhammad Mukid Adiputra, Rizky Raihan Renanto Putra. Karena sudah berjuang bersama dan saling menyemangati hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Rekan - rekan sekelas saat SMA yang telah banyak memberikan masukan dan dukungan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.

8. Terakhir, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri. Terima kasih telah berjuang sampai detik ini. Cukup saya yang tahu rasanya manis dan pahitnya perjuangan, cukup saya yang dapat memahami alurnya. Semoga tetap semangat menjalani kehidupan meskipun kadang diri tak tahu arah mana yang akan ditempuh selanjutnya.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

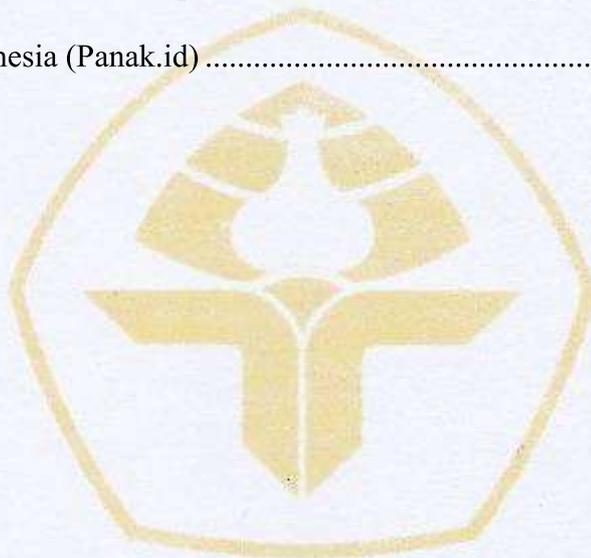
DAFTAR ISI

JUDUL SKRIPSI	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA SKRIPSI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1. Manfaat Praktis	5
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1. Manajemen Pemasaran.....	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Pemasaran digital	9
2.1.3. Internet	10
2.1.4. Media Digital	11

2.1.5.	Website.....	13
2.1.6.	Search Engine Optimization	13
2.1.7.	Indikator SEO	15
2.1.8.	Konten.....	18
2.1.9.	Parameter Keberhasilan SEO.....	20
2.2.	Penelitian Sebelumnya (Kajian Empirik).....	21
2.3.	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
3.1.	Jenis dan SumberData	25
3.1.1	Jenis Data	25
3.1.2	Sumber Data.....	25
3.2.	Teknik Pengumpulan Data	26
3.3.	Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	31
4.1.1.	Visi dan Misi Perusahaan	32
4.1.2.	Struktur Organisasi Perusahaan	33
4.2.	Hasil Analisis dan Pembahasan.....	35
4.2.1.	Analisis Penggunaan Media Pemasaran Digital Dengan Metode <i>Search Engine Optimization</i> di PT. Generasi Berdampak Indonesia (panak.id).	35
4.2.2.	Dampak Pelaksanaan Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode <i>Search Engine Optimization</i> pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).....	62
4.3.	Implikasi Hasil Penelitian	65
4.3.1.	Implikasi Manjerial	65
4.3.2.	Implikasi Teoritis	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		68
5.1.	Simpulan.....	68
5.2.	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel indikator Metode Search Engine Optimization.....	48
Tabel 4. 2 Jumlah Kata Kunci pada Media Pemasaran Digital milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)	62
Tabel 4. 3 Jumlah Kunjungan pada Media Pemasaran Digital milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)	64



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Panak.id.....	33
Gambar 4. 2 Grafik pengguna internet yang mengunjungi websitepanak.id sebelum dilakukannya optimalisasi.....	37
Gambar 4. 3 Jumlah tayangan 10 halaman teratas website Panak.id sebelum dilakukan optimalisasi.....	37
Gambar 4. 4 Nilai keseluruhan optimalisasi oleh aplikasi pihak ketiga “SEObility”	38
Gambar 4. 5 Contoh struktur URL pada media pemasaran digital milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)	39
Gambar 4. 6 HomepagePanak.id.....	41
Gambar 4. 7 Tampilan Menu Bisnak	42
Gambar 4. 8 Tampilan Menu Pasarnak.....	43
Gambar 4. 9 Tampilan Menu Edunak	44
Gambar 4. 10 Tampilan saat menekan Menu MIGO Product	45
Gambar 4. 11 Tampilan saat menekan Menu About Us	45
Gambar 4. 12 Tampilan saat menekan Menu Mulai Bisnak.....	46
Gambar 4. 13 Tampilan artikel dengan URLmasih berupa angka.....	51
Gambar 4. 14 Tampilan Dashboard Admin Panak.id	52

Gambar 4. 15 Indikator konten artikel PT. Generasi Berdampak Indonesia berwarna merah.....	53
Gambar 4. 16 Tidak ada indikator berwarna merah.....	54
Gambar 4. 17 Belum ada deskripsi halaman konten artikel.....	56
Gambar 4. 18 Dalam tabel Meta tags belum ada kolommeta description, title, dan keyword.....	57
Gambar 4. 19 Adanya deskripsi untuk halaman konten artikel	58
Gambar 4. 20 Dalam tabel Meta tags ada kolommeta description, title, dan keyword	58
Gambar 4. 21 Interlink pada halaman konten artikel PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).....	60
Gambar 4. 22 Halaman yang dituju oleh interlink pada halaman konten artikel PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).....	61

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

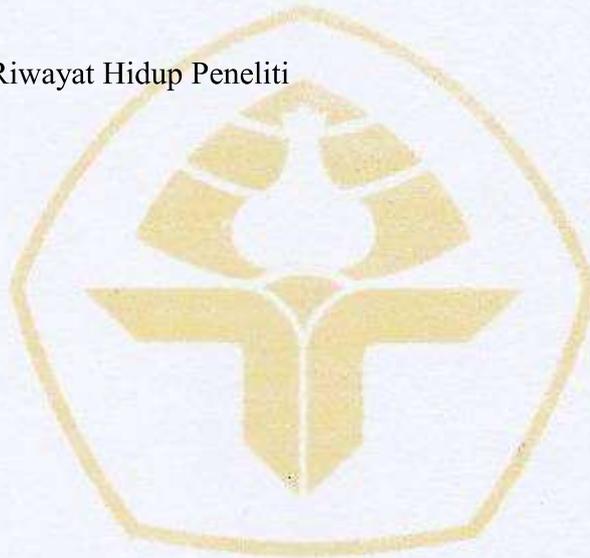
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kartu Bimbingan Mahasiswa

Lampiran 2 : Transkrip Wawancara

Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 4 : Riwayat Hidup Peneliti



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan kunci dalam menjalankan sebuah bisnis. Karena dengan melakukan kegiatan pemasaran yang baik maka sebuah perusahaan tersebut akan berhasil. Kegiatan pemasaran juga selalu berkembang mengikuti jaman, juga mengikuti kemajuan teknologi dan *trend* yang ada di masyarakat. Dahulu sebelum adanya internet, kegiatan pemasaran dalam sebuah bisnis cukup dilakukan dengan metode *door to door*, pamflet, maupun baliho yang merupakan teknik pemasaran tradisional. Dengan kemajuan teknologi yang pesat seperti saat ini teknik pemasaran tradisional tersebut dinilai sudah tidak maksimal untuk memperkenalkan produk mereka kepada masyarakat yang lebih luas. Oleh karena itu saat ini banyak perusahaan menambah teknik pemasaran maupun beralih menggunakan teknik pemasaran yang lebih modern yaitu dengan menggunakan media digital, atau lebih sering disebut *digital marketing*. Menurut Chaffey (2000) *digital marketing* adalah aplikasi dari internet dan berbagai teknologi digital terkait guna mencapai tujuan pemasaran. Digital marketing dapat membantu sebuah perusahaan untuk mempromosikan produk serta memperluas jangkauan pangsa pasar melalui

media digital sehingga produk akan lebih dikenal oleh masyarakat luas (Wijoyo, Haudi, Ariyanto, Sunarsi, & Akbar, 2020). Ada pun alasan mengapa banyak perusahaan beralih menggunakan *digital marketing* adalah karena *digital marketing* memiliki berbagai keuntungan dibandingkan pemasaran dengan cara konvensional antara lain jangkauan dari iklan atau konten yang dapat diketahui secara detail.

Keuntungan pemasaran produk melalui media digital sudah dirasakan oleh banyak perusahaan. Ada berbagai media digital yang dapat digunakan dalam pelaksanaan pemasaran digital. Salah satu contoh pelaksanaan dari teknik *digital marketing* adalah menggunakan media pemasaran digital berupa website sebagai *landing page* atau katalog *online*. Untuk mengoptimalkan potensi penggunaan media pemasaran berupa *website*, perusahaan yang menggunakan *website* sebagai media pemasarannya tersebut harus memahami konsep *digital marketing*. Ada berbagai cara untuk mengoptimalkan penggunaan media pemasaran digital salah satunya adalah menggunakan metode *Search Engine Optimization* (SEO). Metode *Search Engine Optimization* adalah upaya yang dilakukan perusahaan agar *website* milik mereka berada di halaman depan saat pengguna internet mencari menggunakan sebuah kata kunci atau memiliki *ranking* yang baik di halaman mesin pencari. *Website* yang memiliki *ranking* yang baik akan lebih mudah ditemukan oleh pengguna internet dan berpeluang untuk mendapatkan pengunjung yang lebih banyak dibandingkan dengan *website* kompetitor. Optimalisasi yang dilakukan adalah berupa pembuatan artikel dengan memperhatikan indikator metode *Search Engine Optimization*

(SEO). Hal tersebut dilakukan agar media pemasaran digital yang digunakan dapat ditemukan dengan mudah oleh pengguna internet.

Salah satu perusahaan yang menggunakan teknik *digital marketing* ini adalah PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id). Berdiri pada tanggal pada tahun 2019, PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) merupakan perusahaan *start up* yang bergerak dibidang *agritech* yang bertujuan untuk mendukung rencana swasembada pangan di Indonesia, dengan cara membantu peternak di Indonesia terutama yang berada di Pulau Bali untuk mengembangkan peternakan mereka dan membantu memasarkan produk yang dihasilkan oleh peternakan tersebut.

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran bisnisnya selain menggunakan metode pemasaran konvensional berupa berkunjung ke toko – toko untuk memasarkan produknya, PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) juga menggunakan *website* dan media sosial sebagai media pemasarannya. Adapun alamat *website* milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) adalah www.panak.id. Namun apakah teknik *digital marketing* menggunakan media *website* dilakukan oleh PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) sudah optimal? Pada kenyatannya di *website* milik PT. Generasi Berdampak Indonesia belum menggunakan metode *search engine optimization*, sehingga menyebabkan ranking *website* tersebut tidak bagus dan tidak mudah ditemukan mesin pencari Google. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kunjungan *website* yang sedikit, data yang penulis dapatkan melalui bantuan aplikasi Google Analytic pada bulan desember 2021 sampai bulan februari 2022 menunjukkan

bahwa pengguna yang mengunjungi *website* Panak.id tidak mampu menembus angka 60 pengguna perhari. Untuk menaikkan jumlah pengunjung *website* dan dengan harapan dapat menaikkan jumlah penjualan serta memperluas pangsa pasar, maka penelitian ini perlu dilakukan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara memanfaatkan metode *Search Engine Optimization* untuk mengoptimalkan penggunaan media promosi digital berupa *website* milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

Sehingga permasalahan yang ada adalah bagaimana PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) menggunakan metode *Search Engine Optimization* yang optimal untuk meningkatkan pengunjung *website* www.panak.id. Karena dengan meningkatnya pengunjung *website* dan meningkatnya angka *pagerank* www.panak.id diharapkan *website* tersebut semakin mudah ditemukan di mesin pencari Google diikuti oleh meningkatnya jumlah penjualan dan semakin luasnya pangsa pasar dari PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) di kemudian hari. Berdasarkan hal di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul **“Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)”**

1.2.Perumusan Masalah

★ Berdasarkan situasi yang telah dianalisis sebelumnya dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penggunaan media pemasaran digital dengan metode *search engine optimization* di PT. Generasi Berdampak Indonesia?

2. Apa saja dampak pelaksanaan optimalisasi media pemasaran digital melalui metode *search engine optimization* pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id)?

1.3. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari dilakukannya penelitian ini:

1. Untuk mengetahui penggunaan media pemasaran digital dengan metode *search engine optimization* di PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).
2. Untuk mengetahui dampak pelaksanaan optimalisasi media pemasaran digital melalui metode *search engine optimization* pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada Panak.id antara lain:

1.4.1. Manfaat Praktis

Kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis mengenai bagaimana menentukan metode *search engine optimization* yang optimal dan

mengimplementasikan metode tersebut pada sebuah media pemasaran online berupa *website*.

2. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan menjadi suatu acuan untuk mengetahui bagaimana metode *search engine optimization* yang optimal dan implementasinya di media pemasaran digital berupa *website* pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

3. Bagi Masyarakat

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai cara memaksimalkan potensi *website* sebagai media pemasaran digital menggunakan metode *search engine optimization*. Dengan adanya referensi melalui penelitian ini diharapkan minat masyarakat terhadap kegiatan manajemen pemasaran digital meningkat.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai media menambah ilmu dari mata kuliah *E-business* terutama dalam bidang *search engine optimization*. Serta agar dapat menjadi bahan bacaan di perpustakaan Politeknik Negeri Bali dan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang ingin belajar mengenai manajemen pemasaran digital melalui metode *Search Engine Optimization*.

1.5.Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan Pustaka berisi kajian teoritis, pembahasan mengenai penelitian sebelumnya atau kajian empiris, dan kerangka teoritis

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pembahasan mengenai metode penelitian dimana di dalamnya membahas tentang tempat penelitian, obyek penelitian, sumber data, jenis data, teknik pengumpulan dan analisis data, serta jadwal penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi pembahasan mengenai hasil dari penelitian yang secara khusus menguraikan dan menganalisa sebuah permasalahan mengenai Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai simpulan dan saran yang memiliki kaitan dari hasil penelitian Optimalisasi Media Pemasaran Digital melalui Metode *Search Engine Optimization* (SEO) pada PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai optimalisasi media pemasaran digital melalui metode *Search Engine Optimization* pada media pemasaran digital PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) dapat diambil kesimpulan.

1. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan, penggunaan media pemasaran digital yang digunakan oleh PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) belum optimal. Setelah dilakukan penelitian, penggunaan dari media pemasaran digital milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) dinilai sudah lebih optimal karena dapat dilihat dengan meningkatnya volume kunjungan pada media pemasaran digital milik PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) setelah dilakukannya optimalisasi dengan menggunakan metode *Search Engine Optimization*.
2. Dari hasil analisis yang didapatkan setelah dilakukannya penelitian terhadap keempat indikator *Search Engine Optimization* yaitu struktur URL, konten, meta *tags* dan *internal link* didapatkan adanya dampak berupa peningkatan jumlah kata kunci, dan peningkatan jumlah

kunjungan. Peningkatan ini dilihat melalui hasil dari pihak ketiga yaitu Google Analytic. Adapun aplikasi pihak ketiga yang dapat membantu dalam meningkatkan kualitas media pemasaran digital berupa *website* yaitu SEObility yang dapat memberikan penilaian maupun saran dalam meningkatkan kualitas *website*. Dengan adanya peningkatan pada jumlah kunjungan media pemasaran digital tersebut diharapkan dapat berpengaruh terhadap meningkatkan jumlah penjualan serta pangsa pasar yang sesuai dengan tujuan dari pemasaran

5.2. Saran

Dari hasil penelitian yang didapatkan setelah dilakukannya penelitian, maka penulis dalam memberikan saran. Pada upaya mengoptimalkan penggunaan media pemasaran digital dan meningkatkan kualitas media pemasaran digital dapat dilakukan menggunakan metode *Search Engine Optimization*. Dengan meningkatnya kualitas media pemasaran digital tersebut otomatis akan meningkatkan jumlah pengunjung atau calon konsumen, dan sekaligus dapat memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan produk PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id).

Pada bagian pembuatan *meta tags*, terdapat kendala karena memasukkan *coding* untuk *meta tags* masih manual. Untuk memudahkan memasukkan *meta tag*, penulis menyarankan untuk dibuatkan kolom *meta tags* agar yang bertugas dalam membuat artikel dapat memasukkan *meta tags* tanpa harus memasukan kode secara manual.

Pada bagian karyawan yang bertanggung jawab dalam pembuatan artikel yang memperhatikan indikator *Search Engine Optimization* masih kekurangan SDM. Oleh karena itu penulis menyarankan untuk PT. Generasi Berdampak Indonesia (Panak.id) merekrut karyawan baru guna bertanggung jawab dalam pembuatan konten artikel. Dengan memperhatikan indikator *Search Engine Optimization*.



JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Aizati, U. F. (2020). *Sistem Copywriting dan SEO Website: Sistem Copywriting dalam Teknik SEO (Search Engine Optimization) Website Client Pamuji. id pada Bulan Desember 2020* (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Arifin, A., Dengen, N., Setyadi, H. J., Prafanto, A., & Putra, G. M. (2019, September). Analisis Penerapan Metode Search Engine Optimization (SEO) Untuk Meningkatkan Traffic Website Berbayar dan Tidak Berbayar. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi* (Vol. 4, No. 2).
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam strategi pemasaran. *EKOMBIS SAINS: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis*, 4(2), 87-94.
- Artanto, H., & Nurdiansyah, F. (2017). Penerapan SEO (Search Engine Optimization) untuk meningkatkan penjualan produk. *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, 2(1).
- Bala, M., & Verma, D. (2018). A critical review of digital marketing. *M. Bala, D. Verma (2018). A Critical Review of Digital Marketing. International Journal of Management, IT & Engineering*, 8(10), 321-339.
- Candra, M. A. A. (2021). SISTEM INFORMASI BERPRESTASI BERBASIS WEB PADA SMP NEGERI 7 KOTA METRO. *Jurnal Mahasiswa Ilmu Komputer*, 2(1), 175-189.

Daries, N., Cristobal-Fransi, E., & Ferrer-Rosell, B. (2021). Implementation of website marketing strategies in sports tourism: Analysis of the online presence and E-commerce of golf courses. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(3), 542-561.

Das, S. (2021). *Search engine optimization and marketing: A recipe for success in digital marketing*. CRC Press.

Fauzi, M. F., Wibowo, O. A., & Setiawan, D. (2021). IMPLEMENTASI LARAVEL DAN WHITE HAT SEO PADA PEMBUATAN WEBSITE BANGHM JOGJA PROPERTI. *Information System Journal*, 4(1), 1-7.

Gita Hariaji, G. (2021). *ANALISIS PENERAPAN SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) PADA WEBSITE CV. BANGKIT JAYA SEJAHTERA* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER).

HAMZAH, D. A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif Rekonstruksi Pemikiran Dasar serta Contoh Penerapan Pada Ilmu Pendidikan, Sosial & Humaniora*. CV Literasi Nusantara Abadi.

Hasri, Dianta. (2021). *Digital Marketing Black Box Konsep Dasar, Strategi, dan Implementasi*. Yogyakarta: PT. Kanisius.

Izza, A. Z., Falah, M., & Susilawati, S. (2020). Studi literatur: Problematika evaluasi pembelajaran dalam mencapai tujuan pendidikan di era merdeka belajar. *Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 1(1), 10-15.

Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2021). *Marketing management: an Asian perspective*.

Maskur, M. (2019). Pengukur Parameter Search Engine Optimization (SEO) Secara On Page Pada Toko Online Untuk Meningkatkan Penjualan. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 13(1), 83-91.

Mathur, M. B., Ding, P., Riddell, C. A., & VanderWeele, T. J. (2018). Website and R package for computing E-values. *Epidemiology (Cambridge, Mass.)*, 29(5), e45.

Megawaty, D. A. (2020). Sistem Monitoring Kegiatan Akademik Siswa Menggunakan Website. *Jurnal Tekno Kompak*, 14(2), 98-101.

Mittal, M. K., Kirar, N., & Meena, J. (2018, October). Implementation of search engine optimization: through white hat techniques. In *2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN)* (pp. 674-678). IEEE.

Mr, F. M. (2020). Optimasi SEO Website Universitas Pasundan (unpas. ac. id) Dalam Rangka Peningkatan Rangka Webometrics. *Optimasi SEO Website Universitas Pasundan (unpas. ac. id) Dalam Rangka Peningkatan Rangka Webometrics*.

Pamungkas, I. B., Praditya, A., Rodiyana, N., Pratama, G. D., & Wahyudi, Y. (2021). PEMANFAATAN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN ONLINE. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 447-455.

Sasmito, G. W. (2017). Penerapan Metode Waterfall Pada Desain Sistem Informasi Geografis Industri Kabupaten Tegal. *Jurnal Informatika: Jurnal Pengembangan IT*, 2(1), 6-12.

Satibi, A. F., Suharyono, S., & Abdillah, Y. (2017). *Analisis Pemanfaatan Search Engine Optimization dalam Meningkatkan Penjualan Produk UKM di Pasar Internasional (Studi Kasus pada CV. Ayung Sportindo)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Septiani, P., & Kurniawan, H. (2020). Analisa Penggunaan Keyword Untuk Implementasi Search Engine Optimization (SEO). *Respati*, 15(3), 83-91.

Sofyan, A., Ferdianto, E., Rahmawati, R., & Aldi, R. K. (2019). Pengaruh Search Engine Optimization (SEO) Dan Riset Kata Kunci Terhadap Pendapatan Toko Online. *INCONTECSS* | ISBN: 978-623-92318-1-1, (16 November), 351-356.

Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (D. Sutopo. S. Pd, MT, Ir. Bandung: Alfabeta.

Wijaya, W. (2021). *Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Dengan Pemanfaatan Seo Pada UMKM Gadget House* (Doctoral dissertation, Prodi Sistem Informasi).

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI BALI