

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Teknologi Informasi dan komunikasi kian berkembang beriringan dengan ilmu pengetahuan dan perkembangan peradaban manusia.<sup>2</sup> Jumlah pengguna internet di seluruh dunia juga terus bertambah dan akan terus tumbuh seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi. Internet memang memberikan banyak kemudahan bagi penggunanya. Dengan internet kita dapat mengakses informasi secara mudah, cepat, dan terkini. Karena itu pengguna internet setiap tahun semakin bertambah sebagian besar dari masyarakat Indonesia mulai menyadari akan keberadaan internet, bahkan saat ini internet bukan hanya sekedar media untuk mencari informasi, komunikasi, dan hiburan saja melainkan sebagai sarana untuk bisnis online.

Media pemasaran produk maupun jasa bukan cuma pada media cetak dan elektronik tapi juga media internet. Internet bisa melewati batas negara menjadi salah satu kekuatan internet sebagai media pemasaran. Terlebih, biayanya relatif murah. Perkembangan teknologi khususnya internet yang semakin pesat dan dengan dibarengi adanya kemudahan masyarakat dalam mengakses internet, maka setiap orang dapat mencari informasi yang mereka butuhkan melalui *website*. *Website* yang ada sekarang ini sudah sangat banyak dan akan terus bertambah.

---

<sup>2</sup> Universitas Islam Indonesia, *Negara Berkembang Semakin Berdaya dengan Kemajuan Teknologi Informasi*, <https://www.uii.ac.id/negara-berkembang-semakin-berdaya-dengan-kemajuan-teknologi-informasi/>, diakses pada 18 september 2023

Saat ini *website* sudah banyak diterapkan untuk media promosi dari suatu produk. Karena selain efektif, biayanya lebih murah dan jangkauannya yang dapat merambah ke seluruh dunia. Walaupun begitu tidak semua *website* dapat memperoleh posisi teratas pada hasil pencarian atau SERP (*Search Engine Result Page*), bahkan sulit ditemukan oleh *search engine* karena sangat banyaknya *website* yang ada sehingga akan berdampak pada jumlah pengunjung websitenya. Apabila *website* tersebut tidak memperoleh posisi yang baik atau bahkan sulit ditemukan maka jumlah pengunjungnya menjadi sedikit sehingga promosi yang dilakukan tidak tepat sasaran. Tapi jika mendapat posisi yang sangat baik, jumlah pengunjungnya juga akan sangat banyak sehingga promosi yang dilakukan berhasil dan diharapkan angka penjualannya pun juga terus meningkat<sup>3</sup>

Tapi untuk membuat sebuah *website* internet menjadi *website* yang banyak dikunjungi oleh pengguna internet, *website* tersebut tidak hanya baik dari tampilan luar saja. *Website* internet yang dijadikan sebagai media komunikasi pemasaran harus dibangun dengan kaidah-kaidah yang benar, sehingga *website* internet tersebut menjadi media komunikasi pemasaran yang optimal. Salah satu kaidah-kaidah yang baik dalam membangun *website* internet sebagai media komunikasi pemasaran adalah bagaimana isi

---

<sup>3</sup> Hadian Artanto; Firman Nurdiansyah, Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk, *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, Vol. 1 No. 2, 2017, Hal. 1

dari *website* internet tersebut terindex dengan baik di *Search Engine* seperti *google*.<sup>4</sup>

Agar *website* tersebut lebih mudah ditemukan oleh *Search Engine* maka perlu diterapkan teknik SEO (*Search Engine Optimization*). Tapi membuat situs internet yang banyak dikunjungi tidak cukup mudah karena perlu optimasi dibagian-bagian tertentu. Optimasi pada *website* lebih dikenal sebagai SEO (*Search Engine Optimization*). Tujuan dari SEO adalah menempatkan sebuah *website* pada posisi teratas hasil pencarian berdasarkan kata kunci atau *keyword* tertentu yang ditargetkan. Dengan menerapkan SEO maka *website* tersebut dapat muncul di halaman pertama pencarian dan dengan itu diharapkan *traffic* pengunjung juga ikut meningkat serta dalam media promosi dapat mendongkrak angka penjualan.

Di Jawa Timur sebuah perusahaan bernama UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer telah menerapkan teknologi digital dalam operasional dan strategi pemasaran mereka. Dari peluncuran situs web resmi hingga penggunaan media sosial untuk promosi, perusahaan ini merupakan contoh yang baik tentang bagaimana teknologi digital dapat diterapkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam penggunaannya SEO masih menjadi sebagai alat digital marketing dan meningkatkan trafik pada mesin pencari google. Penelitian di sini dapat memberikan wawasan tentang implementasi teknologi digital dalam bisnis tradisional. Selain itu teknik media pemasaran melalui SEO juga untuk meningkatkan visibilitas dan

---

<sup>4</sup> Chintamy Dwi Noviana; Irwansyah, *Search engine optimization (SEO) dalam komunikasi pemasaran online*, Universitas Indonesia Library, <https://lib.ui.ac.id/m/detail.jsp?id=20446944&lokasi=lokal>, diakses pada 19 September 2023

penjualan. Penelitian di sini memberikan kesempatan untuk menganalisis efektivitas strategi digital marketing dan SEO dalam meningkatkan brand positioning dan penjualan.

Dari uraian diatas, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Peran *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* Di UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.”**

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti paparkan di atas maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi Strategi *Search Engine Optimization* (SEO) Dapat Membantu Dalam Memperkuat *Brand Positioning* UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer?
2. Bagaimana Cara Optimalisasi *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Menentukan *Brand Positioning*?
3. Apa Saja Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Efektivitas *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Menentukan *Brand Positioning*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Bagaimana Implementasi Strategi *Search Engine Optimization* (SEO) Dapat Membantu Dalam Memperkuat *Brand Positioning* UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer.

2. Untuk mengetahui Cara Optimalisasi *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Menentukan *Brand Positioning*.
3. Untuk mengetahui Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Efektivitas *Search Engine Optimization* (SEO) Dalam Menentukan *Brand Positioning*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan yang hendak dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai kegunaan untuk seluruh pihak. Adapun kegunaan penelitian dapat dibedakan menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian dilakukan supaya para pembaca dapat mendapatkan khazanah pengetahuan yang lebih dalam terkait Peran *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

##### a. Bagi akademis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai media penyedia informasi di perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta memberikan penerapan ilmu ekonomi secara langsung dilapangan.

##### b. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengalaman dalam melatih keahlian di lingkungan kerja yang didapatkan saat perkuliahan terutama terkait Peran *Search Engine Optimization* (SEO) sebagai media promosi dalam menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

## 2. Manfaat praktis

### a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan akan memberikan beberapa pemahaman kepada masyarakat luas terkait Peran *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

### b. Bagi Pemilik UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer

Penelitian ini semoga dapat dijadikan bahan pertimbangan dan evaluasi bagi UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer untuk mendukung perluasan media promosi.

### c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan menambah referensi bagi para peneliti yang menggunakan tema sama atau sejenis sehingga dapat memberikan solusi yang lebih baik lagi dalam penggunaan *Search Engine Optimization* sebagai media promosi.

## E. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan Konseptual

Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti.<sup>5</sup> Penegasan konseptual dibutuhkan agar definisi dari teori yang digunakan dalam penelitian tidak menyimpang dari definisi yang sudah ada.

Penegasan istilah dalam penelitian Peran Penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* Di UD Bintang Antik Sejahtera untuk menghindari kerancuan maka peneliti memberikan penegasan istilah agar lebih mudah dipahami sebagai berikut.

#### a. Peran

Penegasan konseptual adalah definisi yang diambil dari pendapat atau teori dari pakar sesuai dengan tema yang diteliti. Menurut yang diutarakan oleh Soejono Soekanto peran didefinisikan sebagai aspek dinamis kedudukan atau status, yang apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai, maka ia dianggap menjalankan sebuah peranan.<sup>6</sup>

#### b. *Search Engine Optimization* (SEO)

SEO merupakan singkatan dari *Search Engine Optimization*, merupakan teknik yang digunakan untuk optimisasi suatu *website* dengan tujuan memudahkan mesin pencari untuk menemukan

---

<sup>5</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penyusunan Skripsi Program Strata Satu (S1) Tahun 2015, (Tulungagung : Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2015), Hal. 19

<sup>6</sup> Soekanto, Soerjono. 2002. *Teori Peranan*. Jakarta : Bumi Aksara.

halaman *web/website* dan menempatkan di halaman pertama di mesin pencari dengan *keyword* yang ditentukan oleh *user*.

c. Media Promosi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, media adalah alat (sarana) komunikasi seperti Koran, majalah, radio, televise, film, poster dan spanduk. Secara etimologi kata media merupakan bentuk jamak dari medium yang berasal dari bahasa latin *medius* yang berarti tengah.

d. *Brand Positioning*

*Brand positioning* adalah suatu tindakan mendesain penawaran dan citra perusahaan untuk dapat menempati posisi tersendiri dalam benak/pikiran target pasar. Identitas yang dimiliki sebuah produk sangatlah melekat dan identik dengan namanya merk. Hampir semua orang yang ingin membeli suatu produk menyebutkan merk agar mudah dikenali dan dimengerti. Sebuah merk tidak hanya sekedar logo, nama, atau desain suatu industri melainkan merupakan gambaran yang muncul ketika persepsi pelanggan mempengaruhi preferensi pilihan mereka.

## 2. Penegasan Operasional



Kerlenger dalam David menjelaskan, definisi operasional atau penegasan operasional yaitu penegasan arti variabel yang dinyatakan dengan cara tertentu untuk mempermudah mengukurnya.<sup>7</sup>

Adapun Penegasan Operasional dalam penelitian ini, sebagai berikut :

a. Peran

Dalam konteks penelitian ini “Peran” merujuk pada kontribusi dan fungsi SEO sebagai alat promosi digital yang digunakan oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer untuk meningkatkan visibilitas online, menarik lebih banyak pengunjung ke situs web, dan membangun citra merek yang kuat.

b. *Search Engine Optimization* (SEO)

SEO sebagai media promosi adalah penggunaan teknik dan strategi SEO untuk mempromosikan produk dan layanan UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer secara efektif melalui peningkatan visibilitas di mesin pencari. Dengan optimasi on-page yakni pengoptimalan konten dan struktur situs web untuk kata kunci yang relevan. Optimasi off-page: pembangunan tautan (backlinks) dari situs web lain untuk meningkatkan otoritas domain. Serta penggunaan alat analisis SEO untuk memantau dan mengukur kinerja kampanye SEO.

---

<sup>7</sup> Muhammad David Mubaroq, *Pengaruh Istighosah terhadap Percaya Diri Siswa dalam menghadapi Ujian Nasional di Madrasah Tsanawiyah Negeri Karangrejo*, (Tulungagung : Skripsi tidak diterbitkan, 2014), Hal. 10

Dan pengembangan dan distribusi konten yang menarik dan informatif.

c. Media Promosi

Media promosi dalam penelitian ini adalah sarana atau alat yang digunakan oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer untuk mempromosikan produk marmer mereka secara online melalui SEO. Dengan kampanye pemasaran digital, konten promosi yang dioptimalkan untuk SEO, penggunaan platform media sosial yang mendukung SEO, dan keterlibatan dalam pemasaran konten

d. *Brand Positioning*

Brand positioning adalah posisi atau citra yang ingin dicapai oleh UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer di benak konsumen melalui strategi SEO yang efektif. Hal ini mencakup bagaimana perusahaan ingin dikenal dan diingat oleh pasar sasaran perusahaan. Dengan pengenalan merek oleh konsumen, persepsi kualitas produk, asosiasi merek dengan nilai-nilai tertentu, dan diferensiasi merek dari pesaing.

## **F. Sistematika Penulisan**

Agar pembahasan dapat tersusun rapi dan sistematis, maka perlu disusun adanya sistematika pembahasan. Sistematika dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi 3 bagian penting yang harus tercantum sebagai berikut :

### **1. Bagian Awal**

Pada bagian ini terdapat halaman judul, lembar pernyataan, persetujuan pembimbing, motto, lembar persembahan, kata pengantar, abstrak dan daftar isi.

### **2. Bagian Utama**

Pada bagian ini terdapat diantaranya sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan yang terkait dengan Peran Penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

#### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah dan sistematika pembahasan yang terkait dengan Peran Penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi

Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini pembahasannya meliputi pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, datan dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian yang terkait Peran *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini memiliki ketentuan berisi tentang paparan data dan temuan penelitian yang telah diperoleh dari penelitian yang dilakukan secara langsung terkait Peran Penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung. Setelah paparan data diperoleh selama kegiatan penelitian telah dipaparkan, maka hal berikutnya memaparkan temuan yang dilakukan secara langsung di lokasi penelitian. Dimana penelitian ini akan dianalisis guna mendapatkan kesimpulan sementara atas penelitian yang telah dilakukan.

## **BAB V PEMBAHASAN**

Selanjutnya pada bab ini berisi tentang pembahasan dengan melakukan analisis hasil temuan melalui teori, penelitian terdahulu dan teori yang ada dalam bentuk analisis diskriptif yang sesuai fakta apa adanya. Dalam pembahasan akan dibagi menjadi beberapa bentuk sub-bab terkait hasil penelitian mengenai Peran Penggunaan *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung.

## **BAB VI PENUTUP**

Pada bab ini peneliti akan memaparkan penutup yang berisi kesimpulan yang berkaitan Peran *Search Engine Optimization* (SEO) Sebagai Media Promosi Dalam Menentukan *Brand Positioning* pada UD. Bintang Antik Sejahtera Marmer Kabupaten Tulungagung, dan juga mencakup saran atau rekomendasi yang diberikan oleh penelitiberkitan dengan penelitian yang telah dilakukan.

### **3. Bagian Akhir**

Pada bagian ini berisi daftar pustaka, lampiran-lampiran serta daftar riwayat hidup penulis.