

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Penelitian Terdahulu

Di era digital yang semakin berkembang, optimasi mesin pencari (*SEO*) dan menjadi strategi utama dalam meningkatkan visibilitas website dan efisiensi bisnis online . Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengeksplorasi implementasi kedua aspek ini dalam berbagai konteks, mulai dari website inforasi hingga platform e-commerce.

Penelitian yang berjudul “Implementasi *Search Engine Optimization (SEO)* Pada Situs Trafik Tinggi menggunakan Metode *On Page* Dan *OFF Page Seo*” Berdasarkan hasil penelitian yang dikerjakan pada situs pencariilmu.com dengan menggunakan cara atau teknik berupa *implementasi Search Engine Optimization On Page* dan *Off Page*, didapatkan beberapa kesimpulan yaitu;Analisa peningkatan kata kunci atau keyword pada situs pencariilmu.com yang dilakukan dengan 6 keyword diantaranya: aplikasi database, aplikasi database gratis, cara mengatasi hp lambat, cara mengatasi hp oppo lambat, cara mematikan firewall windows 10 dan cara mengatasi windows 10 lambat setelah update mengalami peningkatan pada mesin pencarian . Ada 1 keyword yang mencapai halaman pertama mesin pencarian yaitu aplikasi database gratis. Dilihat dari masing-masing peringkat posisi keyword, aplikasi database mengalami peningkatan dari posisi 89 menjadi 25, cara mengatasi hp lambat mengalami peningkatan dari 105 menjadi 30, cara mematikan firewall windows 10 mengalami peningkatan dari 81 menjadi 31, cara mengatasi hp lambat mengalami peningkatan dari 63 menjadi 33 dan cara mengatasi windows 10 lambat

setelah update mengalami peningkatan dari 63 menjadi 36. Analisa domain setelah dilakukan implementasi *Off Page SEO (Search Engine Optimization)* mengalami peningkatan sebesar 3 dari 5 Domain Authority sebelum melakukan optimasi, kemudian setelah dilakukan optimasi mengalami kenaikan domain dengan jumlah 8 Domain Authority. Analisa tersebut dilakukan menggunakan situs moz.com (Anggoro et al. 2023).

Penelitian yang berjudul “ Implementasi E-commerce Menggunakan Content management system Untuk Mendukung Proses Penjualan Pada Family Gold Delivery ” Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dengan diterapkannya model e-commerce pada Family Gold Delivery pembeli tidak lagi biaya tambahan oleh pihak ketiga ketika melakukan pembelian produk, memudahkan calon pembeli untuk mendapatkan informasi mengenai produk emas yang dijual oleh Family Gold Delivery karena pembeli tidak perlu lagi menanyakan dan menunggu chat dari penjual, dengan adanya *website*-e-commerce, pemasaran produk dapat bertambah luas karena produk emas Family Gold Delivery dapat ditemukan pada mesin pencari google, laporan penjualan, laporan produk, laporan pembayaran, dan laporan pesanan dapat diakses dengan mudah kapan saja saat dibutuhkan (Hibatulloh et al. 2023).

Penelitian yang berjudul “Analisis Strategi SEO dalam Pengelolaan Konten WordPress: Kasus Impactlabs Indonesia” Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas strategi optimasi konten pemasaran berbasis Search Engine Optimization (SEO) melalui platform WordPress pada Impactlabs

Indonesia, sebuah perusahaan rintisan teknologi yang bergerak di bidang Internet of Things (IoT) dan keberlanjutan. Meskipun telah menerapkan pemasaran digital sejak tahun 2021, performa situs web Impactlabs belum menunjukkan hasil optimal dalam hal trafik, visibilitas, dan keterlibatan pengguna. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, serta dokumentasi internal dan analisis metrik digital. Strategi SEO on-page diterapkan dengan fokus pada riset kata kunci, optimasi struktur konten, dan pemanfaatan plugin Yoast SEO pada WordPress. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada jumlah impresi, click-through rate (CTR), peringkat kata kunci, serta engagement pengunjung. Temuan ini memperkuat peran SEO sebagai bagian dari strategi manajemen pemasaran digital yang berorientasi pada konsumen dan berbasis data. Optimalisasi berbasis WordPress terbukti mampu mendukung peningkatan efektivitas pemasaran, visibilitas merek, serta kinerja digital perusahaan secara keseluruhan (Sitohang et al. 2025).

Penelitian yang berjudul “Penerapan SEO Dalam Strategi Pemasaran Perusahaan” Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mampu menyesuaikan perkembangan zaman dan keinginan pasar dalam melakukan transaksi jual-beli dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet dapat membuka pasar yang lebih luas lagi. Dengan membuat produk atau jasa yang ditawarkan mampu terekspos lebih mudah kepada pelanggan potensial hanya melalui media digital. Selain itu, penggunaan SEO untuk kebutuhan pemasaran situs perusahaan mampu meningkatkan traffic kunjungan calon pelanggan maupun pelanggan potensial dan

meningkatkan minat beli yang berdampak profit pada perusahaan(Dewanto et al. 2023).

Penelitian yang berjudul “Analisis Perbandingan Teknik SEO Antara Google Webmaster Dan Bing Master Menggunakan Gap Analisis “ Berdasarkan analisa dan pembahasan yang telah dilakukan Peneliti melihat sebagian besar pengguna internet / user (pencari informasi) mereka menggunakan Search Enggin Google untuk menemukan informasi yang mereka cari yaitu sebanyak 80%. Maka Peneliti mengambil keputusan bahwa Google merupakan search engine yang paling efektif serta kinerja dari Google Webmaster memiliki tools dan performa yang lebih baik dari Webmaster.Namun, dilihat dari sisi web developer sebanyak 20% cukup mengerti dan 70% sangat mengerti dalam melakukan optimasi SEO pada website sedangkan hanya 10 saja yang kurang mengerti. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa dalam optimasi SEO website seorang web developer harus memilih search engine yang memiliki webmaster tools yang handal serta rangking terbaik yang dapat dicek melalui tools page rank checker yang ada di webmaster google maupun webmaster bing(Sistem and Cucus n.d.).

## **2.2. Website**

Secara umum, website (web) dipahami sebagai sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk digital baik itu teks, gambar, animasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga dapat diakses dari seluruh dunia yang memiliki koneksi internet. Website awalnya merupakan suatu layanan sajian informasi yang menggunakan konsep hyperlink, yang memudahkan surfer atau pengguna internet melakukan penelusuran informasi di internet.

Informasi yang disajikan dengan web menggunakan konsep multimedia, informasi dapat disajikan dengan menggunakan banyak media, seperti teks, gambar, animasi, suara, atau film. Sejumlah definisi atau pengertian website (Arthalita and Prasetyo 2020).

Website bersifat multiplatform yang artinya dapat dibuka dari segala perangkat atau device yang terhubung dengan jaringan internet. Walaupun teknologi ini sudah cukup lama digunakan, namun saat ini masih banyak sekali perusahaan-perusahaan yang masih menggunakan website dalam menampilkan profil perusahaan (company profile), menjual produk, ataupun sebagai sistem yang dapat digunakan oleh pelanggan (Sonny, Sonny 2021).

### **2.3. Digital Marketing**

Digital Marketing atau bisa disebut Pemasaran Digital adalah segala upaya yang dilakukan dalam hal pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet dengan beragam strategi dan media digital, yang pada tujuannya dapat berkomunikasi dengan saluran komunikasi online.

Fakta saat ini konsumen akan mencari informasi mengenai produk maupun jasa melalui internet baik website maupun media sosial karena dianggap lebih praktis dibandingkan datang langsung ke penyedia produk atau jasa. Dengan informasi online tersebut akan memudahkan konsumen tanpa harus datang ketempat penyedia produk atau jasa. Jika tertarik konsumen dapat langsung melakukan transaksi melalui media online maupun datang langsung pada penyedia produk dan jasa (Andi Gunawan 2019).

## 2.4. Search Engine Optimization (SEO)

*SEO* adalah teknik pencarian yang menggunakan kata kunci atau frase yang mengandung indikator yang terkandung dalam halaman-halaman web, informasi tersebut yang akan di indeks oleh mesin pencarian. Secara garis besar, teknik yang digunakan dalam penerapan metode *SEO* ada dua, yaitu *SEO On Page* , dan *SEO Off Page* (Artanto and Nurdiyansyah 2017).

Sejalan dengan makin berkembangnya pemanfaatan jaringan internet sebagai media informasi dan bisnis, kebutuhan atas *SEO* juga semakin meningkat. Berada pada posisi teratas hasil pencarian akan meningkatkan peluang sebuah perusahaan pemasaran berbasis web untuk mendapatkan pelanggan baru.

## 2.5. SEO On – Page

*SEO On Page* ini merupakan teknik optimasi yang dilakukan didalam website dimana teknik yang dilakukan meliputi title tag, heading, meta description, keyword pada deskripsi konten / posting, dan Dekripsi gambar . Keuntungan dari On Page *SEO* ini adalah situs akan lebih dinilai relevan oleh mesin pencari (Search engine). (Keban 2008)

*SEO On-Page* merupakan pengoptimasian yang di lakukan di dalam situs web yang melibatkan hampir semua hal yang terkait dengan struktur, konten, dan kegunaan situs web dengan berbagai bagian yang memengaruhi peringkat mesin pencari *google* (Jaya, Pratiwi, and Adira 2023)

Berikut beberapa elemen yang ada pada *SEO On Page* :

1. Title Tag (Penulisan Judul) – Merupakan pembuatan judul yang menarik dan relevan yang mengandung kata kunci utama

2. Heading – Merupakan elemen yang ada dalam HTML yang digunakan untuk memberi struktur pada sebuah halaman website untuk membantu mesin pencari memahami isi konten.
3. Meta deskripsi – Ringkasan singkat yang menjelaskan isi halaman dan mengandung kata kunci.
4. Deskripsi Gambar – Menjelaskan gambar jika gagal dimuat oleh mesin pencari, dengan menggunakan deskripsi gambar membantu mesin pencari untuk memahami gambar.
5. Internal Link – Tautan yang digunakan untuk menghubungkan suatu halaman ke halaman yang lain pada website yang sama.

## **2.6. YOAST SEO**

*Yoast SEO* adalah sebuah plugin populer untuk platform WordPress yang membantu pengguna dalam mengoptimalkan SEO On-Page pada setiap halaman dan postingan. Plugin ini memberikan analisis dan rekomendasi terkait fokus kata kunci, judul SEO, slug (bagian URL), dan meta deskripsi, serta aspek keterbacaan konten.

*Yoast SEO* juga mendukung pengguna untuk memasang banyak aplikasi manajemen web lainnya seperti *Google Analytics* dan peta situs. Alat ini dibuat dan dikembangkan oleh tim Yoast, dengan dua versi yaitu berbayar dan gratis.. *Yoast SEO* sangat berguna untuk mengelola dan mengukur parameter di web yang penting bagi mesin pencari. Hasilnya, halaman, posting, atau bahkan keseluruhan situs web akan dapat muncul lebih sering di mesin pencari(Pham 2019) .

Adapun beberapa aspek utama dari *YOAST SEO* sebagai berikut :

1. Fokus kata kunci

Kata kunci utama dari halaman atau postingan dari suatu *website* dimasukkan dalam fitur ini , sehingga *Yoast SEO* dapat mengevaluasi kepadatan kata kunci tersebut dalam konten , judul , dan meta deskripsi .

2. Judul *SEO*

Judul yang muncul di hasil pencarian mesin pencari google , judul ini berperan penting dalam menarik perhatian pengguna dan meningkatkan klik.

3. Slug

Slug merupakan bagian dari URL yang dapat disesuaikan untuk membuat tautan lebih ringkas dan mudah dikenal oleh mesin pencari serta pengguna.

4. Meta Deskripsi

Ringkasan singkat dari halaman atau postingan yang ditampilkan di hasil pencarian . Dengan fitur meta deskripsi si *Yoast SEO*, pengembang dapat menyesuaikan konten yang ditampilkan di hasil pencarian agar lebih menarik dan relevan bagi pengguna, sehingga mendorong pengguna untuk mengunjungi halaman tersebut.

## **2.7. Kata Kunci (Keyword Optimization)**

Kata Kunci adalah teknik yang digunakan oleh pencarian optimasi mesin (*SEO*) untuk mengidentifikasi dan menyelidiki kata kunci pencarian yang dimasukkan oleh konsumen saat mencari barang, jasa, atau informasi umum. Kata kunci berhubungan dengan pertanyaan yang dimasukkan orang ke dalam mesin pencari (Zelezny 2023).

Keywords adalah istilah atau frasa yang digunakan oleh pengguna mesin pencari untuk mencari informasi, dan penggunaan yang tepat dan strategis dari kata kunci ini dalam konten dan struktur website dapat secara signifikan memengaruhi peringkat dan visibilitas website di hasil pencarian mesin pencari. Dengan pemilihan kata kunci yang tepat dan relevan dengan konten, serta di sematkan pada judul konten, meta deskripsi, dan konten halaman, dapat meningkatkan visibilitas pada mesin pencari google (Jefri Marzal et al. 2024).

## **2.8. Waterfall**

Model waterfall adalah model pengembangan perangkat lunak yang paling sering digunakan. Model pengembangan ini bersifat linear dari tahap awal pengembangan system yaitu tahap perencanaan sampai tahap akhir pengembangan system yaitu tahap pemeliharaan. Tahapan berikutnya tidak akan dilaksanakan sebelum tahapan sebelumnya selesai dilaksanakan dan tidak bisa kembali atau mengulang ke tahap sebelumnya (Händel 1972).

## **2.9. Wordpress**

Wordpress adalah sebuah software untuk membuat website berbasis Online yang dikenal dengan nama CMS (Content Management System). Dengan CMS ini seseorang tidak perlu mengerti Bahasa pemrograman website untuk bias membuat website. Cukup mengetahui bagaimana menggunakan CMS tersebut dan sebuah website bias tercipta dalam waktu yang singkat. Wordpress sendiri berbasis Open Source, yakni bias digunakan oleh siapa saja secara gratis untuk kebutuhan apa saja. Sama halnya dengan software lainnya (Rahman 2019).

## 2.10. Website Performance matrik (Trik Kinerja Website)

Metrik ini merupakan indikator kuantitatif yang digunakan untuk mengukur efektivitas sebuah website dalam mencapai tujuannya. Key Performance Indicators (KPIs) untuk website dapat bervariasi tergantung pada tujuan situs, namun beberapa metrik umum yang relevan dengan dampak SEO meliputi:

1. **Peringkat Kata Kunci (Keyword Ranking):** Posisi halaman website di hasil pencarian untuk kata kunci tertentu.
2. **Trafik Organik (Organic Traffic):** Jumlah pengunjung yang datang ke website melalui hasil pencarian organik (bukan dari iklan berbayar).
3. **Durasi Sesi Rata-rata (Average Session Duration):** Rata-rata waktu yang dihabiskan pengunjung di website dalam satu sesi kunjungan. Metrik ini dapat mengindikasikan tingkat keterlibatan pengguna terhadap konten.
4. **Bounce Rate:** Persentase pengunjung yang meninggalkan website setelah hanya melihat satu halaman. Bounce rate yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa konten kurang relevan atau pengalaman pengguna kurang optimal.
5. **Tayangan Halaman (Pageviews):** Total jumlah halaman yang dilihat oleh pengunjung.
6. **Pengguna Baru vs. Pengguna Kembali (New vs. Returning Users):** Proporsi pengunjung yang baru pertama kali datang dibandingkan dengan yang sudah pernah berkunjung sebelumnya.

Model pengukuran trafik seperti yang disediakan oleh Google Analytics akan menjadi landasan dalam pengumpulan dan analisis data metrik-metrik ini untuk menilai dampak dari intervensi.

## 2.12. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, berikut adalah hipotesis penelitian yang akan diuji secara kuantitatif:

**H1:** Terdapat perbedaan yang signifikan pada peringkat rata-rata kata kunci target web- site NUSANTARABIBIT.WEB.ID di mesin pencari Google sebelum dan sesudah imple- mentasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci.

1. *Hipotesis A: Hipotesis Nol ( $H_0$ ):* Tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada peringkat rata-rata kata kunci target website NUSANTARABIBIT.WEB.ID di mesin pencari Google sebelum dan sesudah implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci.
2. *Hipotesis B: Hipotesis Alternatif ( $H_1$ ):* Terdapat perbedaan yang signifikan pada peringkat rata-rata kata kunci target website NUSANTARABIBIT.WEB.ID di mesin pencari Google sebelum dan sesudah implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci, dengan ekspektasi peringkat sesudah implementasi lebih baik (lebih rendah angkanya).

**H2:** Terdapat peningkatan yang signifikan pada jumlah rata-rata pengunjung organik bulanan website NUSANTARABIBIT.WEB.ID setelah

implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci dibandingkan dengan sebelum implementasi.

1. *Hipotesis A: Hipotesis Nol (H02):* Tidak terdapat peningkatan yang signifikan pada jumlah rata-rata pengunjung organik bulanan website NUSANTARABIBIT.WEB.ID setelah implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci dibandingkan dengan sebelum implementasi.
2. *Hipotesis B: Hipotesis Alternatif (Ha2):* Terdapat peningkatan yang signifikan pada jumlah rata-rata pengunjung organik bulanan website NUSANTARABIBIT.WEB.ID setelah implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci dibandingkan dengan sebelum implementasi.

**H3:** Terdapat penurunan yang signifikan pada rata-rata bounce rate website NUSANTARABIBIT.ID setelah implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci dibandingkan dengan sebelum implementasi.

1. *Hipotesis A: Hipotesis Nol (H03):* Tidak terdapat penurunan yang signifikan pada rata-rata bounce rate website NUSANTARABIBIT.WEB.ID setelah implementasi SEO On-Page dan optimasi kata kunci dibandingkan dengan sebelum implementasi.
2. *Hipotesis B: Hipotesis Alternatif (Ha3):* Terdapat penurunan yang signifikan pada rata-rata bounce rate website NUSANTARABIBIT.WEB.ID setelah implementasi SEO On-Page

dan optimasi kata kunci dibandingkan dengan sebelum implementasi.

**H4:** Terdapat hubungan positif yang signifikan antara skor SEO yang diberikan oleh plugin Yoast SEO pada setiap halaman/postingan website NUSANTARABIBIT.WEB.ID dengan durasi sesi rata-rata (average time on page) pada halaman/postingan tersebut.

1. *Hipotesis A: Hipotesis Nol (H04):* Tidak terdapat hubungan positif yang signifikan antara skor SEO yang diberikan oleh plugin Yoast SEO pada setiap halaman/postingan website NUSANTARABIBIT.WEB.ID dengan durasi sesi rata-rata pada halaman/postingan tersebut.
2. *Hipotesis B: Hipotesis Alternatif (Ha4):* Terdapat hubungan positif yang signifikan antara skor SEO yang diberikan oleh plugin Yoast SEO pada setiap halaman/postingan website NUSANTARABIBIT.WEB.ID dengan durasi sesi rata-rata pada halaman/postingan tersebut.

Hipotesis-hipotesis ini akan diuji menggunakan analisis data statistik yang sesuai berdasarkan data kuantitatif yang dikumpulkan selama periode sebelum dan sesudah implementasi strategi SEO.