

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV. Rumah Mesin Merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan dan penyediaan mesin pertanian, mesin perkebunan, mesin perikanan, baik pra atau pasca panen, alat dan mesin olahan makanan, alat laboratorium sesuai yang anda inginkan.

Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Mansur Mashuri dan dikelola oleh CV. Rumah Mesin dengan kantor dan pabrik pembuatan di Yogyakarta. Perusahaan ini telah menekuni dunia mesin selama bertahun – tahun. Semenjak awal berdirinya perusahaan ini hingga saat ini Rumah Mesin ingin Meningkatkan penjualan atau kualitas atas produk mereka. Oleh sebab itu meraih kesadaran konsumen merupakan salah satu sasaran pemasaran yang perlu dibidik oleh perusahaan.

Brand awareness atau dalam bahasa Indonesia yang berarti kesadaran merek adalah istilah pemasaran yang menggambarkan tingkat pengakuan konsumen terhadap suatu produk dengan namanya. Mempromosikan produk baru atau mengidupkan kembali merek yang lama adalah langkah yang dapat dilakukan untuk menciptakan kesadaran merek.

Maka dari itu, kesadaran merek itu dapat mencakup kualitas yang membedakan produk dari para pesaingnya. Produk dan layanan yang mempertahankan tingkat kesadaran merek yang tinggi cenderung menghasilkan lebih banyak penjualan. Pasalnya, konsumen lebih banyak yang membeli produk dari merek yang terkenal daripada yang tak mereka ketahui.

Perlu diketahui bahwa Brand awareness menjadi salah satu faktor penting yang dibutuhkan para pelaku usaha untuk memperkuat brand produknya. Sebab, tidak bisa kita pungkiri bila semakin banyak konsumen yang mengingat brand produk, maka semakin besar pula intensitas pembelian yang akan mereka lakukan.

SEO (Search Engine Optimization) adalah strategi pemasaran online yang bertujuan untuk menampilkan website anda di halaman pertama hasil pencarian untuk kata kunci pilihan anda. Menggunakan SEO untuk sebuah brand dirasa cukup efektif saat ini sebagai bagian dari kampanye digital marketing.

Personal branding merupakan bagian yang penting pada saat Anda melakukan bisnis. Sepintas mungkin personal branding dan SEO tampak seolah tidak memiliki kesamaan. Tapi sebenarnya keduanya memiliki ikatan hubungan yang cukup erat di dunia digital pada saat ini.

Penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan bisnis anda, namun apabila salah, bisnis anda tidak akan dapat di temukan dalam mesin pencari. Sebagai contoh, untuk bisnis „toko bunga“, apabila ingin berada di halaman pertama saat orang mencari kata „toko bunga“ di mesin pencari (seperti Google, Yahoo, atau Bing), bisnis tersebut harus menggunakan SEO.

Masalahnya adalah, tempat di halaman pertama hasil pencarian (Search Engine Result Page – SERP) terbatas. Kurang lebih terdapat 10 tempat. Sedangkan setiap pemilik bisnis ingin agar bisnis mereka berada di halaman 1 hasil pencarian. Di sini adalah bagian penerapan strategi SEO.

1.2 Tujuan Penelitian

Bagian ini memuat penjelasan secara spesifik mengenai:

1. Berdasarkan rumusan permasalahan, maka penulis menetapkan tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh pada website rumahmesin.com terhadap Brands Awareness dengan menggunakan Teknik SEO pada website tersebut.

2. Meningkatkan dan Mengoptimasikan website pada rumahmesin.com terhadap Brands Awareness dengan menggunakan Teknik SEO.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu: “Bagaimana Menganalisis dan Penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) pada Brand Awareness di rumahmesin.com?”

1.4 Batasan Masalah

Berisi teknologi atau software/tools apa yang digunakan dalam tugas akhir, dan lingkup pembahasan tugas akhir. Contoh:

- a. Website rumah mesin menggunakan platform wordpress.
- b. Website ini tidak membahas tentang keamanan website.
- c. Teknik SEO yang digunakan menggunakan Teknik SEO Off Page dan On Page.
- d. Teknik SEO yang digunakan menggunakan Teknik Backlink.
- e. Penelitian hanya mencakup menganalisis dan penerapan Search Engine Optimation (SEO) pada Brand Awareness di website tersebut.
- f. Penerapan SEO hanya dikhususkan dengan satu situs pencarian google.

1.5 Metode Penelitian

Adapun metodologi penelitian yang digunakan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir sebagai berikut :

1. Metode Pustaka

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data menggunakan sumber-sumber yang ada di buku referensi, internet, dan sumber lainnya yang memuat informasi yang mendukung untuk digunakan dalam penelitian ini. Dan beberapa jenis referensi utama yang digunakan adalah beberapa jurnal ilmiah dan buku tentang sistem informasi.

2. Metode Observasi (Observation)

Metode ini dilakukan dengan cara pengumpulan data terhadap objek yang akan diteliti sehingga data yang diperoleh akurat.

3. Metode Wawancara (interview)

Metode ini dilakukan dengan mewawancarai pihak Kepala Digital Marketing CV. Rumah Mesin untuk menanyakan informasi tentang website rumahmesin.com.

4. Metode Perancangan

Pada tahap ini perancangan penerapan meliputi :

a. Riset Keyword

Riset keyword dilakukan untuk memilih keyword yang memiliki pencarian paling banyak di cari dan kompetensi sedikit yang nantinya akan dipublish di artikel atau konten.

b. SEO Onpage

Menerapkan faktor-faktor SEO Onpage ke dalam sebuah halaman website. Contohnya : Heading, Link, Tag, Keyword density, Meta description dan Konten yang Original dan berkualitas.

c. SEO Offpage

Menerapkan beberapa faktor SEO Offpage untuk meningkatkan link popularity, misalnya melalui Blog Walking atau blog comment, guest post, dan lain sebagainya.

5. Metode Testing

Metode ini merupakan tahap pengujian terhadap hasil penerapan dan implementasi teknik SEO pada Brand Awareness di website rumahmesin.com.

6. Metode Implementasi

Metode ini untuk mengimplementasikan hasil penerapan teknik SEO pada Brand Awareness (kesadaran merek).

1.6 Sistematika Penulisan

Secara garis besar laporan Tugas Akhir ini terbagi dalam beberapa bab yang tersusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang, tujuan, rumusan masalah, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi teori penunjang dan referensi berupa buku, jurnal, dan laporan tugas akhir

BAB III TINJAUAN UMUM

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai objek penelitian, hasil observasi atau pengumpulan data, masalah yang terdapat pada objek, dan gambaran umum proyek tersebut.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi rancangan proyek, implementasi, evaluasi dan testing hasil rancangan tersebut.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari hasil akhir penilaian proyek.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisikan daftar pustaka dari sumber – sumber yang digunakan dalam penulisan tugas akhir.