

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya era global, membuat para pelaku bisnis lebih mudah untuk mengembangkan usahanya. Dengan melihat situasi dan keadaan yang sedang berlangsung pada era global ini, anak muda dengan umur yang sudah menginjak masuk di dunia pendidikan dari Sekolah Dasar hingga Perkuliahan dituntut untuk dapat mempersiapkan diri sebaik mungkin melalui dunia Komputer dan Bahasa Inggris untuk dapat memahami dan memperoleh berbagai macam pengetahuan yang nantinya diharapkan bermanfaat dan dapat diterapkan didalam dunia kerja. Melalui dunia pendidikan anak-anak nantinya diharapkan mampu untuk dapat meningkatkan mutu dan kualitas diri yang memiliki keunggulan dan daya saing. Oleh sebab itu, tempat pembelajaran diluar sekolah akan sangat membantu pola pikir anak untuk menambah ilmu pengetahuannya terutama dalam bidang Komputer dan Bahasa Inggris.

Kursus komputer adalah program pendidikan yang bertujuan untuk mengajarkan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang komputer dan teknologi informasi. Kursus ini dapat mencakup berbagai topik, seperti pemrograman komputer, desain web, pengembangan perangkat lunak, administrasi jaringan, dan aplikasi perangkat lunak tertentu. Tujuan dari kursus komputer adalah untuk membantu peserta mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri dan teknologi saat ini.

Sementara itu, kursus bahasa Inggris adalah program pendidikan yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris seseorang. Kursus ini dapat fokus pada keterampilan berbicara, mendengarkan, membaca, menulis, tata bahasa, dan pemahaman budaya. Tujuan dari kursus bahasa Inggris adalah untuk membantu peserta memperoleh kemampuan komunikasi yang lebih baik dalam bahasa Inggris, baik untuk keperluan pribadi maupun profesional.

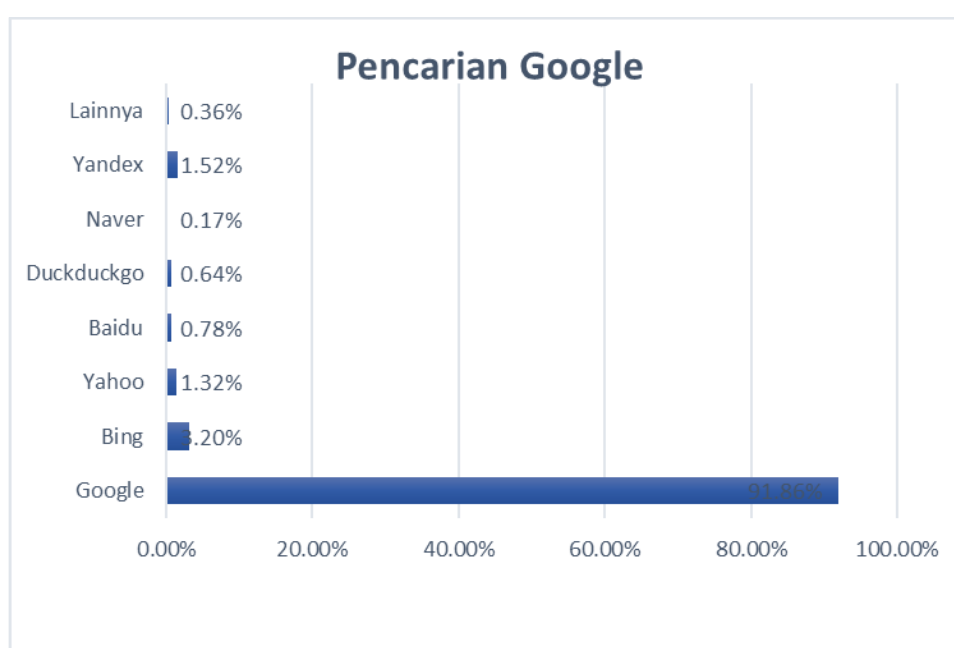
Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 81 Tahun 2013 Tentang Pendirian Satuan Pendidikan Nonformal Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 butir ke empat menyatakan bahwa Lembaga Kursus dan Pelatihan selanjutnya disebut LKP adalah satuan pendidikan nonformal yang diselenggarakan bagi masyarakat yang memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, kecakapan hidup, dan sikap untuk mengembangkan diri, mengembangkan profesi, bekerja, usaha mandiri, dan/atau melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Lembaga kursus sebagai lembaga pendidikan luar sekolah (PLS) yang diprakarsai, dibiayai, dan diselenggarakan oleh masyarakat, baik secara perorangan, kelompok maupun komunitas yang melayani masyarakat dalam belajar guna mendapatkan pengetahuan, keterampilan (skill) fungsional, dan kecakapan hidup untuk mengembangkan diri, memperoleh pekerjaan, berusaha mandiri, ataupun melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi.

Melalui internet, sangat memungkinkan bagi konsumen atau calon pelanggan di seluruh belahan dunia untuk mengenal suatu bisnis atau jasa dari suatu perusahaan yang telah di unggah profile bisnis tersebut di internet. Cara yang efektif dan efisien dalam memudahkan dan menambahkan value produknya, perusahaan cukup menerapkan *internet marketing*. Maka akan banyak calon konsumen atau pelanggan yang akan mengunjungi situs dari perusahaan tersebut tempat dimana perusahaan mengunggah layanan jasa dan hal tersebut dapat meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan. Pentingnya memanfaatkan internet oleh suatu perusahaan untuk menerapkan *internet marketing* yang menyatakan bahwa internet marketing merupakan bentuk lain cara pemasaran produk dari *e-commerce*.

Internet marketing merupakan cara yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu atau tentang produknya, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet. *Internet marketing* adalah suatu langkah atau proses merencanakan dan melaksanakan suatu gagasan yang sebelumnya telah dikonsep oleh suatu tim dari perusahaan mengenai harga, promosi, dan distribusi produk yang akan dikenalkan masyarakat. Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan atau bisnis. Sebelum berinvestasi di anggaran pemasaran, penting bagi organisasi untuk melakukannya meneliti

secara menyeluruh setiap strategi pemasaran yang tersedia di pasar.

Search Engine Optimization (SEO) adalah salah satu dari potensi aplikasi pemasaran internet, yang meningkatkan situs web organisasi dan kehadiran online, keduanya *off-page* dan *on-page* untuk meningkatkan peringkatnya di dalam mesin pencari seperti Google. *Search Engine Optimization* adalah teknik tingkat lanjut untuk membuat situs web lebih mudah dikategorikan dan ditemukan untuk para pengguna. Ini membantu pengguna menemukan bisnis tertentu di antara jutaan perusahaan lainnya. (Chopra et al., 2021)



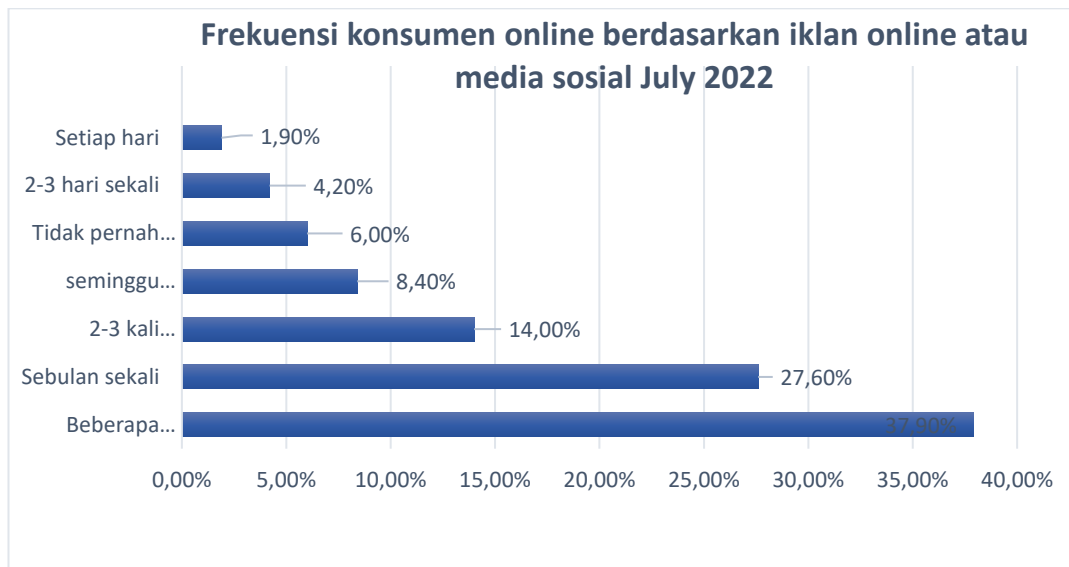
Gambar 1.1 Pencarian Google

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut laporan We Are Social, *search engine* atau mesin pencarian Google secara global memiliki pangsa pasar 91,86% pada Juli 2022. Meski masih mendominasi, pangsa pasar ini lebih rendah 0,7 poin persentase dari setahun sebelumnya. Sementara itu pada Juli 2022 mesin pencarian Bing hanya memiliki pangsa pasar 3,2%. Kemudian diikuti Yandex, Yahoo, dan Baidu dengan rincian seperti terlihat pada grafik.

Angka-angka ini menunjukkan pengaruh kuat *Search Engine Optimization* di internet pemasaran. Karena peringkat situs web lebih tinggi dalam pencarian online mesin, pada akhirnya akan memperoleh jumlah klik yang lebih banyak dari para

pengguna. Di era digital sekarang ini, untuk menjangkau *customer* atau pelanggan melalui internet merupakan prioritas utama bagi para *entrepreneur* atau pebisnis.



Gambar 1.2 Frekuensi Konsumen Online Berdasarkan Iklan Online Atau Media Social Juli 2022

Sumber : databoks.katadata.co.id

Berdasarkan grafik seperti pada gambar 1.2 Mayoritas masyarakat pernah setidaknya belanja *online* melalui platform *marketplace*. Hanya ada sekitar enam persen responden survei yang mengaku tidak menggunakan lokapasar untuk berbelanja. Hal ini terangkum dalam laporan Survei Status Literasi Digital di Indonesia. Adapun survei hasil kolaborasi Katadata Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) ini menyaring informasi dari 10 ribu responden yang tersebar di 34 provinsi. Dengan alasan ini, layanan seperti *Google Places*, *Maps* dan *Google My Business* sangat penting untuk bisnis. Oleh karena itu posting *Google My Business* memberikan beberapa informasi lebih banyak kepada orang-orang yang mencari bisnis atau lokasi di Google.

Google My Business adalah salah satu tools dari google yang dapat digunakan untuk menaikkan ranking halaman pencarian di *Search Engine Google* (SEO). *Google My Business* juga dapat dimanfaatkan untuk mengelola tampilan bisnis di pencarian Google serta *Google Maps*. Ketika seseorang menuliskan keywords bisnis di pencarian, maka Google akan menampilkan informasi mengenai bisnis sesuai

keywords tersebut. Fitur dari *Google My Business* ini memudahkan konsumen menemukan informasi seputar bisnis seperti jam operasional, nama usaha, lokasi usaha, foto lokasi, review konsumen atau pelanggan, email, situs website serta nomor Whatsapp atau telephone perusahaan.(Saputro, 2020)

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mempelajari secara menyeluruh pentingnya *Search Engine Optimization* (SEO) dan pengaruhnya terhadap *internet marketing* dan mempelajari *Google My Business* untuk meningkatkan visibilitas bisnis di pencarian google, memberikan informasi akurat kepada pelanggan, berinteraksi dengan mereka, menganalisis kinerja, dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kemampuannya menjangkau pelanggan *Local*.

1.2 Fokus Masalah

1. Fokus masalah dari judul " Analisis SWOT Teknik *Local Search Engine Optimization* (Seo) Menggunakan *Google My Business* Pada Kursus Komputer Dan Bahasa Inggris Bdl" mencakup seberapa efektif penggunaan *Google My Business* dalam meningkatkan visibilitas bisnis dalam hasil pencarian Google?

1.3 Perumusan Masalah

Bagaimana caranya untuk dapat menganalisis SWOT Teknik *Local Search Engine Optimization* (SEO) Kursus Komputer dan Bahasa Inggris bdl melalui profil *Google My Business* dengan mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur dalam platform.

1.4 Ruang Lingkup Penelitian

1.4.1 Ruang Lingkup Subjek

Ruang lingkup subjek dalam penelitian ini adalah Faktor Internal dari perusahaan *Google My Business*.

1.4.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah *Google My Business*.

1.4.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat adalah di Gg. Swadaya IV No. 101, Gn. Terang, Kec. Langkapura, Kota Bandar Lampung, Lampung 35152.

1.4.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang digunakan pada penelitian ini adalah selama bulan Oktober 2023 sampai dengan bulan Januari 2024.

1.5 Tujuan penelitian

Untuk dapat melaksanakan penelitian ini dengan hasil yang baik dan mengarah kepada sasaran maka peneliti harus memiliki tujuan. Adapun tujuan tersebut meliputi:

1. Untuk mengetahui Analisis SWOT Teknik *Local Search Engine Optimization* (SEO) Dengan *Google My Business* Terhadap Hasil Pencarian Bisnis Di Mesin Pencari Google di Kursus Komputer dan Bahasa Inggris Bdl.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai kesempatan untuk mempraktekkan teori yang diperoleh dengan masalah yang sesungguhnya terjadi dan untuk memenuhi persyaratan akademik dalam memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Bisnis Digital Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya.

2. Bagi instansi

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan, serta meningkatkan pengetahuan dan wawasan bagi pengembangan Ilmu Bisnis Digital, khususnya pengaruh Teknik *Local Search Engine Optimization* (SEO) menggunakan *Google My Business* di perusahaan Kursus Komputer dan Bahasa Inggris Bdl.

1.7 Sistematika Laporan Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah tentang Analisis SWOT Teknik *Local Search Engine Optimization* (SEO) menggunakan *Google My Business*, fokus masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika laporan penelitian.

mencari dengan kata kunci yang relevan terhadap *website* tersebut (Indriyatmoko & Rahardi, 2021).

Internet marketing merupakan proses membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan online untuk memfasilitasi pertukaran ide, produk, dan pelayanan untuk memenuhi keinginan dari kedua belah pihak. *Internet marketing* atau pemasaran berbasis internet dapat pula didefinisikan sebagai penggunaan internet dan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran dan mendukung konsep pemasaran modern. Teknologi-teknologi ini mencakup media internet dan media digital lainnya seperti kabel dan satelit yang digunakan bersama perangkat keras dan perangkat lunak yang memungkinkan operasi dilaksanakan. (Kurniawan, n.d.)

Pemasaran online atau melalui internet memungkinkan upaya untuk melakukan praktik swalayan. Ini berarti bahwa bisnis dapat memberikan layanan kepada pelanggan tanpa memerlukan sumber daya manusia, mengurangi fasilitas dan layanan melalui telepon. Hanya dengan menghubungkan komputer atau gadget dengan internet, dapat diakses dan dihubungkan ke internet sehingga dapat menjual produk dan melakukan transaksi jual beli tanpa harus bertemu dengan pelanggan potensial (Basuki et al., 2023)

Website adalah suatu media yang terdiri dari beberapa halaman yang saling berkaitan satu sama lain dan berfungsi sebagai media untuk menampilkan suatu informasi baik berbentuk gambar, video, teks, suara ataupun gabungan dari semuanya. *Website* bersifat *multi-platform* yang artinya dapat dibuka dari segala perangkat 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 (Al Faruq & Mustafidah, 2021)

Menurut Barbar & Ismail, 2019 dalam penelitian, Adapun indikator yang dapat dilihat daripada *Search Engine Optimization* yaitu:

1. Struktur URL Pada *Website*

Struktur URL yang sederhana memudahkan *search engine*/mesin pencari

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi teori-teori yang mendukung penelitian yang akan dilakukan oleh penulis tentang Analisis SWOT Teknik *Local Search Engine Optimization* (SEO), juga karakteristik penelitian terdahulu tentang pengaruh Teknik *Local Search Engine Optimization* (SEO).

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, pendekatan dan jenis penelitian, instrumen penelitian, teknik pemilihan informan, teknik pengumpulan data, teknik dan alat analisis data, dan teknik keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang temuan – temuan penelitian dan pembahasan temuan - temuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran berdasarkan hasil penelitian yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN