

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL
MARKETING BEBRBASIS SEO SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN UMKM DI KECAMATAN PARITTIGA**

SKRIPSI



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG
2024**

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL
MARKETING BEBRBASIS SEO SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN UMKM DI KECAMATAN PARITTIGA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis**



**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG**

2024

LEMBAR PERNYATAAN

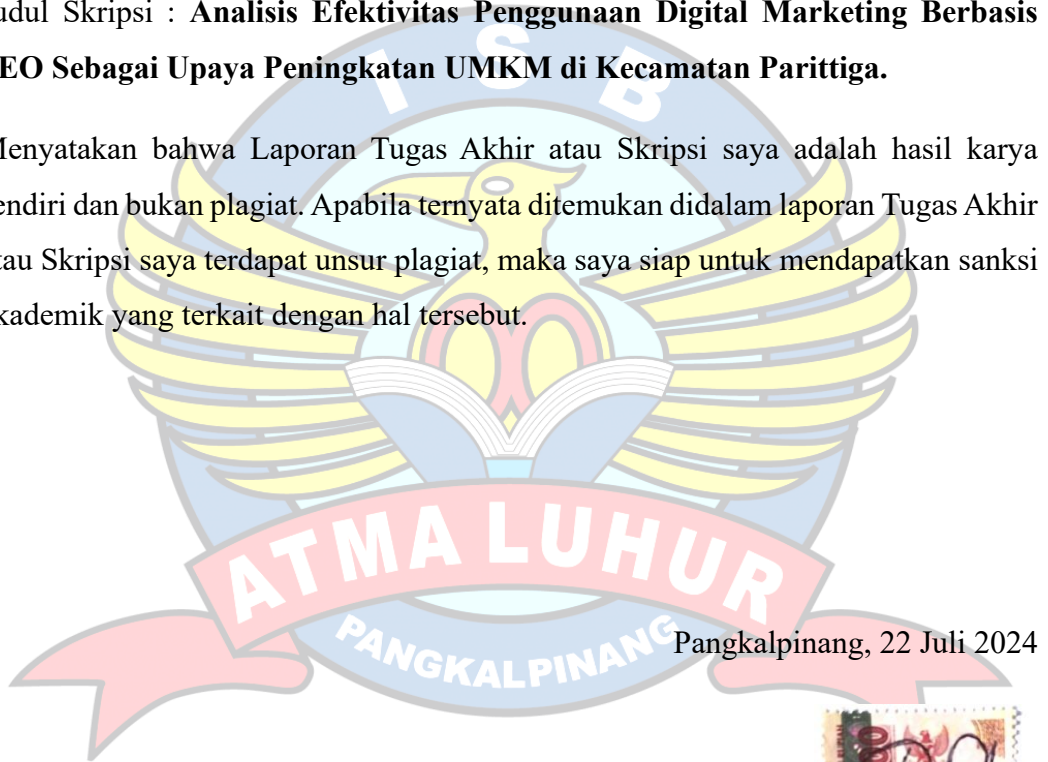
Yang bertanda tangan di bawah ini :

NIM : 2077500004

Nama : Rifka Rahmatullah

Judul Skripsi : **Analisis Efektivitas Penggunaan Digital Marketing Berbasis SEO Sebagai Upaya Peningkatan UMKM di Kecamatan Parittiga.**

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan didalam laporan Tugas Akhir atau Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.



Pangkalpinang, 22 Juli 2024



Rifka Rahmatullah

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING
BERBASIS SEO SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN UMKM DI
KECAMATAN PARITTTIGA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rifka Rahmatullah
2077500004

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 25 Juli 2024

Susunan Dewan Penguji

Anggota



Maya Saftari, S.Si., M.Pd
NIDN.0216058001

Pembimbing



Lili Indah Sari, M.Kom
NIDN.0228128003

Ketua



Hengki, M.Kom
NIDN.0207049001

Kaprodi Bisnis Digital



Sarwindah, S.Kom., MM
NIDN.0212068601

Skripsi ini telah diterima dan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital
Tanggal 30 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



HENGKI, S.Kom., M.Kom

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga Tugas Akhir (TA) Skripsi yang berjudul **“ANALISIS EFEKTIVITAS PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING BEBRBASIS SEO SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN UMKM DI KECAMATAN PARITTIGA”** dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Terima kasih kepada Ibu Lili Indah Sari, M.Kom. sebagai pembimbing yang telah membimbing dan memberikan pengarahan selama pembuatan skripsi ini.

Dan pada skripsi ini sangat dimungkinkan masih ada kekurangan yang harus diperbaiki. Segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima serta diharapkan skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca.

Dengan segala keterbatasan di dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah mengabulkan doa hamba untuk mempermudah serta memperlancarkan dalam pengerjaan skripsi ini hingga sampai selesai.
2. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan dukungan moral maupun materi dari awal masuk kuliah hingga sampai sekarang ini. Dan beserta keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan serta doa.
3. Bapak Drs. Djaetun Hs yang telah mendirikan Atma Luhur.
4. Bapak Prof.Dr.Ir. Wendi Usino, M.Si., MM. selaku Rektor ISB Atma Luhur.
5. Bapak Hengki, S.Kom., M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Ibu Sarwindah, S.Kom., MM. selaku Kaprodi Bisnis Digital.
7. Ibu Lili Indah Sari, M.Kom. selaku dosen pembimbing.
8. Dan terakhir kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang dan menghadapi semuanya sendiri, terima kasih banyak sudah bertahan sejauh ini, kau kuat

semoga tetap menjadi manusia baik dan terima kasih lagi sudah mau menyelesaikan skripsi ini hingga selesai, walau banyak masalah lain yang mengganggu pikiran dan perasaan tapi akhirnya ini selesai, Alhamdulillah.

Pangkalpinang, Juli 2024



ABSTRACT

This research is motivated by the large number of MSMEs in Parittiga District that use digital marketing and this study aims to analyze the effectiveness of using SEO (Search Engine Optimization)-based digital marketing in increasing micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Parittiga District. Digital marketing is one of the important strategies in the digital era to expand market reach and increase the competitiveness of MSMEs. SEO, as part of digital marketing, aims to increase website visibility in search engines without advertising costs. This study uses a quantitative method with simple linear regression. This data collection was carried out through questionnaires distributed to MSME owners in Parittiga District. The results of the analysis show that the use of SEO affects the increase in website visits and sales of MSME products. In addition, this study also found that the knowledge and understanding of MSME owners about SEO is still low, so further training and assistance are needed. This study concludes that SEO-based digital marketing has great potential to support the growth of MSMEs in Parittiga District, but requires ongoing efforts in education and implementation.

Keywords: Digital Marketing, SEO, MSMEs, Business Improvement, Parittiga District



ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi banyaknya UMKM yang ada di Kecamatan Parittiga yang menggunakan pemasaran digital dan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan digital marketing berbasis SEO (Search Engine Optimization) dalam meningkatkan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Parittiga. Digital marketing menjadi salah satu strategi penting dalam era digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. SEO, sebagai bagian dari digital marketing, bertujuan untuk meningkatkan visibilitas website di mesin pencari tanpa biaya iklan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan regresi linear sederhana. Pengumpulan data ini dilakukan melalui kuesioner yang didistribusikan kepada pemilik UMKM di Kecamatan Parittiga. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan SEO mempengaruhi peningkatan kunjungan website dan penjualan produk UMKM. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pengetahuan dan pemahaman pemilik UMKM tentang SEO masih rendah, sehingga perlu adanya pelatihan dan pendampingan lebih lanjut. Penelitian ini menyimpulkan bahwa digital marketing berbasis SEO memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan UMKM di Kecamatan Parittiga, namun memerlukan upaya yang berkelanjutan dalam edukasi dan implementasinya.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, SEO, UMKM, Peningkatan Usaha, Kecamatan Parittiga



DAFTAR ISI

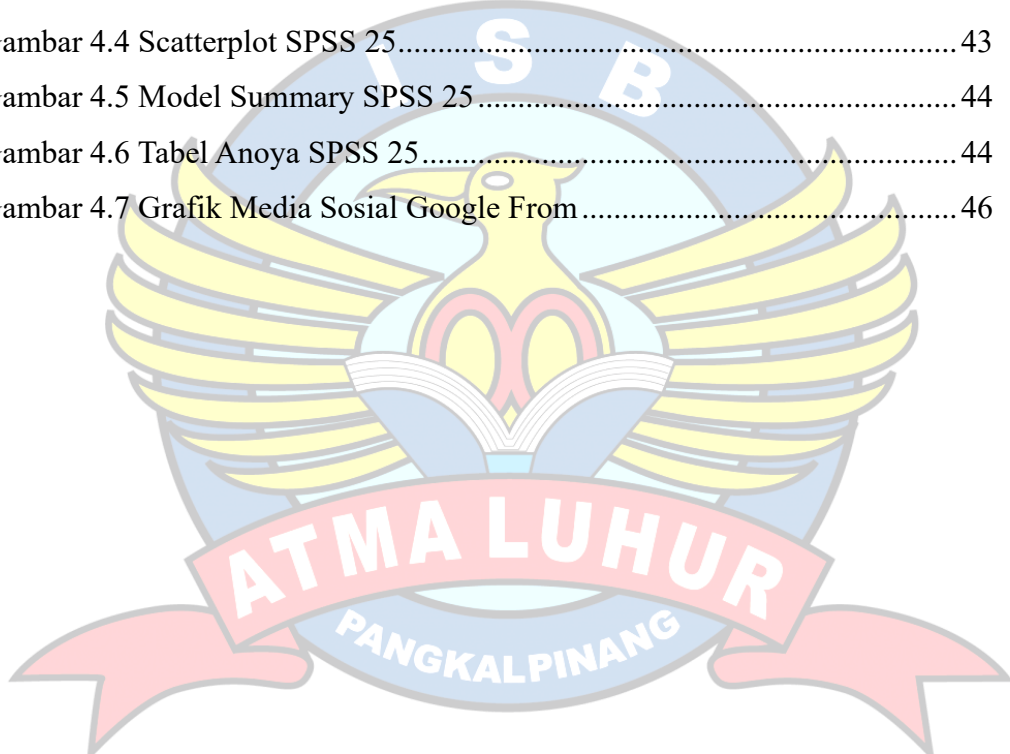
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Teori Pendukung Judul Penulisan	6
2.1.1 Efektivitas	6
2.1.2 Pemasaran	6
2.1.3 Digital	7
2.1.4 Digital Marketing.....	7
2.1.4.1 Strategi Digital Marketing.....	8
2.1.4.2 Kelebihan dan Kekurangan Digital Marketing.....	11
2.1.5 Search Engine Optimization	12
2.1.6 UMKM.....	14
2.2 Metode	15
2.3 Tinjauan Penulisan Terdahulu	15

2.4 Kerangka Pemikiran.....	25
2.5 Hipotesis.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.1.1 Penelitian Kuantitatif	27
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
3.2.1 Tempat.....	27
3.2.2 Waktu	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Metode Penelitian.....	30
3.5 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran Variabel	31
3.5.1 Instrumen Penelitian	31
3.5.2 Skala Pengukuran Variabel	31
3.6 Teknik Analisis Data	32
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas.....	32
3.7.1 Uji Validitas.....	32
3.7.2 Uji Reabilitas	33
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.1 Uji Normalitas.....	33
3.8.2 Uji Multikolinearitas	34
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.9 Uji Hipotesis	35
3.9.1 Uji Koefisien Determinasi	35
3.9.2 Uji Parsial.....	35
3.9.3 Uji Simultan	35
3.9.4 Uji Regresi Linear Sederhana	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Deskripsi Data.....	37
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas	38
4.2.1 Hasil Uji Validitas	38
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas	39
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	40
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	40
4.3.2 Uji Multikolinearitas	42
4.3.3 Uji Heterokedastisitas	42
4.4 Uji Hipotesis	43
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi	43
4.4.2 Uji F	44
4.4.3 Uji Regresi Linear Sederhana	45
4.4.4 Uji T	45
4.5 Pembahasan.....	46
BAB V PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Website</i>	9
Gambar 2.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Data UMKM Parittiga.....	29
Gambar 3.2 UMKM Parittiga Sektor Usaha Jasa Lainnya	30
Gambar 4.1 Histogram SPSS 25	41
Gambar 4.2 PPlot SPSS 25	41
Gambar 4.3 Coeffisients SPSS 25.....	42
Gambar 4.4 Scatterplot SPSS 25.....	43
Gambar 4.5 Model Summary SPSS 25	44
Gambar 4.6 Tabel Anoya SPSS 25.....	44
Gambar 4.7 Grafik Media Sosial Google From.....	46



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian	28
Tabel 3.2 Tabel Instrumen Skala Likert	32
Tabel 4.1 Data Responden.....	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Izin Riset	54
Lampiran 2. Surat Balasan Riset Dari Kecamatan.....	56
Lampiran 3. Quesioner.....	58
Lampiran 4. Dokumentasi.....	63
Lampiran 5. Hasil Quesioner	67
Lampiran 6. Tabel F.....	76
Lampiran 7. Tabel t.....	79
Lampiran 8. Tabel r.....	82
Lampiran 9. Hasil SPSS.....	85
Lampiran 10. Surat & Hasil Cek Plagiat.....	98
Lampiran 11. Kartu Konsultasi.....	101
Lampiran 12. Biodata Penulis	103

