

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian negara, termasuk di Indonesia, karena mereka berkontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif. Namun, UMKM sering menghadapi kendala dalam menjual produk atau layanan mereka, yang membuat sulit bagi mereka untuk meningkatkan pendapatan bisnis mereka.

Di era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi platform yang sangat potensial bagi UMKM. Ini disebabkan oleh basis pengguna yang besar dan berbagai fitur yang mereka tawarkan, yang memungkinkan UMKM menjangkau target pasar mereka dengan mudah. Namun, beberapa UMKM tidak memiliki kemampuan untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi penjualan, itulah sebabnya konsep *Search Engine Optimization (SEO)* muncul. *SEO* adalah sekumpulan teknik yang digunakan untuk meningkatkan kualitas dan jumlah kunjungan ke halaman web atau media sosial melalui hasil pencarian mesin pencari seperti Google. Dengan menggunakan teknik *SEO* yang tepat, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat media sosialnya sehingga lebih banyak pengunjung yang berpotensi menjadi pelanggan.

Dalam konteks ini, UMKM Sekaben Camp menjadi subjek penelitian. Bisnis kecil ini, yang bergerak dalam penyewaan alat camping, menghadapi kesulitan dalam meningkatkan pendapatan mereka. UMKM Sekaben Camp menyadari potensi media sosial sebagai alat periklanan; namun, untuk mencapai tujuan meningkatkan pendapatan perusahaan, mereka perlu mempelajari lebih dalam tentang penggunaan *SEO* dalam strategi periklanan media sosial.

Dalam skripsi ini, Penulis menganalisis pemanfaatan *SEO* pada media sosial sebagai media periklanan UMKM Sekaben Camp. Tujuannya adalah untuk membekali usaha kecil dan menengah Sekaben Camp dengan pengetahuan dan

Dalam skripsi ini, penulis menganalisis penggunaan *SEO* pada media sosial sebagai media periklanan UMKM Sekaben Camp. Tujuannya adalah untuk memberi usaha kecil dan menengah Sekaben Camp dengan pengetahuan dan saran praktis tentang cara mengoptimalkan penggunaan *SEO* pada media sosial untuk mengembangkan bisnis mereka. Penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan tentang penggunaan media sosial dan *SEO* pada UMKM.

Melalui analisis ini diharapkan UMKM Sekabe Camp dan UMKM lainnya dapat lebih efektif memediasi *SEO*. untuk meningkatkan bisnis mereka di era digital saat ini.

Sekaben camp yang berlokasi di Rejosari, Kec. Pangkal Balam, Kota Pangkal Pinang, Kepulauan Bangka Belitung, Sekaben camp berdiri sejak tahun 2023 hingga sekarang dan masih berkembang dengan baik di kalangan umkm lainnya. Sekaben camp merupakan sebuah tempat yang menyewakan alat-alat kebutuhan camping.

Dengan melakukan sistem wawancara terhadap pemilik bisnis UMKM Sekaben camp, didapatkan informasi bahwa pengolahan data barang dilakukan secara manual. Untuk promosi masih dilakukan dalam bentuk promosi dari media sosial yang dimiliki oleh owner Sekaben camp yaitu dari whastapp, Instagram, dan facebook.

Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian ini berdasarkan pada positivisme dianggap sebagai pendekatan ilmiah atau keilmuan karena mengikuti prinsip-prinsip ilmiah yang konkret atau empiris, terukur, rasional, dan sistematis. Tujuan dari metode kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya untuk meneliti populasi dan sampel yang spesifik, dengan menggunakan alat survei untuk mengumpulkan data, kemudian menganalisis data secara statistik atau kuantitatif.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh penggunaan *Search Engine Optimization (SEO)* media sosial terhadap peningkatan pendapatan bisnis pada UMKM sekaben camp?
- b. Bagaimana pengaruh media promosi terhadap peningkatan pendapatan bisnis pada UMKM sekaben camp?
- c. Bagaimana pengaruh penggunaan *SEO* media sosial dan media promosi secara bersamaan terhadap peningkatan pendapatan bisnis pada UMKM sekaben camp?

1.3 Batasan Masalah

- a. Fokus pada penggunaan platform media sosial tertentu, seperti Instagram, facebook, whatsapp, untuk promosi bisnis UMKM Sekaben camp.
- b. Menganalisis strategi dan konten yang digunakan dalam promosi bisnis Sekaben camp di *SEO* media sosial.
- c. Mengusulkan rekomendasi dan strategi yang dapat digunakan Sekaben camp untuk meningkatkan efektivitas promosi di *SEO* media sosial.

1.4 Tujuan Dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

- a. Menganalisis penggunaan *SEO* media sosial dalam strategi promosi Bisnis UMKM Sekaben camp.
- b. Membahas faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan promosi melalui *SEO* media sosial.
- c. Menyediakan rekomendasi strategi promosi yang efektif melalui *SEO* media sosial untuk Bisnis UMKM Sekaben camp.

1.4.2 Manfaat

- a. Memberikan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan *SEO* media sosial dalam promosi bisnis UMKM.
- b. Memperkuat keberadaan Bisnis UMKM Sekaben camp di dunia digital.

- c. Menyediakan panduan bagi UMKM lainnya untuk memanfaatkan *SEO* media sosial sebagai alat promosi.

1.4.3 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam mengikuti alur pembahasan dalam skripsi ini, sistem penulisan yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini dikenal sebagai sistematis penulisan. Dalam penyusunan skripsi ini terdapat sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penulisan dan sistematis penulisan.

BAB II LANDASAR TEORI

Berisi tentang teori dasar yang mendasari analisa dan perancangan Media sosial pada analisis penggunaan *SEO* media sosial dalam promosi Bisnis UMKM Sekaben camp.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian untuk analisis penggunaan *SEO* media sosial dalam promosi Bisnis UMKM Sekaben camp serta tahapan penelitian kuantitatif sebagai metode penelitian yang digunakan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang uraian analisis profil bisnis Sekaben camp, analisis penggunaan *SEO* media sosial dalam promosi bisnis sewa alat camping, dan juga faktor yang mempengaruhinya.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan dan saran yang diharapkan penulis untuk menyempurnakan skripsi ini di masa depan.