

PENGARUH PENERAPAN ARTIKEL BERBASIS SEO TERHADAP KUNJUNGAN WEBSITE PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL UNIVERSITAS JAMBI

Oleh: Suci Wulandari

Universitas Jambi

Tahun 2025

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh artikel berbasis Search Engine Optimization (SEO) terhadap peningkatan kunjungan website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. Metode yang digunakan adalah pendekatan eksploratif dengan analisis deskriptif kualitatif, berdasarkan observasi terhadap artikel SEO yang dipublikasikan dari Agustus 2024 hingga Januari 2025. Hasil menunjukkan bahwa penerapan On-Page SEO mampu meningkatkan trafik organik awal, dengan 93 kunjungan berasal dari pencarian Google. Namun, efektivitasnya masih terbatas karena kurangnya promosi, kualitas konten yang belum optimal, frekuensi unggahan yang tidak konsisten, dan belum diterapkannya strategi Off-Page SEO. Artikel bertema kurikulum lebih menarik minat audiens dibanding topik lainnya. Kesimpulan menunjukkan bahwa SEO berpotensi meningkatkan kunjungan website, tetapi memerlukan strategi yang menyeluruh dan terintegrasi agar hasilnya maksimal. Hasil ini diharapkan menjadi acuan dalam pengembangan strategi branding digital institusi pendidikan tinggi.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi internet telah mengubah banyak aspek kehidupan manusia di era digital saat ini, termasuk dalam bidang ekonomi dan bisnis. Perkembangan pesat teknologi berbasis internet mendorong transformasi cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen. Teknologi ini memungkinkan bisnis menggunakan platform digital seperti website untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing di pasar global yang kompetitif (Khairi, 2025).

Penggunaan internet dalam dunia bisnis mendukung proses operasional yang lebih efisien. Mulai dari produksi, pemasaran, hingga distribusi dapat dilakukan secara lebih hemat biaya dan efektif. Strategi ini terbukti mendorong perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan daya saingnya, terutama ketika mengintegrasikan teknologi seperti website dan SEO dalam proses bisnis digital (Irena Dinar Vania Sasikirana et al., 2024).

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018 (apjii.or.id, 2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Dalam ekosistem digital ini, Google menjadi mesin pencari paling dominan, sehingga pelaku industri berupaya memanfaatkan website dan SEO sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. Penggunaan website bukan hanya sebagai media informasi, melainkan juga sebagai media promosi dan transaksi bisnis. Salah satu alat utama dalam era digital adalah website. Website yang dikembangkan dengan strategi SEO mampu meningkatkan jumlah pengunjung, menciptakan konversi, serta memperkuat citra bisnis secara online (Petro et al., 2025). Semakin kredibel dan berkualitas konten yang disajikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap website tersebut. SEO menjadi penting karena mayoritas pengguna mesin pencari hanya mengakses halaman pertama dari Search Engine Results Page (SERP), dan 92% klik terjadi di tiga peringkat teratas (Istiqomah, 2023).

SEO terbagi menjadi dua jenis, yaitu SEO On-Page dan SEO Off-Page. SEO On-Page dilakukan dengan mengoptimasi elemen dalam website seperti struktur, konten, tag HTML, dan kecepatan loading. Sementara SEO Off-Page berkaitan dengan aktivitas di luar website seperti backlink dari situs lain. Kedua strategi ini saling melengkapi untuk mencapai peringkat tinggi dalam mesin pencari (Saravanakumar & SuganthaLakshmi, 2012).

Website institusi pendidikan, termasuk perguruan tinggi, kini juga memiliki fungsi strategis dalam membentuk citra dan reputasi akademik. Sebagai contoh, Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi dapat memanfaatkan SEO berbasis artikel untuk meningkatkan visibilitasnya secara online dan menarik minat calon mahasiswa. Hal ini mendukung transformasi digital institusi pendidikan di era modern. Penelitian terhadap dampak penerapan artikel berbasis SEO terhadap kunjungan website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi menjadi penting. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan, memperkuat citra digital kampus, serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Dengan demikian, SEO bukan hanya strategi teknis, tetapi juga alat komunikasi digital yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Universitas Jambi merupakan salah satu program unggulan yang memiliki potensi besar untuk menarik perhatian calon mahasiswa dari generasi muda. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi dalam berbagai sektor, website ini dapat menjadi daya tarik utama bagi mereka yang ingin mempersiapkan diri di era transformasi digital. Namun, promosi program studi ini membutuhkan pendekatan yang tepat agar mampu menjangkau target audiens secara efektif. Penerapan artikel berbasis SEO pada website program studi Bisnis Digital Universitas Jambi diharapkan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan kunjungan. Dengan menyajikan konten yang relevan, informatif, dan menarik, website ini dapat lebih mudah ditemukan oleh calon mahasiswa dan masyarakat umum yang mencari informasi terkait pendidikan Bisnis Digital.

Penelitian mengenai pengaruh penerapan artikel berbasis SEO terhadap kunjungan website Program Studi Bisnis Digital penting dilakukan untuk mengidentifikasi sejauh mana strategi ini mampu memberikan dampak positif. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan untuk pengembangan strategi digital yang lebih baik di masa mendatang. Selain meningkatkan jumlah kunjungan, strategi SEO juga berkontribusi

dalam membangun citra institusi yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dengan menghadirkan konten berkualitas tinggi dan relevan, Program Studi Bisnis Digital dapat memperkuat posisinya sebagai institusi pendidikan yang kompetitif di era digital. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan strategi promosi digital, tetapi juga memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya penerapan SEO dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital di sektor pendidikan. Upaya ini diharapkan mampu mendukung pertumbuhan jumlah mahasiswa baru serta memperluas jangkauan informasi yang disampaikan oleh Program studi Bisnis Digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan artikel berbasis SEO terhadap kunjungan website Program studi Bisnis Digital Universitas Jambi, sekaligus memberikan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas kunjungan website tersebut. Pada saat ini website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi merupakan akses informasi resmi yang dirancang untuk memperkenalkan program studi ini kepada calon mahasiswa, akademisi, dan masyarakat umum. Secara keseluruhan, website ini memiliki struktur yang sederhana dengan navigasi yang jelas, sehingga memudahkan pengunjung dalam mengakses informasi. Menu utama yang tersedia mencakup "Beranda," "Tentang Kami," "Akademik," "Kegiatan," dan "Kontak," memberikan gambaran menyeluruh mengenai program studi ini. Dari segi konten, website ini cukup informatif. Terdapat informasi penting seperti visi dan misi program studi, profil lulusan, serta daftar mata kuliah yang diajarkan. Selain itu, bagian berita dan kegiatan menampilkan berbagai aktivitas serta prestasi mahasiswa, seperti kemenangan dalam kompetisi internasional. Hal ini menunjukkan upaya program studi Bisnis Digital untuk memperlihatkan kualitas mereka melalui kegiatan dan pencapaian yang relevan.

Integrasi media sosial juga mempermudah pengunjung untuk mengikuti perkembangan terbaru secara langsung. Namun, terdapat beberapa aspek yang memerlukan perhatian. Kecepatan situs website bisa menjadi salah satu hal yang perlu diperbaiki, terutama untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, dengan desain website yang sudah cukup baik, responsivitas untuk perangkat mobile perlu dioptimalkan lebih lanjut. Hal ini penting karena sebagian besar pengguna internet saat ini mengakses

situs melalui ponsel. Informasi yang tersedia juga perlu diperbarui secara berkala, terutama di bagian berita atau jadwal kegiatan, agar tetap relevan dan tetap up to-date.

BAB II

METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksploratif. Penelitian eksploratif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari tahu atau menyelidiki secara mendalam suatu permasalahan atau fenomena yang belum banyak diketahui. Penelitian ini bersifat terbuka terhadap temuan baru dan bertujuan untuk memformulasikan generalisasi berdasarkan pendekatan induktif (Mudjiyanto, 2018). Penelitian eksploratif ini salah satu jenis penelitian sosial yang tujuannya untuk memberikan sedikit definisi atau penjelasan mengenai konsep atau pola yang digunakan dalam penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti belum memiliki gambaran akan definisi atau konsep penelitian. Peneliti akan mengajukan what untuk menggali informasi lebih jauh. Sifat dari penelitian ini adalah kreatif, fleksibel, terbuka, dan semua sumber dianggap penting sebagai sumber informasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjadikan topik baru lebih dikenal oleh masyarakat luas, memberikan gambaran dasar mengenai topik bahasan, menggeneralisasi gagasan dan mengembangkan teori yang bersifat tentatif, membuka kemungkinan akan diadakannya penelitian lanjutan terhadap topik yang dibahas, serta menentukan teknik dan arah yang akan digunakan dalam penelitian berikutnya.

Penelitian kualitatif deskriptif menggambarkan data secara mendalam tanpa statistik, melalui observasi dan wawancara, sehingga menghasilkan interpretasi kontekstual atas kondisi yang sebenarnya (Zaini et al., 2023). Penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh informasi mengenai bagaimana peran SEO dalam memproduksi artikel harian untuk meningkatkan daya tarik pengunjung pada website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjelaskan peran SEO sebagai salah satu strategi digital marketing yang diterapkan pada website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi.

Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan. Selain itu landasan teori ini juga bermanfaat untuk memberikan

gambaran umum tentang latar penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian. Dalam penelitian kualitatif peneliti bertolak dari data, memanfaatkan teori yang ada sebagai bahan penjelas, dan berakhir dengan suatu teori.

Jenis Dan Metode Pengumpulan Data Pada penelitian ini, penulis akan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan skunder. data primer adalah data yang diperoleh penulis dari sumber asli atau langsung dari website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. data primer adalah data pokok yang diperlukan dalam penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber objek penelitiannya. Singkatnya, data primer adalah keseluruhan data hasil penelitian yang didapatkan dari lapangan Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung diberikan kepada penumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Data sekunder dapat dikatakan data yang diperoleh peneliti Melalui sumber perantara dan diperoleh dengan cara mengutip dari sumber lain berupa literatur berupa buku, skripsi, jurnal dan data pendukung yang diperoleh penulis dari sumber informasi kemudian dikumpulkan selama proses penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari beberapa sumber, dengan menggunakan teknik penumpukan data yang bermacam macam dan dilakukan secara terus menerus sampai jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus mengakibatkan variasi data tinggi sekali. untuk itu perlu adanya sebuah teknik untuk menganalisis data tersebut. Pada penelitian ini penulis menggunakan tiga teknik analisis data yakni reduksi data, penyajian data, dan konklusi atau penarikan Kesimpulan

Reduksi data, data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu diperlukan dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, mengfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya serta mencarinya bila diperlukan. Penyajian data, setelah proses data di reduksi, maka langkah berikutnya adalah menyajikan data. data temuan dilapangan dianalisis dan disajikan dalam bentuk uraian singkat atau teks naratif, bagan, flowchart, gambar dan sebagainya. langkah terakhir dalam proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau konklusi.

BAB III

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Hasil Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penerapan artikel berbasis SEO berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan ke website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. Penelitian ini selaras dengan latar belakang yang telah dijelaskan pada BAB I, di mana website program studi berperan penting sebagai media promosi digital dan penyampai informasi kepada calon mahasiswa. Selama periode observasi yang dilakukan sejak November 2024 hingga Januari 2025, telah dipublikasikan sejumlah artikel SEO yang disusun dengan memperhatikan struktur On-Page SEO sebagaimana dijelaskan dalam BAB II, seperti penggunaan kata kunci relevan, penulisan judul yang mengandung keyword utama, meta description yang mengundang klik, heading yang terstruktur, serta penambahan alt text pada gambar. Artikel-artikel tersebut diharapkan mampu meningkatkan visibilitas halaman web pada hasil pencarian di mesin pencari seperti Google (SERP). Berikut adalah data artikel yang diamati dan jumlah kunjungan yang tercatat:

1. "Prospek Kerja Jurusan Bisnis Digital" – diterbitkan 29 Januari 2025, memperoleh 7 views.
2. "Apa Pekerjaan Setelah Lulus di Jurusan Bisnis Digital" – diterbitkan 27 Desember 2024, memperoleh 4 views.
3. "Pelajaran di Prodi Bisnis Digital: Mata Kuliah yang Harus Diketahui" – diterbitkan 27 Desember 2024, memperoleh 44 views.
4. "7 Alasan Kenapa Kamu Harus Kuliah Jurusan Bisnis Digital"-diterbitkan 22 februari memperoleh 26 views.
5. "Kuliah Bisnis Digital? Ini yang Akan Anda Pelajari" – diterbitkan 29 Agustus 2024, memperoleh 0 view.

Dari data tersebut, terlihat bahwa artikel yang mendapatkan jumlah kunjungan tertinggi adalah "Pelajaran di Prodi Bisnis Digital" dengan 44 views. Sementara itu, artikel lain hanya memperoleh sedikit kunjungan, bahkan ada yang sama sekali tidak dikunjungi. Ini menunjukkan bahwa meskipun telah diterapkan prinsip dasar SEO, pengaruhnya terhadap peningkatan jumlah pengunjung belum maksimal.

Berdasarkan data statistik dari plugin WordPress halaman paling banyak dikunjungi adalah:

1. Halaman beranda (Home Page): 61 views
2. Artikel "Pelajaran di Prodi Bisnis Digital": 44 views
3. Artikel "7 Alasan Kenapa Kamu Harus Kuliah Jurusan Bisnis Digital": 26 views

Sebagian besar pengunjung mengakses website menggunakan smartphone (62,4%), diikuti oleh desktop (36%), dan tablet (1,6%). Ini menguatkan pembahasan sebelumnya pada BAB IV mengenai pentingnya optimalisasi tampilan mobile untuk meningkatkan kenyamanan pengguna. Asal negara pengunjung menunjukkan bahwa mayoritas berasal dari Indonesia (120 pengunjung), disusul oleh Amerika Serikat (5 pengunjung). Adapun sumber trafik utama berasal dari mesin pencari Google.com dengan total 93 kunjungan, yang menunjukkan bahwa strategi SEO telah memberikan kontribusi dalam menarik trafik organik meskipun belum optimal.

3.2 Pembahasan Penelitian

3.2.1 Analisis Hasil Observasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa artikel berbasis SEO yang diterapkan belum mampu meningkatkan jumlah kunjungan secara signifikan. Hal ini sejalan dengan yang telah dijabarkan pada BAB II mengenai peran SEO yang memerlukan sinergi antara konten berkualitas, teknik optimasi, dan strategi distribusi. Dalam konteks penelitian ini, terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab rendahnya hasil, yaitu: Promosi eksternal yang minim: Artikel belum didistribusikan secara aktif melalui media sosial, grup kampus, atau kanal promosi lainnya. Kualitas konten belum optimal: Beberapa artikel belum sepenuhnya menjawab kebutuhan informasi yang dicari calon mahasiswa. Frekuensi posting tidak teratur: Google dan mesin pencari lainnya lebih menyukai website dengan update konten yang konsisten. Gangguan teknis saat proses upgrade website pada Januari 2025 berdampak pada performa aksesibilitas dan analitik. Struktur artikel kurang menarik: Judul artikel belum seluruhnya mengandung format pertanyaan atau listicle yang disukai pengguna.

3.2.2 Evaluasi Strategi SEO

Strategi SEO yang digunakan masih terbatas pada aspek On-Page SEO dasar. Dalam BAB II telah dijelaskan bahwa SEO yang efektif mencakup teknik lanjutan seperti

riset kata kunci secara mendalam, optimasi media visual, internal linking, backlink building, dan distribusi lintas kanal. Namun pada praktiknya, strategi tersebut belum diterapkan secara menyeluruh pada website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. Beberapa aspek penting yang belum optimal antara lain:

1. Riset keyword lebih lanjut sesuai pencarian calon mahasiswa
2. Optimalisasi gambar dan teks alternatif (alt text)
3. Penguatan internal dan eksternal linking
4. Promosi melalui media sosial dan email kampus
5. Perolehan backlink dari media pendidikan atau alumni

Kendati demikian, data yang menunjukkan 93 kunjungan berasal dari Google membuktikan bahwa SEO tetap memiliki potensi awal yang positif. Potensi ini harus ditindaklanjuti dengan strategi yang lebih menyeluruh.

3.2.3 Implikasi Penelitian

Hasil ini menunjukkan bahwa keberhasilan SEO tidak bisa hanya bergantung pada struktur teknis artikel. Dibutuhkan kombinasi antara kualitas konten, promosi aktif, dan dukungan teknis website. Hal ini memperkuat penjelasan pada BAB III tentang pentingnya pendekatan eksploratif untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang memengaruhi hasil SEO secara lebih luas. Selain itu, temuan ini mendukung urgensi yang disampaikan dalam BAB I bahwa website program studi harus adaptif terhadap perkembangan teknologi digital untuk menjadi media promosi dan komunikasi yang efektif. Peningkatan trafik bukan hanya berdampak pada visibilitas digital, tetapi juga pada brand awareness, citra institusi, dan daya tarik calon mahasiswa baru. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar dalam menyusun strategi promosi digital berbasis SEO yang lebih terintegrasi di masa mendatang, sesuai dengan visi misi program studi yang telah dijelaskan dalam BAB IV.

3.2.4 Keterkaitan Antara Topik Artikel dan Ketertarikan Audiens

Dari data yang telah disampaikan sebelumnya, terlihat bahwa artikel “Pelajaran di Prodi Bisnis Digital” memperoleh kunjungan tertinggi, yaitu 44 views. Hal ini mengindikasikan bahwa topik artikel yang secara langsung menjawab kebutuhan informasi calon mahasiswa khususnya terkait isi kurikulum dan pengalaman belajar memiliki daya tarik lebih tinggi dibandingkan topik umum. Konten edukatif memberikan nilai tambah

kepada audiens serta berdampak positif dalam mencapai tujuan optimasi melalui prinsip-prinsip SEO. Judul konten yang menarik dan relevan, seperti ‘apa yang dipelajari di jurusan X’, cenderung mendapat klik lebih banyak karena sesuai dengan search intent pengguna (Saravanakumar & SuganthaLakshmi, 2012). Hal ini menunjukkan bahwa konten SEO yang relevan tidak hanya bergantung pada penerapan teknis seperti heading dan meta description, tetapi juga harus mempertimbangkan kebutuhan informasi dari calon pengunjung.

3.2.5 Peran Distribusi Konten dan Promosi Lintas Kanal

Strategi SEO yang diterapkan selama observasi masih berfokus pada struktur On-Page SEO, tanpa dukungan distribusi eksternal seperti media sosial, forum pendidikan, atau platform kampus. Menurut (Prihati 2024).(Prihati, Luky et al., n.d.) SEO On-Page mencakup optimasi internal website seperti meta tags dan struktur URL, sementara SEO Off-Page menitikberatkan pada faktor eksternal seperti backlink dan promosi media sosial. Kombinasi keduanya diperlukan untuk hasil maksimal, strategi SEO akan lebih optimal bila dikombinasikan dengan promosi konten melalui kanal digital lain, seperti Instagram, WhatsApp Group kampus, serta backlink dari portal pendidikan. Tanpa distribusi yang memadai, artikel SEO hanya akan mengandalkan pencarian organik dan berpotensi kurang ditemukan oleh target audiens. Oleh karena itu, hasil penelitian ini menunjukkan perlunya membangun sinergi antara strategi SEO dengan strategi distribusi konten lintas platform agar kunjungan ke website dapat meningkat secara signifikan.

3.2.6 Optimalisasi SEO Mobile dan Pengalaman Pengguna

Sebagian besar pengunjung website mengakses melalui perangkat mobile (62,4%), yang memperkuat pentingnya pengoptimalan tampilan mobile. Google sendiri telah mengadopsi pendekatan mobile-first indexing, di mana versi mobile website dijadikan prioritas dalam proses crawling dan ranking. (Firdausi 2024)(Irena Dinar Vania Sasikirana et al., 2024) menjelaskan bahwa kecepatan akses, struktur navigasi sederhana, dan tampilan yang responsif merupakan faktor krusial dalam SEO modern karena secara langsung memengaruhi pengalaman pengguna. Dengan demikian, selain memproduksi konten SEO-friendly, aspek teknis seperti kecepatan loading dan desain mobile juga menjadi bagian penting yang harus terus ditingkatkan.

3.2.7 Implikasi Akademik dan Digital Branding Institusi

Meskipun hasil kunjungan belum maksimal, penelitian ini memberikan pemahaman penting bahwa penerapan SEO dapat berkontribusi terhadap citra digital institusi. Kehadiran konten-konten informatif yang terstruktur SEO, meskipun belum masif, mampu menciptakan kesan profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Menurut (Setiawati & Ismail, 2025), Pemanfaatan Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness Institusi Pendidikan Tinggi. Implementasi digital marketing seperti SEO, social media, dan content marketing signifikan meningkatkan brand awareness institusi Pendidikan tinggi. Meskipun tidak secara spesifik akademik, studi ini menegaskan bahwa artikel dan konten SEOfriendly membantu membangun citra positif institusi serta memperluas jangkauan audiens. Hal ini sesuai dengan misi Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi yang unggul dalam aspek teknologi digital dan keterbukaan informasi.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap penerapan artikel berbasis SEO pada website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi, dapat disimpulkan bahwa, Penerapan artikel berbasis SEO belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah kunjungan ke website Program Studi Bisnis Digital Universitas Jambi. Hal ini terlihat dari rendahnya jumlah kunjungan pada sebagian besar artikel, bahkan terdapat artikel yang tidak memperoleh kunjungan sama sekali. Artikel dengan jumlah kunjungan tertinggi adalah yang memiliki topik spesifik dan informatif, yakni artikel “Pelajaran di Prodi Bisnis Digital” yang memperoleh 41 views. Ini menunjukkan bahwa topik yang relevan dan menjawab kebutuhan calon mahasiswa lebih berpotensi menarik trafik. Sebagian besar trafik berasal dari mesin pencari Google (93 kunjungan), yang mengindikasikan bahwa penerapan dasar-dasar SEO telah mampu memberikan kontribusi awal dalam menarik trafik organik, meskipun belum maksimal. Faktor penghambat efektivitas SEO di antaranya adalah kurangnya promosi konten, kualitas konten yang belum optimal, gangguan teknis pada website selama proses upgrade, serta belum diterapkannya strategi SEO lanjutan seperti off-page SEO dan distribusi lintas platform. Sebagian besar pengunjung mengakses website melalui perangkat mobile, menguatkan urgensi untuk mengoptimalkan desain dan kecepatan tampilan pada perangkat tersebut.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, berikut adalah saran yang dapat diberikan: Optimalkan kualitas dan relevansi konten dengan melakukan riset kata kunci yang lebih mendalam dan menyajikan artikel yang menjawab pertanyaan umum calon mahasiswa, seperti peluang karier, pengalaman alumni, serta informasi beasiswa dan kegiatan akademik. Tingkatkan frekuensi dan konsistensi publikasi konten agar mesin pencari menganggap website aktif dan layak diberi peringkat lebih tinggi di SERP (Search Engine Results Page). Perluas jangkauan distribusi konten melalui promosi digital, seperti media sosial program studi, grup WhatsApp kampus, email marketing, dan kerja sama dengan

media atau komunitas pendidikan. Perkuat strategi Off-Page SEO dengan membangun backlink berkualitas dari situs pendidikan, media lokal, alumni, atau forum akademik, guna meningkatkan otoritas domain. Perbaiki aspek teknis website, termasuk mempercepat loading time, memastikan tampilan mobile-friendly, dan memastikan fitur analitik seperti Google Analytics berjalan normal untuk memantau performa setiap konten. Lakukan audit SEO secara berkala dan evaluasi strategi yang telah dijalankan agar perbaikan dan penyesuaian dapat dilakukan secara berkelanjutan dan berbasis data.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W. (2020). Implementasi Teknik SEO Dengan Menggunakan Metode On Page dan Off Page SEO (Studi Kasus KUB Sumber Rejeki). *Jurnal Ilmu Informatika Dan Manajemne*, 14(2), 117–124.
- apjii.or.id. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Apjii.or.Id. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arfan, N., -, H., & Ali Hasan, H. (2022). Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), 212–224. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v6i2.1452>
- Arifin, B. (2016). *KONSEP DIGITAL MARKETING BERBASIS SEO (SEARCH ENGINE OPTIMIZATION) DALAM STRATEGI PEMASARAN*. 4, 1–23.
- Erwin Erwin, Elia Ardyan, Arifai Ilyas, M. P. A. (2023). *DIGITAL MARKETING : Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Halilintar, R. B., & Ariyus, D. (2018). Implementasi Seo (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Serp (Search Engine Result Page) Studi Kasus : Website Gallery. *UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta*, 13–18.
- Hariaji, G., Arifianto, D., & Wahanggara, V. (2021). *Analisis Penerapan Seo (Search Engine Optimization) Pada Website*. 8, 2–6.
- Irena Dinar Vania Sasikirana, Aulia Safira Dewi, Queena Aurora Khayzuran, Sabrina Puspa Firdausy, & Denny Oktavina Radianto. (2024). Strategi Pemasaran Digital Yang Efektif Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 166–177. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.2092>
- Istiqomah, N. H. (2023). Transformasi Pemasaran Tradisional Ke E-Marketing: Tinjauan Literatur Tentang Dampak Penggunaan Teknologi Digital Terhadap Daya Saing Pemasaran Bisnis. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 4(2), 72–87. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v4i2.2430>

- Khairi, B. R. (2025). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1, 1.
- Mudjiyanto, B. (2018). *STUDI KOMUNIKASI DAN MEDIA Perilaku Media Massa Amerika Serikat pada Pemilihan Presiden Tahun 2016 Siswanto Pengaruh Social Media Marketing terhadap Ekuitas Merek Metta Ratana Indeks Kepuasan Masyarakat terhadap Layanan Komunikasi Data di PJKKD BATAN Hubu*. 22(1). <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jksm>
- Nanda Aristya, K., Tridian Galih, S., & Agung Prakoso, S. (2024). Strategi Optimasi SEO On-Page Dalam Penulisan Artikel Untuk Meningkatkan Trafik Organik Pada Website E-Commerce. *Future Academia : The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(3), 273–279. <https://doi.org/10.61579/future.v2i3.170>
- Nugroho, B. P., Alam, S., & Aris, V. (2025). *Analisis Implementasi Search Engine Optimization (SEO) Pada Konten Artikel Terhadap Trafik Website*. 3(4).
- Permatasari, D., Yogapratama, F., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Umkm Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Journal Pengabdian Masyarakat*, 2, 60–72.
- Petro, P. T., Samudra, J., & Kunci, K. (2025). *OPTIMALISASI SEARCH ENGINE OPTIMIZATION (SEO) UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN DIGITAL PADA WEBSITE Abstraksi Keywords : Pendahuluan Tinjauan Pustaka*. 6(2).
- Prihati, Luky, M., Adi, R., Yani, & Prakoso, S. A. (n.d.). *Implementasi Teknik SEO On-Page dan Off-Page dalam Meningkatkan Peringkat Website Klien PT . Deus Code (Studi Kasus greenmile . co . id)*. 1002–1013.
- Saravanakumar, M., & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. In *Life Science Journal* (Vol. 9, Issue 4). <https://doi.org/10.34925/eip.2024.163.2.161>
- Setiawati, I. B., & Ismail, J. (2025). *Pemanfaatan Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness Institusi Pendidikan Tinggi*.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M. D., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4), 1–17.
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue

1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBERTUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Untari Ningsih, D. H., Santoso, D. B., Mariana, N., & Saefurrohman, S. (2022). Model Strategi Edumarketplace Selasarkaryakriya Dengan Pendekatan Integrated Marketing Communication. *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, 11(3), 415–422. <https://doi.org/10.32736/sisfokom.v11i3.1505>

Zaini, P. M., Zaini, P. M., Saputra, N., Penerbit, Y., Zaini, M., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue May).