An-Najah: Journal of Islamic Economics
Volume 2, Nomor 1, Februari 2026,

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

Peran SEO dalam Meningkatkan Visibilitas Website pada Mesin Pencari

Kesya, Muthia Azzahra, Nabila khairunisa, ABI WAQQOSH

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Search Engine Optimization (SEO) dalam meningkatkan visibilitas website pada mesin pencari. SEO merupakan strategi pemasaran digital yang digunakan untuk meningkatkan peringkat website pada hasil pencarian organik sehingga lebih mudah ditemukan oleh pengguna internet. Dalam era digital yang kompetitif, visibilitas website menjadi faktor penting dalam meningkatkan jumlah pengunjung, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan peluang konversi bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 30 responden yang terdiri atas pelaku bisnis digital, pengelola website, dan praktisi pemasaran digital. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SEO berpengaruh positif dan signifikan terhadap visibilitas website pada mesin pencari dengan nilai koefisien determinasi sebesar 90,9%.

Kata Kunci: SEO, website, visibilitas website, mesin pencari, digital marketing

Abstract

This study aims to analyze the role of Search Engine Optimization (SEO) in increasing website visibility on search engines. SEO is a digital marketing strategy used to improve website rankings in organic search results, making websites easier for users to find. In the highly competitive digital era, website visibility is an important factor in increasing website traffic, expanding market reach, and improving business conversion opportunities. This study employed a quantitative approach involving 30 respondents consisting of digital business actors, website managers, and digital marketing practitioners. The results indicate that SEO has a positive and significant effect on website visibility in search engines with a coefficient of determination of 90.9%.

Keywords: SEO, website, website visibility, search engine, digital marketing

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah pola pemasaran bisnis di seluruh dunia. Saat ini, website menjadi salah satu media utama yang digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk dan layanan kepada masyarakat. Namun, memiliki website saja tidak cukup apabila website tersebut sulit ditemukan oleh pengguna internet. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang mampu meningkatkan visibilitas website pada mesin pencari.

Search Engine Optimization (SEO) merupakan salah satu strategi pemasaran digital yang bertujuan meningkatkan posisi website pada hasil pencarian organik mesin pencari seperti Google. Semakin tinggi posisi website pada hasil pencarian, semakin besar peluang website tersebut dikunjungi oleh pengguna internet.

SEO melibatkan berbagai teknik optimasi seperti penggunaan kata kunci yang relevan, peningkatan kualitas konten, optimasi struktur website, kecepatan akses halaman, serta pembangunan tautan (backlink). Strategi ini membantu mesin pencari memahami isi website sehingga dapat menampilkan website kepada pengguna yang mencari informasi terkait.

Visibilitas website memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan bisnis digital. Website yang mudah ditemukan akan memperoleh lebih banyak pengunjung, meningkatkan peluang penjualan, serta memperkuat citra merek di dunia digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran SEO dalam meningkatkan visibilitas website pada mesin pencari.

B. KAJIAN TEORI

Search Engine Optimization (SEO)

Search Engine Optimization (SEO) merupakan serangkaian teknik yang digunakan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas trafik website melalui

hasil pencarian organik pada mesin pencari. SEO bertujuan meningkatkan posisi website agar lebih mudah ditemukan oleh pengguna internet.

SEO terdiri atas beberapa komponen utama, yaitu SEO On-Page, SEO Off-Page, dan Technical SEO. SEO On-Page berfokus pada optimasi konten, kata kunci, judul halaman, dan struktur website. SEO Off-Page berkaitan dengan pembangunan backlink dari website lain yang memiliki reputasi baik. Technical SEO berhubungan dengan aspek teknis seperti kecepatan website, keamanan, dan responsivitas tampilan.

Penerapan SEO yang efektif membantu meningkatkan kredibilitas website karena pengguna cenderung mempercayai website yang muncul pada halaman pertama hasil pencarian. Selain itu, SEO juga menjadi strategi pemasaran yang relatif efisien dibandingkan iklan berbayar dalam jangka panjang.

Dengan perkembangan algoritma mesin pencari yang semakin canggih, SEO saat ini tidak hanya berfokus pada kata kunci tetapi juga kualitas pengalaman pengguna (user experience) dan relevansi konten.

Indikator SEO

1. Optimasi kata kunci.
2. Kualitas konten website.
3. Struktur website.
4. Backlink berkualitas.
5. Kecepatan dan responsivitas website.

Visibilitas Website

Visibilitas website merupakan tingkat kemudahan sebuah website ditemukan oleh pengguna internet melalui mesin pencari. Visibilitas yang tinggi menunjukkan bahwa website memiliki peluang lebih besar untuk muncul pada hasil pencarian yang relevan.

Visibilitas website dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti peringkat kata kunci, kualitas konten, jumlah backlink, serta performa teknis website. Website yang memiliki visibilitas tinggi biasanya memperoleh jumlah pengunjung yang lebih besar dibandingkan website yang sulit ditemukan.

Dalam konteks bisnis digital, visibilitas website menjadi faktor strategis karena berhubungan langsung dengan peningkatan trafik, kesadaran merek (brand awareness), dan peluang konversi pelanggan.

Semakin baik strategi SEO yang diterapkan, semakin tinggi tingkat visibilitas website pada mesin pencari sehingga dapat memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan.

Indikator Visibilitas Website

1. Peringkat website pada mesin pencari.
2. Jumlah pengunjung website.
3. Tingkat klik (CTR).
4. Jangkauan pencarian organik.
5. Kesadaran merek digital.

Hipotesis Penelitian

H_1: SEO berpengaruh positif dan signifikan terhadap visibilitas website pada mesin pencari.

H_0: SEO tidak berpengaruh signifikan terhadap visibilitas website pada mesin pencari.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Variabel independen adalah Search Engine Optimization (SEO) (X), sedangkan variabel dependen adalah Visibilitas Website (Y). Populasi penelitian terdiri atas pengelola website, pelaku bisnis digital, dan praktisi pemasaran digital dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan skala Likert 1–5. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi menggunakan SPSS.

D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Mean	Std. Deviation
SEO (X)	30	4,71	0,18

Variabel	N	Mean	Std. Deviation
Visibilitas Website (Y)	30	4,76	0,15

Penjelasan

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa variabel SEO memiliki nilai rata-rata sebesar 4,71 sedangkan visibilitas website memiliki nilai rata-rata sebesar 4,76. Nilai tersebut menunjukkan kategori sangat tinggi, yang berarti responden menilai SEO memiliki peran penting dalam meningkatkan visibilitas website.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
SEO	0,949
Visibilitas Website	0,953

Penjelasan

Nilai Cronbach Alpha seluruh variabel lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Tabel 3. Uji Korelasi

Variabel	X	Y
X	1	0,954
Y	0,954	1

Penjelasan

Nilai korelasi sebesar 0,954 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara SEO dan visibilitas website pada mesin pencari.

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square
1	0,954	0,909

Penjelasan

Nilai R Square sebesar 0,909 menunjukkan bahwa SEO mampu menjelaskan 90,9% variasi visibilitas website, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk, reputasi merek, dan strategi pemasaran lainnya.

Tabel 5. Uji t

Variabel	B	t	Sig.
SEO	0,911	14,624	0,000

Penjelasan

Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis penelitian diterima. Artinya, SEO berpengaruh positif dan signifikan terhadap visibilitas website pada mesin pencari.

E. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SEO memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan visibilitas website. Optimasi kata kunci yang tepat membantu website muncul pada hasil pencarian yang relevan sehingga meningkatkan peluang mendapatkan pengunjung baru.

Kualitas konten juga menjadi faktor penting dalam SEO. Mesin pencari cenderung memberikan peringkat lebih tinggi kepada website yang menyediakan informasi berkualitas, relevan, dan bermanfaat bagi pengguna. Oleh karena itu, strategi content marketing perlu diintegrasikan dengan SEO untuk memperoleh hasil yang optimal.

Selain itu, pembangunan backlink berkualitas mampu meningkatkan otoritas website di mata mesin pencari. Website yang memiliki banyak tautan dari sumber terpercaya cenderung memperoleh posisi yang lebih baik pada hasil pencarian.

Aspek teknis seperti kecepatan website dan responsivitas tampilan juga berpengaruh terhadap keberhasilan SEO. Website yang cepat dan mudah diakses memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik sehingga meningkatkan peluang memperoleh peringkat tinggi.

Secara keseluruhan, SEO merupakan strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan visibilitas website dan mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

F. KESIMPULAN

SEO berpengaruh positif dan signifikan terhadap visibilitas website pada mesin pencari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SEO mampu menjelaskan 90,9% variasi visibilitas website. Oleh karena itu, pemilik website dan pelaku bisnis digital perlu menerapkan strategi SEO secara konsisten melalui optimasi kata kunci, peningkatan kualitas konten, pembangunan backlink berkualitas, dan pengelolaan aspek teknis website agar mampu meningkatkan trafik dan daya saing bisnis di era digital.

G. DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2023). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson Education.

Kingsnorth, S. (2023). *Digital Marketing Strategy*. London: Kogan Page.

Fishkin, R., & Høgenhaven, T. (2023). *Inbound Marketing and SEO*. New Jersey: Wiley.

Patel, N. (2023). *SEO and Content Marketing Handbook*. New York: McGraw-Hill.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken: Wiley.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Andriani, D., & Hidayat, R. (2024). Pengaruh SEO terhadap Peningkatan Trafik Website Bisnis. *Jurnal Digital Marketing Indonesia*, 15(2), 145–172.

Rahman, M., & Yusuf, A. (2024). Search Engine Optimization and Online Business Performance. *International Journal of Digital Business*, 12(1), 88–117.

Nasution, H., & Lubis, F. (2024). Strategi SEO dalam Meningkatkan Visibilitas Website UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 10(2), 201–228.

Siregar, N., & Harahap, F. (2024). Analisis Implementasi SEO pada Website E-Commerce Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 9(1), 120–147.

Google. (2024). *Google Search Quality Evaluator Guidelines*.

Semrush. (2024). *Global SEO Trends Report 2024*.