



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**OPTIMALISASI *WEBSITE* DALAM PELAYANAN
AQIQAH
DI NURUL HAYAT SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh :

**Xavier Mochamad Yanwar Martias
NIM. B94217073**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Xavier Mochamad Yanwar Martias

Nim : B94217073

Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul *Optimalisasi Website Dalam Pelayanan Aqiqah Di Nurul Hayat Surabaya* merupakan sebuah karya tulis sendiri. Hal-hal yang berkaitan dengan karya orang lain, telah diberi tanda sitasi dan ditunjukkan di dalam daftar pustaka.

Apabila ditemukan pelanggaran dalam pernyataan saya. Maka, saya bersedia menerima sanksi, yaitu pencabutan gelar sarjana yang diperoleh dari skripsi ini.

Surabaya, 8 Juli 2021

Yang bertanda tangan



Xavier Mochamad Y.M
NIM. B94217073

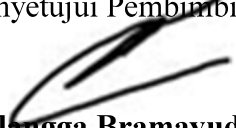
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Xavier Mochamad Yanwar Martias
Nim : B94217073
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul Skripsi : “Optimalisasi *Website* Dalam Pelayanan Aqiqah Di Nurul Hayat Surabaya”

Skripsi Ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya,

Menyetujui Pembimbing


Airlangga Bramayudha, MM.
NIP. 197912142011011005

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

OPTIMALISASI *WEBSITE* DALAM PELAYANAN AQIQAH DI
NURUL HAYAT SURABAYA

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Xavier Mochamad Yanwar Martias
B94217073

Telah diuji dan dinyatakan dalam ujian Sarjana Strata Satu pada
tanggal 08 Juli 2021

Tim Penguji

Penguji I


Airlangga Bramayudha, MM.
NIP. 197912142011011005

Penguji II


Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM.
NIP. 196212141993031002

Penguji III


H. Mufti Labib, Lc, MCL
NIP. 196401021999031001

Penguji IV


Ahmad Khairul Hakim, S.Ag., M.Si
NIP. 197512302003121001

Surabaya, 08 Juli 2021

Dekan,



Dr. H. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 196307251991031003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax. 031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Xavier Mochamad Yanwar Martias
NIM : B94217073
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi / Manajemen Dakwah
E-mail address : viernmochamad@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Optimalisasi Website Dalam Pelayanan Aqiqah di Nurul Hayat Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 26 Oktober 2021

Penulis

(Xavier Mochamad Yanwar Martias)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi *website* dalam pelayanan aqiqah di Nurul Hayat Surabaya. Hal ini dikarenakan, kini *digital marketing*, dan *e-commerce* menjadi salah satu tuntutan dari adanya kemajuan teknologi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode ini digunakan untuk meneliti secara mendalam kegiatan optimalisasi *website* dalam pelayanan aqiqah di Nurul Hayat Surabaya. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara, observasi, serta dokumentasi.

Dalam penelitian ini, peneliti telah mendapatkan hasil yaitu. Pertama, *website* Aqiqah Nurul Hayat menerapkan konsep *userable*. Sehingga, jenis *website* yang digunakan adalah *commercial website* dengan desain yang sederhana, ringan, dan informatif. Kedua, Aqiqah Nurul Hayat menggunakan metode survey untuk mengukur serta mengetahui keefektivitasan metode yang digunakan. Ketiga, Aqiqah Nurul Hayat lebih mengutamakan penggunaan SEO.dalam proses optimalisasi *websitenya*.

Kata kunci : Optimalisasi Website, Pelayanan Aqiqah

Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
MOTTO.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Definsi Konsep.....	11
F. Sistematika Pembahasan	13
BAB II : KAJIAN TEORITIK	15
A. Kerangka Teoritik.....	15
1. Website.....	15
a. Pengertian.....	15
b. Macam-Macam Website	16
c. Hal-Hal Penting dalam Website	19
2. Optimalisasi Website.....	22
a. Pengertian Optimalisasi Website.....	22
b. Konsep Optimalisasi Website	23
c. Teknik Optimalisasi Website	24
3. Pelayanan	27
a. Pengertian.....	27
b. Dasar-Dasar Pelayanan Prima	28
c. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan	28
4. Pelayanan Menurut Sudut Pandang Islam	29
5. Aqiqah	31
a. Pengertian Aqiqah	31

b. Sejarah Aqiqah	32
c. Hukum Aqiqah	32
d. Tata Cara Aqiqah	34
e. Hikmah Aqiqah	35
6. Produk Aqiqah.....	35
B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	36
BAB III : METODE PENELITIAN	39
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	39
B. Lokasi Penelitian.....	39
C. Jenis dan Sumber data	39
D. Tahap-Tahap Penelitian	41
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Teknik Validitas Data	44
G. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
1. Tentang Aqiqah Nurul Hayat.....	47
2. Visi dan Misi.....	50
3. Legalitas	51
4. Komitmen	51
5. Struktur Organisasi	53
B. Penyajian Data	54
1. Konsep Website Aqiqah Nurul Hayat	54
2. Mengetahui Efektivitas Penggunaan Website dalam Pelayanan Aqiqah	60
3. Optimalisasi Website Aqiqah Nurul Hayat.....	65
C. Analisis Data	70
1. Sudut Pandang Teori.....	70
2. Sudut Pandang Islam	92
BAB V : KESIMPULAN	97
Daftar Pustaka.....	99

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, kini segala sesuatu dapat dilakukan secara *online*. Baik dalam segi pendidikan, jual beli, komunikasi, bahkan dalam berdakwah. Dengan adanya alat yang disebut dengan internet, kini segala kebutuhan kian mudah didapatkan. Termasuk juga dalam memenuhi kebutuhan aqiqah untuk sang anak.

Aqiqah merupakan ibadah dengan cara menyembelih hewan qurban untuk mensyukuri kelahiran seorang anak. Aqiqah berasal dari kata '*Aqqa*' yang berarti mencukur atau menyembelih kambing.¹ Sehingga, aqiqah dilakukan dengan cara mencukur rambut sang anak pada hari ketujuh kelahirannya.²

Abu Daud meriwayatkan dari Samurah bin Jundab bahwa Rasulullah SAW bersabda “Semua anak tergadaikan dengan aqiqahnya. Maka sembelihlah hewan (kambing), kemudian dicukur rambutnya dan diberi nama”³. Oleh karena itu, maka aqiqah menjadi sunnah yang harus dikerjakan. Karena, anak yang belum mendapatkan aqiqah akan menghalangi *syafaat* untuk kedua orang tuanya.⁴

¹ M. Khoir Al-Khusyairi, "Nilai-Nilai Pendidikan dalam Hadits Ibadah Aqiqah", *Jurnal Al-Hikmah*, Vol.12, No.2, 2015, hal.153

² M.Niphan Abdul Halim, *Mendidik Keshalehan Anak (Akikah, Pemberian Nama, Khitan, dan Maknanya)*, (Jakarta : Pustaka Amani, 2001), hal.4

³ <https://almanhaj.or.id/856-ahkamul-aqiqah.html> , diakses 1 Desember 2020, pada pukul 08.15 WIB

⁴ M. Khoir Al-Khusyairi, *Nilai-Nilai Pendidikan dalam Hadits Ibadah Aqiqah*, hal.153

Aqiqah pertama kali dilakukan oleh Rasulullah SAW. Menurut riwayat dari Ibnu Abbas, Rasulullah SAW melaksanakan aqiqah saat kelahiran cucunya Hasan dan Husein.⁵ Aqiqah yang dilaksanakan oleh Rasulullah kemudian diikuti oleh para sahabat, hingga saat ini.

Di zaman yang sudah semakin canggih ini, terdapat banyak sekali penyedia jasa aqiqah yang dapat ditemui. Penyedia jasa aqiqah ini memiliki berbagai macam penawaran yang berbeda-beda. Sehingga, masyarakat dapat lebih mudah untuk memilih produk mana yang akan mereka pilih melalui internet. Salah satu dari sekian banyak penyedia aqiqah di Indonesia adalah Aqiqah Nurul Hayat.

Aqiqah Nurul Hayat merupakan program layanan aqiqah yang dimiliki oleh Yayasan Nurul Hayat. Yayasan ini memiliki banyak sekali program mandiri, serta program untuk menyejahterakan masyarakat. Dengan banyaknya program pada lembaga ini, maka lembaga ini tidak lepas dari adanya kegiatan manajemen.

Manajemen merupakan sebuah ilmu yang dibutuhkan dalam proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengawasan. Marry Parker Follet dan Stoner J.A mengatakan bahwa manajemen adalah sebuah seni. Seni dalam manajemen ini pada dasarnya adalah proses menyelesaikan pekerjaan dengan menggunakan orang lain. Sehingga, manajemen tidak dapat berdiri sendiri. Manajemen membutuhkan orang-orang lain dalam proses pelaksanaannya.⁶ Oleh karena itu, organisasi tidak dapat berdiri hanya dengan satu orang saja. Terdapat berbagai bidang yang harus diisi oleh orang-orang yang memiliki keahlian di bidang tersebut. Dengan begitu, maka fungsi-fungsi dalam manajemen dapat berjalan sesuai dengan sumber daya manusia yang ada.

⁵ M. Khoir Al-Khusyairi, *Nilai-Nilai Pendidikan dalam Hadits Ibadah Aqiqah*, hal.160

⁶ Dian Wijayanto, SPi, MM, MSE. *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal.1

Manajemen juga merupakan aktivitas dalam organisasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan secara efisien dan efektif.⁷ Sehingga, manajemen menjadi cara atau upaya dalam mewujudkan visi, misi, serta tujuan dari berdirinya suatu organisasi. Oleh sebab itu, maka manajemen memiliki beberapa fungsi untuk mewujudkan visi, misi, dan tujuan tersebut. Salah satu dari fungsi manajemen yaitu *Actuating*.

Actuating secara bahasa merupakan langkah yang diambil oleh perusahaan dalam mewujudkan tujuan. Langkah perusahaan ini dilakukan dengan berpedoman pada perencanaan yang telah disusun sebelumnya.⁸ G.R Terry mengatakan *actuating* dapat meningkatkan kerja sama anggota. Kinerja anggota menjadi lebih ikhlas dan bergairah untuk mencapai tujuan sesuai *planning*.⁹ *Actuating* memiliki beberapa indikator di dalamnya. Salah satu indikatornya merupakan pelayanan.

Pelayanan merupakan tindakan pendekatan secara penuh kepada pelanggan. Pelayanan akan menghasilkan sebuah nilai kualitas pelayanan.¹⁰ Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan memiliki arti sebagai tindakan untuk memnuhi kebutuhan orang lain.¹¹

Menurut Hardiyansyah (2011), pelayanan merupakan aktivitas dalam membantu, mempersiapkan, serta mengurus

⁷ Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Ciputat Press, 2005), hal.41.

⁸ Endah Tri Wisudaningsih. "Konsep *Actuating* Dalam Al Quran dan Hadits", *Jurnal Keislaman*, Vol. 4, No. 1, 2018. hal 2

⁹ <https://www.hestanto.web.id/teori-manajemen-menurut-george-r-terry> , diakses pada 1 Desember 2020, pada pukul 09.01 WIB

¹⁰ DR.H.Amin Ibrahim, Drs., MA., *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*, (Bandung: CV.Mandar Maju, 2008) hal.15

¹¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan> , diakses 1 Desember 2020, pukul 10.32 WIB

barang maupun jasa dari satu pihak ke pihak lainnya.¹² Dengan begitu, maka pelayanan merupakan tindakan untuk memberikan bantuan yang terbaik kepada orang lain.

Agama Islam juga memperhatikan tentang konsep pelayanan. Di dalam Al Qur'an surat Al-Ma'un ayat 7, Allah memerintahkan secara tegas kepada manusia untuk memberikan bantuan yang terbaik. Kemudian, Allah SAW juga berfirman dalam Al Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ
وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ
وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (QS, Al-Baqarah (2): 267).

Ayat ini menegaskan bahwa, Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan. Manusia diperintahkan untuk mampu memberikan pelayanan yang berkualitas, baik, dan tidak buruk. Ayat ini juga menuntut manusia agar dapat berbuat baik antar sesama manusia. Ayat ini juga memerintahkan manusia agar tidak menimbun harta benda untuk dirinya sendiri.¹³

¹² Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*, (Yogyakarta : Gava Media, 2011), hal.11

¹³ Dr. Sunardi, SE., M.Si. dan Sri Handayani, SE.Sy , “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah

Seiring dengan perkembangan zaman, kini segala urusan dipermudah dengan adanya internet. Dengan adanya internet, kini organisasi maupun perusahaan mulai berlomba-lomba untuk meningkatkan pelayanannya melalui internet. Dengan begitu, konsumen tidak perlu susah payah harus ke toko atau kantor. Oleh karena itu, organisasi maupun perusahaan kini berupaya untuk mengoptimalkan *website* resminya.

Optimalisasi berasal dari kata optimal. Di dalam *Kamus Ilmiah Populer*, optimal memiliki arti baik, tertinggi, terbaik, atau paling menguntungkan. Kemudian, pengoptimalan memiliki cara maupun proses untuk menjadi atau mendapatkan yang terbaik. Dengan begitu, maka optimalisasi adalah proses untuk mendapatkan atau mencapai hasil yang terbaik.¹⁴

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, informasi menjadi sangat mudah untuk diperoleh. Perkembangan teknologi dan informasi menjadi salah satu faktor penting di dalam pasar. Hal ini dikarenakan, perusahaan dapat menyampaikan informasi kepada pelanggannya dengan sangat mudah. Kotler P mengemukakan bahwa internet merupakan pasar yang hampir sempurna.¹⁵ Hal ini dikarenakan, penjual dan pembeli dapat menerima informasi secara langsung. Pembeli juga dapat membandingkan harga antara satu penjual dengan penjual yang lainnya di seluruh

Rumah Yatim Arrohman Indonesia”, *Islaminomic Journal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* (online), 2014, hal.87, diakses pada 1 Desember 2020, pukul 12.42 WiB, dari <https://www.neliti.com/id/journals/islaminomic>

¹⁴ Heppy El Rais, *Kamus Ilmiah Populer*, Cet.1 (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2012), hal.453

¹⁵ Dedi Rianto Rahadi. “Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom*, Vol. 1, No. 1, 2011. hal 20

dunia.¹⁶ Oleh karena itu, penggunaan website sangat diperlukan. Penggunaan website ini sangat mempengaruhi hubungan perusahaan dengan konsumennya.¹⁷

Website merupakan sekumpulan halaman yang terangkum menjadi bagian yang disebut domain dan subdomain.¹⁸ *Website* tidak hanya menjadi wadah informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan. Akan tetapi, website juga dapat menjadi tempat transaksi jual beli terjadi. *Website* sangat berpengaruh terhadap terjadinya proses jual beli, terutama di situasi wabah covid 19. Wabah covid juga menyebabkan padatnya persaingan pada bisnis *online*. Banyak pengusaha, maupun perusahaan berbondong-bondong meramaikan pangsa pasar *online* ini. Baik melalui *website* pribadi, maupun *website* penyedia *marketplace* seperti shopee, tokopedia, dan lain-lain.

Pada penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti Aqiqah Nurul Hayat. Aqiqah Nurul Hayat merupakan unit usaha dari Lembaga Amil Zakat Nurul Hayat. Nurul Hayat lebih dikenal masyarakat dengan layanan aqiqahnya. Nurul Hayat telah berdiri sejak tahun 2001. Lembaga ini berfokus pada layanan sosial dan dakwah. Lembaga ini juga memiliki cita-cita untuk menjadi lembaga milik ummat yang mandiri. Sehingga,

¹⁶ Dedi Rianto Rahadi, *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*, hal 20

¹⁷ Filo Novandi Prasetya dan Idris Gautama So. “Pengaruh E-MARKETING Dan E-CRM Terhadap E-LOYALTY Website Usaha Komunikasi Pemasaran” , *BINUS BUSINESS REVIEW*, Vol. 5, No. 1, 2014. hal 9

¹⁸ Masyhar Muharam dan Andhika Giri Persada, “Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media

Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo”, *Automata* (online), Vol.1, No.20, 2020 , hal. 3, diakses 1 Desember 2020, pukul 10.23 WIB dari

<https://journal.uin.ac.id/AUTOMATA/article/view/15594>

lembaga ini mengutamakan transparansi dan akuntabilitas dana sosial milik ummat. LAZ Nurul Hayat mengutamakan amanah ummat. Sehingga, lembaga ini menggunakan hasil dari usaha mandiri lainnya untuk memberi gaji pegawai, serta untuk biaya operasional lainnya.¹⁹

Meski terkenal dengan layanan aqiqahnya, Nurul Hayat masih memiliki bidang usaha lainnya. Nurul Hayat merupakan lembaga yang bergerak di bidang sosial dan dakwah. Sehingga, Nurul Hayat memiliki usaha mandiri seperti amal zakat, umroh dan haji, pesantren yatim, pesantren tahfidz, aqiqah siap saji, dan dakwah center.²⁰ Nurul Hayat juga lembaga yang aktif di bidang wakaf. Lembaga ini sangat aktif dalam melaksanakan program wakaf, dan kegiatan sosial lainnya. Nurul hayat sangat aktif dalam memberikan bantuan kepada korban bencana baik di Indonesia maupun negara tetangga.²¹

Dalam pelaksanaan program wakaf, dan kegiatan sosial. Lembaga ini menggunakan website untuk memberitahukan program yang sedang berlangsung. Sehingga, konsumen dapat langsung mengetahui program apa yang sedang berlangsung. Lembaga ini sangat mengutamakan amanah dari konsumennya. Ketika lembaga ini mengadakan program donasi, maka dana yang terkumpul akan digunakan sesuai amanahnya. Lembaga ini mengutamakan transparansi dalam akuntabilitasnya. Sehingga, donatur dan pelanggan dapat mempercayai secara penuh dana yang mereka berikan kepada lembaga ini.

Peneliti sudah pernah melaksanakan program praktek lapangan di Aqiqah Nurul Hayat. Peneliti di tempatkan pada

¹⁹ <https://nurulhayat.org/sekilas> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.22 WIB

²⁰ <https://nurulhayat.org/index.php/sekilas> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.23 WIB

²¹ <https://nurulhayat.org/index.php/sekilas> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.23 WIB

devisi markom. Markom merupakan singkatan dari *marketing* komunikasi. Devisi ini menangani penjualan produk, optimasi *website* layanan, dan masih banyak lagi.

Peneliti diajarkan berbagai macam ilmu pemasaran secara *online*. Baik mengenai SEO, optimasi *website*, penggunaan *backlink*, dan juga *update* harga di *website* cabang serta di seluruh jejaring sosial lainnya. Akan tetapi, tim dari peneliti belum sempat mendapatkan ilmu tentang pemasaran aqiqah melalui facebook ads. Namun, hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada lembaga ini.

Berdasarkan pada pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa *Pertama*, LAZ Nurul Hayat merupakan lembaga mandiri yang memberikan pelayanan penuh terhadap kebutuhan ummat. Pelayanan penuh ini dibuktikan dengan banyaknya program layanan di bidang sosial dan dakwah. Sehingga, lembaga ini mampu bergerak di bidang sosial masyarakat dengan memperhatikan syariat agama.

Kedua, lembaga ini merupakan lembaga yang mengutamakan amanah ummat. Lembaga ini menggunakan hasil dari bidang usaha lainnya untuk membiayai pegawainya. Lembaga ini menggunakan hasil usaha lainnya untuk operasional kantor. Lembaga ini tidak menggunakan dana amanah dari ummat untuk memenuhi keperluannya. Sehingga, lembaga ini berani untuk menjamin adanya transparansi dana. LAZ Nurul Hayat juga merupakan lembaga yang aktif dalam pelayanan *onlinenya*. Akan tetapi, pelayanan *online* memiliki kelemahan.

Jasa pelayanan *online* bergantung pada koneksi internet yang stabil. Pada masa pandemi wabah covid 19, seluruh masyarakat menjadi bergantung pada jaringan internet. Namun, wabah ini tidak mengurangi tingginya angka kelahiran. Sehingga, layanan aqiqah seperti aqiqah Nurul Hayat

menawarkan paket layanannya melalui media *online*. Namun faktanya, tidak semua *website* cabang memiliki jumlah pengunjung yang banyak. Hal ini tentu menjadi permasalahan tersendiri di dalam praktek pemasarannya.

Jumlah pengunjung *website* sangat diperhitungkan oleh lembaga ini.²² Karena, jumlah pengunjung juga berpengaruh pada penjualan paket aqiqah. Di samping itu, lembaga ini juga membutuhkan jumlah klik pada alamat *website* pusat. Hal ini bertujuan agar *website* pusat berada di puncak pencarian mesin google.²³

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Alasan peneliti adalah, untuk mengetahui serta menggambarkan bagaimana proses dalam optimalisasi *website* untuk meningkatkan pelayanan serta penjualan produk aqiqah Nurul Hayat Surabaya. maka peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Optimalisasi Website Dalam Pelayanan Aqiqah di Nurul Hayat”**.

B. Rumusan Masalah

- a. Bagaimanakah konsep website yang digunakan oleh Aqiqah Nurul Hayat untuk meningkatkan pelayanannya?
- b. Bagaimanakah cara untuk mengetahui efektivitas dalam penggunaan website Aqiqah Nurul Hayat ?
- c. Bagaimanakah proses pengoptimalisasian website Aqiqah Nurul Hayat ?

²² Hasil observasi di Kantor Nurul Hayat Surabaya saat program PPL, pada 16 September 2020 , 12.25 WIB

²³ Hasil perbincangan dengan pegawai Nurul Hayat Surabaya divisi MARKOM (Marketing Komunikasi) saat program PPL pada 16 September 2020 , 09.25 WIB

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusuan masalah yang terdapat di atas. Peneliti memiliki tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan konsep *website* Aqiqah Nurul Hayat dalam upaya meningkatkan pelayanannya.
2. Untuk menjelaskan cara mengetahui keefektivitasan dalam penggunaan *website* Aqiqah Nurul Hayat.
3. Untuk menjelaskan proses pengoptimalisasian *website* yang dilakukan oleh kelompok admin *website* Aqiqah Nurul Hayat.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini memiliki beberapa manfaat, yaitu :

1. Secara Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan pembaca. Penelitian ini juga diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan, serta menjadi contoh untuk penelitian yang sejenis di masa mendatang.
 - b. Penelitian ini juga diharapkan mampu untuk mendorong semangat pembaca dalam mempelajari *website*. Sehingga, *website* dapat digunakan sebagai media untuk menghidupkan media dakwah yang sesuai dengan Al-Qur'an dan Sunnah.
2. Secara Praktis
 - a. Bagi Penulis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi pengetahuan, serta pengalaman untuk melakukan penelitian. Khususnya penelitian dalam optimalisasi *website* untuk pelayanan.

b. Bagi Pembaca

Sebagai ilmu pengetahuan tambahan bagi pembaca tentang optimalisasi *website* untuk pelayanan. Serta ilmu pengetahuan dalam optimalisasi *website* untuk media berdakwah.

c. Bagi Yayasan Nurul Hayat

Sebagai ilmu tambahan dalam meningkatkan optimalisasi *website* pelayanannya. Sehingga, mampu memberi jarak dengan kompetitornya.

E. Definisi Konsep

1. Optimalisasi *Website*

a. Optimalisasi

Optimalisasi berasal dari kata Optimal, yang berarti baik atau terbaik. Sedangkan, pengoptimalan memiliki arti sebagai proses yang terbaik.²⁴ Sehingga, cara atau metode yang terbukti mampu untuk mencapai tujuan dapat disebut sebagai optimalisasi.

Winardi dalam Ali (2014) menjelaskan bahwa optimalisasi merupakan bentuk dari usaha untuk mewujudkan keinginan dan keuntungan yang diinginkan.²⁵ Dengan kata lain, optimalisasi merupakan usaha maksimal yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang maksimal pula.

b. *Website*

Website merupakan kumpulan halaman berupa foto, gambar, video, dan informasi lainnya yang dapat diakses

²⁴ Heppy El Rais, *Kamus Ilmiah Populer*, Cet.1, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), hal.453

²⁵ Mohammad Ali, *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2014), hal.49

melalui internet.²⁶ *Website* juga merupakan kumpulan folder dan file yang berisikan banyak perintah dan fungsi.

Website terdiri dari berbagai halaman-halaman web. Kemudian, kumpulan *web* inilah yang kemudian dapat diakses melalui domain atau alamat situsnya. Secara ringkasnya, *domain* merupakan alamat dari *website*. Sedangkan *website* merupakan kumpulan dari halaman-halaman web.

2. Pelayanan Aqiqah

a. Pelayanan

Pelayanan merupakan tindakan menyediakan, memenuhi, menolong orang lain dalam memenuhi kebutuhannya.²⁷ Pelayanan juga merupakan bagian penting yang disediakan oleh produsen untuk memuaskan konsumennya. Pelayanan dikenal masyarakat sebagai bentuk dari adanya penyedia jasa. Akan tetapi, setiap kegiatan yang dikerjakan manusia merupakan pelayanan. Hal ini dikarenakan, manusia beraktivitas dalam rangka memenuhi kebutuhannya.

b. Produk Aqiqah

Aqiqah merupakan tindakan rasa syukur kepada Allah atas kelahiran seorang anak. Aqiqah pertama kali dilakukan oleh Rasulullah SAW pada saat kelahiran cucunya Hasan dan Husein. Rasulullah SAW juga mengatakan bahwa kelahiran seorang anak akan tergadaikan dengan aqiqahnya.²⁸

²⁶ <https://docplayer.info/33497837-Pengertian-website-dan-fungsinya.html> , diakses 5 Desember 2020, pukul 10.57 WIB

²⁷ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan> , diakses 5 Desember 2020, pukul 12.43 WIB

²⁸ Muhammad Nasiruddin Al-Bani, *Sahih Sunan Abi Dawud*, terj. Abd. Mufid Ihsan, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hal. 311

Aqiqah Nurul Hayat memberikan jasa aqiqah siap saji. Aqiqah Nurul Hayat juga memberikan berbagai penawaran menarik untuk calon pelanggannya. Dengan berbagai varian menu dan harga, maka pelanggan akan bebas memilih paket yang diinginkan.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Oleh karena itu, sistematika pembahasan sangat diperlukan. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut :

Pertama, Bab ini akan berisikan pendahuluan yang akan menjelaskan mengenai latar belakang dari masalah dalam penelitian ini. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini meliputi optimalisasi *website*, pelayanan, dan produk aqiqah. Dalam bab ini, peneliti juga membahas sedikit tentang profil dari obyek penelitian. Kemudian, peneliti juga menjelaskan rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian, serta manfaat dari penelitian. Setelah itu, peneliti juga akan menyajikan definisi konsep serta sistematika pembahasan dalam penelitian ini.

Kedua, pada bab ini akan berisikan kajian teori dan juga penelitian terdahulu yang relevan. Kajian teori ini digunakan untuk mengulas permasalahan dari penelitian ini. Kajian teori yang digunakan merupakan teori umum dan juga teori berdasarkan perspektif Islam. Kemudian, peneliti menyajikan kerangka teori yang terdiri dari optimalisasi *website*, pelayanan, dan juga produk aqiqah.

Ketiga, bab ini akan membahas tentang metode penelitian. Pada bab ini akan menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian, seperti pendekatan, jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validasi, dan teknik analisis data.

Keempat, bab ini berisikan hasil dari penelitian. Hasil penelitian berupa gambaran umum dari objek penelitian, penyajian dan analisis data dituangkan ke dalam bab ini. Gambaran umum obyek penelitian yang disajikan berupa sejarah, visi, misi, tujuan, serta struktur organisasi. Kemudian, peneliti akan menyajikan hasil analisis data dan penyajian data, serta dokumentasi yang dapat menambah keakuratan hasil penelitian.

Kelima, bab ini berisikan tentang kesimpulan, usulan atau rekomendasi, serta keterbatasan dalam penelitian ini. Bab ini juga merupakan penutup dari penelitian ini. Penelitian inipun diharapkan dapat bermanfaat untuk objek penelitian yang bersangkutan.

Bagian akhir dari penelitian berisikan daftar-daftar pustaka, serta lampiran yang digunakan dalam penelitian ini. Daftar pustaka dan lampiran yang digunakan merupakan data-data penting yang menunjang penelitian ini. Sehingga, penelitian ini dapat berjalan lancar.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Teori

Kerangka teoritik merupakan pengembangan dari masalah yang telah dikembangkan sebelumnya. Kerangka teoritik ini juga akan menjadi pijakan dalam penelitian yang dilakukan ini. Kerangka teoritik ini juga akan menjadi dasar pengembangan teori yang akan digunakan dalam penelitian ini. Adapun kerangka teoritik yang telah dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Website

a. Pengertian Website

Di zaman yang serba online seperti ini, masyarakat sudah tidak asing dengan istilah *website*. Akan tetapi, beberapa orang hanya mengetahui bahwa *website* hanyalah sebuah situs *online* yang memuat media saja. Hal tersebut tidaklah salah, namun pengertian dari *website* tidak hanya itu saja.

Ali Zaki (2009) mengatakan bahwa *website* merupakan halaman web yang dapat diakses melalui protokol ke pemirsa.²⁹ Protokol yang digunakan untuk menampilkan informasi kepada pengguna terhubung menjadi jaringan-jaringan yang disebut hyperlink.

Bekti (2015) dalam Yoki dan Pitriani (2017) menjelaskan bahwa *website* merupakan kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan berbagai

²⁹ Rudika Harmaningtyas, “Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang” , *JURNAL STIE SEMARANG*, Vol.6, No.3, 2014, hal. 42

jenis media di dalam satu jaringan halaman yang saling terhubung dan terkait satu sama lain.³⁰

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *website* merupakan hal yang sangat kompleks. Hal ini dikarenakan, *website* membutuhkan banyak sekali atribut sebelum dapat diakses oleh pengguna internet. Dari pemaparan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa *website* merupakan halaman atau jaringan internet yang terhubung satu sama lain untuk dapat bertukar informasi.

b. Macam-Macam Website

a. Jenis Website Berdasarkan Sifatnya

Website terbagi menjadi dua jenis, yaitu *website* statis dan *website* dinamis.³¹ Adapun penjelasan dari kedua jaringan ini adalah sebagai berikut :

1. Website Statis

Jaringan statis merupakan jaringan yang informasinya sesuai dengan apa yang diinginkan pencipta dari situs tersebut. Pada umumnya, jaringan statis digunakan oleh perusahaan ataupun organisasi. Jenis situs ini pada umumnya digunakan sebagai profil, maupun situs jual beli.³² Salah satu contohnya adalah *website* aqiqahnurulhayat.com.

³⁰ Yoki Firmansyah, Pitriani, “Penerapan Metode SDLC Waterfall Dalam Pembuatan Aplikasi Pelayanan Anggota Pada CU Duta Bersama Pontianak”, *Jurnal Bianglala Informatika*, Vol.5, No.2, 2017, hal.54

³¹ Rudika Harmaningtyas, *Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang*, hal. 42

³² Rahmat Hidayat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis : Pengertian Website*, (Jakarta : PT Elex Media . Komputindo Kompas, Gramedia, 2010), hal.3

2. *Website* dinamis.

Jaringan situs yang dinamis ini merupakan situs yang bebas. Bebas yang dimaksud adalah data dapat diupdate oleh pemilik maupun pengguna.³³ Isi dari jaringan yang dinamis selalu berubah setiap waktunya. Contohnya adalah situs berita yang berisikan artikel baru setiap waktunya.

Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman dan teknologi kini muncul jenis *website* baru. Jenis *website* ini disebut dengan *Website Interaktif*. Adapun penjelasan dari *website* interaktif adalah sebagai berikut :

3. *Website* Interaktif

Website Interaktif merupakan situs yang dibuat dengan tujuan untuk dapat berinteraksi dengan orang lain.³⁴ Seiring dengan berkembangnya teknologi, banyak sekali situs yang menawarkan fitur-fitur untuk dapat berkomunikasi jarak jauh dengan orang lain. Contohnya seperti facebook.com, instagram.com, twitter.com, situs forum online dan masih banyak lagi.

Di dalam dunia internet marketing dan *e-commerce*, jenis *website* yang digunakan adalah jenis *website* statis. Sehingga, hanya pemilik situs yang dapat mengubah isinya. Pemilik situs pasti menginginkan tampilan *website* yang menarik

³³ Rudika Harmaningtyas, *Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang*, hal. 43

³⁴ <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-website/> , diakses pada 2 April 2021, pukul 20.00

untuk pengunjung, serta memberi kemudahan akses untuk pengunjung. Hal ini dikarenakan, kemenarikan desain website juga mempengaruhi keputusan pembeli.

Kim & Niehm (2009) mengatakan bahwa kemenarikan desain website dapat membuat pengunjung betah berlama-lama mengakses website tersebut. Kemudahan dan keamanan dalam penggunaan juga sangat penting untuk membuat pengunjung betah berlama-lama mengakses website. Oleh karena itu, kualitas website dibagi menjadi lima bagian, yaitu :

1. Keakuratan informasi yang bermanfaat bagi pengguna.
2. Jaminan akan keamanan data dan privasi.
3. Kemudahan pengunjung dalam mengoperasikan website.
4. Desain yang menarik dan memiliki atribut atau ornament yang indah.
5. Kualitas pelayanan yang dapat menghubungkan pengguna dengan pengelola.³⁵

b. Jenis Website Berdasarkan Fungsinya

Hidayat (2010) menjelaskan bahwa terdapat empat jenis website berdasarkan fungsinya. Empat jenis website berdasarkan fungsinya, yaitu :

1. *Personal Website*

Website ini pada umumnya berisikan tentang konten-konten yang diminati pemilik *website*, berisikan karya-karya dari pemilik website. Di

³⁵ Abdul Syarif, Heru Wijayanto, “Analisis Kemenarikan Desain Website, Kepercayaan, dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah”, *Jurnal IKHRAIT-INFORMARTIKA*, Vol.1, No.2, 2017, hal. 96

samping itu, alamat situs dari personal website ini biasanya menggunakan nama dari pemilik website tersebut.

2. Commercial Website

Sesuai dengan namanya, maka jenis website ini berfungsi sebagai media bisnis. Pada umumnya digunakan oleh individu, organisasi, maupun perusahaan untuk menjual produk mereka.

3. Government Website

Salah satu jenis website yang khusus dimiliki oleh pemerintah. Baik dalam segi administratif, pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain. Website ini pada umumnya digunakan sebagai media untuk melayani masyarakat,

4. Non Profit Website

Website ini merupakan website yang memang digunakan oleh organisasi yang bersifat *non profit*.³⁶

Dengan adanya berbagai jenis fungsi *website* yang tersedia, maka pengguna akan lebih mudah dalam menentukan jenis *website* yang akan digunakan. Sehingga, pengguna dapat mengenali serta lebih mengoptimalkan kinerja dan fungsi websitenya.

c. Hal-Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Website

Website merupakan situs yang dibuat sesuai dengan tujuan dan kebutuhan dari pemiliknya. Oleh sebab itu, *website* memiliki beberapa poin yang perlu diperhatikan

³⁶ Rahmat Hidayat, “*Cara Praktis Membangun Website Gratis : Pengertian Website*”, (Jakarta : PT Elex Media . Komputindo Kompas, Gramedia, 2010), hal. 4

agar dapat memenuhi tujuan secara maksimal. Nanang Suryadi (2012) dalam Pahrul Iksan (2018) memaparkan hal-hal yang perlu diperhatikan dalam *website*.³⁷ Hal ini ditujukan agar *website* dapat digunakan secara optimal dan maksimal. Adapun hal-hal yang harus diperhatikan oleh Nanang Suryadi (2012) adalah sebagai berikut :

1. Usability

Nielsen (2003) dalam Wimmie dan Lussy (2016) menjelaskan bahwa *usability* atau kegunaan merupakan kualitas dari seberapa mudah suatu antarmuka digunakan.³⁸ Sehingga, *website* harus mudah digunakan serta mudah untuk diakses oleh banyak pengguna.

2. Sistem Navigasi

Kurniawan (2010) menjelaskan bahwa sistem navigasi merupakan fungsi penting yang wajib ada pada *website*. Karena, sistem navigasi memiliki fungsi penting. Salah satunya yaitu untuk berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya.³⁹

3. Desain Grafis

Desain grafis dalam *website* merupakan poin yang berpengaruh dalam mengundang pengunjung. Hal ini dikarenakan, desain grafis merupakan atribut visual yang digunakan untuk memperindah tampilan

³⁷ Pahrul Iksan, “*Manajemen Pengelolaan Berita Website UIN Raden Fatah Sebagai Media Informasi Universitas*”, *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hal.33-36, diakses pada April 2021 dari scholar.google.com

³⁸ Wimmie Handiwidjojo, Lussy Ernawati, “Pengukuran Tingkat Ketergunaan (Usability) Sistem Informasi Keuangan), *JUI SI*, Vol.2, No.1, Februari 2016, hal.50

³⁹ Erick Kurniawan, “Cepat Mahir ESP.NET 3.5 untuk Aplikasi Web Interaktif”, (Yogyakarta : Andi Publisher, 2010), hal. 213

website.⁴⁰ Desain dalam *website* haruslah *user friendly*. Hal ini tentu ditujukan agar pengunjung mudah dalam mengakses informasi yang tersedia, serta dapat bertahan lama menikmati konten yang disediakan.

4. Konten

Konten merupakan sajian informasi baik berupa dokumen, teks, media, yang tersedia melalui media maupun perangkat elektronik.⁴¹ Dengan begitu, *website* harus memiliki konten yang menarik agar dapat mengundang serta dapat memanjakan pengunjung.

5. Kompatibilitas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kompatibilitas memiliki makna penyesuaian.⁴² Dalam optimalisasi *website*, *website* harus memiliki kompatibilitas tinggi. Hal ini ditujukan agar *website* dapat diakses dengan baik melalui komputer maupun dengan perangkat seluler.

6. Loading Time

Loading Time merupakan estimasi waktu untuk sebuah *website* memuat informasi yang akan ditampilkan. *Loading Time* juga merupakan bagian dari optimalisasi *website*. Hal ini dikarenakan, *loading time* termasuk dalam optimalisasi SEO *On Page*.⁴³

⁴⁰ <https://www.webarq.com/id/apakah-web-desain-itu-> , diakses pada 3 April 2021, pukul 19.17 WIB

⁴¹ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten> , diakses 5 April 2021, pukul 11.37 WIB

⁴² <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kompatibilitas> , diakses 5 April 2021, pukul 11.55 WIB

⁴³ <https://ardata.co.id/mempercepat-load-time-website/> , diakses 5 april 2021, pukul 12.21 WIB

7. Fungsionalitas

Fungsionalitas *website* merupakan fitur yang ditanamkan untuk memenuhi tujuan dari dibangunnya suatu *website*.⁴⁴ Oleh karena itu, *website* memiliki berbagai macam jenis dan fungsinya masing-masing. Sehingga, pemilik *website* dapat menyesuaikan fungsi dan jenis *website* dengan tujuannya.

2. Optimalisasi Website

a. Pengertian

Optimalisasi berasal dari kata Optimal, yang berarti baik atau terbaik. Sedangkan, pengoptimalan memiliki arti sebagai proses yang terbaik.⁴⁵ Sehingga, cara atau metode yang terbukti mampu untuk mencapai tujuan dapat disebut sebagai optimalisasi. Optimalisasi juga merupakan tindakan, proses untuk menjadikan sesuatu menjadi lebih efektif dan fungsional.⁴⁶

Winardi dalam Ali (2014) menjelaskan bahwa optimalisasi merupakan usaha untuk mewujudkan keinginan dan keuntungan yang diinginkan.⁴⁷ Sehingga, optimalisasi merupakan usaha atau langkah-langkah yang harus dimaksimalkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Optimalisasi dapat diterapkan di segala bidang. Salah satunya adalah optimalisasi *website*. Dengan

⁴⁴ Rudika Harmaningtyas, “Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang”, *JURNAL STIE SEMARANG*, Vol.6, No.3, 2014, hal. 42

⁴⁵ Heppy El Rais, *Kamus Ilmiah Populer*, Cet.1, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2012), hal.453

⁴⁶ <http://digilib.unila.ac.id/8919/12/> , diakses 5 April 2021, pukul 13.02 WIB

⁴⁷ Mohammad Ali, *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2014), hal.49

begitu, website dapat digunakan secara maksimal untuk mendapatkan hasil yang memuaskan.

b. Konsep Optimalisasi Website

Konsep optimalisasi website adalah langkah-langkah yang dapat digunakan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Pada umumnya, optimalisasi website sering dikaitkan dengan *Search Engine Optimization* (SEO). SEO merupakan metode yang digunakan untuk mengenalkan, serta meningkatkan jumlah pengunjung dalam website.⁴⁸

Ali Zaki (2009) mengatakan bahwa SEO merupakan ilmu yang wajib dipelajari untuk mengoptimalkan website. Hal ini dikarenakan, mayoritas pengguna internet pasti menggunakan mesin pencari untuk memulai pencariannya. Sehingga, website akan semakin ramai apabila berada di halaman teratas mesin pencari. Oleh karena itu, optimalisasi website atau SEO ini sangat dibutuhkan. Khususnya untuk website penjualan baik jasa maupun barang.⁴⁹

WK dan Riyanto (2018) menjelaskan bahwa SEO merupakan proses yang tahapannya dilakukan dengan melakukan sedikit modifikasi terhadap bagian dari situs web.⁵⁰ Dengan begitu, maka SEO merupakan modifikasi dari salah satu bagian situs web.

⁴⁸ Mardhiya Hayaty dan Dwi Meylasari, “Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi”, *JURNAL INFORMATIKA*, Vol.5, No.2, 2018, hal. 2

⁴⁹ Nova Tri Cahyono dan Joko Triyono, Suwanto Raharjo, “Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog”, *JURNAL TEKNOLOGI TECHNOSCIENTIA*, Vol.6, No.1, 2013, hal. 83

⁵⁰ Wahyu Nurjana W.K dan Astor Riyanto, “Analisis dan Penerapan Search Engine Optimization pada Website Menggunakan Metode *White Hat* SEO (Studi Kasus di PT. SURYAPUTRA IPRADANA)”. *Jurnal Teknologi*

Hermawati (2013) menjelaskan bahwa SEO merupakan sistem rangkaian proses yang secara sistematis digunakan untuk meningkatkan *traffic* dan kunjungan suatu *website* melalui mesin pencari.⁵¹

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa SEO merupakan upaya atau langkah-langkah yang digunakan untuk mengoptimisasi *website*. Sehingga, *website* sangat mudah untuk ditemukan oleh mesin pencari.

c. Teknik Optimalisasi Website melalui SEO

Kent (2006) dalam Hadian dan Firman (2017) menjelaskan bahwa SEO merupakan teknik yang digunakan untuk mendapatkan posisi paling menguntungkan pada halaman mesin pencari.⁵² Terdapat dua teknik dalam optimalisasi *website* atau SEO, yaitu :

1. Teknik SEO

Teknik merupakan cara atau metode yang sengaja diciptakan untuk menyelesaikan permasalahan tertentu.⁵³ Terdapat dua teknik yang dapat digunakan untuk mengupayakan *website* agar berada di halaman awal mesin pencari. Dua teknik itu, antara lain :

Informasi, Vol. 1, No.1. Diambil dari

<http://jurnal.lpkia.ac.id/index.php/jti/article/view/22>

⁵¹ Nova Tri Cahyono dan Joko Triyono, Suwanto Raharjo, “Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog” , *JURNAL TEKNOLOGI TECHNOSCIENTIA*, Vol.6, No.1, 2013, hal. 81

⁵² Hadian Artanto, Firman Nurdiansyah, “Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk” , *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, Vol.1, No.2, Januari 2017, hal.2

⁵³ <http://pengertiandefinisi.com/pengertian-teknik-dalam-dunia-ilmu-pengetahuan-dan-teknologi/> , diakses pada 6 April 2021, pukul 14.46 WIB

a. SEO *On Page*

Teknik optimalisasi ini merupakan teknik yang pengerjaannya hanya berfokus pada *internal website*. Teknik ini berfokus pada optimalisasi konten, fitur, kata kunci dan atribut lain yang terdapat pada website. Pada umumnya teknik ini lebih difokuskan kepada kata kunci. Hal ini dilakukan agar mesin pencari dapat dengan mudah menemukan *website* karena adanya kecocokan kata kunci.⁵⁴

b.. SEO *Off Page*

Teknik ini dikenal lebih efektif dari pada teknik *On Page*. Hal ini dikarenakan teknik optimalisasi ini sangat erat kaitannya dengan penyebaran *backlink* atau link balik. Hadian dan Firman (2017) menjelaskan bahwa *backlink*. ini dilakukan dengan cara menanam link website yang dimiliki ke website lain. Sehingga, website yang dimiliki mendapatkan perhatian dari mesin pencari.⁵⁵

2. Metode dalam Publikasi Website atau Optimalisasi SEO

Optimalisasi website juga merupakan upaya dari pemilik website untuk memperluas jangkauan pengunjung. Untuk meningkatkan jumlah klik dan

⁵⁴ Rakesh Kumar dan Shiva Saini, “A Study on SEO Monitoring System Based On Corporate Website Development”, *International Journal of Computer Science, Engineering and Information Technology (IJCSIEIT)*, Vol.1, No.2, June 2011, hal.42

⁵⁵ Hadian Artanto, Firman Nurdiansyah, *Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk*, hal.2

pengunjung,⁵⁶ maka *website* harus dikenal, maupun berada di halaman pertama.⁵⁷ Terdapat dua metode atau upaya dalam publikasi *website* agar *website* dapat dikenal atau berada di halaman pertama mesin pencari, yaitu :

a. Publikasi Website Secara Organik (SEO Organik)

Pada dasarnya SEO organik adalah optimalisasi *website* secara alami atau mandiri. Optimalisasi ini dilakukan dengan cara memperbarui isi *website*, penanaman backlink, serta mempromosikannya secara mandiri. Sehingga, pemilik situs tidak perlu mengeluarkan biaya untuk periklanan. Akan tetapi, optimalisasi ini memiliki kelemahan. Kelemahan dari teknik ini adalah hasil yang diharapkan akan cenderung lambat untuk dicapai.⁵⁸

b. Publikasi Website Secara Non-organik (SEO Anorganik)

Optimalisasi *website* secara anorganik biasanya disebut juga dengan SEM. SEM merupakan singkatan dari *Search Engine Marketing*. SEM adalah optimalisasi *website* dengan memanfaatkan pihak ketiga. Pihak ketiga yang dimaksud adalah pengiklan. Dengan memanfaatkan pengiklan, maka situs web akan

⁵⁶ Nova Tri Cahyono dan Joko Triyono, Suwanto Raharjo, “Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog” , *JURNAL TEKNOLOGI TECHNOSCIENTIA*, Vol.6, No.1, 2013, hal. 81

⁵⁷ Hadian Artanto, Firman Nurdiansyah, *Penerapan SEO (Search Engine Optimization) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk*, hal.2

⁵⁸ <http://beritaterbaruberitaterkini.blogspot.com/2014/06/perbedaan-seo-organik-dan-non-organik> , diakses pada 2 Februari 2021, pukul 08.14 WIB

dapat diketahui oleh masyarakat luas. Pada umumnya, pihak pengiklan ini adalah pemilik situs media sosial. Beberapa penyedia iklan di media sosial adalah Google Adsense, Facebook Ads, Instagram Ads, dan masih banyak lagi.⁵⁹

3. Pelayanan

a. Pengertian

Pelayanan merupakan tindakan memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan pribadi maupun kebutuhan orang lain.⁶⁰ Grinroos (2005:2) mengatakan bahwa pelayanan merupakan tindakan tak kasat mata yang terjadi akibat adanya interaksi.⁶¹ Pelayanan dapat terjadi akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan penyedia pelayanan. Interaksi ini bertujuan untuk memenuhi atau mencapai suatu tujuan tertentu.

Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan manusia yang tidak ada habisnya. Moenir (2005) menjelaskan bahwa pelayanan merupakan upaya dari seseorang atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan orang lain.⁶²

Pelayanan haruslah diberikan secara terbaik. Hal ini dikarenakan, pelayanan yang terbaik akan memberikan penilaian yang baik pula dari pelanggan. Pelayanan juga dapat menjadi kunci sukses dalam suatu usaha. Oleh

⁵⁹ <https://www.hestanto.web.id/seo-vs-sem-pilih-organik-atau-non-organik-pilih-top-1-atau-top-profit/> , diakses pada 2 februari 2021, pukul 08.20 WIB

⁶⁰ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan> , diakses 5 Desember 2020, pukul 12.43 WIB

⁶¹ Dra. Ratna Suminar, MM dan Mia Apriliawati, “Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon”, *Jurnal Sekretari*, Vol.4, No.2, 2017, hal. 2

⁶² Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara), 2005, hal.47

karena itu, pemberi pelayanan harus mampu memberikan pelayanan terbaik mereka.

b. Dasar-Dasar Pelayanan Prima

Ir. Endar Sugiarto (2002) menjelaskan bahwa dalam memberikan sebuah pelayanan haruslah dibekali dengan dasar-dasar pelayanan.⁶³ Adapun dasar-dasar pelayanan menurut Ir. Endar Sugiarto adalah :

1. Memusatkan perhatian kepada pelanggan
2. Memberikan pelayanan yang efisien
3. Meningkatkan perasaan harga diri konsumen
4. Menjaga hubungan baik dengan konsumen

Dengan begitu, maka akan tercipta hubungan baik antara pelayanan dan juga pelanggan. Hal ini tentu akan meningkatkan loyalitas dari diri pelanggan.

c. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan

Pelayanan yang prima akan meningkatkan loyalitas dari pelanggan. Akan tetapi, kesetiaan pelanggan adalah hal yang sulit untuk ditebak. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya-upaya untuk menjaga loyalitas pelanggan. Fasochah (2014) menjelaskan bahwa terdapat beberapa metode untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, yaitu :⁶⁴

1. Umpan Balik yang Negatif

Dengan mengharapkan umpan balik yang negatif, maka pelayanan dapat mengetahui kekurangan ataupun kesalahan yang dirasakan

⁶³ Ir. Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2002) , hal.171

⁶⁴ Fasochah Hanoto, “Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, No.36, 2014, hal.9-11

oleh pelanggan. Dengan begitu, pelayanan dapat menerapkan pelayanan yang lebih baik lagi.

2. Memberi Nilai Tambah pada Produk

Pelayanan dalam produk barang maupun jasa harus dapat dikemas dengan baik. Hal ini dikarenakan, pelanggan akan merasa lebih nyaman dan mempercayai secara langsung kualitas dari barang atau jasa yang diberikan.

3. Memberikan Pelayanan yang Cepat, Tepat dan Nyaman

Dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan nyaman pelanggan akan merasa senang dan puas. Hal ini dikarenakan, pelanggan tentu tidak suka apabila harus menunggu terlalu lama dan terjadi salah pelayanan. Tentu hal tersebut akan mengurangi kenyamanan pelanggan.

4. Membangun Hubungan Baik dengan Pelanggan

Pelanggan biasanya akan merasa senang dan tersanjung apabila diperlakukan dengan baik. Contohnya adalah dengan memberikan bonus, ucapan terima kasih, ucapan selamat ulang tahun, dan hal-hal sederhana lain yang mampu menyenangkan hati pelanggan.

5. Adanya Itikad Baik dengan Pelanggan

Itikad baik dengan pelanggan dapat tercipta dengan hal-hal yang sederhana. Salah satunya adalah dengan menerima komplain dari pelanggan, lalu memberikannya dengan produk baru yang lebih baik.

4. Pelayanan Menurut Sudut Pandang Islam

Pelayanan juga diwajibkan untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Karena, Islam mengajarkan manusia untuk memiliki sifat yang lemah lembut dan dapat

memberikan yang terbaik. Pelayanan dalam sudut pandang Islam terdapat di dalam Al-Qur'an. Salah satunya berada di dalam QS. Al-Baqarah ayat 267, yang artinya :

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”*⁶⁵

Berdasarkan Tafsir As-Sa'di (Syaiikh Abdurrahman bin Nashir as-Sa'di, pakar tafsir abad 14 H) ayat ini dapat dijadikan sebuah acuan dalam memberikan pelayanan yang terbaik. Ayat ini menggambarkan sifat manusia. Sifat manusia yang dimaksud adalah memberi yang kurang baik untuk orang lain. Akan tetapi, dirinya enggan apabila mendapatkan sesuatu yang kurang baik.⁶⁶

Oleh karena itu, ayat ini mewajibkan manusia untuk memberikan yang terbaik. Hal ini dimaksudkan agar kelak balasan yang didapat juga merupakan hasil yang baik pula. Karena setiap perbuatan baik akan dibalas dengan kebaikan, begitu pula dengan sebaliknya. Oleh karena itu, dalam memberikan pelayanan ahruslah memberikan pelayanan yang terbaik.

Berdasarkan ayat ini, Thorik dan Utus (2006) dalam Sunardi dan Sri Handayani (2014) menjelaskan bahwa pelayanan bukan hanya sekedar melayani. Akan tetapi,

⁶⁵ Al-Qur'an, Al-Baqarah : 267

⁶⁶ <https://tafsirweb.com/1033-quran-surat-al-baqarah-ayat-267.html> , diakses 8 Desember 21.12 WIB

dalam memberikan sebuah pelayanan harus ada rasa mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan begitu, maka penyampaian dalam pelayanan akan memperkokoh loyalitas dari konsumen.⁶⁷

5. Aqiqah

a. Pengertian Aqiqah

Sebagai umat Muslim, istilah Aqiqah bukanlah hal yang asing. Imam Jauhari menjelaskan bahwa aqiqah merupakan kegiatan mencukur rambut anak di hari kelahirannya yang ketujuh.⁶⁸ Aqiqah dilakukan untuk membersihkan anak yang baru lahir dari segala gangguan. Menghilangkan gangguan pada anak ini dapat dilakukan dengan salah satu caranya adalah mencukur rambutnya.

Rasulullah SAW menjelaskan bahwa setiap anak akan tergadaikan dengan aqiqahnya. Pada hari ketujuh kelahirannya orang tua akan menyembelih hewan qurban atas nama anaknya. Kemudian anak akan dicukur rambutnya serta diberi nama.⁶⁹

Amar Adh Dhahabi juga menjelaskan bahwa anak memiliki hak untuk diaqiqahi. Sehingga, orang tua sang anak wajib untuk menyembelih hewan qurban. Kemudian, anak akan dibuang penyakit yang akan

⁶⁷ Dr. Sunardi, SE., M.Si. dan Sri Handayani, SE.Sy, “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia”, *Islaminomic Journal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* (online), 2014, hal.87, diakses pada 1 Desember 2020

⁶⁸ <https://almanhaj.or.id/856-ahkamul-aqiqah.html>, diakses 9 Desember 2020, pukul 08.15 WIB

⁶⁹ Muhammad Nasiruddin Al-Bani, *Sahih Sunan Abi Dawud*, terj. Abd. Mufid Ihsan, (Jakarta: Pustaka Azzam), 2006, hal. 311

mengganggunya. Hal ini dilakukan dengan cara mencukur rambutnya.⁷⁰

Dari penjelasan di atas, maka sebagai umat Rasulullah SAW wajib untuk melaksanakan aqiqah. Hal ini juga diterapkan sebagai rasa syukur atas kelahirannya sang anak. Di samping itu, aqiqah juga tindakan untuk membersihkan anak dari segala penyakit dan kotoran. Baik kotoran pada tubuh maupun hatinya.

b. Sejarah Aqiqah

Tradisi aqiqah pada dasarnya sudah ada sejak zaman jahiliyyah. Buraidah dalam Sunan Abu Daud menjelaskan bahwasanya pada masa jahiliyyah aqiqah dilaksanakan dengan cara menyembelih kambing. Akan tetapi, kemudian darah kambing tersebut dilumuri ke kepala bayi yang baru lahir.⁷¹

Ketika agama Islam masuk, Rasulullah SAW memerintahkan untuk mengganti darah dengan minyak wangi. Aisyah Ra pada riwayat yang sama juga menjelaskan bahwa Rasulullah SAW lah yang mengajarkan untuk mengganti darah kambing dengan minyak wangi.⁷²

c. Hukum Aqiqah

1. Menurut Madzhab Hanafi

Menurut madzhab Hanafi hukum melaksanakan aqiqah adalah mubah atau tidak dianjurkan. Hal ini didasari dari perkataan Rasulullah SAW ketika menjawab pertanyaan dari kakek Syu'bah Ra terkait aqiqah. Rasulullah SAW bersabda “Bagi yang suka

⁷⁰ Aqiqah Nurul Hayat, *Risalah Aqiqah*, hal. 2-3

⁷¹ M. Khoir Al-Khusyairi, “Nilai-Nilai Pendidikan dalam Hadits Ibadah Aqiqah”, *Jurnal Al-Hikmah*, Vol.12, No.2, 2015, hal.159

⁷² *Ibid*

melakukan bagi anaknya Al-Nusk (istilah lain aqiqah) untuk anaknya, maka bagi bayi laki-laki (disembelih) dua ekor kambing yang sama baginya, dan satu ekor kambing untuk bayi perempuan”(HR.Al-Nasa’i)⁷³

2. Menurut Madzhab Hambali

Menurut madzhab Hambali hukum melaksanakan aqiqah adalah wajib. Hal ini didasari dari perkataan Aisyah Ra dalam hadits riwayat Al-Turmudzi. Diriwayatkan bahwa Aisyah Ra berkata “Rasulullah memerintahkan mereka (menyembelih) untuk anak laki-laki dua ekor kambing, dan satu ekor kambing untuk bayi perempuan” (HR. Al Turmudzi)⁷⁴

3. Menurut Madzhab Syafi’i

Menurut madzhab Syafi’i hukum melaksanakan aqiqah adalah sunnah mu’akkad. Hal ini didasari dari hadis riwayat Al-Turmudzi yang diriwayatkan dari Salman. Salman pernah mengatakan bahwa “Rasulullah SAW bersabda : Bersamaan dengan kelahiran anak adalah aqiqah. Maka, tumpahkanlah darah karenanya dan bersihkanlah kotorannya” (HR. Al Turmudzi)⁷⁵

Hukum mengenai aqiqah memang memiliki perbedaan pendapat di kalangan ulama. Namun, sebagai umat Rasulullah SAW sudah sepatutnya untuk mengikuti ajarannya. Sebagai bentuk rasa yakin, percaya dan cinta kepada Allah dan Rasulnya, maka

⁷³ M. Nasiruddin al-Bani, *Sahih Sunan al-Nasa’i*, terj. Kamaluddin Sa’diyatul Haramain, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2013), hal. 227.

⁷⁴ M. Nasiruddin al-Bani, *Al-Jami al-Sahih (Sunan Al-Turmudzi)*, Juz IV, terj. Fachrurazi, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2006), hal. 240

⁷⁵ *Ibid*

selama terdapat hadits yang jelas tentang perbuatan yang diajarkan oleh Rasulullah SAW, sudah sepatutnya untuk dikerjakan.⁷⁶ Karena, Islam merupakan agama yang sempurna. Sehingga, tidak perlu lagi untuk dimodifikasi, dikurangi, dan ditambah-tambahkan. Cukup dijalankan sesuai tuntunan, dan jangan mengerjakan yang tidak ada tuntunannya dari Rasulullah SAW.⁷⁷

d. Tata Cara Aqiqah

Rasulullah SAW diriwayatkan memerintahkan kepada umatnya untuk menyembelih dua ekor kambing untuk bayi laki-laki, dan satu ekor kambing untuk bayi perempuan. Kemudian, diriwayatkan dari hadits riwayat Al Turmudzi bahwa Rasulullah memerintahkan kepada Fatimah untuk mencukur rambut si bayi, dan kemudian menyedekahkan perak sesuai dengan berat dari rambut tersebut.⁷⁸

Di dalam Kitab *'Aun Al-Ma'bud* (syarah Abu Daud) terdapat sebuah riwayat yang diriwayatkan dari perkataan Aisyah Ra. Ketika itu Aisyah Ra berkata “Jangan, melakukan sunnah adalah lebih utama. Bagi anak laki-laki dua ekor kambing yang besar, dan untuk anak perempuan satu ekor kambing yang dipotong sepenggal-penggal, tulangnya tidak dipecah, kemudian dagingnya dimakan dan disedekahkan. Semua itu hendak dikerjakan pada hari ke tujuh kelahiran, atau hari keempat belas, atau hari kedua puluh satu” (Al-

⁷⁶ Al-Qur'an, Surat An-Nisa ayat 59

⁷⁷ Al-Qur'an, Surat Al-Anfal 46

⁷⁸ M. Nasiruddin al-Bani, *Al-Jami al-Sahih (Sunan Al-Turmudzi)*, Juz IV, terj.Fachrurazi, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2006), hal. 242

Mustadrok, No.7595. Hadis yang telah disahihkan oleh Imam Hakim dan Imam Adz-Dzahabi)⁷⁹

e.. Hikmah Aqiqah

Pada umumnya aqiqah identik dengan pesta makan-makan. Akan tetapi, aqiqah bukan hanya sekedar pesta makan-makan saja. Dr. Abdullah Nashih Ulwan menjelaskan tentang hikmah aqiqah. Hikmah aqiqah menurut Dr. Abdullah Nashih Ulwan, yaitu :⁸⁰

1. Aqiqah adalah pengorbanan yang mendekatkan anak kepada Allah SWT.
2. Aqiqah adalah tebusan bagi anak dari segala macam bentuk musibah.
3. Aqiqah sebagai bentuk pembayaran hutang anak. Agar sang anak dapat memberikan syafaat kepada orang tuanya di hari kiamat.
4. Aqiqah merupakan bentuk rasa syukur atas bertambahnya generasi mukmin.
5. Aqiqah sebagai media mempererat tali persaudaraan.

6. Produk Aqiqah

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan di pasar untuk menarik perhatian, menarik minat pembeli, serta dapat memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen.⁸¹

Oleh karena itu, aqiqah Nurul Hayat menawarkan berbagai macam paket aqiqah yang dapat menarik perhatian calon pembeli. Kemudian dengan banyaknya jenis produk yang ditawarkan, maka aqiqah Nurul Hayat

⁷⁹ Syamsuddin ibnu Qayyim al-Jauziyah, *Aun al-Ma'bud Syarah Sunan Abi Daud*, Jil.IV, (Beirut: Darul Kutb al-Ilmiyah, 1990), hlm. 29.

⁸⁰ Aqiqah Nurul Hayat, *Risalah Aqiqah*, hal. 13-14

⁸¹ <https://sindonesia.com/pengertian-produk-menurut-para-ahli> , diakses pada 6 April 2021, pada pukul 20.21 WIB

dapat memberikan berbagai penawaran kepada pelanggannya sesuai dengan kebutuhannya. Dengan begitu, pelanggan akan merasa puas karena kewajibannya untuk aqiqah telah terlaksana.

B. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Sebelum melakukan penelitian, peneliti telah mencari penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian terdahulu yang relevan ini digunakan oleh peneliti sebagai referensi, acuan, serta pembandingan untuk penelitian ini. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu :

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Abdul Syarif dan Heru Wijayanto. Penelitian ini berjudul “*Analisis Pengaruh Kemenarikan Desain Website, Kepercayaan, dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah*”. Persamaan dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh penggunaan website dalam usaha jasa aqiqah. Akan tetapi, penelitian terdahulu ini berfokus pada pengaruh kemenarikan desain *website* terhadap keputusan pembeli produk aqiqah. Sedangkan, peneliti berfokus pada optimalisasi *website* dalam pelayanan aqiqah. Sehingga, pembahasan peneliti akan lebih kepada optimalisasi *website* sebagai alat untuk meningkatkan pelayanan dan penjualan produk aqiqah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Siti Anggraini yang berjudul “*Peran Media Terhadap Strategi Fundraising Via Online di Laz Nurul Hayat Cabang Semarang*”. Penelitian ini memiliki kesamaan objek penelitian yaitu Nurul Hayat. Perbedaanya penelitian ini menganalisa tentang strategi fundraising pada LAZ Nurul Hayat. Sedangkan peneliti meneliti optimalisasi *website* pada Aqiqah Nurul Hayat. Sebagaimana yang diketahui, bahwa Nurul Hayat memiliki

berbagai unit bisnis dan program. Beberapa diantaranya yaitu LAZ Nurul Hayat dan Aqiqah Nurul Hayat.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Roys Pakaya, Abdul Rahman Tapate, dan Salman Suleman. Penelitian ini berjudul “*Perancangan Aplikasi Penjualan Hewan Ternak Untuk Qurban dan Aqiqah Dengan Metode Unified Modeling Language (UML)*”. Persamaan pada penelitian terdahulu ini adalah pada fokusnya yaitu aqiqah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ini adalah peneliti berusaha menggambarkan proses optimalisasi *website* yang dilakukan oleh objek. Sedangkan, penelitian terdahulu ini memaparkan proses perancangan dan pembuatan aplikasi guna memudahkan proses penjualan ternak.

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Intan Oktaviani dan Lilik Suryadi. Penelitian yang berjudul “*Sistem Penjualan Kambing dan Pemesanan Aqiqah Berbasis E-Commerce Pada UKM Hasanah*”. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu optimalisasi *website* dalam pemesanan aqiqah. Perbedaan pertama pada penelitian ini adalah dari segi objek penelitian. Objek penelitian yang digunakan adalah UKM penjualan kambing dan pemesanan aqiqah. Sedangkan, pada penelitian ini peneliti mengambil objek dari unit usaha milik Yayasan Nurul Hayat di bidang aqiqah. Kemudian, perbedaan kedua adalah dari segi fokus pembahasan. Fokus pembahasan dari penelitian terdahulu ini lebih mengarah kepada pembuatan *website* untuk penjualan kambing dan produk aqiqah. Sedangkan, peneliti lebih mengarahkan fokus pembahasan pada optimalisasi *websitenya*.

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Hendri Gunawan. Penelitian ini berjudul “*Perangkat Lunak Aplikasi Penjualan Hewan Aqiqah Berbasis Web*”. Penelitian ini memiliki kesamaan pembahasan yaitu penggunaan *website*.

Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini menggunakan aplikasi berbasis *website* sebagai fokus utamanya. Sedangkan peneliti berfokus pada optimalisasi *website*. Sekilas, penelitian ini hampir terlihat sama. Akan tetapi, penelitian terdahulu ini lebih mendalami tentang proses pembuatan aplikasi berbasis web untuk penjualan hewan aqiqah. Sedangkan peneliti di sini lebih mengarah kepada optimalisasi *website* sebagai alat atau media untuk menjual produk aqiqah.

Keenam, penelitian yang dilakukan oleh Idhan Cholid. Penelitian yang berjudul “*Strategi Digital Marketing Produk Aqiqah Yayasan Nurul Hayat Surabaya*”. Persamaan pada penelitian ini terdapat pada objek yang diteliti, yaitu Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Perbedaannya, yaitu penelitian terdahulu ini meneliti tentang strategi digital marketing yang diterapkan oleh Yayasan Nurul Hayat. Sedangkan peneliti meneliti optimalisasi website yang diterapkan oleh Yayasan Nurul Hayat.

BAB III

Metode Penelitian

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memberikan gambaran berupa narasi. Penelitian ini meneliti tentang kegiatan yang dikerjakan, serta dampak dari yang dikerjakan oleh objek penelitian.⁸² Pengumpulan data didapat dari pengalaman terjun ke lapangan secara langsung. Sehingga, data yang didapat bersumber dari realita yang terjadi sebenarnya.

B. Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Yayasan Nurul Hayat Surabaya. sebagai objek penelitiannya. Yayasan ini terletak di Jl. Gunung Anyar Indah No.48, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Kota Surabaya, Jawa Timur dengan kode pos 60294.

C. Jenis dan Sumber data

1. Jenis Data

a. Jenis data primer

Jenis data primer merupakan data yang didapatkan langsung di tempat penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mengumpulkan data dari informan yang memiliki pengalaman, serta ahli dalam bidangnya. Sehingga,

⁸² Anggito Albi, dan Setiawan Johan , S.Pd , *Metodologi Penelitian Kualitatif* , (Sukabumi: CV.Jejak), 2018, hal. 7

data yang didapatkan berhubungan dan sesuai dengan penelitian.

b. Jenis data sekunder

Jenis data sekunder adalah jenis data yang didapat dari dokumen, artikel, jurnal yang berkaitan langsung dengan pembahasan dalam penelitian ini. Sehingga, peneliti akan menggunakan penelitian terdahulu, serta hal-hal lain yang dapat menghasilkan data sekunder.

2. Sumber Data

a. Sumber data primer

Sumber data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti di tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha mengumpulkan data dari informan yang ada di lokasi penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Informan 1 : Manajer SEO
2. Informan 2 : Manajer Media Sosial Optimizer
3. Informan 3 : Manajer Content Creator

b. Data Sekunder

Sumber data sekunder didapat dari dokumen, artikel, jurnal yang berkaitan langsung dengan pembahasan dalam penelitian ini. Sehingga, peneliti akan menggunakan profil, struktur organisasi, program, serta hal-hal lain yang dapat dijadikan sebagai data sekunder.

D. Tahap-Tahap Penelitian

Peneliti menggugurkan beberapa tahapan dalam melakukan penelitian. Adapun tahap-tahap yang akan peneliti gunakan, yaitu :

1. Identifikasi Masalah

a. Mengenal Permasalahan

Dalam merencanakan sebuah penelitian, maka peneliti harus mengenali permasalahan yang akan diteliti terlebih dahulu. Sehingga, penelitian dapat dilakukan secara terpusat dan tidak menjabar terlalu jauh dari fokus permasalahan.

b. Menentukan Objek Penelitian

Setelah mengenali permasalahan yang akan diteliti, maka peneliti harus menentukan objek penelitian. Hal ini membutuhkan observasi untuk menemukan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

c. Membuat Rancangan Penelitian

Penyusunan rancangan penelitian ini ditujukan agar penelitian yang dilakukan dapat lebih terarah. Penyusunan ini dilakukan dengan menentukan teori serta metode yang akan digunakan dalam penelitian. Sehingga, teori tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat panduan wawancara.

d. Membuat Surat Perizinan

Sebelum melakukan penelitian di lapangan, peneliti harus memiliki surat izin penelitian yang didapatkan dari fakultas. Kemudian, surat izin ini akan diberikan kepada objek penelitian. Hal ini

ditujukan agar objek penelitian memberikan izin untuk melakukan penelitian di lokasi.

e. **Menentukan Narasumber**

Dalam melakukan penelitian kualitatif, peneliti harus mengetahui petugas atau karyawan yang dapat diwawancarai. Sehingga, informan yang diwawancarai dapat memberikan informasi sesuai dengan fokus penelitian yang diteliti.

2. Penelitian di Lapangan

Sebelum melakukan penelitian di lapangan. Peneliti harus sudah memiliki surat izin penelitian. Surat izin penelitian ini didapatkan dari fakultas. Kemudian, peneliti dapat melanjutkan tahap berikutnya yaitu pengumpulan data dan informasi di lokasi penelitian. Peneliti menggunakan metode wawancara dalam mengumpulkan data dan informasi.

Peneliti menggunakan metode wawancara, agar dapat menjaga keakraban peneliti dengan objek penelitian. Selain itu, peneliti juga harus menjaga sopan, santun dan etika dalam wawancara. Sehingga, peneliti juga dapat menjaga nama baik almamater.

3. Analisis Data

Dalam tahap ini, peneliti harus mampu menginterpretasikan data dari objek penelitian ke dalam bentuk kalimat. Dalam proses analisis data, peneliti harus bersikap jujur dalam mengungkapkan hasil penelitian. Peneliti harus mengungkapkan segala hasil penelitian, baik positif maupun negatif. Hal ini dikarenakan, hal tersebut dapat menentukan kualitas dari penelitian yang dilakukan ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

a) Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi. Keunggulan dari wawancara adalah hasilnya murni berdasarkan pengalaman narasumber. Narasumber yang dipilih menjadi informan merupakan orang yang terlibat langsung di dalam objek penelitian. Sehingga, informasi yang diterima dapat dijamin keakuratannya. Karena, wawancara ini dilakukan secara fleksibel. Narasumber yang dipilih merupakan narasumber yang sesuai dengan bidangnya.⁸³

b) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang berdasarkan hasil pengamatan langsung. Data yang dikumpulkan merupakan hasil pengamatan secara langsung di lapangan. Hasil yang didapat dari teknik ini berupa penggambaran sikap, karakter, suasana, dan realita yang terjadi di lapangan.⁸⁴

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan mengumpulkan data baik berupa gambar, video, lampiran, maupun dokumen tertulis lainnya. Sehingga, peneliti akan mendapat informasi yang

⁸³ Imami Nur Rachmawati, "Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara", *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol. 11, No.1, 2007, hal. 35-40

⁸⁴ Prof.Dr. Conny R. Semiawan , *Metode Penelitian Kualitatif "Jenis, Karakteristik, dan Keunggulan"* , (Jakarta : Grasindo), 2010. hal.112

dapat dipercaya karena ada bukti dokumentasinya.⁸⁵

F. Teknik Validitas Data

Peneliti menggunakan teknik validasi triangulasi. Teknik ini merupakan teknik validasi dengan cara mencocokkan. Dalam hal ini, peneliti akan mencocokkan metode, serta berbagai sumber untuk mendapatkan keselarasan informasi. Sehingga, peneliti akan mendapatkan informasi yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. Serta, peneliti dapat menyajikan informasi yang akurat.⁸⁶

Dalam proses validitas data, terdapat beberapa metode untuk menentukan keakuratan informasi. Beberapa metode yang dapat digunakan, antara lain :

1. Triangulasi

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber merupakan metode yang digunakan dengan cara membandingkan ulang data yang telah diperoleh. Sehingga, akan terjadi perbandingan antara satu sumber dengan sumber yang lain. Salah satunya adalah membandingkan hasil wawancara dengan dokumentasi yang diperoleh.⁸⁷

⁸⁵ <https://kbbi.web.id/dokumentasi> , diakses 5 Desember 2020, pukul 12.12

WIB

⁸⁶ Bachtiar S. Bachri, “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif”, *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.1, 2010, hal. 55.

⁸⁷ Ibid. hal. 56

2. Triangulasi Teori

Triangulasi teori merupakan pemanfaatan dari dua teori berbeda yang diadu atau dipadukan. Akan tetapi, teknik ini membutuhkan hasil pengamatan yang lebih terperinci untuk mendapatkan hasil yang maksimal.⁸⁸

3. Triangulasi Metode

Triangulasi metode merupakan metode yang digunakan untuk memeriksa informasi yang telah didapat. Dalam prakteknya, triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu cara.⁸⁹

2. Intensitas Penelitian

Peneliti telah melakukan observasi serta perumusan masalah sejak melaksanakan program praktek lapangan di kantor Aqiqah Nurul Hayat Surabaya pada tanggal 14 September 2020. Kemudian, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara kepada para narasumber pada tanggal 4 Februari 2021.

Sehingga, peneliti telah melakukan penelitian, serta pengumpulan data ini kurang lebih sekitar tiga bulan. Terhitung sejak bulan September, Oktober 2021. Kemudian dilanjutkan pada bulan Februari 2021. Sehingga, hasil penelitian ini dapat dipastikan validitas datanya.

⁸⁸ Ibid

⁸⁹ Ibid. hal. 57

G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik analisis data melalui tiga jalur⁹⁰. Miles dan Huberman menjelaskan bahwa terdapat tiga tahap dalam teknik analisis data, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.⁹¹ Peneliti menggunakan tiga jalur analisis, antara lain :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan tahap dimana data akan diarahkan, diseleksi, digolongkan. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan yang terdapat dalam data.⁹²

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan tahap dimana peneliti menyajikan hasil penelitian. Hasil penelitian ini disajikan baik secara naratif, matriks, maupun diagram. Akan tetapi, peneliti akan menggunakan penyajian secara naratif pada penelitian ini.⁹³

3. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti akan menarik kesimpulan dari data yang telah ditemukan. Setelah menarik kesimpulan, peneliti akan memeriksa kembali hasil dari kesimpulan. Hal ini ditujukan agar tidak ada kesalahan dalam penarikan kesimpulan.

⁹⁰ Ivanovich Augusta, “Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data Kualitatif”, *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor* (online), Vol. 27. hal. 10, diakses pada 6 Desember 2020 pukul 10.11 WIB, dari , diakses dari <https://scholar.google.com/>

⁹¹ Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Al Hadharah*, Vol. 17, No.33, 2018, hal.83

⁹² Ibid, hal.91

⁹³ Ibid, hal. 94

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian

1. Tentang Aqiqah Nurul Hayat

Aqiqah Nurul Hayat merupakan unit usaha mandiri dari yayasan Nurul Hayat. Aqiqah Nurul Hayat merupakan unit usaha yang menyediakan produk aqiqah siap saji. Meski produk yang dijual adalah produk siap saji, namun aqiqah Nurul Hayat tetap memperhatikan syariat Islam dalam penjualan produknya.

Hal ini didasari oleh visi dan misi dari yayasan Nurul Hayat itu sendiri. Yayasan Nurul Hayat memiliki visi untuk mengabdikan kepada Allah dengan membangun ummat. Yayasan ini juga memiliki misi untuk menebarkan kemanfaatan dan pemberdayaan ummat di bidang sosial, dakwah, kesehatan, pendidikan, serta di bidang ekonomi.⁹⁴

Aqiqah Nurul Hayat dikenal sebagai pelopor aqiqah siap saji. Aqiqah Nurul Hayat merupakan unit usaha dari Pondok Pesantren Nurul Hayat yang didirikan pada tahun 2003. Seiring berjalannya waktu, aqiqah Nurul Hayat menempatkan nama dan perannya di dalam masyarakat. Dengan menyediakan produk aqiqah siap saji, maka aqiqah Nurul Hayat mampu mendapatkan puluhan ribu pesanan setiap tahunnya.

Nama Aqiqah Nurul Hayat makin terkenal dengan banyaknya deretan artis yang menggunakan layanan aqiqah dari Nurul Hayat. Salah satu artis papan atas Indonesia yaitu Ricky Harun mengaku puas dengan

⁹⁴ <https://nurulhayat.org/sekilas> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.22 WIB

layanan dari aqiqah Nurul Hayat. Aqiqah Nurul Hayat telah mendapatkan ulasan yang sangat memuaskan dari setiap konsumennya. Sehingga, Ricky berani untuk mencoba menggunakan layanan aqiqah dari Nurul Hayat.⁹⁵

Menurutnya respon dan layanan aqiqah Nurul Hayat sangat memuaskan. Aqiqah Nurul Hayat memberikan masakan yang sangat enak. Sehingga, tamu undangan sangat puas dan tidak kecewa. Oleh karena itu, dirinya menggunakan layanan aqiqah dari Nurul Hayat hingga anaknya yang ketiga.

Di samping itu, masih banyak sekali deretan artis papan atas Indonesia yang menggunakan jasa aqiqah Nurul Hayat. Dr.Reisa Broto Asmoro selaku juru bicara Covid 19 diketahui menggunakan jasa aqiqah Nurul Hayat beberapa bulan yang lalu.⁹⁶

Aqiqah Nurul Hayat menjadi layanan aqiqah siap saji kepercayaan para artis Indonesia. Sehingga, nama aqiqah Nurul Hayat menjadi dikenal oleh semua kalangan masyarakat. Hal ini tentu saja tidak luput dari usaha keras selama bertahun-tahun. Dengan mengutamakan kepuasan pelanggan, maka aqiqah Nurul Hayat menjadi layanan aqiqah yang disukai masyarakat.⁹⁷

Selain itu, aqiqah Nurul Hayat juga menawarkan berbagai jenis paket produk aqiqah siap saji. Sehingga,

⁹⁵ <https://aqiqahnurulhayat.com/> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.27 WIB

⁹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=mQUicXk1IsM> , ditonton pada 4

Desember 2020, pukul 08.27 WIB

⁹⁷ <https://www.aqiqahnurulhayat.com/testimonial> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.32 WIB

pelanggan dapat melaksanakan aqiqah sesuai kebutuhannya. Hal ini dikarenakan, aqiqah Nurul Hayat menawarkan berbagai paket dengan porsi yang berbeda-beda. Sehingga, pelanggan dapat memilih harga paket sesuai dengan kemampuannya. Dengan begitu, aqiqah Nurul Hayat dapat membantu ummat melaksanakan aqiqah tanpa memberatkan pelanggan.

Aqiqah Nurul Hayat telah mendapatkan kepercayaan dari ribuan pelanggannya. Sehingga, aqiqah Nurul Hayat membuat cabang hampir ke seluruh Indonesia. Aqiqah Nurul Hayat memiliki keunikan dalam pemasarannya ke berbagai kota. Yaitu, aqiqah Nurul Hayat memberikan harga yang berbeda-beda di setiap kota.⁹⁸

Kepercayaan dari pelanggan ini tidak luput dari usaha dan kerja keras dari seluruh karyawan di Nurul Hayat Surabaya. Salah satu contohnya adalah dari devisi Markom. Markom merupakan singkatan dari *Marketing* Komunikasi. Devisi ini menangani pemasaran, optimalisasi website, serta komunikasi.

Dalam pengelolaan website, devisi ini memiliki peran yang sangat penting. Hal ini dikarenakan, devisi ini yang mengelola seluruh website penjualan produk aqiqah di seluruh cabang. Aqiqah Nurul Hayat memiliki cabang di berbagai kota di Indonesia. Website dari berbagai cabang ini dikelola secara terpusat oleh devisi ini. Sehingga, devisi ini juga memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran produk aqiqah Nurul Hayat. Devisi ini juga melakukan proses pemasaran

⁹⁸ <https://aqiqahnurulhayat.com/harga> , diakses 4 Desember 2020, pukul

08.52 WIB

baik dari segi promosi, konten kreator, optimalisasi sosiasal media, hingga optimalisasi website.

Devisi ini merupakan salah satu dari sekian devisi yang saling bahu membahu untuk mewujudkan visi dan misi dari yayasan Nurul Hayat. Visi dan Misi ini berusaha diwujudkan sesuai dengan motto dari yayasan Nurul Hayat.

2. Visi, Misi, dan Motto

a. Visi

Yayasan Nurul Hayat memiliki visi mengabdikan pada Allah untuk membangun ummat.⁹⁹

b. Misi

Yayasan Nurul Hayat memiliki misi yaitu menebarkan kemanfaatan dan pemberdayaan masyarakat di bidang dakwah, sosial, kesehatan, pendidikan dan ekonomi.¹⁰⁰

c. Motto

Yayasan Nurul Hayat memiliki motto yaitu sejuak untuk semua. Yayasan Nurul Hayat sejuak untuk semua merupakan tekad dari yayasan untuk memberikan manfaat kepada sekitarnya. Sehingga, di manapun yayasan ini berada yayasan ini akan memberikan kesejukan yang dapat dirasakan oleh sekitarnya.¹⁰¹

⁹⁹ <https://nurulhayat.org/tentang-kami/> , diakses pada 4 Desember 2020, pukul 09.32 WIB

¹⁰⁰ Ibid

¹⁰¹ Ibid

3. Legalitas

Yayasan Nurul Hayat Surabaya merupakan yayasan yang memiliki legalitas resmi. Legalitas dari yayasan ini dibuktikan dengan¹⁰² :

- a. Keputusan Menteri Hukum dan HAM RI pada tanggal 03 Oktober 2007, Nomor: C-3242.HT.01.02. Tahun 2007 diumumkan pada lembar Negara Republik Indonesia pada tanggal 02 Januari 2008, No. 1 dengan tambahan No.3/2008.
- b. Surat Keterangan Tedaftar Bakesbangpol JATIM No. 84/VIII/LSM/2009.
- c. Surat Tanda Pendaftaran DINSOS Kota Surabaya No.460/1539/436.15/2009.
- d. Randown Rapat Luar Biasa yayasan Nurul Hayat Surabaya No. 117, tanggal 27-02-2012.
- e. Surat Pendaftaran Nazir Wakaf Produktif Nomor 3.3.00186 TH 2017 dari Badan Wakaf Indonesia (BWI).

4. Komitmen Yayasan Nurul Hayat Surabaya

Yayasan Nurul Hayat juga memiliki komitmen yang jelas. Komitmen untuk mewujudkan visi dan misi sangat diperhatikan oleh Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Adapun komitmen yang dimiliki oleh Yayasan Nurul Hayat Surabaya yaitu :

- a. Mandiri

Sebagai yayasan yang mandiri, yayasan ini menggunakan hasil pendapatan dari bidang usaha yang dibangun untuk membiayai pegawai. Dengan

¹⁰² <https://nurulhayat.org/tentang-kami/> , diakses pada 4 Desember 2020, pukul 09.55 WIB

begitu, maka amanah dari ummat dapat terjaga dan terlaksana dengan baik.

b. Amanah

Yayasan Nurul Hayat Surabaya sangat menjunjung tinggi amanah. Hal ini dibuktikan dengan tersalurkannya berbagai zakat, infaq, shodaqoh, serta bantuan untuk masyarakat. Yayasan ini sangat menjaga amanah dari para donaturnya. Oleh karena itu, Yayasan Nurul Hayat Surabaya memiliki banyak donatur yang percaya akan kinerja dari Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Di samping itu, Yayasan Nurul Hayat Surabaya juga melakukan audit akuntan public dengan nilai Wajar Tanpa Pengecualian.

c. Profesional

Yayasan Nurul Hayat juga memperhatikan akan profesionalitas. Yayasan Nurul Hayat Surabaya menggunakan sistem manajemen mutu SO 9001: 2008. Yayasan Nurul Hayat Surabaya juga menerapkan sistem 5R yaitu Ringkas, Rajin, Resik, Rawat dan Rapi.

d. Pemberdayaan

Yayasan Nurul Hayat Surabaya juga melakukan pemberdayaan sesuai dengan motto yayasan yakni Sejuk Untuk Semua. Dalam pelaksanaannya, terdapat banyak program yang dilaksanakan oleh Yayasan Nurul Hayat Surabaya. Mulai dari penyaluran bantuan, panti asuhan, dan kegiatan sosial lainnya.

5. Struktur Organisasi Nurul Hayat Surabaya

Dari hasil penelitian didapati bahwa struktur organisasi Nurul Hayat sebagai berikut¹⁰³ :

Ketua Yayasan : Drs. H. Muhammad Molik
Wakil Ketua : Bambang Hermanto, ST
Sekretaris : H. Johny Rusdianto, MM
Bendahara : H. Achsan Ro'is, BA
Dewan Pengawas Syariah :

1. KH. Abdurrahman Navis,
Lc, M.HI
2. KH. M. Nawawi
3. Moh. Ali Aziz, H.,
M.Ag., Dr., Prof.

Lembaga Penjamin Mutu
Audit Eksternal

Direktur Eksekutif : Bambang Heriyanto, SE
Direktur Media : Danang Priyanto, S.Pi
Direktur Pendayagunaan : Kholaf Hibatulloh, S.Hi
Direktur Operasional : Ratna Diana, ST
Direktur Penghimpunan : Ahmad Rifai Hatala, SE
Direktur Keuangan : Suheni Ningsih, SE
Manajer Keuangan : Linda Mariyani
Manajer BMT : Novan Bagus F
Manajer HRD : Tantri D.W., S.Kom
Manajer QC : Mei Rahmi Wuri, SE
Manajer IT : Muslim Hidayat, ST
Manajer PM : Moh. Tirto Agus S., SH
Manajer 5R : Murni Hayati
Manajer CC : Zuli Widayanti

¹⁰³ Hasil penelitian yang didapat melalui pesan Whatsapp dengan Manajer SEO Aqiqah Nurul Hayat pada 10 Februari 2021, pukul 14.08 WIB

Manajer Media Sosial : Alvin Bramanta
Manajer SEO Optimizer : Suhartono, Msd
Manajer Content Creator: Anisah Fathinah
SPV ZIS : Ismiyati
SPV ZA : Junia Anhar

B. Penyajian Data

Di dalam penyajian data, peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian ini berupa fakta-fakta yang telah didapat dari hasil penelitian di lapangan. Peneliti mendapatkan hasil baik berupa hasil wawancara, dokumentasi, dan juga hasil pengamatan selama di lapangan. Pemaparan hasil penelitian ini ditujukan agar dapat menjawab permasalahan yang telah diangkat oleh peneliti. Peneliti mengangkat masalah tentang pelaksanaan optimalisasi website dalam pelayanan aqiqah di Nurul Hayat Surabaya. Sehingga, peneliti meneliti beberapa orang yang memang bertanggung jawab langsung untuk melakukan optimalisasi website aqiqah Nurul Hayat. Peneliti telah melakukan coding dalam penelitian ini. Adapun keterangan coding dalam penelitian ini sebagai berikut :

Narasumber 1 : Manajer SEO Optimizer

Narasumber 2 : Manajer Media Sosial Optimizer

Narasumber 3 : Manajer Content Creator

Berdasarkan dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber yang bertanggung jawab untuk mengoptimalkan website Aqiqah Nurul Hayat Surabaya, peneliti mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Konsep Website Aqiqah Nurul Hayat

Website merupakan alat yang digunakan serta disesuaikan dengan kebutuhan. Aqiqah Nurul Hayat memiliki konsepnya sendiri. *Website* Aqiqah Nurul Hayat dikonsepsi untuk dapat

memberikan kemudahan kepada kedua belah pihak. Kedua belah pihak yang dimaksud adalah pihak Aqiqah Nurul Hayat Surabaya dan pelanggan aqiqah. Narasumber 1,2,dan 3 mengatakan bahwa *website* Aqiqah Nurul Hayat Surabaya dikonseptkan untuk memudahkan pelanggan. Adapun hasil penelitian yang telah didapat adalah sebagai berikut :

a. Konsep Website Yang Digunakan Aqiqah Nurul Hayat

1.) Jenis Website

Jenis website dapat disesuaikan dengan fungsi dari tujuan dibuatnya website tersebut. Terdapat dua jenis website, yaitu *commercial* dan *non-commercial*. Sebagai penyedia produk barang dan jasa, maka website Aqiqah Nurul Hayat Surabaya menggunakan website *commercial*. Hal ini juga dijelaskan oleh ketiga narasumber.

“Karena kita ini bisnis ya mas, jadi website yang kita pakai adalah website yang komersial” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Komersial, iya komersial. Karena, website kita ini digunakan untuk melayani customer, juga customer bisa langsung pesan dari situ. Jadi kita pakai website yang komersial” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Kalau untuk jenis websitenya sih kita pakai yang komersial” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

2). Konsep Website Yang Digunakan

Aqiqah Nurul Hayat memiliki konsepnya tersendiri dalam penggunaan websitenya. Konsep ini digunakan untuk memenuhi tujuan dari dibuatnya website tersebut. Tujuan dari dibuatnya website ini salah satunya adalah untuk memudahkan pengunjung. Hal ini seperti yang disampaikan oleh ketiga narasumber.

“Jadi konsepnya sih dari website Aqiqah Nurul Hayat itu simple. Maksudnya, kami di dalamnya menyediakan semua info yang ada, jadi biar customer nggak bingung. Pertama, mulai dari kantor cabang kami, kita masukkan semua di website alamatnya di mana saja. Kedua, kita mencantumkan juga di website daftar harga untuk masing-masing paket dari semua cabang. Kan harga paket di tiap cabang berbeda-beda. Kita juga masukkan semua harga itu di satu website aja, biar customer juga lebih mudah paham dalam memilih paket yang mana. Ketiga, ada tombol untuk pesan. Jadi customer ketika mau pesan itu nanti akan klik larinya ke admin kami. Jadi ya itu simpel” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Konsepnya website aqiqah nurul hayat untuk meningkatkan pelayanan customer. Salah satu cara kita menghemat, serta menghandle customer, kemudian berkomunikasi kepada mereka, itu salah satunya dari website. Website kita kan sebagai sumber informasi seputar produk brand akikah online juga. Jadi, customer itu nggak harus jauh-jauh ke kantor, atau harus nelpun dulu baru dapat informasi. Jadi ya kita memungkinkan mereka untuk bisa langsung dapat informasi dari website, pesan juga bisa melalui website. Jadi nggak harus jauh-jauh ke kantor itu kan juga bisa meningkatkan pelayanan juga ee intinya kemudahannya lah” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Konsep websitenya userable, user-friendly. Ya sekarang itu kan tiap jaman, tiap tahun itu pasti berubah ya kan? Orang mungkin juga bosan kali ya liat visualnya kalau gitu gitu aja. Kalau mau meningkatkan pelayanan ya mungkin bisa dari tampilan website nya. Kayak misal

pas dibuka itu apa waktunya cepat ya nggak pakai loading lama lah salah satunya itu” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

b.) Desain Website Aqiqah Nurul Hayat

1.) Desain Website

Aqiqah Nurul Hayat memiliki desain websitenya sendiri. Desain ini digunakan baik sebagai identitas, dan juga untuk memberi informasi kepada pengunjung. Aqiqah Nurul Hayat menerapkannya untuk menarik serta menjaga jumlah pengunjung yang singgah di website mereka. Hal ini seperti yang disampaikan oleh narasumber 2 dan 3.

“Desain websitenya ya yang pasti kemudahannya ya. Terus yang mudah diakses, terus mudah dicerna informasi informasinya oleh customer. Sehingga, customer itu sudah bisa langsung mendapatkan informasi dari situ. Tanpa harus bingung atau masih harus tanya-tanya dulu. Nah itu itu ya kita mencoba memudahkan itu, termasuk ada artikel-artikel yang berhubungan dengan aqiqoh. Buat yang masih bingung tentang aqiqoh, kan bisa bisa dicari tentang artikelnya di situ. Di situ kan juga ada tentang hukum hukum aqiqoh, bagaimana cara aqiqoh, ketentuan aqiqoh dan bisa dicari di website” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari)

“Desain kalau kita kan pokoknya sesuai branding ya kuning dan coklat yang pertama itu nggak boleh ditinggal, yang kedua itu ya yang lucu-lucu yang disukai ibu-ibu muda, udah gitu terus ada gambar-gambar mungkin gambar anak kecil kartun baby, terus apa lagi eee fontnya enggak terlalu banyak, terus satu atau dua

jenis font terus agak besar besar biar kebaca juga sizenya.” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari)

Narasumber 1 memiliki penjelasan yang berbeda terkait dengan desain website yang diterapkan. Menurut Narasumber 1 terdapat tiga unsur yang diterapkan pada website Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Hal ini dijelaskan oleh Narasumber 1, sebagai berikut.

“Kalau desainnya itu sebenarnya desain website aqiqah nurul hayat itu sudah lama ya. Jadi, ya kami tidak bisa merombak lagi masih jadul lah nek kalau menurut saya. Tapi dari segi kecepatan mah udah bagus masih fast loading, kemudian yaitu sederhana. Itu nggak bisa kita ubah ubah lagi” (Narasumber 1, Kamis, 4 Februari 2021)

2.) Konten dan Fitur Website

Aqiqah Nurul Hayat mengisi halaman websitenya dengan berbagai macam konten. Konten yang dimuat baik berupa artikel, foto produk, harga, serta alamat kantor cabang. Hal ini seperti yang dijelaskan oleh narasumber 1,2 dan 3.

“Ya itu tadi mas.. seperti yang di awal ya pertama mulai dari daftar semua kantor cabang kita masukkan semua di website, biar waktu orang mencari Aqiqah Nurul Hayat itu di mana, mereka sudah paham alamatnya di mana. Nah terus yang kedua, kita mencantumkan juga di website itu daftar harga untuk masing-masing paket dari tiap cabang. Terus yang ketiga ada tombol untuk ini apa pesan jadi customer ketika mau pesan itu nanti tinggal klik dan larinya akan ke admin kami.” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Untuk konten ada artikel-artikel seputar aqiqoh. Di situ juga kami muat artikel tentang ee hukum aqiqoh, tata

cara aqiqoh, ketentuan aqiqoh. Untuk fiturnya, pokoknya kita isi dengan fitur yang dapat memudahkan customer” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari)

“Konten di websitenya itu ada info-info, promo tiap bulan yang update itu bisa buat nambah layanan juga. Terus yang ketiga ya, artikel-artikel yang memang bermanfaat. Jadi eeee jadi yang buka bisa berlama-lama baca di websitenya Aqiqah Nurul Hayat ini. Mulai dari ya nggak hanya customer atau jabatan calon customer aja, mungkin yang masih muda biasanya cari info info tentang ya ya Akiko itu seperti apa kewajiban dalam Islamnya itu seperti apa gitu” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

2. Mengetahui Efektivitas Penggunaan Website dalam Pelayanan Aqiqah

Narasumber 1,2, dan 3 mengatakan bahwa penggunaan *Website* merupakan salah satu metode yang digunakan untuk memperluas jangkauan pasar Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Oleh karena itu, maka peneliti berusaha mencari tahu tentang pengaruh website terhadap penjualan produk, cara untuk mengetahui keefektivitasan dalam penggunaan website, serta strategi dalam penggunaan website. Adapun hasil penelitian yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh Website Terhadap Penjualan Produk Aqiqah

Setiap website pasti memiliki tujuan dan kegunaannya masing-masing. Salah satunya kegunaannya adalah untuk menjual produk baik berupa jasa atau barang. Di masa pandemi seperti saat ini, situs online sudah menjadi pasar baru untuk masyarakat. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber 1,2, dan 3. Narasumber berpendapat bahwa

penggunaan website memiliki pengaruh terhadap penjualan produk aqiqah Nurul Hayat.

“Semakin ke sini pengaruh dari penggunaan media online seperti website itu semakin meningkat. Karena, orang tahu informasi itu dari website, kemudian Instagram, Facebook, seperti itu. Jadi ada peningkatan lah. Ya mungkin karena sekarang eranya seperti itu ya. Sekarang karena pandemi juga mungkin ya, orang lebih banyak memilih online” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Sejauh ini pengaruh sih, sebelum-sebelumnya online itu masih tertinggi untuk jadi sumber-sumber informasi tentang Aqiqah Nurul Hayat. Tapi, mulai sekarang mungkin sudah beralih ke sosmed ya. Jadi, sudah disusul sama sosmed, tapi website masih itungannya masih lumayan tinggi. Jadi, untuk memperkenalkan Aqiqah Nurul Hayat, kita terus memberi informasi-informasi ke calon customer kan bisa” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Meningkat ya, karena kan dengan website, kita sebagai admin atau penerima order itu terbantu. Kan di website tuh kan sudah ada tampilan kek harganya info-info tentang akikoh, jadi memudahkan dari internal dari pihak admin karena website kan ini ya sebagai toko-toko online itu” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

b. Cara Mengetahui Keefektivitasan Website Aqiqah Nurul Hayat

Keefektivitasan dari suatu metode dapat diukur baik secara internal maupun eksternal. Narasumber 1,2, dan 3 menjelaskan bahwa terdapat metode yang digunakan untuk mengetahui keefektivitasan *website* Aqiqah Nurul Hayat. Berikut merupakan penjelasan dari narasumber :

1.) Secara Internal

Aqiqah Nurul Hayat sangat memperhatikan setiap langkah yang digunakan. Termasuk diantaranya adalah penggunaan website aqiqahnya. Narasumber 1,2 dan 3 menjelaskan bahwa aqiqh Nurul Hayat memiliki cara untuk mengetahui keefektifitasan dalam penggunaan websitenya secara personal.

“Jadi pertama itu kita tanyakan dahulu apakah orang yang pesen itu informasinya dari repeat order atau dari informasi tetangga atau dari informasi sosmed Facebook, Instagram, website atau dari masyarakat, Kemudian nanti itu kami ada rekapannya untuk hasil sumber informasi tersebut. Nah sejauh ini, dari bulan ke bulan sampai tahun ini, ternyata yang sebelumnya itu media offline, kaya billboard itu, sekarang mulai banyak orang mencari Aqiqoh dari media online itu yang semakin meningkat sekarang.” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Sekarang ya dari banyaknya jumlah order via website, sumber informasinya dari website. Nah itu kan kita lihat, terus nanti ada yang pesan pasti kita tanyakan “sumber informasinya melalui mana? Dapat dari website kah? sosmed kah?” Kalau misal dari website, berarti itu mewakili lah itu keefektifitasan dari website” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021 WIB)

“Menurut saya sih efisiensi dari biaya iklan yang di keluarkan dengan omset dengan sumber informasi website. Maksudnya kita kan udah jor-joran iklan ternyata omset dari sumber informasi website masih sedikit. Ya pengukurnya kan dari situ, misal nggak lebih dari 1% dari biaya marketing ngiklanin website ya berarti sudah efektif, tapi kalau masih di atas 1% berarti kurang kaya gitu.” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

2.) Secara Eksternal

Secara eksternal, Aqiqah Nurul Hayat Surabaya mengukur keefektifitasan websitenya melalui pengalaman konsumen. Hal ini ditujukan untuk mengevaluasi, serta untuk menerima masukan dari berbagai responden. Hal ini dijelaskan oleh narasumber 1,2 dan 3 sebagai berikut :

“Kami ada sistem baru ya. Jadi sekarang surveynya kami lakukan setiap bulan. Bulan ini, kita sudah ambil 5 responden. Kalau dulu, kita survey dengan japri ke customer yang sudah kita pilih. Nah, sekarang tidak melalui japri. Tapi, kita melalui Zoom online gitu. Jadi kita ambil 5 sampel responden dari pelanggan aqiqah, kemudian kita ajak mereka untuk Zoom wawancara terkait seputar aqiqoh. Nah, di situ nanti kita bisa melihat mereka itu selama ini mendapat info itu dari mana saja, akses ke Aqiqah Nurul Hayat ini dari mana saja, terus kualitas daripada masakan, apakah ada saran saran untuk perbaikan, itu semua ada di tadi survei online itu tadi.” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Setiap bulan kita juga ada tanya jawab dengan customer. Jadi, kita survei ke customer secara random dari seluruh cabang untuk menanyakan semuanya. Mulai dari pelayanan kami, terus dari sumber-sumber informasi mereka dari mana, terus perjalanan mereka tahu Aqiqoh Nurul Hayat dari mana, sebelum akhirnya mereka membeli di kita itu alasannya kenapa. Itu kami adakan survey tiap bulan.” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Kalau survei ya kan lebih ke layanan aqiqohnya atau pelayanan petugas ya. Tapi kita juga baru belajar, itu harusnya memang harus ada survey nanya ke customer

gimana website kita kayak gitu” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

c. Strategi Dalam Penggunaan Website

Di setiap metode yang digunakan pasti ada strategi yang harus diterapkan. Narasumber 1,2, dan 3 menjelaskan bahwa terdapat strategi di dalam penggunaan *website* Aqiqah Nurul Hayat. Ketiga narasumber menjelaskan strategi yang diterapkan pada website Aqiqah Nurul Hayat adalah sebagai berikut.

1.) Strategi SEO Organik dan Non-organik

Narasumber menjelaskan tentang strategi yang digunakan dalam penggunaan websitenya. Terdapat dua strategi, yakni strategi organik dan non-organik. Adapun penjelasan dari SEO organik dan non-organik dari narasumber adalah sebagai berikut :

“Kalau strategi, kami ada organik dan nonorganik atau berbayarlah. Strategi pertama yang kita optimalkan yang organiknya itu tanpa membayar itu dengan cara SEO search engine optimization itu kita optimalkan. Kemudian, yang kedua itu ada ads atau iklan. Itu strategi yang berbayar, seperti Google Ads. SEO itu sendiri di dalamnya juga banyak sekali. Mulai dari membuat artikel, pasang backlink, status media sosial ada banyak sekali gitu biar website kita tetap nangkring di halaman 1 Google gitu” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Strategi yang digunakan untuk meningkatkan pelayanan melalui website aqiqoh itu semua informasi sudah lengkap di situ, terus pemesanan juga bisa lewat situ. Walaupun pesannya via website, nanti akan langsung terhubung ke admin kami. Kemudian juga ada semua promo-promo, dan informasi terbaru tentang

aqiqoh sudah ada di situ juga” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“non organik dan organik ya. Kita optimasinya masih share link website dari sosmed, dari WA broadcast, YouTube kayak gitu. Kalau anorganiknya ya iklan. Kalau organik kan banyak ya, kaya Google mail bisnis, medium, linkedin ya pokoknya semua sosmed itu kita optimasi dengan share link itu. Kaya kamu kemarin kan komen komen di website kan salah satu yang organik dan tidak berbayar ya. Kalau Anorganik berbayar ya lewat ads ads Facebook sama Instagram, Google sama paid promote kayak gitu.” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

2.) Langkah-Langkah dalam Penggunaan SEO

SEO merupakan upaya untuk mengoptimisasi mesin pencari agar lebih mudah untuk menemukan *website* berdasarkan kata kunci yang dimasukkan. Narasumber 1,2, dan 3 menjelaskan tentang langkah-langkah dan tujuan dari adanya penggunaan SEO. Pihak Aqiqah Nurul Hayat Surabaya menyadari bahwa sangat penting peran dari SEO. Adapun penjelasan dari kedua narasumber adalah sebagai berikut :

“Untuk sekarang masih SEO itu yang lagi kita kerjakan sampai sekarang. Jadi strateginya adalah kita kan cuma punya 1 website utama. Ketika website itu sudah masuk di lini satu, maka kita nggak puas hanya sekedar 1 website ini masuk di lini satu tersebut. Goalnya nanti ke depan adalah 1 halaman Google itu isinya adalah website kita semua ya. Jadi ketika orang mencari aqiqah itu meskipun dia mencari di link yang beda, tapi nanti customer itu kenak ke website kita. Nah itu.. yang lagi kita kerjakan.” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Dari SEO organik dan non organik, juga sebagian juga di iklankan cabang-cabangnya. Misal, cabang yang sudah di peringkat 1 di halaman Google mungkin kita enggak iklankan lagi. Tapi, yang belum di halaman 1 di iklankan biar bisa di paling atas di pencarian Google” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Ya itu tadi yang kaya kamu kemarin itu yang komen di website lain itu juga salah satu langkah SEO yang organik yang tidak berbayar. Kalau SEO yang Anorganiknya ya lewat ads ads sosmed seperti Facebook sama Instagram, Google sama paid promote untuk mengoptimisasi search engine tadi.” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

3.) Optimalisasi Website Aqiqah Nurul Hayat

Dalam proses optimalisasi *website* tidak hanya bagian dalam *website* saja yang perlu untuk dioptimalkan. Akan tetapi, kata kunci juga perlu dioptimalisasikan. Narasumber menjelaskan bahwa pentingnya kata kunci untuk dioptimalisasi agar mesin pencari mudah untuk menemukan *website* Aqiqah Nurul Hayat. Adapun hasil penelitian yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

a.) Metode Dalam Pengoptimalisasian Website

Narasumber menjelaskan bahwa terdapat metode atau langkah-langkah yang dikerjakan dalam mengoptimisasi *website*. Metode yang digunakan adalah metode optimalisasi secara organik dan non-organik. Narasumber menjelaskan bahwa hal ini penting untuk mempercepat optimalisasi *website*. Terutama dalam proses optimalisasi *search engine optimization* (SEO) *website* Aqiqah Nurul Hayat.

“Pengoptimalisasian website melalui ads dan juga melalui SEO. Nah kalau SEO itu banyak strateginya, seperti tadi itu pasang artikel, pasang backlink, kemudian kita juga memasang artikel-artikel di website orang lain. Termasuk ini cara mempromosikan website kita. Dengan kita share ke semua channel sosmed seperti Instagram dan semuanya itu kita pasang “ (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Banyak ya, dari artikelnya, terus menanam backlink yang banyak, terus pengoptimalan di dalam websitenya juga. Mulai dari kecepatan, kemudahan akses nya, terus kemudian kita share ke website lain seperti blog-blog medium dan sosial media supaya bisa di peringkat satu.”(Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Pertama organik dan anorganik, terus secara berkala kita update lagi di Google kata kuncinya itu ada perubahan nggak atau mungkin tetap sama. Kalau misalkan tidak ada perubahan, berarti kata kuncinya yang baru kita pakai buat acuan untuk menulis artikel. Terus, kita juga sisipkan link dengan kata kunci SEOnya yang sudah kita tetapkan. Kemudian, kita juga melakukan riset SEO. SEO itu kan juga harus kita riset dulu, karena bisa jadi bulan depan mungkin hooknya beda. Misalnya, seseorang menulis pencariannya nggak hanya aqiqah aja, Tapi kek jasa aqiqah gitu itu. Kalau, anorganiknya seperti menggunakan jasa nambah backlink. Jadi itu kita minta tolong orang buat ya sama kayak magangmu kemarin itu, nambah-nambah backlink” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

b.) Proses Optimalisasi Website

Narasumber menjelaskan bahwa dalam proses optimalisasi website, narasumber melakukan berbagai cara untuk mengoptimalisasikan website Aqiqah Nurul Hayat. Selain untuk mengoptimalisasikan website, narasumber juga menjelaskan bahwa cara ini digunakan untuk terus mempromosikan website Aqiqah Nurul Hayat.

“ Ya seperti tadi, untuk saat ini SEO yang lagi kita kerjakan sampai sekarang. Karena, kita nggak puas hanya sekedar 1 website saja yang masuk di lini satu. Jadi, prosesnya Kita lagi membeli domain yang kemudian. kita optimasi dengan SEO tadi itu agar bisa masuk ke ranking 1 Google semua. Jadi, misalkan ada orang mengetik aqiqah Surabaya, kemudian dia klik link yang satu akikohnurulhayat.com, terus link yang kedua ternyata akikahsurabaya.online, atau link ketiga akikohsurabaya.xyz. Meskipun nama dan alamatnya beda, tapi itu adalah website kita semua. Karena kita ingin mendominasi halaman Google” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Buat proses optimalisasian, ee pokoknya kita kan nggak lemot, terus karena cabangnya juga nambah dan alamat juga otomatis nambah terus nomor teleponnyajuga nambah, kemudian menambah kapasitas medianya, foto-fotonya ditambah. Tapi, tetap harus kita usahakan nggak lemot juga. Terus selalu mengoptimalkan marketing SEOnya supaya mudah dicari nah itu tuh” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Optimalisasinya update tiap hari kontennya, artikel itu juga diposting setiap hari, terus di artikelnya juga daftarkan ke Google konsul, terus link link artikelnya

itu disisipkan di website lain untuk memperbanyak backlink dan juga untuk call to action di iklan” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

c.) Proses Pemeliharaan Website

Selain dioptimalisasi, website perlu untuk dilakukan pemeliharaan. Hal ini dikarenakan, website tidak dapat bertahan selamanya. Oleh karena itu, maka diperlukan pemeliharaan agar *domain* atau jaringan website tersebut tetap menjadi milik pengguna. Jika website tidak dilakukan pemeliharaan, maka *domain* dari website tersebut dapat diperjual belikan kembali oleh penyedia *domain*. Sehingga, *domain* dari website tersebut dapat menjadi milik orang lain. Narasumber 1 dan Narasumber 2 menjelaskan proses pemeliharaan website Aqiqah Nurul Hayat sebagai berikut :

“Kalau pemeliharaan ada banyak ya mas. Mulai dari pembayaran domain setiap bulan, kemudian posting dan mengedit ketika ada perubahan. Misalnya ada cabang-cabang yang lagi pindah lokasi atau cuma ada perubahan harga. Kita juga rutin melakukan maintenance berkala juga seperti itu.” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Selalu dicek rutin untuk websitenya apakah ada fitur-fitur yang nggak bisa, apakah halamannya nggak bisa diakses, kalau ada ya nanti kita akan baru betulin, udah sih seperti itu” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

d.) Kendala Selama Proses Optimalisasi Website

Optimalisasi website merupakan hal yang cukup rumit. Hal ini dikarenakan, *algoritma* serta aturan dari mesin pencarian Google haruslah sangat diperhatikan. Narasumber menjelaskan kendala yang dialami selama proses optimalisasi website sebagai berikut :

“Kendalanya itu eee karena kompetitor itu lagi melek SEO juga. Jadi ya kendalanya kita masih butuh belajar lagi untuk bisa bersaing dengan para kompetitor itu. Karena, yang di sini juga sama-sama lagi belajar juga. Jadi, kita juga terus mempelajari algoritma Google itu sekarang seperti apa, apakah ada perubahan atau tidak. Kalau ada berubahnya itu seperti apa, sekarang itu yang kita pelajari. Kemudian, Google Mail Bisnis itu juga masih kita pelajari juga. Karena, untuk mengoptimalkan Google Mail Bisnis yang ada di Google juga agak susah. Kemarin kita sudah melakukan review banyak ya, jadi semua karyawan eee kita wajibkan untuk review. Akhirnya, dianggap spam gitu sama Google. Itu tentu jadi buat kendala juga buat kami. Jadi, gimana caranya mengoptimalkan itu supaya tetap eksis di halaman Google masih kita pelajari juga” (Narasumber 1, Kamis 4 Februari 2021)

“Kalau saya pribadi sebagai adminnya dari website mungkin ini kan buatan coding, jadi kalau ada beberapa fitur yang mungkin harus saya ubah ataupun pengen saya tambah kan harus coding dulu. Jadi harus ada pihak ketiga, yaitu pihak di luar saya sebagai operator websitenya. Mungkin itu si kendalanya, terus selain itu ya tetep SEO udah sih itu” (Narasumber 2, Kamis 4 Februari 2021)

“Ya yang jelas. Satu, saingan kita banyak maksudnya saingan penjual aqiqoh kita kan banyak. Jadinya untuk di ranking 1 di halaman 1 itu kan kejar-mengejar sama website akikah lain. Itu kendala yang pertama. Kedua, harus rajin-rajin bikin artikel. Jadi, katakanlah kita rankingnya mundur, ya berarti harus di sundul sundul dengan artikel yang baru. Artikel yang

bagus yang diterima Google dan banyak pembacaannya jadi biar lebih ee... optimal.” (Narasumber 3, Kamis 4 Februari 2021)

C. Analisis Data

Analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mencari, menelaah data yang telah dikumpulkan. Analisis data juga digunakan untuk menemukan kebenaran tentang penelitian yang telah dilakukan. Analisis data juga dilakukan untuk memberikan gambaran jelas terkait dengan penelitian yang telah dilakukan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan temuan yang menggambarkan tentang Optimalisasi Website Dalam Pelayanan Aqiqah di Nurul Hayat Surabaya.

1. Sudut Pandang Teori

a. Konsep Website Aqiqah Nurul Hayat

Website Aqiqah Nurul Hayat memiliki konsepnya sendiri. Website ini dikonseptkan untuk dapat memberikan kemudahan kepada kedua belah pihak. Kedua belah pihak yang dimaksud adalah pihak Aqiqah Nurul Hayat Surabaya dan pelanggan aqiqah. Pada sub bab ini penulis akan menguraikan data seputar website Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Uraian ini bertujuan untuk menggambarkan konsep website yang digunakan, serta desain yang diterapkan di dalam website. Adapun hasil penelitian yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

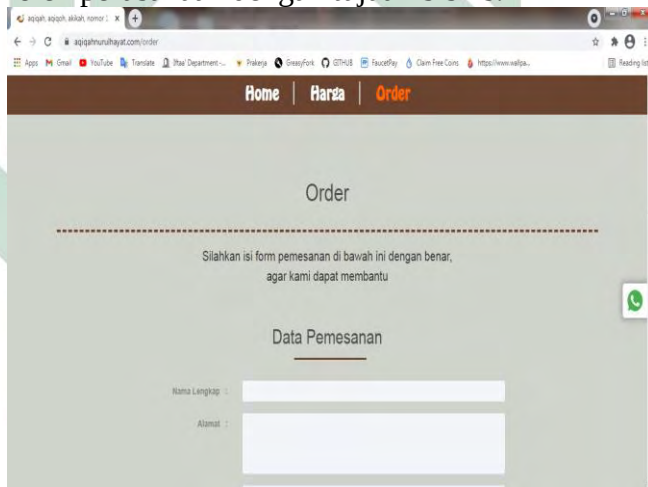
1. Konsep Website Yang Digunakan Aqiqah Nurul Hayat

a.) Jenis Website

Jenis website dapat disesuaikan dengan fungsi dari tujuan dibuatnya website tersebut. Terdapat empat jenis *website*, yaitu *personal*, *commercial*,

government, dan non-profit. Sebagai penyedia produk barang dan jasa, maka website Aqiqah Nurul Hayat Surabaya menggunakan website jenis *commercial*.

Penjelasan di atas sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Rahmat Hidayat (2010) tentang jenis website berdasarkan fungsinya. Hidayat menjelaskan bahwa terdapat empat jenis website, yaitu *personal website, commercial website, government website, dan non-profit website.* Pada umumnya, *commercial website* memang digunakan oleh perusahaan dengan tujuan bisnis.¹⁰⁴

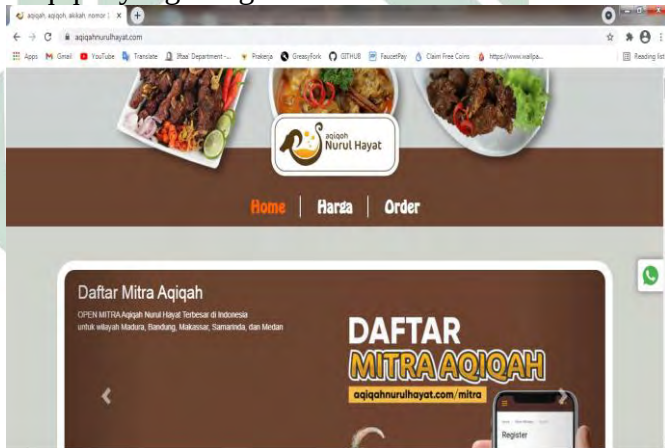


Gambar 1.1 Halaman Order Aqiqah Nurul Hayat

b). Konsep Website

¹⁰⁴ Rahmat Hidayat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis : Pengertian Website*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kompas, Gramedia), 2010, hal. 2

Konsep yang diterapkan pada *website* Aqiqah Nurul Hayat adalah konsep yang sederhana. Meski sederhana, narasumber menjelaskan bahwa *website* Aqiqah Nurul Hayat tetap dibekali dengan fitur yang lengkap. Sehingga, *website* menjadi *userable*, serta tidak membingungkan pelanggan. Di dalam *website*, pelanggan akan disajikan secara lengkap daftar harga serta alamat sesuai dengan kota. Keemudian, *website* Aqiqah Nurul Hayat juga dibekali dengan fitur lainnya yang dapat memudahkan pelanggan dalam memesan paket aqiqah yang diinginkan.



Gambar 1.2 Konsep Sederhana Website Aqiqah Nurul Hayat

Penjelasan dari narasumber ini sesuai dengan definisi dari *usability* menurut Nielsen (1994). Nielsen menjelaskan bahwa sangat penting suatu *website* untuk memiliki *usability*. Hal ini dikarenakan, kebiasaan pengguna yang ingin segera mengerti apa yang disajikan di dalam *website*.

Pengguna juga ingin sesegera mungkin dapat menggunakan fitur yang disajikan dalam website.¹⁰⁵

2.) Desain Website Aqiqah Nurul Hayat

a.) Desain Website

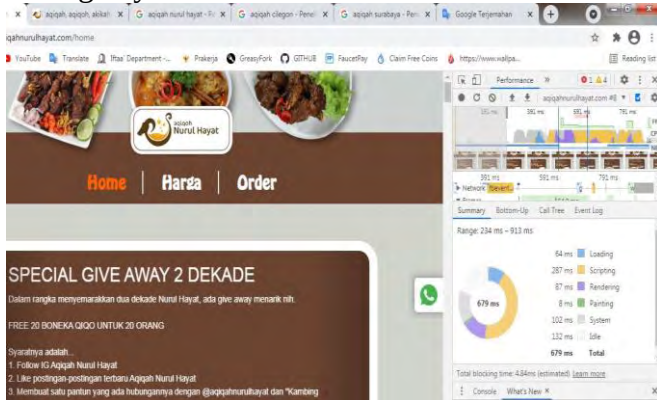
Aqiqah Nurul Hayat memiliki konsep *website* yang sederhana. Sehingga, desain yang digunakanpun juga sederhana. Desain ini digunakan baik sebagai identitas, memberi informasi kepada pengunjung, serta untuk meringankan proses *loading page*. Aqiqah Nurul Hayat menerapkannya untuk menarik serta menjaga jumlah pengunjung yang singgah di website mereka.

Menurut narasumber 1, terdapat tiga poin yang diterapkan pada *website* Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Narasumber 1 menjelaskan bahwasanya desain yang diterapkan lebih kepada sederhana dan *fast loading*.

Meski narasumber satu memiliki pendapat yang berbeda, namun penjelasan dari ketiga narasumber sangatlah berkaitan. Penjelasan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Thorlacius (2010). Thorlacius mengemukakan bahwasanya situs web yang cepat lebih disukai. Karena, pengguna lebih menyukai kecepatan dalam mencari apa yang dibutuhkan. Seperti pencarian

¹⁰⁵ Wimmie Handiwidjojo, Lussy Ernawati, "Pengukuran Tingkat Ketergunaan (Usability) Sistem Informasi Keuangan), *JUISI*, Vol.2, No.1, Februari 2016, hal.50

informasi, presentasi, belanja, dan lain sebagainya.¹⁰⁶



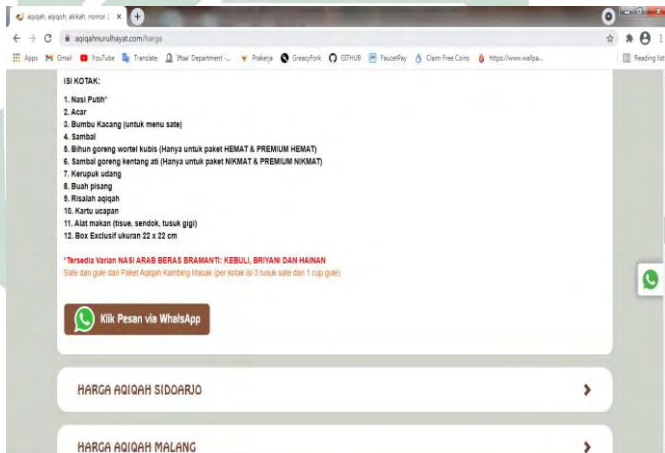
Gambar 1.3 Desain yang Ringan dan Cepat Untuk Diakses

b.) Konten dan Fitur Website

Aqiqah Nurul Hayat mengisi halaman websitenya dengan berbagai macam konten. Konten yang dimuat baik berupa artikel, foto produk, testimoni produk, harga sesuai kota, serta alamat kantor cabang. Sehingga, pelanggan dapat menilai serta memilih secara detail produk mana yang akan dibeli. Untuk pemesanan, narasumber menjelaskan bahwa *website* Aqiqah Nurul Hayat dibekali juga dengan fitur pesan cepat berupa logo WhatsApp yang mengambang. Hal ini ditujukan untuk memudahkan pelanggan dalam memesan paket yang diinginkan.

¹⁰⁶ Fitria Ekarini, "Analisis Desain Website BNI, BUKOPIN, J.CO DONUTS DAN MCDONALDS Menurut Buku "THE PRINCIPLES OF BEAUTIFUL WEB DESIGN", *Jurnal ELINVO*, Vol.2, No.1, 2017, hal.10

Penjelasan mengenai konten dan fitur website ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Vincent Gasperz (2008). Gasperz mengemukakan bahwa terdapat dua definisi kualitas. Salah satu diantaranya adalah kualitas secara konvensional. Definisi ini menjelaskan bahwa kualitas menggambarkan langsung karakteristik dari suatu produk.¹⁰⁷ Website Aqiqah Nurul Hayat berisikan konten dan fitur yang spesifik. Sehingga, calon pelanggan dapat dengan mudah untuk memahami isi dan fitur di dalam website tersebut.



Gambar 1.4 Spesifikasi Produk dan Pengelompokan Harga Sesuai Kota

¹⁰⁷ Vincent Gasperz, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 2008, hal. 4

2. Mengetahui Efektivitas Penggunaan Website dalam Pelayanan Aqiqah

Pada sub bab ini, penulis berusaha untuk menggambarkan tentang pengalaman Aqiqah Nurul Hayat Surabaya selama menggunakan websitenya. Penneliti menguraikan pengalaman pihak Aqiqah Nurul Hayat Surabaya untuk mengetahui tentang pengaruh *website* terhadap penjualan produk, cara untuk mengetahui keefektivitasan dalam penggunaan *website*, serta strategi dalam penggunaan *website*. Adapun hasil penelitian yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

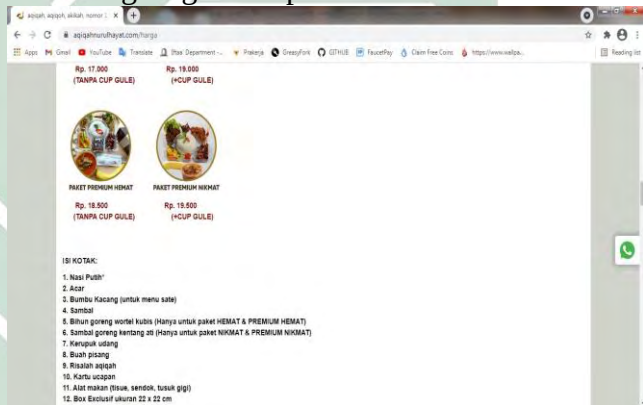
a. Pengaruh Website Terhadap Penjualan Produk Aqiqah

Setiap website pasti memiliki tujuan dan kegunaannya masing-masing. Salah satunya kegunaannya adalah untuk menjual produk baik berupa jasa atau barang. Di masa pandemi seperti saat ini, situs online sudah menjadi pasar baru untuk masyarakat. Hal ini juga dijelaskan oleh narasumber 1,2, dan 3. Narasumber berpendapat bahwa penggunaan website memiliki pengaruh terhadap penjualan produk aqiqah Nurul Hayat.

Narasumber mengaku bahwa dari beberapa waktu terakhir, produk aqiqah Nurul Hayat mengalami peningkatan melalui media *website*. Hal ini juga didukung dengan situasi pandemi seperti saat ini. Sehingga, pasar *online* menjadi lebih ramai daripada sebelumnya. Di samping itu, *website* aqiqah Nurul Hayat juga dibekali dengan informasi produk yang sangat detail. Sehingga, pelanggan

dapat mengetahui secara detail tentang produk yang akan dipesan.

Pengaruh dari penggunaan website terhadap penjualan produk aqiqah ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Laudon dan Laudon (2007). Laudon dan Laudon menjelaskan bahwa web memang memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap penjualan. Hal ini dikarenakan, pelanggan dapat mengenal informasi dari produk yang akan dibeli terlebih dahulu tanpa harus melihatnya secara langsung di tempat.¹⁰⁸



Gambar 2.1 Contoh Spesifikasi Produk

b. Cara Mengetahui Kefektivitasan Website Aqiqah Nurul Hayat

1.) Secara Internal

Aqiqah Nurul Hayat sangat memperhatikan setiap langkah yang digunakan. Termasuk

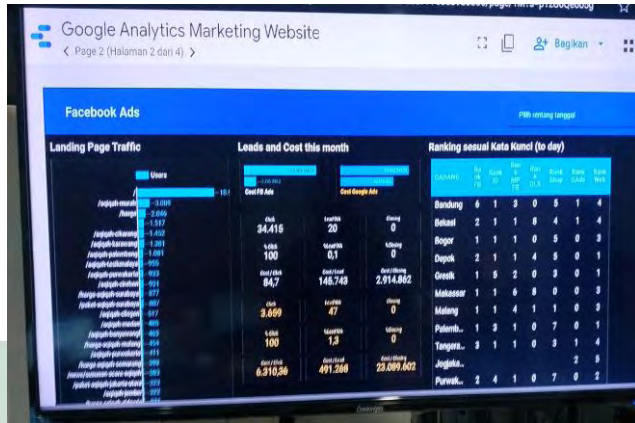
¹⁰⁸ Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi ke-10. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. (Jakarta: Salemba Empat), 2007, hal.133

diantaranya adalah penggunaan *website* aqiqahnya. Narasumber 1,2 dan 3 menjelaskan bahwa Aqiqah Nurul Hayat juga selalu melakukan riset untuk mencari tahu keefektivitasan *website*. Salah satunya adalah riset yang dilakukan secara Internal.

Secara internal, pihak Aqiqah Nurul Hayat selalu menanyakan dari manakah informasi yang didapat ketika melakukan pemesanan. Baik dari pesanan ulang, iklan sosial media, *website*, atau dari tetangga semua dikumpulkan oleh pihak Aqiqah Nurul hayat. Tujuannya, adalah untuk mengetahui sejauh mana keefektivitasan metode yang digunakan. Sehingga, pihak Nurul Hayat dapat mengetahui metode yang manakah yang paling efektif digunakan dalam beberapa waktu ke depan.

Penjelasan ini sesuai dengan salah satu teori pengukuran efektivitas menurut Lubis dan Martani (1987). Lubis dan Martani (1987) menjelaskan bahwa salah satu cara untuk mengukur efektivitas adalah dengan melihat sejauh mana efektivitas dari kegiatan internal yang dijalankan.¹⁰⁹

¹⁰⁹ S.B Lubis dan Martani Husseini Hari, *Teori Organisasi Suatu Pendekatan Makro*, (Jakarta: PAU Ilmu-Ilmu Sosial UI), 1987, hal.55



Gambar 2.2 Analisis Efektivitas Melalui Google Analytic

2.) Secara Eksternal

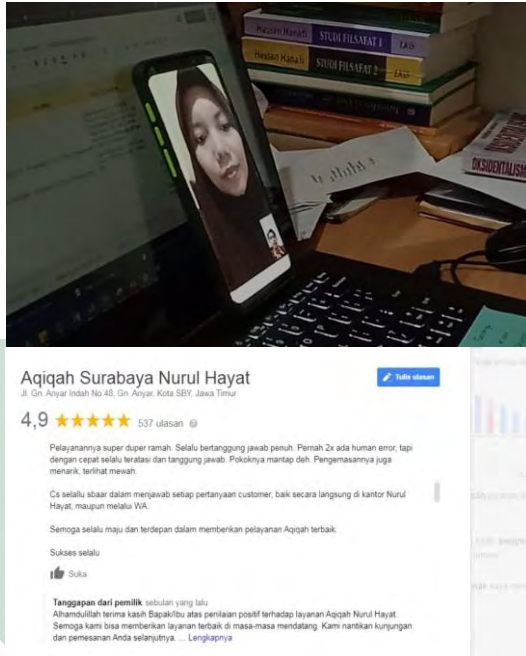
Aqiqah Nurul Hayat Surabaya juga memperhatikan keefektifitasan websitenya melalui pengalaman konsumen. Hal ini ditujukan untuk mengevaluasi, serta untuk menerima masukan dari berbagai responden. Responden yang dipilih akan dihubungi melalui panggilan video maupun suara. Hal ini dikarenakan, pihak Aqiqah Nurul Hayat juga membutuhkan penilaian dan masukan dari pelanggan sebagai evaluasi.

Selain melalui media panggilan video dan suara, penilaian ulasan yang dituliskan dalam Google juga menjadi perhatian utama bagi pihak Aqiqah Nurul Hayat. Dengan adanya penilaian-penilaian tersebut, memudahkan pihak Aqiqah Nurul Hayat untuk mengetahui kepuasan pelanggan. Selain untuk mengetahui kepuasan

pelanggan, pihak Aqiqah Nurul Hayat juga menjadikannya sebagai media dalam mengukur efektivitas metode pemasaran yang digunakan. Salah satunya adalah untuk mengukur keefektifitasan *website* terhadap pelayanan aqiqahnya.

Dengan menanyakan secara langsung kepada pelanggan, maka metode ini sesuai dengan teori tentang kepuasan pelanggan yang diungkapkan oleh Tjiptono (2014). Berdasarkan teori yang diungkapkan oleh Tjiptono (2014), terdapat 6 konsep dalam kepuasan pelanggan. Salah satunya adalah konsep kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Konsep ini mengukur kepuasan pelanggan dengan cara menanyakannya langsung kepada pelanggan¹¹⁰.

¹¹⁰ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, (Yogyakarta: Andi Offset), 2014, hal.368



Gambar 2.1 Metode Analisis Kepuasan Pelanggan

c. Strategi Dalam Penggunaan Website

Di setiap tujuan pasti ada strategi yang harus diterapkan. Ketiga narasumber menjelaskan bahwa terdapat strategi di dalam penggunaan websitenya. Ketiga narasumber menjelaskan strategi yang diterapkan pada website Aqiqah Nurul Hayat adalah sebagai berikut.

1.) Strategi SEO Organik dan Non-organik

Narasumber 1,2, dan 3 menjelaskan tentang strategi yang digunakan dalam penggunaan websitenya. Terdapat dua strategi, yakni strategi organic dan non-organik. Akan tetapi,

narasumber menjelaskan bahwa Aqiqah Nurul Hayat lebih mengutamakan strategi yang organik. Strategi organik ini berupa, pembuatan artikel, penanaman *backlink*, serta optimalisasi *website* secara *off page*.

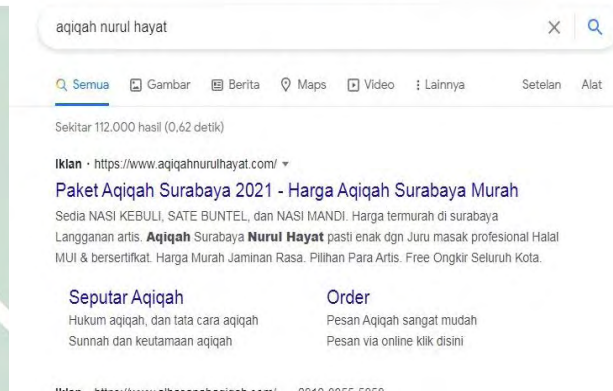
Strategi organik memungkinkan Aqiqah Nurul Hayat untuk meminimalisir pengeluaran. Akan tetapi, dalam proses pelaksanaannya waktu yang digunakan menjadi lebih banyak. Hal ini dikarenakan, proses pembuatan artikel dan penanaman *backlink* membutuhkan waktu yang cukup lama. Tujuan dari diterapkannya strategi ini adalah untuk menempatkan Aqiqah Nurul Hayat pada hasil pencarian teratas, serta berada halaman pertama mesin pencari.

Strategi kedua adalah strategi non organik. Disebut non organic karena strategi ini mengharuskan pihak Aqiqah Nurul Hayat untuk membayarkan sejumlah uang. Aqiqah Nurul Hayat menggunakan strategi ini dengan berbagai macam penerapan. Baik pengiklanan secara SEM, maupun *endorsement*. SEM merupakan singkatan dari Search Engine Marketing. SEM merupakan metode pengiklanan yang biasa digunakan untuk mengiklankan *website*. SEM dapat dilihat pada halaman teratas mesin pencari dengan ada tambahan simbol *Ad* atau bertuliskan iklan pada kolomnya.

Dikutip dari situs pemasaranpariwisata.com, SEO organik dan SEO non-organik atau SEM merupakan salah satu taktik internet *marketing*.

SEO ditujukan untuk menempati hasil teratas di mesin pencari tanpa harus mengeluarkan biaya. Sedangkan SEM atau SEO non-organik merupakan taktik untuk menempati hasil teratas di mesin pencari dengan cara membayar mesin pencari tersebut. Biasanya, taktik ini lebih dikenal dengan istilah *Pay Per Click*.¹¹¹

google.com/search?q=aqiqah+nurul+hayat&safe=strict&rlz=1C1CHBF_enID917ID917&ei=9OizYNm_EcavyAPKuZv
 sili YouTube Translate Iftaa' Department ... Prakerja GreasyFork GITHUB FaucetPay



Gambar 2.4 Penggunaan SEM

2.) Langkah-Langkah dalam Penggunaan SEO

Narasumber 1 dan 2 menjelaskan tentang langkah-langkah dan tujuan dari adanya penggunaan SEO. Pihak Aqiqah Nurul Hayat Surabaya menyadari bahwa sangat penting peran dari SEO. Narasumber mengaku, SEO tidak hanya digunakan pada *website* penjualan pusat saja. Akan tetapi, kepada semua *website* cabang

¹¹¹ <https://pemasaranpariwisata.com/2019/12/25/search-engine-optimization/>, diakses pada 1 April 2021, pada pukul 13.48 WIB

Aqiqah Nurul Hayat juga. Narasumber mengaku bahwa ini merupakan strategi untuk dapat menaikkan *website* cabang Aqiqah Nurul Hayat di halaman pencarian Google.

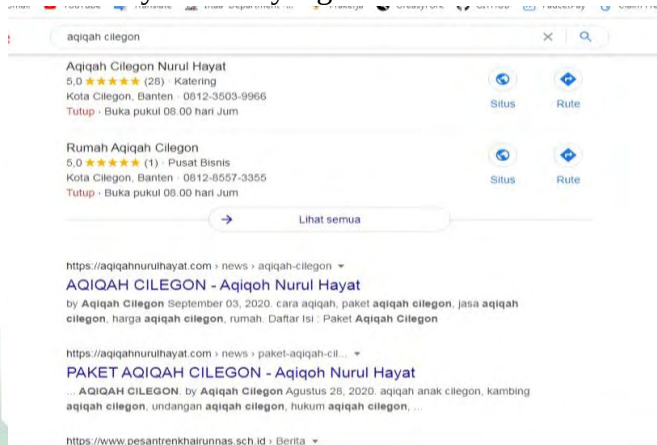
Narasumber satu juga menjelaskan bahwasanya sedang mengoptimalkan *website* lain yang akan digunakan untuk mengarahkan ke *website* pusat. Hal ini dilakukan dengan cara mengoptimalkan *domain* dari satu *website* agar dapat langsung tertuju pada *website* pusat. Kemudian, narasumber juga menjelaskan bahwasanya juga melakukan pengawasan rutin kepada seluruh *website* cabang.

Narasumber dua menjelaskan bahwa pelaksanaan pengawasan ini dilakukan agar dapat mengetahui *website* yang belum dioptimalisasi. Sehingga, *website* cabang tersebut dapat sesegera mungkin untuk dioptimalisasi dan dapat menempati halaman pertama mesin pencari.

Langkah yang diambil oleh narasumber adalah untuk memenuhi halaman pertama dengan *website* Aqiqah Nurul Hayat sesuai dengan teori yang ada. Michael P.Evans (2007) dalam *Implementasi SEO On Page Pada UMKM Batik dan Handicraft* menjelaskan bahwa kebiasaan dari pengguna internet hanyalah melihat halaman pertama mesin pencari saja.¹¹²

¹¹² Felix Andreas Susanto, Sri Mulyani, Implementasi SEO On Page Pada UMKM Batik dan Handicraft, *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank*, (Semarang : Universitas Stikubank), 2015, hal. 2

Sehingga, sangatlah tepat apabila *website* berhasil menempati halaman pertama mesin pencari. Hal ini tentu didukung oleh penilaian masyarakat bahwasanya pencarian teratas biasanya adalah yang terbaik.



Gambar 2.5 Pemanfaatan SEO untuk Website Cabang

3.) Optimalisasi Website Aqiqah Nurul Hayat

Setelah mengetahui tentang website dan penggunaannya. Peneliti berusaha untuk meneliti tentang cara optimalisasi website Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang optimalisasi website yang diterapkan oleh Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Adapun hasil penelitian yang telah diuraikan adalah sebagai berikut :

a.) Metode Dalam Pengoptimalisasian Website

Narasumber menjelaskan bahwa terdapat metode atau langkah-langkah yang dikerjakan dalam mengoptimalisasi website. Metode yang

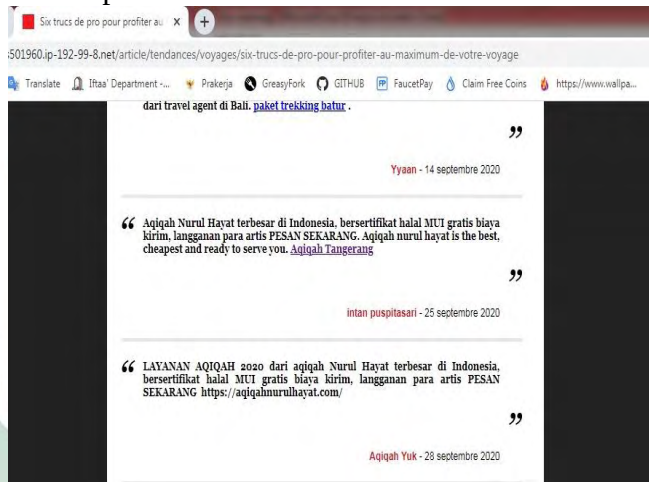
digunakan adalah metode optimalisasi secara organik dan non-organik. Narasumber menjelaskan bahwa hal ini penting untuk mempercepat optimalisasi website. Terutama dalam proses optimalisasi *search engine optimization* (SEO) website Aqiqah Nurul Hayat.

Metode yang paling sering digunakan oleh pihak Aqiqah Nurul Hayat adalah penanaman *backlink*. Pihak Aqiqah Nurul Hayat dapat menanam ratusan *backlink* setiap harinya. *Backlink* yang ditanam tidak hanya melalui artikel-artikel pada website pusat dan cabang saja. Akan tetapi, *backlink* ini juga ditanam melalui kolom komentar pada suatu situs, juga melalui artikel yang diunggah di *website* lain. Hal ini diterapkan guna meningkatkan jumlah kata kunci yang sudah ditebar. Sehingga, mesin pencari akan lebih mudah dalam menemukan *website* Aqiqah Nurul Hayat sesuai dengan kata kunci yang ditulis.

Selain untuk mengoptimalkan *website*, metode ini juga diterapkan sebagai metode untuk mempromosikan *website* Aqiqah Nurul Hayat. Hal ini didasari karena banyaknya *website* cabang Aqiqah Nurul Hayat. Sehingga, sangat penting untuk mengoptimalkan semua hingga dapat dijangkau secara luas.

Metode yang digunakan oleh narasumber adalah *SEO Off Page* yaitu menanam *backlink*. Metode ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Hadian dan Firman (2017). Hadian dan Firman (2017) menjelaskan bahwa *SEO Off Page* erat kaitannya dengan *backlink*. Teknik ini

dilakukan dengan cara menanam link website yang dimiliki ke website lain. Sehingga, website tersebut akan terkesan seperti telah banyak direkomendasikan dan mendapat perhatian dari mesin pencari.¹¹³



Gambar 3.1 Backlink Aqiqah Nurul Hayat Di Dalam Website Lain

b.) Proses Optimalisasi Website

Narasumber menjelaskan bahwa dalam proses optimalisasi website, narasumber melakukan berbagai cara untuk mengoptimalisasikan website Aqiqah Nurul Hayat. Selain untuk mengoptimalisasikan website, narasumber juga

¹¹³ Hadian Artanto, Firman Nurdiansyah, Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk, *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, Vol.1, No.2, Januari 2017, hal.2

menjelaskan bahwa cara ini digunakan untuk terus mempromosikan website Aqiqah Nurul Hayat.

Dalam proses optimalisasinya, narasumber memiliki perbedaan pendapat dalam proses optimalisasi *website*. Peneliti mendapati bahwasanya terdapat beberapa poin yang menjadi fokus utama bagi masing-masing narasumber.

Narasumber pertama menjelaskan bahwa fokus utama dalam proses optimalisasi *website* ini terdapat pada SEO. Fokus ini menitik beratkan pada tujuan untuk mengisi halaman mesin pencari dengan *website* Aqiqah Nurul Hayat.

Narasumber dua menjelaskan bahwasanya proses dalam optimalisasi *website* terdapat pada dalam *website* Aqiqah Nurul Hayat. Narasumber dua menjelaskan bahwa proses ini ditujukan agar semua *website* dapat berjalan secara optimal. Sehingga, semua *website* Aqiqah Nurul Hayat dapat berjalan dengan lancar, tidak lemot dan mampu untuk menampung banyak konten serta pengunjung.

Narasumber ketiga menjelaskan proses dari optimalisasi *website* Aqiqah Nurul Hayat terdapat pada *backlink*. Narasumber ketiga juga menjelaskan bahwasanya setiap artikel yang diunggah akan didaftarkan pada Google Consultant. Sehingga, artikel yang mengandung *backlink* ini dapat ditemukan secara cepat dan mudah oleh mesin pencari.

Meski berbeda pendapat, namun penjelasan dari ketiga narasumber sangat sesuai dengan teori dari SEO *On Page* dan SEO *Off Page*. Wahyu

Nurjana dan Astor Riyanto (2018) menjelaskan bahwa optimalisasi SEO *On Page* salah satunya adalah dengan optimalisasi konten dalam *website*. Sedangkan untuk optimalisasi SEO *Off Page* salah satunya adalah dengan memperbanyak *backlink*.¹¹⁴



Gambar 3.2 SEO On Page dan Backlink ke YouTube dan Situs Yayasan

c.) Proses Pemeliharaan Website

Selain dioptimalisasi, website perlu untuk dilakukan pemeliharaan. Hal ini dikarenakan, website tidak bisa bertahan selamanya. Oleh karena itu, maka diperlukan pemeliharaan agar *domain* atau jaringan website tersebut tetap menjadi milik pengguna. Jika website tidak dilakukan pemeliharaan, maka *domain* dari website tersebut

¹¹⁴ Wahyu Nurjana W.K dan Astor Riyanto, Analisis dan Penerapan Search Engine Optimization pada Website Menggunakan Metode *White Hat* SEO (STUDI KASUS DI PT. SURYAPUTRA IPRADANA). *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. 1, No.1. Diambil dari <http://jurnal.lpkia.ac.id/index.php/jti/article/view/22>

dapat diperjual belikan kembali oleh penyedia *domain*. Sehingga, *domain* dari website tersebut dapat menjadi milik orang lain.

Narasumber menjelaskan bahwa dalam proses pemeliharaan *website* Aqiqah Nurul Hayat terdapat hal-hal yang menjadi pusat perhatian. Narasumber menjelaskan pemeliharaan dilakukan secara periodik. Narasumber menjelaskan bahwa dalam proses pemeliharaan *website* dilakukan dengan pembayaran domain setiap bulan, serta pemeriksaan seluruh *website*.

Pemeriksaan yang dilakukan adalah untuk memastikan fitur dapat berjalan sempurna. Kemudian, pemeriksaan terhadap halaman situs untuk menemukan ada atau tidaknya kendala selama proses akses. Sehingga, pemeliharaan yang dilakukan merupakan pemeriksaan secara periodik. Hal ini dikarenakan pemeliharaan akan dilakukan bila terdapat hal yang mendesak saja.

Dari penjelasan narasumber, dapat disimpulkan bahwa pemeliharaan *website* yang dilakukan adalah pemeliharaan secara periodik. Rudika Harminingtyas (2014) menjelaskan bahwa pemeliharaan *website* secara periodik biasanya digunakan oleh *website* pribadi, penjualan, dan lain-lain. Hal ini dikarenakan, adanya pemeliharaan, atau perubahan hanya apabila dibutuhkan saja.¹¹⁵

¹¹⁵ Rudika Harminingtyas, Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi, dan Media Informasi dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan pada Hotel Ciputra di Kota Semarang, *Jurnal STIE SEMARANG*, Vol.6, No.3, Oktober 2014, hal. 46

d.) Kendala Selama Proses Optimalisasi Website

Optimalisasi website merupakan hal yang cukup rumit. Hal ini dikarenakan, *algoritma* serta aturan dari mesin pencarian Google haruslah sangat diperhatikan. Narasumber menjelaskan kendala yang dialami selama proses optimalisasi merupakan tantangan serta ilmu yang dapat dipelajari.

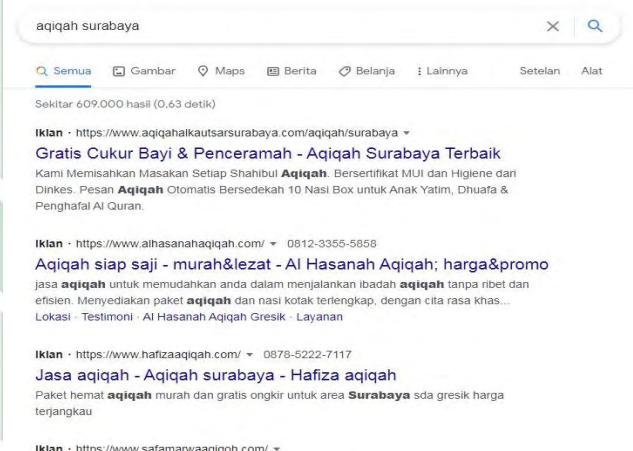
Narasumber mengaku bahwasanya kendala terbesar terdapat pada kompetitor. Dengan adanya SEO dan media promosi lainnya, kini persaingan dalam penyedia jasa aqiqah juga meningkat. Narasumber satu menjelaskan bahwa kompetitor kini juga menggunakan SEO sebagai alat untuk meningkatkan *websitenya*. Kemudian, sulitnya narasumber untuk memanfaatkan fitur Google Mail Business juga merupakan kendala bagi Aqiqah Nurul Hayat.

Narasumber kedua yang bertanggung jawab sebagai admin *website* memiliki kendalanya sendiri. Narasumber kedua menjelaskan bahwasanya *website* Aqiqah Nurul Hayat merupakan *website* yang dibangun melalui sistem *coding*. Sehingga, ketika ada perubahan maka harus membutuhkan pihak ketiga.

Narasumber ketiga menjelaskan bahwasanya kendala dalam proses optimalisasi ini terdapat dua poin. Yaitu, kompetitor dan algoritma mesin pencari. Narasumber ketiga menjelaskan bahwasanya *website* Aqiqah Nurul Hayat harus terus membuat artikel baru. Hal ini ditujukan untuk

dapat mempertahankan *website* yang sudah berada di peringkat serta halaman pertama mesin pencari.

Akan tetapi, ketiga narasumber menjelaskan bahwasanya kendala ini bukan merupakan hambatan bagi ketiga narasumber. Narasumber menjelaskan bahwasanya ini merupakan hal-hal baru yang dapat dipelajari dan sangat berguna. Hal ini dikarenakan, kemajuan teknologi dan adanya pasar *online*. Sehingga, mempelajari fitur-fitur untuk mampu bersaing dalam *e-commerce* sangatlah penting.



Gambar 3.3 SEM Milik Kompetitor

2. Sudut Pandang Islam

Konsep *Website* Aqiqah Nurul Hayat merupakan konsep yang ditujukan untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan aqiqah. Narasumber 1,2,dan 3 menjelaskan bahwa *website* Aqiqah Nurul Hayat juga digunakan untuk dapat menyejahterakan masyarakat. Hal ini diterapkan sebagai salah satu bentuk penyesuaian program

dengan visi dari Yayasan Nurul Hayat. Visi dari Yayasan Nurul Hayat adalah mengabdikan pada Allah dan membangun ummat. Salah satunya memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan untuk melaksanakan sunnah aqiqah. Hal ini sesuai dengan Al- Qur'an surah An-Nur ayat 37 yang berbunyi :

رَجَالٌ لَا تُلِهِمْ تِجَارَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَإِقَامِ الصَّلَاةِ وَإِيتَاءِ الزَّكَاةِ
يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ وَالْأَبْصَارُ

Artinya : *“Orang yang tidak dilalaikan oleh perdagangan dan jual beli dari mengingat Allah, melaksanakan sholat, dan menunaikan zakat. Mereka takut kepada hari ketika hati dan penglihatan menjadi guncang (hari kiamat).*

Menurut tafsir dalam Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an, ayat ini menjelaskan kepada manusia agar tidak dilalaikan oleh segala urusan bisnis dalam mengingat Allah. Namun, manusia harus menanamkan rasa ketaatan pada Allah di setiap urusannya. Salah satunya adalah dalam jual beli.¹¹⁶

Untuk mengetahui keefektifitasan penggunaan *website*, Aqiqah Nurul Hayat menggunakan aplikasi dan juga pengalaman pelanggan. Dengan begitu, Aqiqah Nurul Hayat dapat mengambil pelajaran dari data yang tercatat di aplikasi, serta dari pengalaman pelanggannya. Sehingga, Aqiqah Nurul Hayat dapat terus memberikan yang terbaik bagi masyarakat. Hal ini juga sesuai dengan Al Qur'an Surah An-Nahl ayat 90, yang berbunyi :

¹¹⁶ Marwan bin Musa, *Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an Jilid 3* , diakses dan diunduh pada Minggu, 11 April 2021, pukul 16.26 WIB, dari <http://tafsir.web.id/>

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ
وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang melakukan perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”

Menurut tafsir ringkas Kemenag RI, ayat ini menjelaskan tentang petunjuk yang harus dilakukan oleh manusia. Petunjuk pertama yaitu, berbuat adil dan berbuat kebaikan baik dalam ucapan, sikap maupun perbuatan baik kepada diri sendiri maupun orang lain. Kemudian, petunjuk yang kedua adalah Allah melarang manusia untuk berbuat perbuatan keji. Petunjuk yang ketiga adalah untuk menepati janji.¹¹⁷

Aqiqah Nurul Hayat mengoptimalkan websitenya juga sebagai media dalam membangun ummat. Aqiqah Nurul Hayat membangun ummat dengan cara berdakwah, serta memberi kemudahan kepada masyarakat. Dengan berdakwah, maka Aqiqah Nurul Hayat membangun pemahaman masyarakat seputar aqiqah. Kemudian, Aqiqah Nurul Hayat menawarkan kemudahan kepada masyarakat baik dari produk aqiqah maupun jasa aqiqah lainnya. Sehingga, Aqiqah Nurul Hayat juga tetap membantu untuk membangun ummat yang menghidupkan Sunnah. Salah satunya adalah Sunnah untuk melaksanakan Aqiqah. Hal ini sesuai dengan Al Qur'an Surah At-Taubah ayat 105, yang berbunyi :

¹¹⁷ <https://tafsirweb.com/4438-quran-surat-an-nahl-ayat-90.html> , diakses pada Minggu, 11 April 2021, pukul 18.17 WIB

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ۖ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عَالَمِ
الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya : “Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Menurut tafsir Quraish Shihab, ayat ini menjelaskan untuk tidak segan dalam berbuat kebaikan dan melaksanakan kewajiban. Hal ini dikarenakan, Allah melihat segala apa yang manusia kerjakan. Kemudian, orang-orang Mukmin juga akan menjadi saksi atas apa yang telah dikerjakan. Hingga pada saatnya manusia akan dikembalikan kepada yang maha mengetahui lahir dan batin. Serta, diberi ganjaran sesuai apa yang telah dikerjakan. Dia juga akan memberitahu setiap hal kecil dan besar dari segala perbuatan manusia semasa hidup.¹¹⁸

Oleh karena itu, Aqiqah Nurul Hayat mengoptimalkan websitenya tidak hanya untuk urusan bisnis. Namun, juga sebagai media dalam membangun ummat serta berdakwah seputar aqiqah. Sebagaimana yang umat Muslim ketahui bahwasanya setiap sunnah yang diajarkan oleh Rasulullah SAW merupakan sunnah yang harus dikerjakan.

Sebagaimana yang dikatakan oleh Rasulullah SAW mengenai pelaksanaan aqiqah, yaitu :

¹¹⁸ <https://tafsirq.com/9-at-taubah/ayat-105#tafsir-quraish-shihab> , diakses pada Minggu, 11 Juli 2021, pukul 22.55 WIB

عَنْ سَمُرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى قَالَ: كُلُّ غُلَامٍ مَرَّتَهُنَّ بِعَقِيقَتِهِ. تُذْبَحُ عَنْهُ يَوْمَ السَّابِعِ وَ يُحْلَقُ رَأْسُهُ وَ يُسَمَّى. ابن ماجه

Artinya : “Dari Samurah, dari Nabi SAW bersabda, “Setiap anak tergadaikan oleh aqiqahnya, yang disembelihkan (kambing) pada hari ke-7 kelahirannya, dicukur rambutnya, dan diberi nama.” Hadits Riwayat Ibnu Majah.¹¹⁹

Oleh karena itu, maka sudah sepatutnya sebagai seorang ummat Rasulullah SAW untuk melaksanakan apa yang telah dituntunkan kepada ummatnya. Dengan adanya kemajuan zaman dan adanya *internet*, segala kebutuhan kian menjadi mudah. Oleh karena itu, dengan adanya *website* diharapkan masyarakat mendapatkan kemudahan dalam segala urusannya. Termasuk diantaranya adalah masyarakat yang hendak melaksanakan sunnah untuk mengaqiqahkan anaknya..

¹¹⁹ <https://www.mumtazaqiqah.com/2020/01/04/dalil-dalil-hadits-tentang-ibadah-aqiqah/> , diakses pada Minggu, 11 April 2021, pukul 18.48 WIB

Bab V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari bab sebelumnya, disimpulkan bahwa :

1. Konsep *website* Aqiqah Nurul Hayat menggunakan *website* komersial dengan desain yang sederhana dan ringan untuk diakses. Tujuannya adalah untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan akses dan melakukan pemesanan.
2. Untuk mengetahui keefektivitasan dalam penggunaan *website*, Aqiqah Nurul Hayat menggunakan dua metode yaitu *internal* dan *external*. Secara *internal*, admin menggunakan salah satu aplikasi dari Google yang bernama Google Analytic Market serta masukan-masukan dari pelanggan. Secara *external*, admin melakukan pertemuan secara daring dengan pelanggan untuk memberikan kesan dan pesannya. Tujuannya, untuk mengetahui keefektivitasan penggunaan *website* serta evaluasi untuk bidang lainnya.
3. Dalam proses optimalisasi websitenya, Aqiqah Nurul Hayat menerapkan teknik *Search Engine Optimization* (SEO). Tujuannya adalah Aqiqah Nurul Hayat ingin menempatkan seluruh websitenya pada halaman pertama di mesin pencari, serta mendominasi halaman mesin pencari.

B. Rekomendasi

1. Untuk Aqiqah Nurul Hayat Surabaya

Menurut pendapat peneliti, Aqiqah Nurul Hayat Surabaya merupakan penyedia jasa aqiqah yang sangat baik. Baik dalam segi pelayanan, penjualan, *quality control*, semua terlaksana dengan sangat baik dan rapih.

Kedisiplinan dalam melaksanakan tugas baik secara individu maupun kelompok juga sangat diutamakan.

Akan tetapi, alangkah lebih baiknya apabila Aqiqah Nurul Hayat menambah jumlah anggotanya pada divisi Markom. Karena, menurut peneliti tugas-tugas yang dikerjakan oleh divisi markom merupakan tugas yang cukup memakan banyak waktu. Seperti penanaman backlink, dan pembuatan konten. Sehingga, hasil yang didapatkan dapat menjadi lebih optimal. Karena, tugas-tugas dapat diselesaikan secara berkelompok.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna. Akan tetapi, bagi peneliti selanjutnya dapat mengangkat penelitian yang lebih mendalam seputar strategi, maupun proses dalam penjualan produk Aqiqah Nurul Hayat secara *online*. Hal tersebut untuk mengetahui serta menggambarkan langkah-langkah yang dapat dioptimalkan di era pemasaran *online* seperti saat ini. Hal ini diakarenakan, setiap waktu pasti terdapat trend baru dalam pemasaran *online*.

C. Keterbatasan Penelitian

Selama proses penelitian, peneliti menemui beberapa kendala dalam melaksanakan penelitian. Pertama, peneliti sedikit kesulitan dalam mengumpulkan data. Hal ini dikarenakan, narasumber yang benar-benar paham terkait optimalisasi *website* dalam pelayanan aqiqah hanya terdapat tiga orang saja. Tiga orang ini yakni, manajer SEO, manajer konten kreator, dan manajer optimasi media sosial. Akan tetapi, peneliti telah berinisiatif untuk mencatat setiap agenda dan kegiatan peneliti selama melakukan program PPL di Aqiqah Nurul Hayat Surabaya. Sehingga, catatan tersebut dapat peneliti jadikan sebagai referensi tambahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Syarif, Heru Wijayanto, “Analisis Kemenarikan Desain Website, Kepercayaan, dan Profesionalisme Terhadap Keputusan Pembelian Online Jasa Aqiqah”, *Jurnal IKHRAIT-INFORMARTIKA*, Vol.1, No.2, 2017
- Ahmad Rijali, “Analisis Data Kualitatif”, *Jurnal Al Hadharah*, Vol. 17, No.33, 2018
- Anggito Albi, dan Setiawan Johan , S.Pd , *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Sukabumi: CV.Jejak), 2018
- Aqiqah Nurul Hayat, *Risalah Aqiqah*
- Bachtiar S. Bachri, “Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif”, *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol.1, 2010
- Dian Wijayanto, SPi, MM, MSE. *Pengantar Manajemen*, (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama), 2012
- Dedi Rianto Rahadi. “Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *Jurnal Teknologi Informasi Politeknik Telkom*, Vol. 1, No. 1, 2011
- Dr. Sunardi, SE., M.Si. dan Sri Handayani, SE.Sy , “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia”, *Islaminomic Journal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* (online), 2014
- DR.H.Amin Ibrahim,Drs.,MA., *Teori dan Konsep Pelayanan Publik Serta Implementasinya*, (Bandung: CV.Mandar Maju), 2008
- Dra. Ratna Suminar, MM dan Mia Apriliawati, “Pelayanan Prima Pada Orang Tua Siswa Di Sempoa SIP TC Paramount Summarecon”, *Jurnal Sekretari*, Vol.4, No.2, 2017
- Endah Tri Wisudaningsih. “Konsep Actuating Dalam Al Quran dan Hadits”, *Jurnal Keislaman*, Vol. 4, No. 1, 2018
- Erick Kurniawan, ”Cepat Mahir ESP.NET 3.5 untuk Aplikasi Web Interaktif”, (Yogyakarta : Andi Publisher), 2010
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2,(Yogyakarta: Andi Offset), 2014

- Fasochah Hanoto, “Strategi Kepuasan Pelanggan Dalam Mempertahankan dan Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, No.36, 2014
- Fitria Ekarini, “Analisis Desain Website BNI, BUKOPIN, J.CO DONUTS DAN MCDONALDS Menurut Buku “THE PRINCIPLES OF BEAUTIFUL WEB DESIGN” , *Jurnal ELINVO*, Vol.2, No.1, 2017
- Filo Novandi Prasetya dan Idris Gautama So. “Pengaruh E-MARKETING Dan E-CRM Terhadap E-LOYALTY Website Usaha Komunikasi Pemasaran” , *BINUS BUSINESS REVIEW*, Vol. 5, No. 1, 2014
- Felix Andreas Susanto, Sri Mulyani, Implementasi SEO On Page Pada UMKM Batik dan Handicraft, *Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu Unisbank*, (Semarang : Universitas Stikubank), 2015
- Hardiansyah, *Kualitas Pelayanan Publik : Konsep, Dimensi, Indikator dan Implementasinya*, (Yogyakarta : Gava Media), 2011
- Hadian Artanto, Firman Nurdiansyah, Penerapan SEO (*Search Engine Optimization*) Untuk Meningkatkan Penjualan Produk, *Journal of Information Technology and Computer Science (JOINTECS)*, Vol.1, No.2, Januari 2017
- Heppy El Rais, *Kamus Ilmiah Populer*, Cet.1, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar), 2012
- Imami Nur Rachmawati, ”Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara”, *Jurnal Keperawatan Indonesia*, Vol. 11, No.1, 2007
- Ivanovich Agusta, “Teknik Pengumpulan Data dan Analisis Data Kualitatif”, *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor* (online), Vol. 27. hal. 10, diakses pada 6 Desember 2020 pukul 10.11 WIB, dari , diakses dari <https://scholar.google.com/>
- Ir. Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama), 2002
- Kenneth C. Laudon dan Jane P. Laudon, *Sistem Informasi Manajemen*. Edisi ke-10. Terjemahan Chriswan Sungkono dan Machmudin Eka P. (Jakarta: Salemba Empat), 2007

- M. Khoir Al-Khusyairi, "Nilai-nilai Pendidikan dalam Hadits Ibadah Aqiqah", *Jurnal Al-Hikmah*, Vol.12, No.2, 2015
- M. Niphan Abdul Halim, *Mendidik Keshalehan Anak (Akikah, Pemberian Nama, Khitan, dan Maknanya)*, (Jakarta : Pustaka Amani), 2001
- M. Nasiruddin al-Bani, *Sahih Sunan al-Nasa'i*, terj. Kamaluddin Sa'diyatul Haramain, (Jakarta: Pustaka Azzam), 2013
- M. Nasiruddin al-Bani, *Al-Jami al-Sahih (Sunan Al-Turmudzi)*, Juz IV, terj. Fachrurazi, (Jakarta : Pustaka Azzam), 2006
- Marwan bin Musa, *Hidayatul Insan bi Tafsiril Qur'an Jilid 3*, diakses dan diunduh pada Minggu, 11 April 2021, pukul 16.26 WIB, dari <http://tafsir.web.id/>
- Mardhiya Hayaty dan Dwi Meylasari, "Implementasi Website Berbasis Search Engine Optimization (SEO) Sebagai Media Promosi", *JURNAL INFORMATIKA*, Vol.5, No.2, 2018
- Masyhar Muharam dan Andhika Giri Persada, "Implementasi Penggunaan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan Desa Sumberejo", *Automata* (online), Vol.1, No.20, 2020, hal. 3, diakses 1 Desember 2020, pukul 10.23 WIB dari <https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/view/15594>
- Muhammad Nasiruddin Al-Bani, *Sahih Sunan Abi Dawud*, terj. Abd. Mufid Ihsan, (Jakarta: Pustaka Azzam), 2006
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta : Bumi Aksara), 2005
- Mohammad Ali, *Metodologi & Aplikasi Riset Pendidikan*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara), 2014
- Nova Tri Cahyono dan Joko Triyono, Suwanto Raharjo, "Penerapan Teknik SEO (Search Engine Optimization) Pada Blog", *JURNAL TEKNOLOGI TECHNOSCIENTIA*, Vol.6, No.1, 2013
- Pahrul Iksan, "Manajemen Pengelolaan Berita Website UIN Raden Fatah Sebagai Media Informasi Universitas", *Skripsi*, Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang, 2018, hal.33-36, diakses pada April 2021 dari scholar.google.com

- Prof.Dr. Conny R. Semiawan , *Metode Penelitian Kualitatif “Jenis, Karakteristik, dan Keunggulan”* , (Jakarta : Grasindo), 2010
- Rahmat Hidayat, *Cara Praktis Membangun Website Gratis : Pengertian Website*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo Kompas, Gramedia), 2010
- Rakesh Kumar dan Shiva Saini, “A Study on SEO Monitoring System Based On Corporate Website Development”, *International Journal of Computer Science, Engineering and Information Technology (IJCSEIT)*, Vol.1, No.2, June 2011
- Rudika Harmaningtyas, “Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang”, *JURNAL STIE SEMARANG*, Vol.6, No.3, 2014
- S.B Lubis dan Martani Husseini Hari, *Teori Organisasi Suatu Pendekatan Makro*, (Jakarta: PAU Ilmu-Ilmu Sosial UI), 1987
- Syamsuddin Ibnu Qayyim al-Jauziyah, *Aun al-Ma'bud Syarah Sunan Abi Daud*, Jil.IV, (Beirut: Darul Kutb al-Ilmiyah), 1990
- Syafaruddin, *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam* (Jakarta: Ciputat Press), 2005
- Vincent Gaspersz, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 2008
- Wahyu Nurjana W.K dan Astor Riyanto, Analisis dan Penerapan Search Engine Optimization pada Website Menggunakan Metode White Hat SEO (STUDI KASUS DI PT. SURYAPUTRA IPRADANA). *Jurnal Teknologi Informasi*, Vol. 1, No.1. Diambil dari <http://jurnal.lpkia.ac.id/index.php/jti/article/view/22>
- Wimmie Handiwidjojo, Lussy Ernawati, “Pengukuran Tingkat Ketergunaan (Usability) Sistem Informasi Keuangan), *JUISI*, Vol.2, No.1, Februari 2016
- Yoki Firmansyah, Pitriani, “Penerapan Metode SDLC Waterfall Dalam Pembuatan Aplikasi Pelayanan Anggota Pada CU Duta Bersama Pontianak”, *Jurnal Bianglala Informatika*, Vol.5, No.2, 2017
<https://almanhaj.or.id/856-ahkamul-aqiqah.html> , diakses 1 Desember 2020, pada pukul 08.15 WIB

<https://ardata.co.id/mempercepat-load-time-website/> , diakses 5 april 2021, pukul 12.21 WIB

<http://beritaterbaruberitaterkini.blogspot.com/2014/06/perbedaan-seo-organik-dan-non-organik> , diakses pada 2 Februari 2021, pukul 08.14 WIB

<http://digilib.unila.ac.id/8919/12/> , diakses 5 April 2021, pukul 13.02 WIB

<https://docplayer.info/33497837-Pengertian-website-dan-fungsinya.html> , diakses 5 Desember 2020, pukul 10.57 WIB

<https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-website/> , diakses pada 2 April 2021, pukul 20.00

<https://www.hestanto.web.id/seo-vs-sem-pilih-organik-atau-non-organik-pilih-top-1-atau-top-profit/> , diakses pada 2 februari 2021, pukul 08.20 WIB

<https://kbbi.web.id/dokumentasi> , diakses 5 Desember 2020, pukul 12.12 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten> , diakses 5 April 2021, pukul 11.37 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kompatibilitas> , diakses 5 April 2021, pukul 11.55 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pelayanan> , diakses 5 Desember 2020, pukul 12.43 WIB

<https://www.mumtazaqiqah.com/2020/01/04/dalil-dalil-hadits-tentang-ibadah-aqiqah/> , diakses pada Minggu, 11 April 2021, pukul 18.48 WIB

<https://nurulhayat.org/sekilas> , diakses 4 Desember 2020, pukul 08.22 WIB

<https://pemasaranpariwisata.com/2019/12/25/search-engine-optimization/>, diakses pada 1 April 2021, pada pukul 13.48 WIB

<http://pengertiandefinisi.com/pengertian-teknik-dalam-dunia-ilmu-pengetahuan-dan-teknologi/> , diakses pada 6 April 2021, pukul 14.46 WIB

<https://sindonesia.com/pengertian-produk-menurut-para-ahli> , diakses pada 6 April 2021, pada pukul 20.21 WIB

<https://tafsirweb.com/1033-quran-surat-al-baqarah-ayat-267.html> ,
diakses 8 Desember 21.12 WIB
<https://tafsirweb.com/4438-quran-surat-an-nahl-ayat-90.html> , diakses
pada Minggu, 11 April 2021, pukul 18.17 WIB
<https://www.webarq.com/id/apakah-web-desain-itu-> , diakses pada 3
April 2021, pukul 19.17 WIB

