



Digital Marketing melalui Pemanfaatan Landing Page untuk Kelompok Usaha Kecil

Siska Narulita, Prihati, Aji Priyambodo, Galuh Aditya, Teti Safari

Sistem dan Teknologi Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis Semarang

siskanarulita84@gmail.com, prihati@itbsemarang.ac.id, priyambodo@itbsemarang.ac.id,

galuhaditya.rajawali@gmail.com, tetisafari@gmail.com

ABSTRAK

Saat ini, proses pemasaran produk yang dilakukan oleh kelompok-kelompok usaha kecil yang ada di Desa Margosari, Kelurahan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah masih dilakukan melalui *personal selling*. Hal ini dirasa kurang efektif dan efisien. Strategi pemasaran yang banyak diterapkan oleh perusahaan dalam melakukan promosi di era industri 4.0 ini adalah *digital marketing*. Media *digital marketing* yang banyak digunakan oleh para pelaku usaha baik usaha kecil menengah maupun perusahaan besar salah satunya adalah *landing page*. Untuk membantu memperluas proses pemasaran produk yang dihasilkan oleh kelompok-kelompok usaha kecil tersebut, dilakukan kegiatan pengenalan dan pelatihan pembuatan *landing page* yang dapat membantu memperluas wilayah pemasaran sehingga meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatan. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyuluhan. Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain kelompok-kelompok usaha kecil yang ada di Desa Margosari dapat meningkatkan pengetahuannya tentang penggunaan *digital marketing* khususnya pemanfaatan *landing page* dalam proses pemasaran produknya, melalui *digital marketing*, wilayah pemasaran produk menjadi lebih luas, sehingga dapat menjangkau konsumen yang berada di luar daerah, dengan bertambahnya jumlah konsumen, jumlah pendapatannya yang diperoleh juga meningkat.

Kata Kunci: *Landing Page*, Pemasaran Digital, Pemasaran

ABSTRACT

Currently, the product marketing process is carried out by small business groups in Margosari Village, Limbangan Subdistrict, Kendal Regency, Central Java, which is still carried out through *personal selling*. This is felt to be less effective and efficient. The marketing strategy that has been widely implemented by companies in conducting promotions in the industrial era 4.0 is *digital marketing*. One of the digital marketing media that is widely used by business people, both small and medium businesses and large companies, is *landing pages*. To help expand the marketing process for products produced by these small business groups, introduction activities and training for making *landing pages* are carried out which can help expand the marketing area thereby increasing the number of consumers and income. The method used in this community service activity is *counseling*. The benefits obtained from the implementation of this community service activity include small business groups in Margosari Village being able to increase their knowledge about the use of *digital marketing*, especially the use of *landing pages* in the process of marketing their products, through *digital marketing*, the product marketing area becomes wider, so that it can reach consumers who are outside the region, with the increase in the number of consumers, the amount of income earned also increases.

Keywords: *Landing Page*, Digital Marketing, Marketing

DOI: <https://doi.org/10.54832/judimas.v1i1.75>



Pendahuluan

Saat ini tengah digaungkan revolusi industri 4.0. Revolusi industri 4.0 itu sendiri merupakan transformasi yang mengintegrasikan dunia teknologi dan industri. Hadirnya sistem dan teknologi informasi diharapkan dapat membantu kemajuan dalam bidang ekonomi. Sistem dan Teknologi Informasi tidak lepas dari proses digitalisasi. Melalui digitalisasi, dapat mempercepat proses produksi, memperluas wilayah pemasaran atau penjualan, meningkatkan pelayanan kepada konsumen, efisiensi waktu, dan lain sebagainya. Kehadiran industri 4.0 juga membawa dampak negatif pada dunia industri, salah satunya adalah adanya pengurangan tenaga kerja karena tenaga manusia digantikan oleh mesin (teknologi). Namun, ada kegiatan industri yang tidak terlalu terkena imbas dengan adanya pengurangan karyawan atau tenaga kerja, yaitu industri kreatif (Kurniawan, 2019). Hal ini dikarenakan basis dari industri kreatif adalah inovasi, budaya, seni, dan kreativitas (Kurniawan, 2019). *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) mengelompokkan industri kreatif ini menjadi 4 (empat kelompok), yaitu kreativitas fungsional, media, warisan, dan seni (Kurniawan, 2019).

Industri kreatif itu sendiri adalah bidang industri yang awal mulanya dari bakat perorangan (individu), kreativitas, dan ketrampilan dalam upaya menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan (Febrian & Fadly, 2021). Karakteristik industri kreatif adalah kelompok industri yang dapat terdiri dari berbagai macam industri dimana setiap kelompok industri tersebut memiliki hubungan dalam proses eksploitasi kekayaan intelektual (*intellectual property*) atau sebuah ide menjadi mempunyai nilai ekonomi yang tinggi, sehingga bisa menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar (Kurniawan, 2019). Di Desa Margosari, Kecamatan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah terdapat beberapa kelompok masyarakat yang mempunyai usaha kecil, seperti pembuatan batik dan asesoris yang terbuat dari bahan habis pakai (memanfaatkan limbah botol plastik).

Berdasarkan hasil penelitian pada objek kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Sistem dan Teknologi Informasi (STI) Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Semarang, bahwa terdapat kendala yang dialami oleh kelompok usaha kecil ini dalam proses pemasaran produk mereka karena keterbatasan pengetahuan tentang sistem dan teknologi informasi. Proses pemasaran sendiri sering dianggap oleh kebanyakan orang sekedar kegiatan promosi atau mengiklankan produk semata. Kegiatan pemasaran merupakan konsep yang lebih kompleks, digunakan untuk membuat perencanaan komprehensif dalam menciptakan kesadaran tentang bisnis,



meningkatkan pelayanan pelanggan, meningkatkan penjualan, mempromosikan merek dan produk, serta membangun sebuah *brand* (D. K. Sari et al., 2021). Kegiatan pemasaran harus dilakukan secara efektif dan efisien agar pertumbuhan bisnis dapat optimal.

Seiring dengan terus berkembangnya sistem dan teknologi informasi pada saat ini, tren dalam dunia bisnis juga semakin berkembang. Salah satu tren dunia bisnis tersebut adalah pemasaran secara digital (*digital marketing*). *Digital marketing* merupakan teknik pemasaran berbasis internet (Dupont et al., 2018). Strategi pemasaran yang banyak diterapkan oleh perusahaan dalam melakukan promosi di era industri 4.0 ini adalah *digital marketing* (Gomez et al., 2019). Media *digital marketing* yang saat ini banyak dipakai para pelaku usaha kecil dan menengah maupun perusahaan besar salah satunya adalah *landing page*. *Landing page* merupakan suatu bagian dari halaman *website* yang menampilkan informasi khusus dan penawaran terbatas (Anggarini, 2021). Desain lebih menarik dan tidak memiliki banyak isi. Sebagai bagian dari *digital marketing*, *landing page* menyediakan fitur *call to action* agar konsumen terpicat pada *event* yang ditawarkan (Anggarini, 2021).

Saat ini, proses pemasaran produk yang dilakukan oleh kelompok-kelompok usaha kecil yang ada di Desa Margosari, Kelurahan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah masih dilakukan melalui *personal selling*, yaitu proses pemasaran produk secara langsung dengan bertatap muka dengan calon pembeli atau konsumen. Untuk membantu memperluas proses pemasaran produk yang dihasilkan atau diproduksi oleh kelompok-kelompok usaha kecil dan menengah yang ada di Desa Margosari, Kelurahan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah, tim Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi STI ITB Semarang bertujuan untuk mengadakan kegiatan pengenalan dan pelatihan pembuatan *landing page* yang pada akhirnya dapat membantu kelompok-kelompok usaha tersebut untuk memperluas wilayah pemasaran sehingga meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 15 Desember 2022 di Desa Margosari, Kelurahan Limbangan, Kabupaten Kendal, Jawa Tengah. Kegiatan ini diikuti oleh beberapa kelompok usaha kecil yang ada di Desa Margosari. Adapun jumlah perwakilan dari kelompok usaha kecil yang hadir sebanyak 30 orang. Untuk mengatasi permasalahan yang terjadi, perlu adanya *sharing knowledge* dalam pengenalan dan



pelatihan *digital marketing* melalui pemanfaatan *landing page*. Kegiatan yang dilakukan ini terbagi menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Pengenalan

Pada tahapan kegiatan ini dilakukan pengenalan mengenai *digital marketing* secara umum, yang kemudian dilanjutkan pengenalan mengenai *landing page*. Audiens diberikan materi atau teori melalui pemaparan dengan menggunakan media *power point presentation*.

2. Pelatihan

Pada tahapan kegiatan ini dilakukan:

- a. Penjelasan tentang penggunaan *platform* yang menyediakan layanan *landing page*. Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan kali ini menggunakan *platform Canva* untuk pembuatan *landing page*.
- b. Penjelasan tentang tahapan pembuatan *landing page*. Untuk memberikan penjelasan tahapan pembuatan *landing page*, tim pengabdian kepada masyarakat sekaligus melakukan praktek dengan audiens. Audiens langsung diarahkan dalam pembuatan *landing page*.
- c. Memaksimalkan penggunaan *landing page* untuk memasarkan produk. Audiens diberikan bimbingan dalam upaya memaksimalkan *landing page* yang sudah dibuat sebelumnya.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan *sharing knowledge* teori tentang kegiatan pemasaran, *digital marketing*, dan *landing page*. Tim telah diberikan pembagian tugas masing-masing sesuai dengan kepakarannya. Dari kegiatan ini audiens tidak hanya sebatas mengetahui tentang teori pemasaran, namun diberikan pemahaman lebih dalam tentang kegiatan pemasaran. Di samping itu, audiens juga mendapatkan pengenalan dan pelatihan *digital marketing* melalui pemanfaatan *landing page*. Materi pengenalan yang diberikan kepada audiens meliputi pengertian atau definisi tentang *digital marketing*, manfaat dari *digital marketing*, keuntungan menggunakan *digital marketing*, pengertian atau definisi tentang *landing page*, cara kerja *landing page*, fungsi utama *landing page*, jenis *landing page*, contoh *landing page*, dan situs penyedia *landing page*, untuk pelatihan, audiens dijelaskan tentang cara pembuatan *landing page* menggunakan aplikasi *online Canva*. Dari kegiatan

pengabdian kepada masyarakat ini, audiens mendapatkan gambaran tentang *digital marketing* dan *landing page* yang dapat membantu dalam proses pemasaran produk, audiens juga mampu membuat *landing page* secara mandiri. Berikut ini beberapa dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat:



Gambar 1. Foto Kegiatan





Gambar 2. Tampilan Desain *Landing Page*

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain kelompok-kelompok usaha kecil yang ada di Desa Margosari dapat meningkatkan pengetahuannya tentang penggunaan *digital marketing* khususnya pemanfaatan *landing page* dalam proses pemasaran produknya, melalui *digital marketing*, wilayah pemasaran produk menjadi lebih luas, sehingga dapat menjangkau konsumen yang berada di luar daerah, dengan bertambahnya jumlah konsumen, jumlah pendapatannya yang diperoleh juga meningkat.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mempunyai tujuan melakukan pengenalan dan pelatihan pembuatan *landing page* yang pada akhirnya dapat membantu kelompok-kelompok usaha yang ada di Desa Margosari untuk memperluas wilayah pemasaran sehingga meningkatkan jumlah konsumen dan pendapatan. Selama kegiatan berlangsung, audiens sangat antusias dalam mengikuti pelatihan pembuatan *landing page*. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini, yaitu kemampuan dari audiens yang dalam



hal ini kelompok-kelompok usaha kecil Desa Margosari dalam membuat landing page secara mandiri, serta memahami penerapan *digital marketing* dalam menjalankan bisnisnya.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini tentu saja masih terdapat kekurangan, diantaranya keterbatasan waktu dalam memberikan pelatihan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kegiatan serupa pada lain kesempatan untuk melanjutkan pelatihan, memperluas target kelompok usaha kecil untuk dilatih dalam pemanfaatan digital marketing, selain itu dapat menambahkan pelatihan platform digital marketing selain landing page, misalnya tentang *Search Engine Optimization (SEO)*, *online advertising*, dan lain sebagainya.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Institut Teknologi dan Bisnis (ITB) Semarang yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat program studi STI. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) ITB Semarang yang telah memberikan arahan terkait objek kegiatan ini. Tak lupa kami ucapkan terima kasih kepada Pemerintah Daerah setempat yang telah memberikan ijin untuk melakukan kegiatan, serta kelompok-kelompok usaha kecil yang telah bersedia mengikuti pelatihan.

Daftar Pustaka (References)

- Anggarini. (2021). *Karakteristik Landing Page pada Website Lomari*. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945.
- D. K. Sari, Pebrianggara, A., & Oetarjo, M. (2021). *Digital Marketing*. UMSIDA Press.
- Dupont, J., Harff, S., Park, S., & Linder, K. E. (2018). Marketing Online Degree to Adult Learners: Staff, Resources, and Key Strategies. In *Leading and Managing e-Learning* (pp. 321–334).
- Febrian, A., & Fadly, M. (2021). The Impact of Customer Satisfaction with Implications for EWOM and Brand Equity on e-Commerce Purchase Intention in Indonesia. *Binus Business Review*, 12(1).
- Gomez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2019). An Integrated Model of Social Media Brand Engagement. In *Computer in Human Behavior* (pp. 196–206).
- Kurniawan, G. (2019). *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Sasanti Institute.