

MEMBUAT *LANDING PAGE* UNTUK MENINGKATKAN *CONVERSION RATE*

Endar Nirmala^{1*}, Sri Mulyati²

^{1,2}Prodi Teknik Informatika, Universitas Pamulang

*E-mail: dosen00216@unpam.ac.id

ABSTRAK

Mata pelajaran Bisnis Digital terdiri dari beberapa elemen, salah satu diantaranya *Digital Marketing*. SMK Letris Indonesia 2 yang beralamat jalan Siliwangi Pamulang saat ini masih menggunakan kurikulum13, namun sudah mulai menuju ke kurikulum merdeka. Oleh karena itu pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sekolah SMK Letris mengajak siswa siswi jurusan Bisnis daring dan pemasaran untuk memiliki bekal pada mata pelajaran pemasaran terkait *digital marketing*. *Digital marketing* merupakan strategi atau upaya untuk memasarkan atau mempromosikan produk melalui segala jenis media digital, baik melalui internet atau jaringan lainnya yang saling terhubung. Dengan banyaknya media digital saat ini, sudah jelas bahwa *Digital marketing* merupakan cara pemasaran yang sangat efektif. Media *Digital marketing* mencakup saluran komunikasi yang sering kita jumpai, baik melalui jaringan Internet maupun jaringan lainnya seperti telepon dan televisi. Tujuan *digital marketing* diantaranya untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat, kecepatan penyebaran, kemudahan evaluasi, jangkauan lebih luas, murah dan efektif dan membangun *brand*. Jenis-jenis digital marketing diantaranya SEO, Website, *Social Media Marketing*, Online Advertising, Email Marketing dan Video Marketing. *Landing page* atau halaman arahan adalah halaman web yang dirancang khusus untuk tujuan pemasaran atau promosi. Tujuannya adalah untuk mengarahkan pengunjung ke tindakan tertentu, seperti mendaftar, membeli, atau mengisi formulir. Kegiatan inilah yang disebut dengan *conversion rate*. Halaman inilah yang ditampilkan ketika pengunjung mengakses website dari hasil pencarian berbayar (*paid search*). Membuat *landing page* merupakan upaya meningkatkan pengalaman pengunjung di website. Sebab, ketika pengunjung sudah nyaman, mereka akan mau membeli produk, atau melakukan aktivitas online lainnya.

Kata kunci: *Digital Marketing; Social Media Marketing; Landing Page; Conversion Rate.*

ABSTRACT

Digital Business subjects consist of several elements, one of which is Digital Marketing. SMK Letris Indonesia 2 is located at Jalan Siliwangi Pamulang, still using Curriculum 13 currently but has started towards an independent curriculum. Therefore, in this community service activity, the Letris Vocational School invites students majoring in online business and marketing to be equipped with marketing subjects related to digital marketing. Digital marketing is a strategy or effort to market or promote products through all types of digital media, either via the Internet or other interconnected networks. With so many digital media nowadays, it's clear that digital marketing is a very effective way of marketing. Digital marketing media includes communication channels what we often encounter, both through the Internet and other networks such as telephone and television. The goals of digital marketing include attracting consumers and potential customers quickly, speed of deployment, ease of evaluation, wider reach, cheap and effective, and building a brand. Types of digital marketing include SEO, Website, Social Media Marketing, Online Advertising, Email Marketing, and Video Marketing. Landing pages or landing pages are web pages specifically designed for marketing or promotional purposes. The goal is to direct visitors to a specific action, such as signing up, buying, or filling out a form. This activity is called the conversion rate. This page is displayed when visitors access the website from paid search results. Creating a landing page is an effort to improve the visitor experience on the website. If visitors are comfortable, they will want to buy products, or do other online activities.

Keywords: *Digital Marketing; Social Media Marketing; Landing Pages; Conversion Rate.*

PENDAHULUAN

Pendidikan nasional memiliki tujuan seperti dinyatakan pada pasal 3 Undang-undang Negara Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Kebudayaan, 2022). Tujuan sistem pendidikan nasional Indonesia adalah untuk mencerdaskan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia yang seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. Undang-undang ini juga menetapkan beberapa tujuan khusus, yaitu: 1) Menyelenggarakan pendidikan yang bermutu, relevan, dan berdaya saing, agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan siap menghadapi tantangan global. 2) Meningkatkan kesetaraan pendidikan, sehingga semua warga negara memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh pendidikan tanpa diskriminasi. 3) Meningkatkan aksesibilitas pendidikan, terutama bagi masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau daerah yang sulit dijangkau. 4) Meningkatkan peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan, sehingga pendidikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan lokal dan budaya masyarakat setempat. 5) Menyelenggarakan sistem pendidikan yang terbuka, sehingga setiap warga negara memiliki kesempatan untuk memperoleh pendidikan sepanjang hayat. Dalam perkembangan teknologi, tujuan sistem pendidikan nasional harus tetap dijaga, namun harus disesuaikan dengan kebutuhan zaman yang semakin berkembang.

Dalam rangka mencapai tujuan-tujuan tersebut, sistem pendidikan nasional perlu terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memperbarui kurikulum dan strategi pembelajaran untuk memanfaatkan teknologi secara optimal. Teknologi dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam meningkatkan kualitas pendidikan dan mencapai tujuan sistem pendidikan nasional. Digital marketing merupakan salah satu bidang yang penting dalam dunia pemasaran saat ini. Oleh karena itu, kebutuhan akan tenaga kerja yang ahli dalam digital marketing semakin meningkat. Kurikulum di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dapat mencakup pelajaran tentang digital marketing untuk mempersiapkan siswa untuk karir di bidang pemasaran dan memenuhi kebutuhan tenaga kerja di industri digital. Berikut ini beberapa topik yang dapat dimasukkan dalam kurikulum SMK yang berkaitan dengan digital marketing : 1) Dasar-dasar Pemasaran, sebelum mempelajari digital marketing, siswa perlu memahami dasar-dasar pemasaran. Kurikulum dapat mencakup topik seperti segmentasi pasar, targetting, dan positioning. Siswa juga dapat mempelajari konsep produk, harga, promosi, dan distribusi dalam pemasaran. 2) Search Engine Optimization (SEO), merupakan teknik untuk meningkatkan peringkat sebuah situs web di halaman hasil mesin pencari. Siswa dapat mempelajari dasar-dasar SEO dan cara mengoptimalkan situs web untuk mesin pencari. Mereka juga dapat mempelajari tentang kata kunci, konten, backlink, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi peringkat situs web di mesin pencari. 3) Social Media Marketing, merupakan platform yang penting dalam digital marketing. Siswa dapat mempelajari cara mengelola akun media sosial dan mempromosikan produk atau layanan melalui

platform media sosial. Mereka juga dapat mempelajari tentang strategi konten, pengukuran kinerja, dan analisis data dalam social media marketing. 4) Content Marketing, melibatkan pembuatan konten yang informatif dan menarik untuk menarik perhatian calon konsumen. Siswa dapat mempelajari cara membuat konten yang efektif dan cara mengukur kinerja kampanye content marketing. Mereka juga dapat mempelajari tentang jenis-jenis konten, seperti blog, video, dan infografis. 5) Email Marketing, merupakan teknik untuk mengirimkan pesan promosi ke pelanggan melalui email. Siswa dapat mempelajari cara membuat kampanye email marketing yang efektif dan cara mengukur kinerja kampanye tersebut. Mereka juga dapat mempelajari tentang teknik pengumpulan email dan cara mematuhi regulasi privasi yang berlaku. 6) E-Commerce, adalah platform untuk menjual produk atau layanan secara online. Siswa dapat mempelajari cara membuat dan mengelola toko online, termasuk cara memproses pembayaran dan pengiriman barang. Mereka juga dapat mempelajari tentang strategi pemasaran e-commerce, seperti kampanye iklan dan promosi.

Melalui kurikulum SMK yang mencakup digital marketing, siswa dapat memperoleh keterampilan yang dibutuhkan untuk bekerja di industri digital marketing dan berkontribusi dalam pengembangan bisnis dan pemasaran secara online.

METODE

SMK Letris Indonesia 2 masih menggunakan kurikulum 13, memiliki bidang keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran. Salah satu matapelajaran untuk kompetensi keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran adalah Pemasaran Online, dimana didalamnya terdapat materi membuat website. Pada matapelajaran ini, para siswa diminta untuk membuat proyek, yaitu memasarkan produk berbasis digital, yaitu membuat website. Landing page adalah halaman web yang dirancang khusus untuk mengkonversi pengunjung menjadi prospek atau pelanggan (Doe, 2021). Halaman ini berbeda dengan halaman situs web yang biasa, karena fokus utamanya adalah pada satu tindakan atau tujuan yaitu membuat pengunjung yang semula hanya melihat-lihat menjadi membeli. Landing page yang efektif memiliki beberapa komponen penting, termasuk judul yang menarik perhatian, deskripsi produk atau layanan, testimonial, tawaran unik, formulir atau tombol panggilan untuk bertindak, dan gambar yang menarik. Hal ini bertujuan untuk membuat pengunjung merasa tertarik dan termotivasi untuk mengambil tindakan yang diinginkan. Tujuan utama dari landing page adalah untuk mengkonversi pengunjung menjadi prospek atau pelanggan. Dalam rangka mencapai tujuan ini, halaman ini harus memfasilitasi proses pengambilan keputusan pengunjung dan membantu mereka melewati hambatan yang mungkin menghalangi mereka dari bertindak. Ada beberapa jenis landing page yang dapat digunakan tergantung pada tujuan pemasaran, antara lain halaman arahan produk; halaman arahan acara; halaman arahan generik (Media, 2021). Selain itu ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam mendesain landing

page yaitu elemen visual yang menarik, seperti gambar atau video, serta tata letak yang intuitif dan mudah diikuti. Desain halaman yang bersih dan mudah dinavigasi dapat membantu pengunjung untuk fokus pada tindakan yang diinginkan.

Landing page harus dioptimalkan untuk mesin pencari dan pengunjung manusia. Hal ini termasuk penggunaan kata kunci yang relevan, judul yang menarik, dan deskripsi yang menjelaskan tindakan yang diinginkan. Untuk memastikan efektivitas landing page, penting untuk memonitor dan mengukur kinerja halaman. Beberapa metrik yang dapat diukur meliputi konversi, waktu tinggal, dan rasio penolakan. Hal ini dapat membantu memperbaiki elemen halaman yang kurang efektif dan meningkatkan konversi. Dan Pemasaran produk adalah rangkaian aktivitas yang bertujuan untuk mempromosikan dan menjual produk kepada konsumen atau pelanggan potensial. Tujuan dari pemasaran produk adalah untuk memperkenalkan produk kepada pasar target, meningkatkan kesadaran merek, menciptakan permintaan dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pembuatan *landing page* ini juga berdasarkan pada strategi pemasaran produk yang bisa diterapkan diantaranya penetapan target pasar; penetapan harga yang tepat, promosi produk, diferensiasi produk, pelayanan pelanggan yang berkualitas (Ronald Ronald, 2021).

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dalam bentuk workshop atau pelatihan langsung kepada siswa SMK menggunakan alat bantu laptop, infokus/proyektor, personal computer (PC), dan internet dengan aplikasi Google Site.

Adapun tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai realisasi pemecahan masalah sebagai berikut:

1. Melakukan observasi langsung ke SMK Letris Indonesia 2 untuk mencari tahu kebutuhan yang diperlukan sekolah dalam meningkatkan kompetensi keahlian siswa-siswi bidang keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran
2. Mencari tahu sejauh mana siswa dapat memahami matapelajaran yang diikuti baik pengetahuan maupun keterampilan.
3. Mengidentifikasi media digital marketing yang digunakan oleh siswa-siswi, pada matapelajaran pemasaran online.
4. Memberikan pelatihan kepada siswa-siswi bidang keahlian Bisnis Daring dan Pemasaran, untuk meningkatkan keterampilan dalam membuat media digital marketing yang menarik dan inovatif
5. Menggali kreatifitas para siswa dengan memberi tugas kepada siswa-siswi untuk membuat media *digital marketing* dalam bentuk website sesuai dengan promosi produk yang mereka jual.

6. Melakukan simulasi dengan teman untuk mencoba menggunakan hasil landing page yang telah dibuat.
7. Pada tahap akhir, melakukan evaluasi sejauh mana landing page dapat diterapkan dan dikembangkan oleh siswa-siswi sehingga menarik *customers*, dan menghasilkan *conversion rate*.

Kegiatan pelatihan baik teori dan praktik dilakukan pada laboratorium SMKS Letris 2 Pamulang, dilaksanakan selama 3 hari, 4 – 6 Mei 2023. Dengan kegiatan sebagai berikut :

Tabel 1. Kegiatan Pelatihan

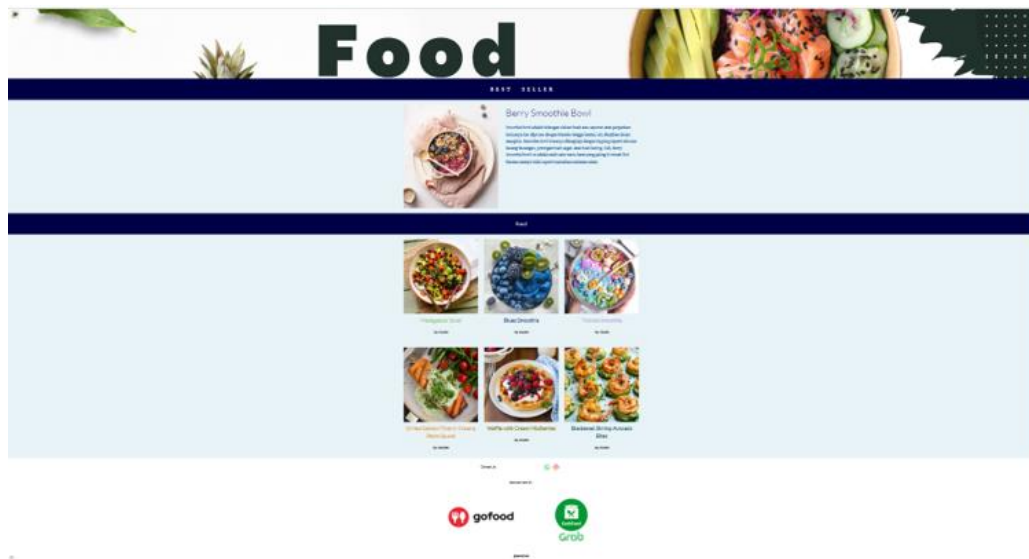
No	Permasalahan	Kegiatan	Alat	Waktu
1	Persiapan materi dan aplikasi untuk membuat <i>Landing Page</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Menyiapkan materi▪ Menyiapkan aplikasi yang digunakan▪ Menjelaskan fitur-fitur yang digunakan▪ Mempersiapkan produk yang akan dipromosikan	<ul style="list-style-type: none">▪ Laptop▪ Projektor	Kamis, 4 Mei 2023
2	Membuat <i>Landing Page</i>	Pelatihan dan praktik pembuatan <i>Landing Page</i>		Jum'at, 5 Mei 2023
3	Monitoring	Evaluasi hasil pelatihan		Sabtu, 6 Mei 2023

HASIL

Kegiatan ini tidak hanya dalam bentuk ceramah tapi langsung praktik pembuatan landing page yang mana masing-masing peserta menggunakan 1 PC sehingga materi dapat langsung diaplikasikan. Hal ini terjadi karena PKM dilaksanakan di laboratorium sekolah yang didukung dengan jaringan internet yang baik. Semua peserta antusias mendengar dan mempraktikkan materi yang disampaikan karena sejalan dengan kebutuhan dan mata pelajaran di sekolah. Dan hasil dari pelaksanaan tersebut dinilai dengan memberikan apresiasi kepada 5 peserta dengan hasil terbaik. Gambar 2 merupakan Salah satu hasil projek peserta.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan



Gambar 2. Food Landing Page

PEMBAHASAN

Pelatihan tentang pembuatan landing page yang diberikan pada siswa SMK Pemasaran berjalan dengan baik dan menghasilkan projek siswa. Dan untuk kegiatan selanjutnya diharapkan tim Pengabdian Kepada Masyarakat dapat memberikan pelatihan yang berkelanjutan dari materi yang saat ini diberikan..

SIMPULAN

Peserta Pengabdian Kepada Masyarakat sudah mendapatkan dasar pengoperasian aplikasi yang digunakan tapi masih memerlukan pemahaman mengenai faktor-faktor penting dalam pembuatan landing page seperti copy writer dan desain layout & konten landing page yang harus dan perlu ada serta sesuai dengan tujuan.

DAFTAR PUSTAKA

Doe, J. (2021). *Ebook Landing Page*. Pixininja.

Indonesia2, S. L. (2023, Februari 23). *SMK Letris Indonesia 2*. Diambil kembali dari <http://smkletris2pamulang.sch.id/mtechno/>

Kebudayaan, K. P. (2022, Februari 22). *Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan*. Diambil kembali dari https://pmpk.kemdikbud.go.id/assets/docs/UU_2003_No_20_-_Sistem_Pendidikan_Nasional.pdf

Media, T. (2021). *Cara Membuat Website Landing Page Plus Order via WhatsApp*. Jakarta: Tre Media.

Ronald Ronald, A. A. (2021). *Strategi Pemasaran: Teori dan Pembahasan Kasus Berbagai Sektor Utama Di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.