

Pelatihan Landing Page sebagai Strategi Pemasaran Digital bagi Wirausahawan Pemula

Despita Meisak¹, Hendri²

^{1,2}Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

Email : ¹despitam88@gmail.com, ²hendri_boy94@yahoo.com

E-mail Korespondensi : ¹despitam88@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah strategi pemasaran bisnis. Di tengah persaingan ketat, pelaku usaha perlu menerapkan strategi yang efektif dan inovatif. Salah satu metode yang banyak digunakan adalah landing page, yang berfokus pada meningkatkan visibilitas produk serta mendorong pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu, seperti pembelian atau pendaftaran layanan. Gentala Hospitality School (GHS), sebagai lembaga pendidikan yang berfokus pada industri kapal pesiar, juga mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan bagi peserta didiknya. Salah satu program yang diberikan adalah pelatihan pembuatan sablon, di mana peserta didik mendapatkan modal usaha setelah menyelesaikan pendidikan selama enam bulan. Untuk membantu mereka dalam memasarkan produk secara digital, keterampilan dalam pembuatan dan pengelolaan landing page menjadi sangat penting. Pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan pemahaman dan keterampilan dalam menciptakan landing page yang menarik, informatif, dan mampu meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dengan pemanfaatan platform desain seperti Canva, peserta dapat dengan mudah membuat landing page profesional tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta mampu mengoptimalkan pemasaran digital, meningkatkan visibilitas usaha mereka, serta memperluas jangkauan pelanggan secara efektif.

Abstract(TNR11)

The development of technology and digitalization has transformed business marketing strategies. In the midst of intense competition, entrepreneurs need to implement effective and innovative approaches. One widely used method is the landing page, which focuses on increasing product visibility and encouraging visitors to take specific actions, such as making purchases or registering for services. Gentala Hospitality School (GHS), as an educational institution focused on the cruise industry, also supports the development of entrepreneurial skills for its students. One of the programs offered is screen-printing training, where students receive business capital upon completing six months of education. To help them market their products digitally, skills in creating and managing landing pages are highly important. This training aims to equip participants with knowledge and skills to design landing pages that are attractive, informative, and able to enhance product appeal in the market. By utilizing design platforms such as Canva, participants can easily create professional landing pages without requiring advanced technical expertise. Through this training, it is expected that participants will be able to optimize digital marketing, improve business visibility, and expand their customer reach effectively.

Kata kunci: pemasaran, digital, landing_page, wirausahawan, online

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah cara bisnis dijalankan, termasuk dalam strategi pemasaran (Sutanto et al., 2024). Persaingan di dunia usaha semakin ketat, sehingga pelaku bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang efektif dan inovatif (Nurjannah et al., 2024).

Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas produk dan layanan (Lenti Susana Saragih et al., 2024). Dalam era digital saat ini, pemasaran menjadi salah satu faktor kunci dalam keberhasilan suatu usaha (Siti Nur Fadilah, Ahmad Fauzi Rizqi Bahari, 2023). Kemampuan untuk memanfaatkan teknologi digital, termasuk pembuatan dan pengelolaan landing page, menjadi keterampilan yang sangat berharga bagi para pelaku usaha, terutama bagi wirausahawan pemula (Santa Gresella Br Regar, 2024).

Landing page adalah halaman web yang dirancang khusus untuk tujuan pemasaran atau kampanye tertentu (Endar Nirmala, 2020). Berbeda dengan situs web biasa yang memiliki banyak halaman dan navigasi kompleks, landing page biasanya memiliki satu fokus utama—mendorong pengunjung untuk melakukan tindakan tertentu, seperti membeli produk, mengisi formulir, atau mendaftar ke suatu layanan (Santa Gresella Br Regar, 2024). Landing page yang efektif biasanya memiliki desain sederhana, pesan yang jelas, serta elemen visual yang menarik untuk meningkatkan konversi.

Salah satu cara mudah dan praktis untuk membuat landing page adalah dengan menggunakan Canva (Devit Setiono, Dewi Kusumaningsih, Yulianawati, Mohammad Syafrullah et al., 2024). Platform ini menyediakan berbagai template profesional yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis. Dengan antarmuka yang mudah digunakan, pengguna dapat dengan mudah menambahkan gambar, teks, dan elemen interaktif lainnya tanpa perlu keahlian desain yang mendalam. Landing page yang dibuat melalui Canva juga dapat dihubungkan dengan berbagai media sosial dan platform bisnis lainnya, sehingga memudahkan pemasaran produk secara digital. (Alfina et al., 2022)

Gentala Hospitality School (GHS) merupakan lembaga pendidikan yang berfokus pada industri kapal pesiar. Meskipun demikian, GHS juga turut mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan bagi peserta didik sebagai bagian dari inisiatif pemerintah. Program ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk membuka usaha dalam kurun waktu enam bulan. Salah satu program kewirausahaan yang diberikan kepada peserta adalah pelatihan pembuatan sablon. Setelah selesai enam bulan menjalani pendidikan, peserta didik akan mendapatkan modal dari sekolah untuk memulai usaha sablon mereka sendiri. Namun, agar usaha ini dapat berkembang dan bersaing di pasar, mereka perlu memiliki keterampilan dalam pemasaran digital, khususnya dalam membuat dan mengelola landing page untuk mempromosikan produk mereka secara efektif.

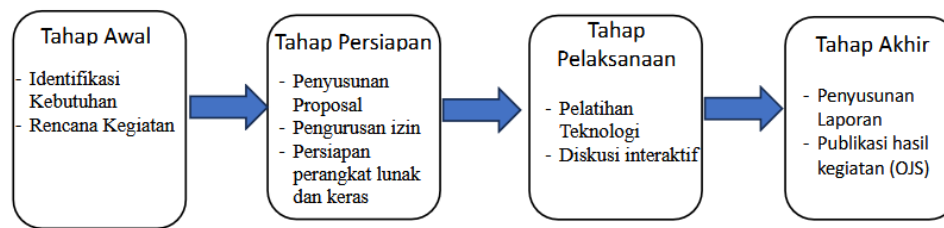
Bagi peserta didik yang akan memulai usaha sablon, landing page dapat menjadi alat yang sangat berguna untuk mempromosikan produk mereka secara online (Siska Narulita et al., 2023), (Artiana et al., 2024). Dengan landing page, mereka dapat menampilkan katalog desain, menawarkan promo khusus, serta mengarahkan calon pelanggan untuk melakukan pemesanan dengan lebih mudah. Landing page juga dapat diintegrasikan dengan media sosial dan strategi digital marketing lainnya, sehingga memperluas jangkauan pasar (Erica Trisnawati & R. Yuniardi Rusdianto, 2024).

Pelatihan landing page ini bertujuan untuk memberikan peserta pemahaman serta keterampilan dalam membuat halaman pemasaran digital yang menarik, informatif, dan mampu meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan peserta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas usaha mereka, menarik lebih banyak pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar mereka (Humaira, Syauqia Rahmatillah, Nurmasyitah, Roikha Nurjannah, Edleli Usva, 2023).

Dengan latar belakang tersebut, pelatihan ini menjadi langkah strategis dalam membekali para peserta didik Gentala Hospitality School dengan keterampilan yang dapat menunjang kesuksesan mereka dalam berwirausaha, khususnya dalam industri sablon yang mereka geluti.

2. METODE PELAKSANAAN

Agar pelatihan pembuatan landing page dapat berjalan dengan efektif, diperlukan perencanaan yang matang. Berikut adalah tahapan perencanaan pelatihan:



Gambar 1. Tahapan Perencanaan Kegiatan

1. Tahap Awal

Pada tahap ini, fokus utama adalah identifikasi kebutuhan dan perencanaan kegiatan.

- **Identifikasi kebutuhan:** Menganalisis kemampuan awal peserta, tujuan pelatihan, serta keterampilan yang ingin dikembangkan.
- **Rencana kegiatan:** Menyusun konsep pelatihan, menentukan metode yang digunakan, serta menyusun jadwal dan durasi pelatihan.

2. Tahapan Persiapan

Tahap ini mencakup semua aspek administratif dan teknis sebelum pelatihan berlangsung.

- **Penyusunan proposal:** Dokumen perencanaan yang mencakup tujuan, sasaran, metode, dan kebutuhan pelatihan.
- **Pengurusan izin:** Mengajukan izin kepada pihak terkait agar pelatihan dapat dilaksanakan sesuai aturan.
- **Persiapan perangkat pelatihan:** Menyiapkan kebutuhan teknis seperti software desain (Canva), laptop, proyektor (infokus), dan koneksi internet untuk mendukung proses pembelajaran.

3. Tahapan Pelaksanaan

Pada tahap ini, pelatihan dijalankan sesuai dengan rencana yang telah disusun.

- **Pelatihan landing page dengan Canva:** Peserta akan diberikan materi tentang cara membuat landing page yang menarik dan fungsional menggunakan Canva.
- **Diskusi interaktif:** Sesi tanya jawab dan studi kasus untuk membantu peserta memahami konsep serta mengatasi tantangan yang dihadapi dalam pembuatan landing page.

4. Tahapan Akhir

Setelah pelatihan selesai, dilakukan evaluasi dan dokumentasi untuk memastikan hasil yang dicapai.

- **Penyusunan laporan:** Dokumentasi mengenai pelaksanaan pelatihan
- **Publikasi artikel :** Publikasi artikel pada OJS JPMU

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa Pelatihan Landing Page sebagai Strategi Pemasaran Digital bagi Wirausahawan Pemula telah dilaksanakan di Aula Gentala Hospitality School (GHS) Jambi. Peserta yang hadir berjumlah sekitar 18 orang yang merupakan siswa program kewirausahaan sablon. Kegiatan dimulai dengan pembukaan, penyampaian profil universitas, serta tujuan pelatihan. Selanjutnya dilakukan penyampaian materi, praktik pembuatan landing page menggunakan Canva, diskusi, dan evaluasi.

Materi inti mengenai konsep dasar landing page, manfaatnya dalam pemasaran digital, serta langkah-langkah praktis pembuatan landing page dijelaskan langsung oleh Ibu Despita Meisak, S.Kom., M.S.I selaku ketua tim pelaksana. Beliau memberikan penjelasan yang runtut dan interaktif, disertai contoh landing page yang sudah jadi, sehingga peserta lebih mudah memahami bagaimana desain sederhana dapat menarik pelanggan secara efektif.

Dalam praktik pembuatan landing page menggunakan Canva, Ibu Despita dibantu oleh anggota tim yang berperan dalam mengarahkan jalannya kegiatan serta memberikan penekanan pada aspek strategi pemasaran digital, dan membantu peserta secara langsung saat menghadapi kendala teknis.

Dengan adanya kolaborasi tim, kegiatan berjalan lancar dan seluruh peserta dapat menyelesaikan latihan pembuatan landing page dengan baik.

3.2 Materi Dan Metode Pelatihan

Materi pelatihan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu pemahaman konsep landing page, praktik pembuatan landing page menggunakan Canva, serta strategi optimalisasi landing page agar lebih efektif. Pada sesi pertama, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar landing page, perbedaannya dengan website biasa, serta peran pentingnya dalam meningkatkan konversi penjualan.

Pada sesi praktik, peserta dipandu langkah demi langkah untuk membuat landing page menggunakan Canva. Mulai dari pemilihan template, pengaturan tata letak, pemilihan warna dan tipografi, hingga penambahan elemen Call to Action (CTA) serta integrasi dengan media sosial. Ibu Despita memberikan contoh langsung di layar proyektor, sementara anggota tim membantu mendampingi peserta secara individual. Pendekatan ini membuat peserta lebih percaya diri mencoba sendiri, meskipun sebelumnya ada yang belum terbiasa dengan aplikasi desain digital.

Metode yang digunakan dalam pelatihan menggabungkan ceramah interaktif, demonstrasi, dan praktik langsung. Ceramah digunakan untuk menyampaikan konsep dasar, demonstrasi untuk menunjukkan contoh nyata pembuatan landing page, sedangkan praktik langsung memberi kesempatan kepada peserta untuk memproduksi karya mereka sendiri. Selain itu, sesi diskusi dan tanya jawab memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan kendala yang mereka hadapi, sekaligus mendapatkan solusi dari instruktur maupun rekan sesama peserta. Dengan metode ini, kegiatan berlangsung dinamis, partisipatif, dan sesuai dengan kebutuhan peserta.

3.3 Hasil Yang Dicapai

Pelaksanaan pelatihan menghasilkan beberapa capaian positif baik dari sisi pemahaman maupun keterampilan peserta. Pertama, peserta memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai fungsi dan manfaat landing page sebagai strategi pemasaran digital. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya mengenal promosi melalui media sosial, tetapi setelah mengikuti kegiatan ini mereka menyadari bahwa landing page dapat menjadi sarana promosi yang lebih terstruktur dan profesional.

Peserta mampu membuat rancangan landing page sederhana menggunakan Canva. Hasil praktik menunjukkan bahwa hampir semua peserta berhasil menyusun landing page dengan elemen dasar yang lengkap, seperti judul produk, gambar desain sablon, deskripsi singkat, serta tombol Call to Action (CTA) yang mengarah ke WhatsApp Business.

Kegiatan ini meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka. Peserta yang awalnya ragu dan merasa kesulitan dalam menggunakan aplikasi desain, pada akhir sesi sudah mampu mengoperasikan Canva dengan lebih lancar. Hal ini tidak terlepas dari pendampingan yang diberikan oleh instruktur dan tim selama praktik berlangsung. Keberhasilan peserta dalam menghasilkan output nyata berupa landing page juga menjadi motivasi tambahan bagi mereka untuk terus mengembangkan keterampilan digital dalam mendukung usaha sablon yang akan mereka jalankan.

3.4 Hambatan Kegiatan

Dalam pelaksanaan pelatihan, terdapat beberapa hambatan yang dihadapi peserta maupun tim pelaksana. Hambatan pertama berkaitan dengan keterbatasan sarana dan prasarana, terutama koneksi internet yang tidak selalu stabil. Kondisi ini sempat membuat proses praktik sedikit terhambat, karena peserta membutuhkan jaringan internet untuk mengakses Canva. Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana menyiapkan alternatif berupa hotspot pribadi dari beberapa perangkat panitia, sehingga peserta tetap dapat melanjutkan praktik pembuatan landing page tanpa kendala berarti.

Sebagian peserta yang terbiasa menggunakan gawai untuk kebutuhan sehari-hari relatif cepat beradaptasi, namun ada pula yang merasa kesulitan saat harus mengatur tata letak, memilih warna, atau menambahkan elemen pada desain landing page. Untuk mengatasi hal ini, instruktur memberikan penjelasan ulang secara perlahan dan membimbing peserta yang mengalami kendala secara lebih personal.

Hambatan lainnya berasal dari keterbatasan waktu pelaksanaan. Materi yang cukup banyak membuat beberapa peserta merasa belum puas untuk mengeksplorasi fitur-fitur Canva secara lebih dalam. Sebagai solusi, instruktur memberikan materi tambahan berupa file tutorial yang bisa dipelajari secara mandiri oleh peserta setelah kegiatan berakhir. Sehingga peserta tetap dapat melanjutkan proses belajar secara mandiri, sekaligus memperdalam keterampilan yang telah diperoleh selama pelatihan.

3.5 Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan hasil observasi selama pelatihan, hampir seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif dalam sesi tanya jawab, keberanian mencoba fitur Canva, serta hasil karya landing page yang dikerjakan secara mandiri. Eevaluasi internal menunjukkan bahwa kerjasama antaranggota tim sudah berjalan baik, meskipun masih ada kendala teknis seperti jaringan internet dan keterbatasan perangkat. Secara keseluruhan, kegiatan dinilai berhasil mencapai tujuan utama, yaitu membekali peserta dengan keterampilan membuat landing page sederhana untuk mendukung usaha sablon mereka. Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar perbaikan untuk kegiatan sejenis di masa mendatang, termasuk perencanaan pelatihan lanjutan yang lebih komprehensif mengenai strategi digital marketing.

3.6 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Pratek Pembuatan Landing Page



Gambar 3. Foto Bersama Peserta

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan landing page dengan Canva berhasil memberikan pemahaman dan keterampilan baru kepada peserta didik GHS Jambi. Peserta mampu merancang landing page yang sederhana namun fungsional untuk mempromosikan produk sablon mereka. Dengan adanya keterampilan ini, wirausahawan pemula dapat lebih siap memanfaatkan teknologi digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

4.2 Saran

Dari hasil kegiatan pelatihan ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan. Bagi peserta, diharapkan agar terus mengembangkan kemampuan desain digital secara mandiri sehingga landing page yang dibuat dapat semakin menarik dan profesional. Bagi penyelenggara, sebaiknya disiapkan pelatihan lanjutan yang berfokus pada strategi pemasaran digital lainnya, seperti optimasi SEO, iklan berbayar, maupun manajemen media sosial, agar wawasan peserta semakin luas. Untuk keberlanjutan program, diperlukan adanya pendampingan secara berkala sehingga keterampilan yang telah diperoleh peserta dapat diimplementasikan secara konsisten dalam usaha mereka masing-masing..

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Dinamika Bangsa atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada LPPM Universitas Dinamika Bangsa (UNAMA), Gentala Hospitality School (GHS), serta seluruh rekan kerja dalam Tim PKM yang telah berkontribusi aktif, sehingga kegiatan pelatihan Landing Page sebagai Strategi Pemasaran Digital bagi Wirausahawan Pemula dapat terlaksana dengan baik dan menghasilkan luaran yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, O., Siregar, E. T., & Angelina, A. P. (2022). Pelatihan Pembuatan Website Toko Online Dan Landing Page Menggunakan Canva Di Smk Trittech Indonesia. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat METHABDI*, 2(1), 32–37. <https://doi.org/10.46880/methabdi.vol2no1.pp32-37>
- Artiana, R., Budhi, R., Akbar, A., & Hendrianu, R. (2024). Pengembangan landing page sebagai alat pemasaran digital yang efektif bagi umkm (studi kasus pada umkm dechefdefinzs). *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, 07(01), 6–17.
- Devit Setiono, Dewi Kusumaningsih, Yulianawati, Mohammad Syafrullah, P., Mardi, Hardjianto, & Triana Anggraini. (2024). PELATIHAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN LANDING PAGE UNTUK PELAKU UMKM DI PETUKANGAN. *PEMANAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional*, 14(1), 34–40.

Endar Nirmala, S. M. (2020). MEMBUAT LANDING PAGE UNTUK MENINGKATKAN CONVERSION RATE. KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang, 4(2), 218–244. file:///C:/Users/Hp/Downloads/9044-24072-1-PB (3).pdf

Erica Trisnawati, & R. Yuniardi Rusdianto. (2024). Transformasi Pemasaran Di Era Digital: Optimalisasi Landing Page Untuk Meningkatkan Brand Awareness Pada Jasa Pengepul Sampah-Karung Sampah. Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan, 2(2), 06–13. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.676>

Humaira, Syauqia Rahmatillah, Nurmasiyah, Roikha Nurjannah, Edleli Usva, J. S. (2023). Penggunaan Canva sebagai Alat Desain Grafis dalam Meningkatkan Branding dan Keterlibatan Pelanggan Bisnis Online. Jurnal Literasi Informatika, 2(3).

Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, & Yoga Syahputra. (2024). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM di Era 4.0. Jurnal Strategi Bisnis Teknologi, 1(3), 63–72. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.174>

Nurjannah, A., Nur Elpiani, F., Apriananda, F., Algiani Adhia Filalba, M., Nur Sholeh, A. R., Purnama Sari, R., & Kiswara Rahmantya, Y. E. (2024). Strategi Pemasaran Melalui Inovasi Dan Kreasi Guna Meningkatkan Penjualan. Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE), 1(2), 246–252. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.349>

Santa Gresella Br Regar, D. H. S. (2024). PENERAPAN LANDING PAGE SEBAGAI MEDIA DIGITAL. Jurnal Ekonomi Revolusioner, 7(6), 456–461.

Siska Narulita, Prihati, P., Priyambodo, A., Aditya, G., & Safari, T. (2023). Digital Marketing melalui Pemanfaatan Landing Page untuk Kelompok Usaha Kecil. Jurnal Pengabdian Masyarakat (JUDIMAS), 1(1), 7–13. <https://doi.org/10.54832/judimas.v1i1.75>

Siti Nur Fadilah, Ahmad Fauzi Rizqi Bahari, L. F. M. (2023). Strategi Pemasaran Digital dalam Mendorong Keberhasilan Wirausaha di Era Digital. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science, 1(04), 7–15. <https://doi.org/10.58812/jekws.v1i04.712>

Sutanto, H., Nurhaliza, E., & Mardiah, A. (2024). Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Bisnis dalam Kewirausahaan di Indonesia. 3(01). <https://doi.org/10.58812/sek.v3i01>