

PENGEMBANGAN LANDING PAGE FRONTEND UNTUK UMKM BE.GOODSSTORE BERBASIS WEBSITE

D.V.Gunawan¹, I.M.W. Wirawan²

ABSTRAK

Perkembangan teknologi memberikan peluang bagi pengusaha pemula untuk mengelola usaha dengan modal minim melalui platform digital. Be.goodsstore, sebuah usaha kerajinan tangan yang termasuk dalam kategori UMKM, memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Shopee untuk menjangkau pelanggan. Agar bisnis ini dapat berkembang lebih lanjut, diperlukan strategi digital berupa pembuatan landing page yang efektif. Metode yang digunakan dalam pengembangan landing page ini adalah Waterfall, dimulai dengan analisis kebutuhan melalui wawancara, desain menggunakan Figma, implementasi dengan HTML dan CSS, serta pengujian menggunakan metode black box. Pengujian meliputi berbagai aspek seperti navigasi tautan navbar, tampilan produk, aktivitas, FAQ, serta integrasi dengan sosial media. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh fitur pada landing page Be.goodsstore berfungsi sesuai harapan, valid, dan dapat memberikan pengalaman pengguna yang optimal.

Kata kunci :UMKM, Strategi digital, landing page, waterfall, metode black box.

ABSTRACT

Technological developments provide opportunities for novice entrepreneurs to manage businesses with minimal capital through digital platforms. Be.goodsstore, a handicraft business included in the MSME category, utilizes social media such as Instagram and Shopee to reach customers. In order for this business to grow further, a digital strategy is needed in the form of creating an effective landing page. The method used in developing this landing page is Waterfall, starting with needs analysis through interviews, design using Figma, implementation with HTML and CSS, and testing using the black box method. Testing includes various aspects such as navbar link navigation, product display, activities, FAQs, and integration with social media. The test results show that all features on the Be.goodsstore landing page function as expected, are valid, and can provide an optimal user experience.

Keywords: MSME, digital strategy, landing page, waterfall, black box method.

¹ Program Studi Informatika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Udayana, gunawan.2208561081@student.unud.ac.id

² Program Studi Informatika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Udayana, made_widhi@unud.ac.id

Submitted: 28 April 2026

Revised: 10 Mei 2026

Accepted: 25 Mei 2026

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman, memulai usaha kecil tidak membutuhkan modal besar, dan proses memulainya cukup sederhana. Kemudahan memulai usaha ini sering kali memberikan peluang besar bagi para pengusaha pemula untuk terjun ke dunia bisnis tanpa harus menanggung risiko finansial yang besar (Rr dkk., 2024). Peluang ini didorong oleh kemajuan teknologi dan akses yang lebih luas terhadap berbagai platform digital, yang semakin mempermudah pemasaran dan pengelolaan usaha (Hartono dkk., 2023). Dengan demikian, banyak pengusaha baru dapat memanfaatkan teknologi ini untuk memperkenalkan produk mereka ke khalayak luas dan membangun jaringan pelanggan yang solid.

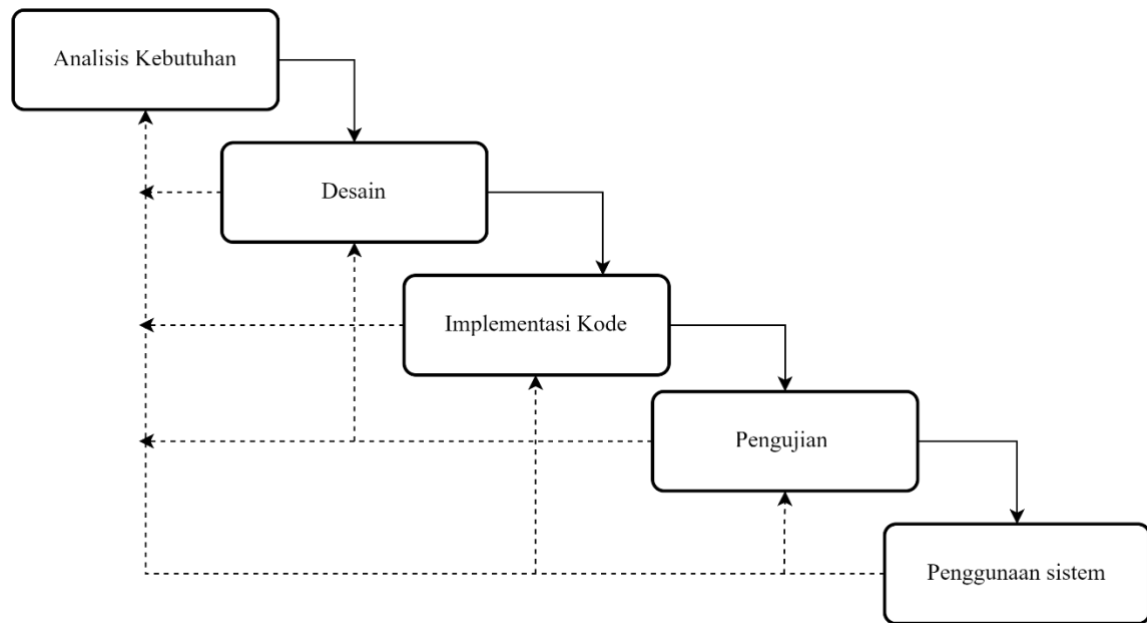
Be.goodsstore merupakan contoh usaha perorangan yang berfokus pada kerajinan tangan dan aktif di platform media sosial seperti Instagram dan Shopee. Usaha ini berdiri sejak beberapa tahun yang lalu dan telah mengalami berbagai dinamika dalam penjualannya, termasuk kenaikan dan penurunan di periode aktifnya. Pasar yang semakin kompetitif menuntut setiap perusahaan untuk terus berinovasi dan menemukan cara paling efektif dalam menarik perhatian serta menjaga loyalitas pelanggan (Afrizal dkk., 2024). Sehingga untuk meningkatkan pertumbuhan bisnisnya, penting bagi pelaku UMKM seperti Be.goodsstore untuk menerapkan strategi pengembangan yang efektif termasuk memperkuat keterlibatan merek (*brand engagement*). Strategi ini dapat memberikan keunggulan kompetitif, meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk atau merek, serta menciptakan dampak positif pada peningkatan penjualan (Febrian dkk., 2021). Salah satu cara yang terbukti membantu dalam mempercepat pertumbuhan usaha adalah dengan memanfaatkan teknologi digital, termasuk pembuatan landing page yang menarik dan informatif (Hartono dkk., 2023).

Landing page dirancang khusus untuk memaksimalkan interaksi dengan pengunjung yang datang melalui berbagai saluran pemasaran, seperti iklan online, kampanye email, atau tautan di media sosial (Cordelia Izaak dkk., 2023). Landing page merupakan bagian dari halaman situs web yang menyajikan informasi khusus dengan konten yang tidak terlalu banyak. Landing page mendukung agar situs tersebut menjadi informatif, ramah pengguna, memiliki tampilan menarik, serta menyajikan informasi secara efektif dan efisien, dan menampilkan beberapa fitur utama situs web tanpa memerlukan akses login terlebih dahulu (Pramita dkk., 2023).

Dengan menerapkan landing page yang efektif, Be.goodsstore dapat meningkatkan interaksi pengguna dan mendorong konversi, sehingga bisnisnya dapat berkembang lebih pesat. Landing page yang dirancang dengan baik juga membantu dalam membangun citra profesional serta meningkatkan kredibilitas toko di mata pelanggan (Andriyanto dkk., 2023). Dengan penggunaan teknologi digital yang tepat, usaha kecil seperti Be.goodsstore tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan pasar yang kompetitif, tetapi juga mampu berkembang dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Metodologi umum yang sering dipakai dalam pengembangan sistem informasi adalah System Development Life Cycle (SDLC) (Rr dkk., 2024). Ada beberapa model dalam metodologi ini, salah satunya adalah model *waterfall*. Metode *waterfall* adalah metode kerja yang menekankan fase-fase yang berurutan dan sistematis. (Setiawan, 2021).



Gambar 2.1. Metode *waterfall*

Proses dimulai dengan Analisis Kebutuhan, yaitu mengidentifikasi elemen apa saja yang dibutuhkan pada landing page, seperti teks, gambar, warna, layout, dan interaksi yang diinginkan. Setelah kebutuhan dipahami, tahap Desain dilakukan untuk merancang tampilan visual dari landing page, termasuk wireframe atau mockup yang menunjukkan tata letak dan desain antarmuka. Kemudian, di tahap Implementasi Kode, dikembangkan sistem sesuai desain yang telah disusun sebelumnya.

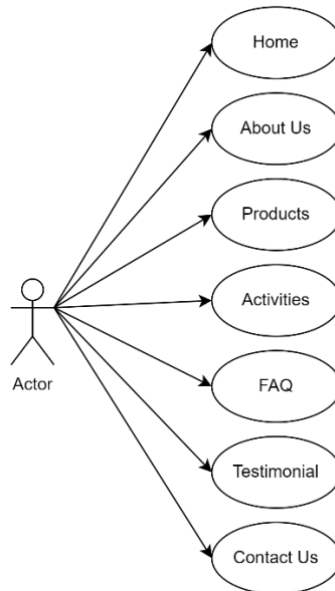
Setelah pengembangan selesai, sistem masuk ke tahap Pengujian untuk memastikan tampilan dan responsivitas di berbagai perangkat dan browser untuk memastikan tampilan yang konsisten dan fungsionalitas yang baik. Apabila ditemukan masalah atau ketidaksesuaian, perbaikan akan dilakukan, dan pengujian diulang hingga sistem memenuhi kriteria yang diharapkan. Tahap terakhir adalah Penggunaan Sistem, di mana sistem yang telah lolos pengujian diimplementasikan dalam lingkungan nyata dan mulai digunakan oleh pengguna akhir

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Analisis Kebutuhan

Pada tahap Analisis Kebutuhan dalam pembuatan landing page ini, dilakukan wawancara dengan pelaku UMKM dari Begoodsstore untuk memahami elemen-elemen penting yang ingin ditampilkan. Berdasarkan wawancara, beberapa kebutuhan utama berhasil diidentifikasi, yaitu penggunaan warna oranye kecoklatan untuk mencerminkan nuansa hangat dan natural yang selaras dengan tema clay. Font yang digunakan diinginkan memiliki sedikit bentuk melingkar (round) untuk menambahkan kesan lembut dan natural yang sesuai dengan produk clay. Landing page akan menampilkan beberapa bagian utama, yaitu tentang toko Begoodsstore, produk yang dijual, serta aktivitas seperti clay workshop yang ditawarkan. Selain itu, bagian FAQ disediakan

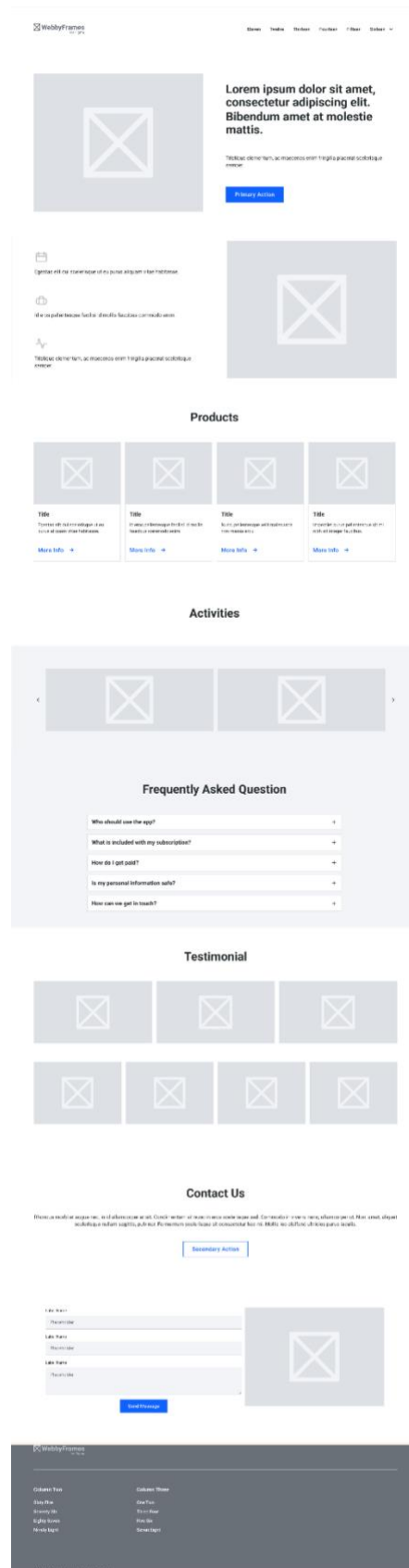
untuk menjawab pertanyaan umum pelanggan, diikuti dengan testimoni dari pelanggan sebelumnya untuk meningkatkan kepercayaan calon pelanggan, dan bagian Contact Us agar pengunjung dapat menghubungi Begoodsstore secara langsung. Keseluruhan desain diharapkan bisa mencerminkan karakter dan visi dari Begoodsstore.



Gambar 3.1. Use Case User

3.2. Desain

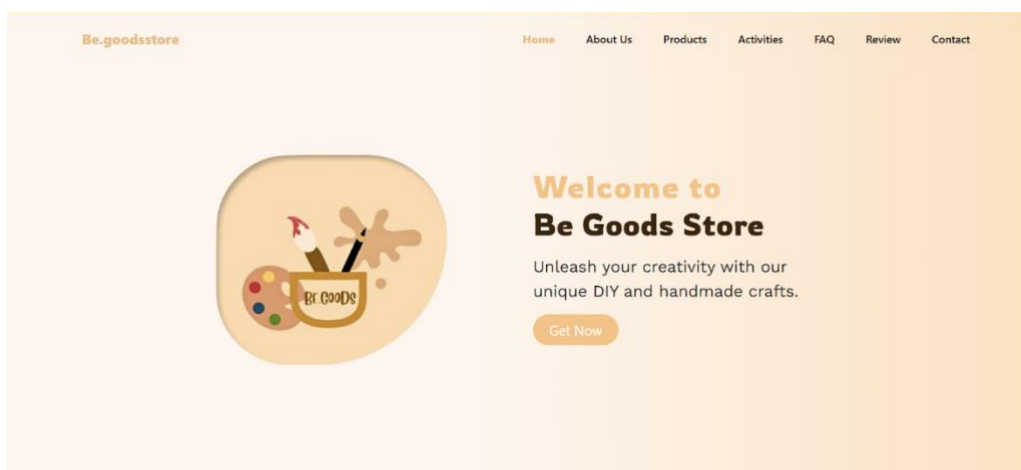
Pada tahap Desain, dibuat rancangan awal landing page menggunakan Figma sebagai alat desain utama. Desain ini mengikuti hasil analisis kebutuhan sebelumnya. Setiap elemen ditata dengan tata letak yang sederhana namun menarik, agar mudah diakses oleh pengguna dan memberikan pengalaman yang menyenangkan. Figma memudahkan proses revisi desain, sehingga memungkinkan untuk menyesuaikan desain secara cepat berdasarkan masukan tambahan dari pihak UMKM atau mitra.



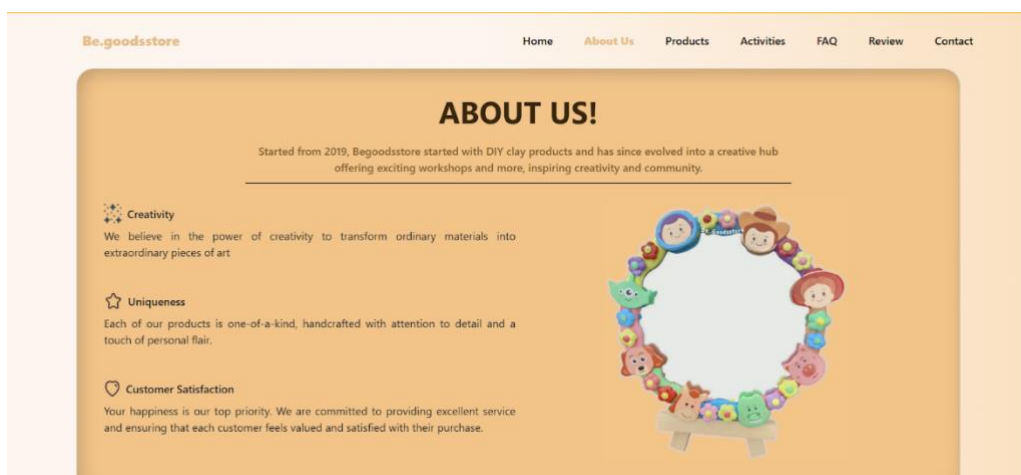
Gambar 3.2 Wireframe Landing Page

3.3. Implementasi

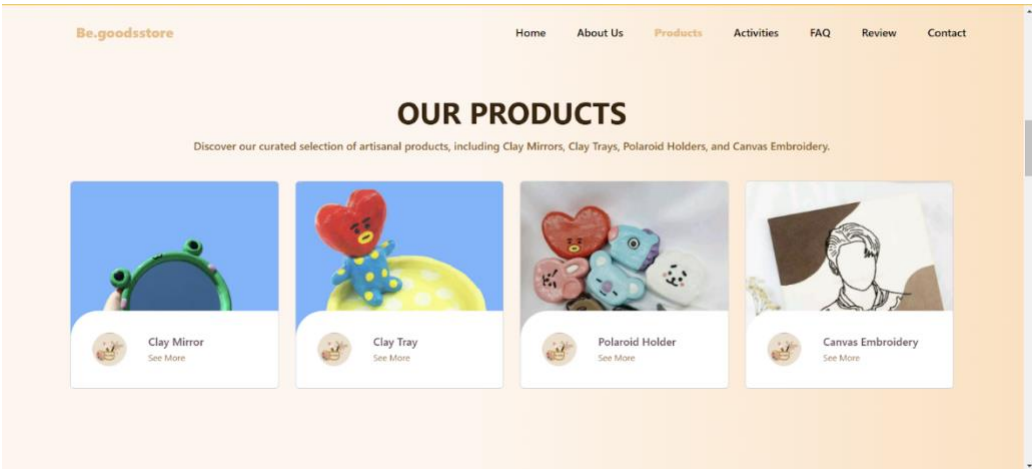
Pada tahap implementasi kode untuk landing page, digunakan teknologi HTML, CSS, dan Bootstrap untuk membangun tampilan yang responsif dan menarik. HTML digunakan untuk menyusun struktur dasar halaman, seperti header, konten utama, tombol call-to-action (CTA), dan footer. CSS kemudian diterapkan untuk mempercantik tampilan dengan menyesuaikan elemen-elemen desain, termasuk warna, tipografi, dan layout. Untuk memastikan halaman dapat menyesuaikan diri dengan berbagai ukuran layar, Bootstrap digunakan untuk menciptakan desain yang responsif dan mudah diadaptasi di perangkat desktop maupun mobile. Pengujian dilakukan pada setiap tahap untuk memastikan fungsionalitas dan kompatibilitas halaman. Proses ini juga dilengkapi dengan rutinitas laporan dan revisi, di mana setiap minggu dilakukan peninjauan terhadap progres pengembangan dan perbaikan yang diperlukan, memastikan landing page terus berkembang sesuai dengan kebutuhan pengguna dan standar kualitas yang diinginkan.



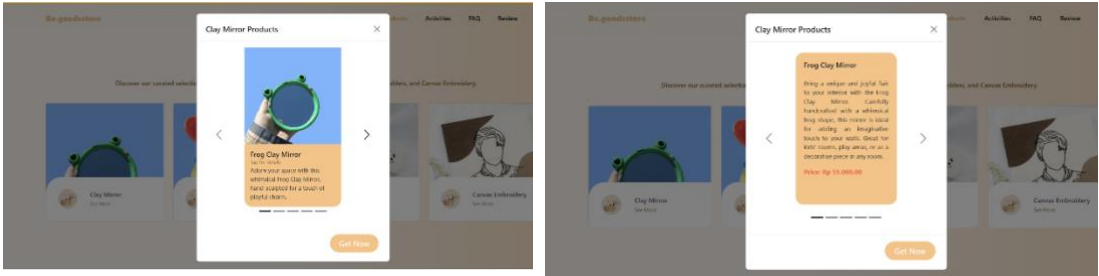
Gambar 3.3. Halaman Utama Aplikasi/Hero



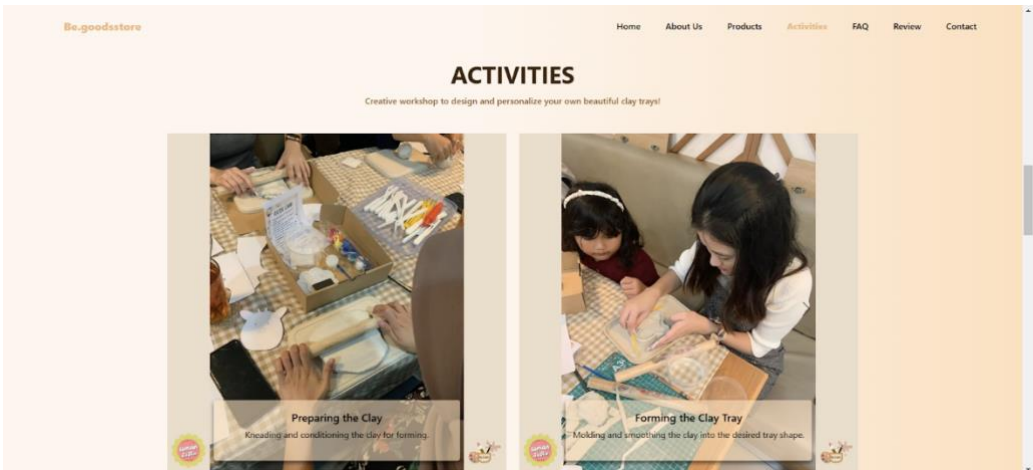
Gambar 3.4. Halaman About Us



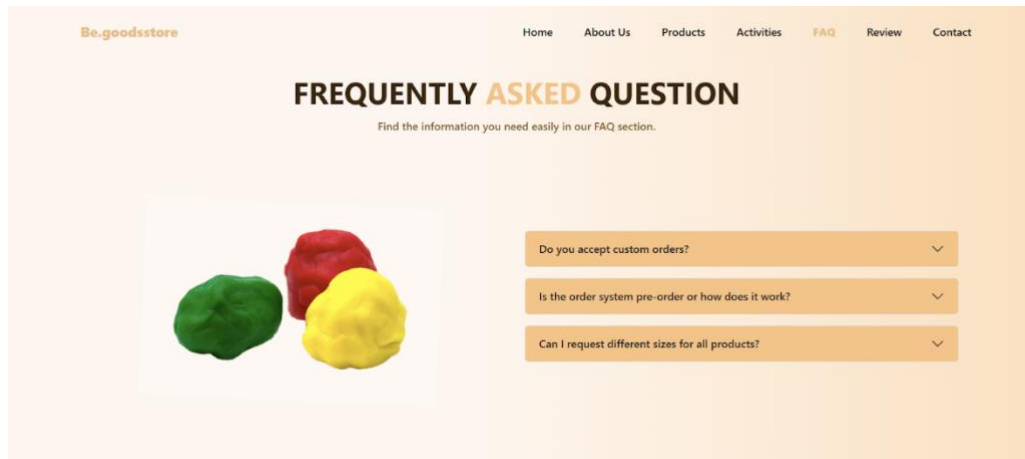
Gambar 3.5. Halaman Products



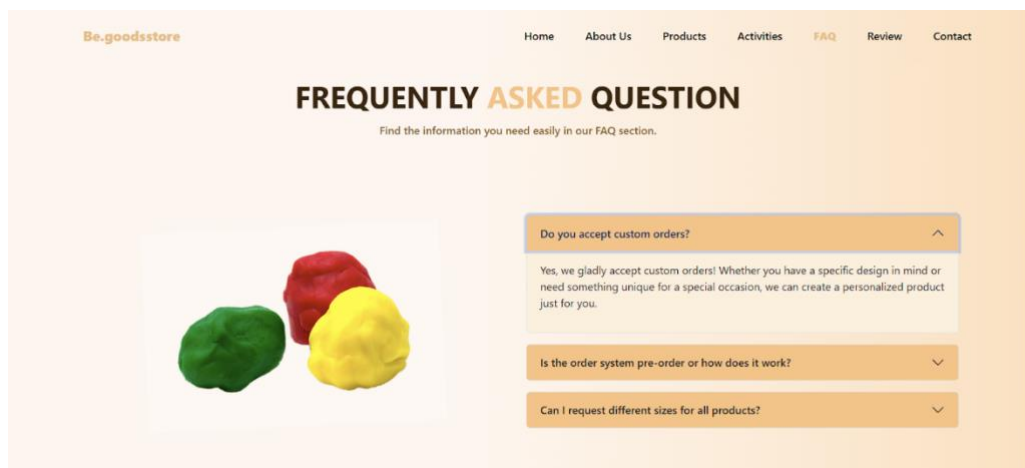
Gambar 3.6. Halaman Detail Products



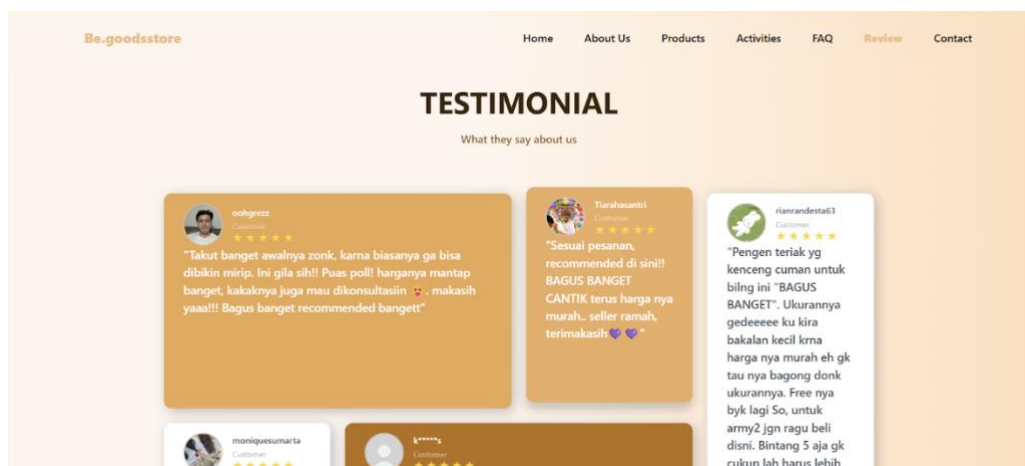
Gambar 3.7. Halaman Activities



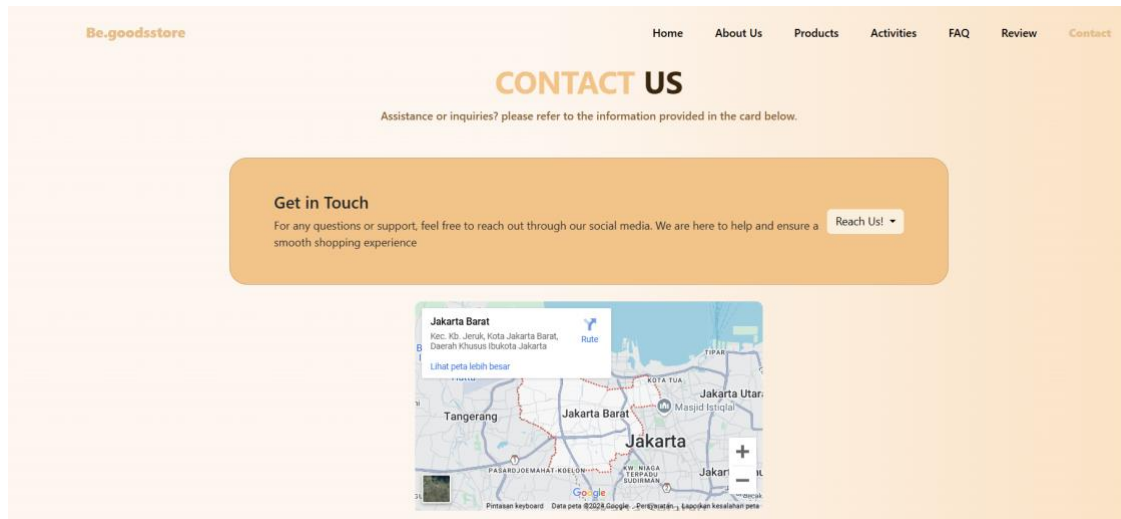
Gambar 3.8. Halaman FAQ



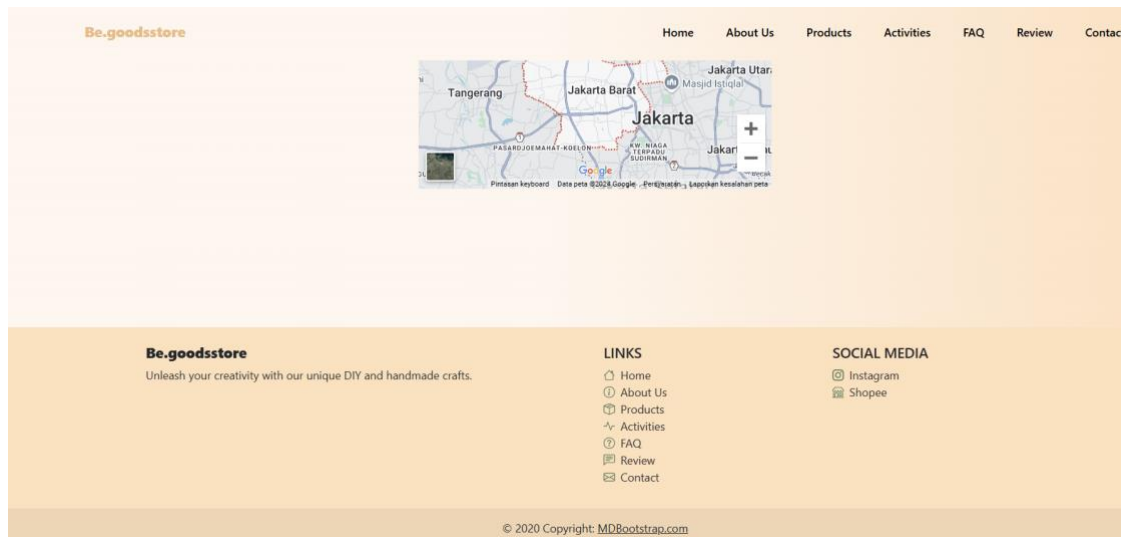
Gambar 3.9. Halaman Detail FAQ



Gambar 3.10. Halaman Testimonial



Gambar 3.11. Halaman Contact Us



Gambar 3.12. Fitur Footer

3.4. Pengujian

Pengujian pada aplikasi dilakukan menggunakan metode black box testing, yang mengutamakan fungsionalitas sistem tanpa memeriksa kode sumber (Nidhra, 2012). Pengujian black box menggunakan metode *feature testing*, Feature testing adalah proses pengujian yang berfokus pada memverifikasi fungsionalitas spesifik dari suatu fitur dalam perangkat lunak atau aplikasi (Parlika dkk., 2020). Salah satu elemen yang diuji adalah tombol navigasi pada header.

Tujuan pengujian ini adalah untuk memastikan bahwa tombol-tombol navigasi pada header berfungsi dengan baik dan sesuai dengan desain yang diinginkan. Secara khusus, pengujian ini fokus pada apakah tombol navigasi dapat membawa pengguna ke bagian yang tepat saat melakukan scrolling di halaman. Setiap tombol yang diklik akan mengarahkan pengguna ke tampilan atau bagian yang relevan, seperti halaman utama, produk, atau kontak, dengan transisi

yang mulus dan tepat waktu. Hasil pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa user experience tetap optimal dan sesuai dengan harapan pengguna saat menggunakan tombol navigasi, baik pada desktop maupun perangkat mobile.

Tabel 3.1. Hasil uji blackbox

No.	Deskripsi kasus uji	Langkah Uji	Hasil yang diharapkan	Hasil Pengujian	Keterangan
1.	Pengujian tautan navbar Home	Klik navbar home	Tampilan awal situs Be.Goodsstore	Sesuai harapan	Valid
2.	Pengujian tautan navbar About Us	Klik navbar about us	Tampilan tentang toko Be.goodsstore	Sesuai harapan	Valid
3.	Pengujian tautan navbar Products	Klik navbar products	Tampilan produk-produk toko	Sesuai harapan	Valid
4.	Pengujian tautan navbar Activities	Klik menu activities	Tampilan aktivitas workshop Be.Goodsstore	Sesuai harapan	Valid
5.	Pengujian tautan navbar FAQ	Klik menu FAQ	Tampilan Pertanyaan umum Be.Goodsstore	Sesuai harapan	Valid
6.	Pengujian tautan navbar Testimoni	Klik menu Testimoni	Tampilan review dari pembeli Be.Goodsstore	Sesuai harapan	Valid
7.	Pengujian tautan navbar Contact Us	Klik menu Contact Us	Tampilan petunjuk kontak Be.goodsstore dan message, lokasi toko	Sesuai harapan	Valid
8.	Pengujian tampilan detail products	Buka halaman produk, Klik pada salah satu produk untuk melihat detail.	Modal dengan informasi detail produk, dan bisa di flip card nya.	Sesuai Harapan	Valid
9.	Pengujian tombol Get Now	Pada halaman hero, detail products klik tombol “Get Now”	Terbuka halaman shopee	Sesuai Harapan	Valid
10.	Pengujian tampilan Activities	Buka tampilan Activities, klik > untuk melihat aktifitas	Dapat scroll kesamping untuk melihat gambar aktifitas	Sesuai Harapan	Valid
11.	Pengujian tampilan FAQ	Buka tampilan FAQ, Klik dropdown.	Muncul dropdown jawaban dari pertanyaan	Sesuai Harapan	Valid
12.	Pengujian Contact Us	Buka tampilan Contact, klik button reach us, klik shopee & instagram	Sosial media yang dipilih terbuka	Sesuai harapan	Valid

3.5. Penggunaan sistem

Tahap Penggunaan Landing Page merupakan tahap akhir dari proses pengembangan, di mana landing page yang telah lolos dari tahap pengujian dan memenuhi seluruh kriteria yang diharapkan kini siap untuk digunakan oleh pengguna akhir. Pada tahap ini, landing page diterapkan dalam lingkungan nyata, dan pengguna diberikan akses untuk mulai menggunakan fungsionalitas yang telah dikembangkan. Selama fase ini, umpan balik dari pengguna sangat penting untuk mengidentifikasi kebutuhan perbaikan atau penyesuaian lebih lanjut sesuai dengan kondisi penggunaan sebenarnya.

3.6 Hasil Sosialisasi Sistem

Sistem yang telah dikembangkan, disosialisasikan kepada pihak Gamelab Indonesia melalui kegiatan pemaparan demonstrasi penggunaan website, serta sesi diskusi dan tanya jawab antar siswa dan pembimbing lapangan. Kegiatan sosialisasi bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang website Landing Page yang telah dikembangkan. Berdasarkan hasil kegiatan, mitra perusahaan menunjukkan respons yang baik.



Gambar 3.13 Dokumentasi Sosialisasi

4. KESIMPULAN

Landing page Begoodsstore berhasil dikembangkan dengan fitur utama yang berfungsi sesuai harapan, sebagaimana terbukti dari hasil pengujian. Semua tautan navigasi seperti Home, About Us, Products, Activities, FAQ, Testimoni, dan Contact Us dapat diakses dengan lancar. Fitur interaktif seperti tombol "Get Now" yang mengarahkan ke halaman Shopee, tampilan detail produk yang dapat dibuka dalam modal, serta dropdown di bagian FAQ juga bekerja sesuai tujuan. Dengan demikian, landing page ini siap digunakan oleh pengguna akhir, diharapkan dapat meningkatkan interaksi pelanggan, dan mencerminkan identitas serta visi Begoodsstore.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh jajaran PT.Gamelab Indonesia atas kesempatan yang telah diberikan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan mengembangkan kemampuan dalam bidang programming frontend. Serta penulis turut mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Informatika Universitas Udayana atas bimbingan dalam melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, M., Nurhidayat, I., Putra, Y. A., & Rosyani, P. (2024). *BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia Perancangan Dan Pengembangan Situs Web Landing Page Dengan Metode Waterfall Pada PT. Orion Makmur Bersama*. 2(1). <https://jurnalmahasiswa.com/index.php/biikma>
- Andriyanto, Pranoto, R. E., Bangun, D. A. N., Anggarini, A., & DK, M. T. M. (2023). *PEMASARAN DIGITAL UMKM MELALUI DESAIN LANDING PAGE SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN BISNIS*. 8.
- Cordelia Izaak, W., Rahma Hismawan, F., Ekonomi dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2023). OPTIMALISASI WEBSITE MENGGUNAKAN LANDING PAGE SEBAGAI MEDIA PEMASARAN PRODUK PARFUM FRESH FUSION DI ERA DIGITAL. Dalam *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 3, Nomor 3). https://jurnal.fkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index
- Febrian, A., Lina, L. F., Safitri, V. A. D., & Mulyanto, A. (2021). Pemasaran digital dengan memanfaatkan landing page pada perusahaan start-up. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(3), 313. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i3.10103>
- Hartono, R., Rosid, U. A., Nursamsi, D. R., Singaparna, J. B., & Tasikmalaya, K. (2023). RANCANGAN UI/UX UNTUK SINGLE LANDING PAGE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING. *Jurnal Teknologi Informasi*, 7(1).
- Nidhra, S. (2012). Black Box and White Box Testing Techniques - A Literature Review. *International Journal of Embedded Systems and Applications*, 2(2), 29–50. <https://doi.org/10.5121/ijesa.2012.2204>
- Parlika, R., Ardhian Nisaa', T., Ningrum, S. M., & Haque, B. A. (2020). LITERATURE STUDY OF THE LACK AND EXCESS OF TESTING THE BLACK BOX. *TEKNOMATIKA*, 10(02), 1–5.
- Pramita, I., Irawan, M. D., & Nasution, N. R. (2023). Rancang Bangun Landing Page Kepegawaian Dengan Menerapkan Framework Laravel Berbasis Website. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 3(2), 72–84. <https://doi.org/10.55537/jibm.v3i2.732>
- Rr, A. K., Utomo, R. B., Akbar, A., Hendrianu, R., Prananingrum, L., Agustin, S. K., & Irawaty. (2024). *Pengembangan landing page sebagai alat pemasaran digital yang efektif bagi umkm (studi kasus pada umkm dechefdefinzs)*.
- Setiawan, R. (2021, Juli 28). *Metode SDLC Dalam Pengembangan Software*. <https://www.dicoding.com/blog/metode-sdlc/>. <https://www.dicoding.com/blog/metode-sdlc/>