

Membangun *landing page* untuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bukan sekadar membuat tampilan yang bagus, melainkan bagaimana halaman tersebut bisa mengonversi pengunjung menjadi pelanggan.

Berikut adalah standar elemen yang harus ada agar *landing page* efektif dan profesional:

1. Headline yang Menjual (Value Proposition)

Hanya dalam 3-5 detik, pengunjung harus tahu apa yang Anda tawarkan.

- **Main Headline:** Fokus pada solusi/manfaat, bukan hanya nama produk.
 - *Contoh buruk:* "Toko Keripik Barokah."
 - *Contoh baik:* "Camilan Renyah Tradisional, Teman Setia Kerja dari Rumah."
- **Sub-headline:** Penjelasan singkat yang mendukung headline utama.

2. Call to Action (CTA) yang Jelas

Jangan biarkan pengunjung bingung harus melakukan apa setelah melihat produk.

- Gunakan tombol yang kontras secara warna.
- Gunakan kalimat perintah yang ramah namun lugas, seperti: "**Pesan Sekarang Via WhatsApp**", "**Cek Katalog Harga**", atau "**Daftar Member Gratis**".
- Letakkan di bagian atas (*Above the Fold*) dan di akhir halaman.

3. Visual Produk Berkualitas Tinggi

Bagi UMKM, visual adalah segalanya karena pelanggan tidak bisa menyentuh produk secara langsung.

- Gunakan foto asli (bukan *stock photo*) yang pencahayaannya baik.
- Sediakan video singkat produk jika memungkinkan untuk meningkatkan kepercayaan.

4. Bukti Sosial (Social Proof)

Elemen ini krusial untuk membangun kredibilitas usaha kecil.

- **Testimoni:** Cuplikan pesan puas dari pelanggan atau foto mereka saat menggunakan produk.
- **Logo Partner/Media:** Jika pernah diliput atau bekerja sama dengan instansi tertentu.
- **Angka Penjualan:** Misal, "Telah dinikmati oleh 1.000+ pelanggan di Jawa Timur."

5. Detail Produk & Manfaat (Bukan Sekadar Fitur)

Alih-alih hanya menuliskan spesifikasi teknis, jelaskan apa keuntungan bagi pembeli.

- **Fitur:** "Sepatu berbahan kulit sintetis."
- **Manfaat:** "Bahan awet dan mudah dibersihkan, cocok untuk aktivitas harian yang padat."

6. Kontak dan Lokasi yang Jelas

Memudahkan calon pembeli untuk menghubungi atau mendatangi tempat usaha.

- Integrasi tombol WhatsApp yang langsung menuju chat admin.
- Peta lokasi (*Google Maps*) jika Anda memiliki toko fisik.
- Link media sosial (Instagram/TikTok) sebagai portofolio tambahan.

Standar Teknis (Wajib Ada)

Selain konten, sisi teknis juga menentukan keberhasilan:

Standar Teknis	Penjelasan
Mobile Friendly	80% lebih calon pembeli UMKM mengakses via ponsel. Pastikan tampilan rapi di layar kecil.
Kecepatan Loading	Website yang lambat (lebih dari 3 detik) akan ditinggalkan pengunjung.
Simple Navigation	Jangan terlalu banyak menu. Fokuskan hanya pada satu tujuan (konversi).
Keamanan (SSL)	Pastikan ada ikon gembok (HTTPS) agar pengunjung merasa aman memasukkan data.

Tips Tambahan:

Gunakan pendekatan "Problem-Agitate-Solve".

1. Tunjukkan masalah yang dihadapi pelanggan.
2. Jelaskan dampak jika masalah itu tidak selesai.
3. Tawarkan produk Anda sebagai solusinya.

Layout *landing page* yang efektif mengikuti pola psikologi mata manusia saat membaca layar, yaitu **F-Pattern** atau **Z-Pattern**. Tujuannya adalah menuntun mata pengunjung dari informasi paling penting hingga ke tombol aksi (CTA).

Berikut adalah urutan standar layout *landing page* dari atas ke bawah:

1. Header (Navigasi Minimalis)

Jangan buat navigasi yang rumit seperti website berita. Cukup letakkan:

- **Sisi Kiri:** Logo UMKM.
- **Sisi Kanan:** Menu *anchor link* (Home, Produk, Testimoni, Kontak).
- **Optional:** Satu tombol CTA kecil (misal: "Order Now") di pojok kanan atas.

2. Hero Section (Above the Fold)

Ini adalah bagian yang pertama kali muncul di layar tanpa perlu *scroll*.

- **Layout Kiri:** Headline, sub-headline, dan tombol CTA utama.
- **Layout Kanan:** Foto produk unggulan atau video singkat yang estetik.
- **Tips:** Gunakan latar belakang yang bersih agar teks mudah dibaca.

3. Feature/Benefit Row

Biasanya menggunakan layout 3 kolom untuk menjelaskan keunggulan layanan/produk secara cepat.

- Gunakan ikon yang simpel.
- Contoh: [Ikon Kirim] Gratis Ongkir, [Ikon Jempol] Bahan Premium, [Ikon Jam] Layanan 24 Jam.

4. Product Showcase (The Solution)

Bagian ini memaparkan detail apa yang Anda jual.

- **Layout Zig-zag:** Foto di kiri - teks di kanan, lalu baris berikutnya foto di kanan - teks di kiri. Ini menjaga mata pengunjung agar tidak bosan saat *scrolling*.
- Fokus pada visual dan penjelasan singkat mengenai manfaat produk.

5. Social Proof (Trust Section)

Membangun kepercayaan pengunjung.

- **Testimonial Slider:** 3-4 ulasan pelanggan.
- **Logo Grid:** Jika Anda memiliki mitra, sertifikasi (halal, BPOM), atau liputan media.

6. Closing Statement & Final CTA

Sebelum halaman berakhir, ingatkan kembali pengunjung mengapa mereka butuh produk Anda.

- Gunakan section dengan warna latar belakang yang kontras/mencolok.
- Letakkan tombol CTA besar sekali lagi di sini agar mereka tidak perlu *scroll* ke atas lagi untuk membeli.

7. Footer

Informasi pelengkap yang bersifat administratif.

- Alamat lengkap (link Google Maps).
- Ikon media sosial (Instagram, TikTok, WhatsApp).
- Copyright dan kebijakan privasi singkat.

Perbandingan Layout Desktop vs Mobile

Karena UMKM sering dipromosikan melalui media sosial, **Mobile-First Layout** adalah kewajiban:

Elemen	Desktop Layout	Mobile Layout (Wajib)
Grid	2 atau 3 kolom menyamping.	1 kolom memanjang ke bawah.
Gambar	Ukuran besar di samping teks.	Gambar di atas, teks di bawahnya.
CTA	Tombol standar.	Tombol "Sticky" (menempel di bawah layar) sangat disarankan.
Menu	Navigasi horizontal.	<i>Hamburger menu</i> (ikon tiga garis).

Tips Visual (UI Design):

- **White Space:** Berikan ruang kosong yang cukup antar section agar konten tidak terlihat sesak dan lebih profesional.
- **Kontras:** Pastikan warna tombol CTA berbeda jauh dengan warna latar belakang (misal: latar putih, tombol oranye atau hijau WhatsApp).

- **Tipografi:** Gunakan maksimal 2 jenis font. Satu untuk judul (Bold), satu untuk isi teks (Readable).

F-Pattern dan **Z-Pattern** adalah konsep desain *User Experience* (UX) yang didasarkan pada studi *eye-tracking* (pelacakan mata). Konsep ini menjelaskan bagaimana rata-rata orang memindai konten di layar komputer atau ponsel sebelum mereka memutuskan untuk membaca lebih dalam.

Berikut adalah penjelasan detail mengenai keduanya:

1. F-Pattern (Pola Huruf F)

Pola ini biasanya terjadi pada halaman yang **padat teks**, seperti artikel blog, portal berita, atau halaman dokumentasi.

- **Cara Kerja:**
 1. Mata mulai memindai secara **horizontal** di bagian atas (membaca judul).
 2. Mata turun sedikit, lalu memindai secara **horizontal** lagi namun lebih pendek (membaca sub-judul atau poin penting).
 3. Terakhir, mata hanya akan memindai sisi **kiri secara vertikal** (mencari kata kunci di awal paragraf).
- **Kapan Digunakan:** Cocok untuk halaman yang memiliki banyak informasi tulisan agar pembaca tetap bisa menangkap poin penting tanpa membaca setiap kata.
- **Strategi Desain:** Letakkan informasi paling krusial di dua paragraf pertama dan gunakan poin-poin (*bullet points*) di sisi kiri.

2. Z-Pattern (Pola Huruf Z)

Pola ini terjadi pada halaman yang **minim teks** dan berfokus pada visual, seperti *landing page* produk atau halaman *login*.

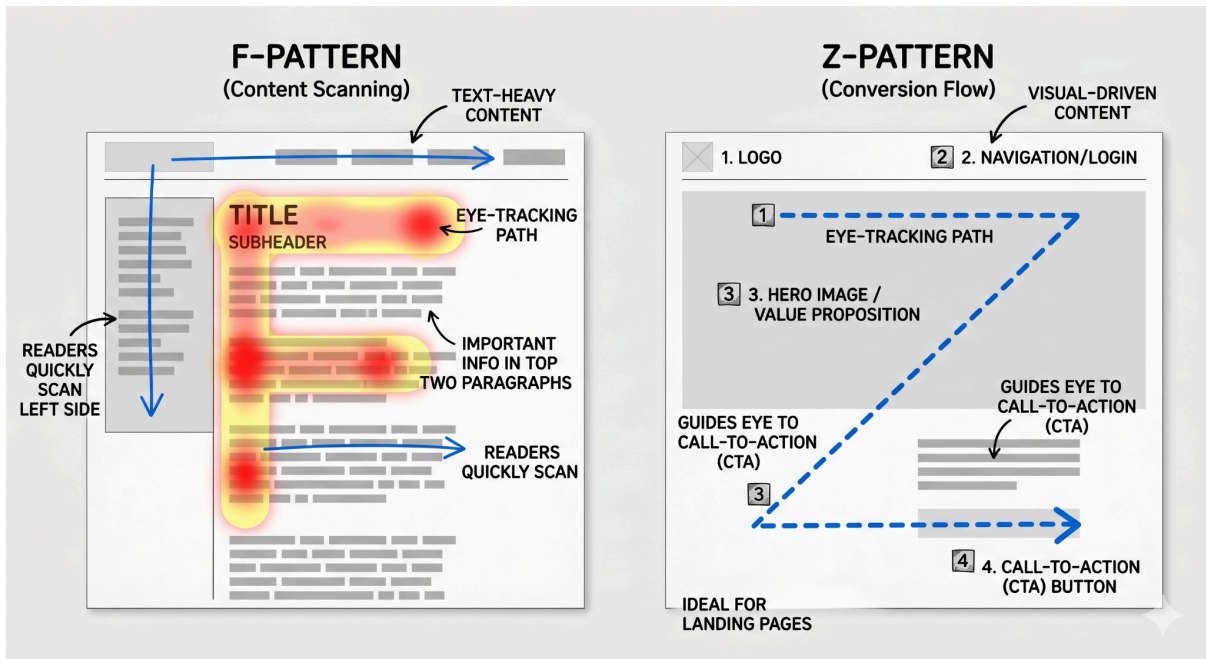
- **Cara Kerja:**
 1. Mata mulai dari pojok **kiri atas** (biasanya logo) menuju ke **kanan atas** (biasanya menu navigasi atau tombol login).
 2. Mata memotong secara **diagonal** ke arah bawah kiri (melihat gambar utama atau headline).
 3. Mata bergerak lagi secara **horizontal** ke kanan bawah (menuju tombol Call to Action/CTA).
- **Kapan Digunakan:** Sangat standar untuk *landing page* UMKM karena tujuannya adalah menuntun pengunjung dari pengenalan merek langsung menuju tombol pembelian.
- **Strategi Desain:** Letakkan Logo di kiri atas, informasi penting di tengah jalur diagonal, dan tombol "Pesan Sekarang" di akhir jalur (kanan bawah).

Perbandingan Ringkas

Fitur	F-Pattern	Z-Pattern
Fokus Konten	Teks/Tulisan banyak.	Visual/Gambar banyak.
Tujuan	Membaca cepat (Scanning).	Mengambil tindakan (Conversion).
Contoh Penggunaan	Blog, Wikipedia, Berita.	Landing Page, Penjualan Produk, Homepage.

Mengapa Ini Penting untuk Anda?

Jika Anda sedang membangun *landing page* UMKM, gunakanlah **Z-Pattern**. Karena struktur ini sangat efektif untuk mengarahkan calon pembeli dari melihat foto produk yang menarik langsung ke tombol WhatsApp tanpa terganggu oleh terlalu banyak tulisan yang membosankan.



Gambar ini menyajikan perbandingan pola F dan pola Z secara langsung pada diagram wireframe teknis:

- Z-Pattern (Kanan):** Diagram ini menunjukkan alur mata yang jelas pada landing page yang didorong oleh visual. Panah biru putus-putus menelusuri jalur mata dari logo (kiri atas), ke navigasi (kanan atas), secara diagonal ke bawah melalui elemen pahlawan (kiri bawah), dan akhirnya ke tombol Call to Action (CTA) utama (kanan bawah). Alur ini dirancang khusus untuk memandu pengunjung menuju konversi secara efisien.
- F-Pattern (Kiri):** Diagram ini menunjukkan jalur mata pada halaman yang padat teks. Jalur mata ditunjukkan dengan warna merah dan oranye, meniru studi pelacakan mata, yang membentuk 'F'. Pengunjung memindai secara horizontal di bagian atas, kemudian turun sebentar dan memindai secara horizontal lagi, sebelum akhirnya memindai sisi kiri secara vertikal mencari kata kunci. Ini ideal untuk konten seperti blog atau artikel di mana tujuannya adalah pemindaian informasi yang cepat.

Take your docs anywhere

Save files on your computer, then access them on your phone from the road. Everything you keep in Dropbox is synced automatically to all your devices.

[+ Learn more](#)



Send videos quickly

Send your entire wedding video to family with a simple link. It's easy to share large files with anyone — even if they don't have a Dropbox account.

[+ Learn more](#)

Easily manage your photos

Automatically upload photos to organize, share, and work on them with others. Whether they're new images for your blog or scanned receipts, they're all safe and organized in Dropbox.

[+ Learn more](#)

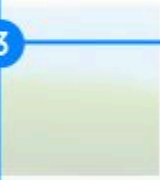


1 The F Layout 2

LINK LINK LINK LINK LINK SIGN

This is a headline or mission statement for the website.

3 Use Catchy Words

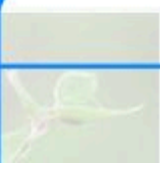


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque justo erat, consequat in venenatis sit amet, convallis et mauris.

4 New eBook Out Now!



Headlines Should Be Sexy!



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Pellentesque justo erat, consequat in venenatis sit amet, convallis et mauris.

Categories

- Photoshop
- Tutorials
- WordPress
- Site Elements
- Web Design
- Freebies