

# Perancangan *Landing Page* Sebagai Media Pemasaran Produk Pupuk Organik Cair Biofernic

Ahmad Haris Hasanuddin Slamet<sup>\*1</sup>, Lukman Hakim<sup>2</sup>, Waridad Umair Al Ayyubi<sup>3</sup>,  
Irzaq Galuh Pranata<sup>4</sup>, Wildanu Ubaidillah<sup>5</sup>

<sup>1,3,4</sup> Program Studi Manajemen Agribisnis, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

<sup>2</sup> Program Studi Bisnis Digital, Jurusan Bisnis, Politeknik Negeri Jember

<sup>5</sup> Program Studi Manajemen Agroindustri, Jurusan Manajemen Agribisnis, Politeknik Negeri Jember

\*e-mail: ahmad.haris@polije.ac.id

## Abstract

*Excessive use of chemical fertilizers can reduce soil quality and cause negative environmental impacts. Biofernic is a liquid organic fertilizer made from banana peel and eggshell waste, which is rich in potassium and calcium and beneficial for environmentally friendly plant growth. As a new product, Biofernic requires an effective marketing strategy to be widely recognized, especially by farmers. This study aims to design a website landing page as a digital marketing medium for the Biofernic product. The development method includes needs analysis, system design, coding, testing, and maintenance stages. The landing page was developed using HTML, CSS, and JavaScript with an attractive interface and features such as product information, ordering, and social media integration. The results show that the landing page can serve as an effective tool to introduce the product and expand the market reach of Biofernic.*

**Keyword:** Liquid Organic Fertilizer; Biofernic; Landing Page

## Abstrak

*Penggunaan pupuk kimia secara berlebihan dapat menurunkan kualitas tanah dan berdampak buruk bagi lingkungan. Biofernic merupakan pupuk organik cair berbahan dasar limbah kulit pisang dan cangkang telur yang kaya unsur kalium dan kalsium, sehingga bermanfaat untuk meningkatkan pertumbuhan tanaman secara ramah lingkungan. Sebagai produk baru, Biofernic memerlukan strategi pemasaran yang efektif agar dikenal oleh masyarakat, khususnya petani. Penelitian ini bertujuan merancang website landing page sebagai media pemasaran digital produk Biofernic. Metode pengembangan yang digunakan meliputi tahap analisis kebutuhan, desain sistem, penulisan kode program, pengujian, dan pemeliharaan. Landing page dirancang menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript dengan tampilan menarik serta fitur informasi produk, pemesanan, dan integrasi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa landing page mampu menjadi sarana efektif dalam memperkenalkan produk dan memperluas jangkauan pasar Biofernic.*

**Kata kunci:** Pupuk Organik Cair; Biofernic; Landing Page

## 1. PENDAHULUAN

Penggunaan pupuk berbahan kimia berdampak negatif pada tanah dan lingkungan. Dari banyaknya penggunaan pupuk kimia menyebabkan menurunnya produktivitas lahan pertanian karena erosi, pemadatan lahan, dan berkurangnya bahan organik, ketergantungan yang semakin kuat terhadap sumber daya alam tidak terbarukan (non-renewable natural resources), serta resiko kesehatan dan keamanan manusia selaku pekerjaan pertanian. Hal ini berdampak pada penurunan produktivitas pertanian dan meningkatnya biaya produksi bagi pertanian (Erlinawati et al., 2022). Sebagai upaya mengurangi penggunaan pupuk kimia upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan beralih pada pupuk organik. Penggunaan pupuk organik memiliki banyak manfaat seperti menyediakan unsur makro N, P, K bagi tanaman dan juga memperbaiki struktur tanah (Pahlepi et al., 2023).

Biofernic yang merupakan pupuk cair berbahan dasar limbah kulit pisang dan cangkang telur. Pupuk organik ini dirancang untuk mengatasi permasalahan pertanian yaitu penggunaan pupuk kimia pada tanaman pangan. Produk Biofernic dapat memaksimalkan hasil pertanian tanpa merusak lingkungan atau mengandung bahan kimia berbahaya karena menggunakan bahan organik dari kulit pisang dan cangkang telur. Kandungan kulit pisang berfungsi untuk pertumbuhan dan perkembangan batang dan buah. Cangkang telur mengandung 90% senyawa kalsium yang berfungsi untuk meningkatkan pertumbuhan dinding sel tanaman (Rosmalinda et al., 2022). Sehingga penggabungan

antara kulit pisang dan juga cangkang telur berguna untuk mencegah bunga pada tanaman membusuk dan rontok karena mengandung kalium dan kalsium yang tinggi.

Sebagai produk yang baru yang dipasarkan, produk biofernic memerlukan upaya yang tepat agar produk dapat diterima oleh calon konsumen. Upaya mengenalkan produk dapat dikenal dipasaran adalah melalui media pemasaran digital. Media pemasaran digital yang banyak dikenal efektif untuk mengenalkan produk adalah landing page yang berisikan informasi secara spesifik dan terfokus pada penawaran produk. landing page dirancang untuk mengoptimalkan interaksi dengan pengunjung melalui interaksi yang atraktif pada website. Melalui landing page diharapkan menjadi media pemasaran yang efektif (Izaak & Hismawan, 2023).

Sebagai bagian dari ekosistem digital marketing, landing page dirancang secara khusus untuk mengoptimalkan interaksi dengan pengunjung yang berasal dari berbagai saluran pemasaran, seperti iklan online, kampanye pemasaran email, atau tautan media sosial. Dengan tujuan utama untuk mendorong pengunjung agar melakukan tindakan spesifik, seperti pembelian produk, pengisian formulir, atau berlangganan layanan, landing page menjadi senjata efektif dalam meningkatkan tingkat konversi dan memberikan pengalaman yang terarah bagi calon pelanggan. Melalui perancangan yang tepat diharapkan dapat memberikan dampak positif berupa pengenalan produk, perluasan potensi pasar, dan potensi peningkatan transaksi penjualan (Wirapratama et al., 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran produk biofernic melalui website landing page. *Website* yang dirancang merupakan website statis yang dapat diakses di internet dengan memasukan memasukkan link di *Uniform Resource Locator* (URL) pada browser. Website dirancang menggunakan bahasa *Hyper Text Markup Language* (HTML), *Cascading Style Sheet* (CSS), dan *Javascript* sehingga menghasilkan website yang menarik calon pelanggan (Rifai et al., 2025). Melalui landing page diharapkan dapat memberikan dampak positif berupa pengenalan produk biofernic. Selain itu, dengan adanya landing page potensi pasar akan jauh lebih luas dalam era kompetisi digital.

## 2. METODE

Secara umum tahapan penyusunan landing page pada penelitian ini menggunakan lima tahapan. Tahapan tersebut meliputi analisis, desain, penulisan kode program, pengujian, dan implementasi beserta pemeliharaan. Penjelasan dari tahapan tersebut diantaranya:

### a. Analisis

Tahapan ini meliputi analisis kebutuhan terkait sistem dalam pembuatan landing page. Analisis ini berdasarkan kebutuhan dari pengguna. Proses analisis diawali dengan tahapan wawancara untuk menggali kebutuhan dari pengguna. Hasil dari wawancara ini kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan desain landing page (Riswanda & Budiarto, 2024).

### b. Desain

Desain sistem menggunakan metode UML (Unified Modeling Language), metode ini menggabungkan diagram dan teks menjadi kesatuan desain. Pada desain ini meliputi use case diagram, dan activity diagram (Riswanda & Budiarto, 2024).

### c. Penulisan kode

Kode yang digunakan pada pembuatan landing page menggunakan di *Uniform Resource Locator* (URL) pada browser. Website dirancang menggunakan bahasa *Hyper Text Markup Language* (HTML), *Cascading Style Sheet* (CSS), dan *Javascript*. Ketiga kode ini dikombinasikan untuk menghasilkan landing page dengan tampilan yang menarik.

### d. Pengujian

Tahapan selanjutnya adalah pengujian, pada tahap ini dilakukan untuk memastikan sistem dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Teknik pengujian yang digunakan yaitu metode black box. Metode ini dilakukan menguji fungsi dari setiap menu yang ada di website (Valerian et al., 2025).

### e. Pemeliharaan

Tahapan terakhir pada pengembangan sistem adalah pemeliharaan. Tahap pemeliharaan memungkinkan pengembang untuk mengatasi permasalahan yang ada pada landing page biofernic.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Biofernic menggunakan bahan organik dari kulit pisang dan cangkang telur. Produk ini menggunakan bahan baku yang biasa dianggap limbah dengan ketersediaan yang melimpah. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produksi pisang di Indonesia mencapai 8,74 juta ton pada 2021. Produksinya naik 6,82% dari tahun sebelumnya yang sebesar 8,18 juta ton. Ketersediaan limbah rumah tangga seperti kulit pisang dan cangkang telur cukup melimpah, apabila tidak tereksplorasi secara maksimal akan menimbulkan permasalahan lingkungan (Zulcarnain, 2024). Tingginya jumlah persentase limbah tersebut menjadikan acuan bahwa bahan baku yang dibutuhkan untuk pembuatan “Biofernic”

Biofernic merupakan pupuk organik cair yang kaya akan potensi kandungan mineral yang baik bagi tanaman. Kandungan yang terdapat di kulit pisang yakni protein, kalsium, fosfor, magnesium, sodium dan sulfur, sehingga kulit pisang memiliki potensi yang baik untuk dimanfaatkan sebagai pupuk organik. Kemudian cangkang telur juga mengandung 90% senyawa kalsium yang berfungsi untuk meningkatkan pertumbuhan dinding sel tanaman. Sehingga penggabungan antara kulit pisang dan juga cangkang telur berguna untuk mencegah bunga pada tanaman membusuk dan rontok karena mengandung kalium dan kalsium yang tinggi (Pahlepi et al., 2023).

Sebagai produk baru yang kaya akan manfaat bagi tanaman, diperlukan upaya yang optimal untuk memasarkan produk biofernic agar dikenal oleh kalangan petani. Website dalam bentuk landing page menjadi media pemasaran yang sangat efektif untuk menyampaikan informasi terkait produk dengan tampilan yang menarik (Hakim et al., 2024). Landing page juga memiliki beberapa menu yang dapat diakses oleh pengguna agar mendapatkan manfaat yang maksimal. Landing page biofernic dirancang dengan tampilan visual yang menarik dengan kombinasi warna hijau dan putih. Warna ini menandakan tema hijau pertumbuhan bagi tanaman. Dengan tema hijau dan putih ini pengguna akan merasa nyaman saat mengunjungi landing page biofernic.

Landing page dirancang menggunakan pemrograman HTML, CSS, dan java dengan tampilan yang menarik dan mempermudah pengguna untuk berinteraksi dengan admin website. Landing page juga berisikan penjelasan detail produk, manfaat, dan harganya. Landing page juga menyediakan koneksi ke media social perusahaan sehingga pengguna dapat mengetahui informasi dan promo produk dari media social. Pada landing page juga dilengkapi platform e-commerce yang menjadikan pelanggan dapat melakukan pembelian produk biofernic dengan mudah. Desain landing page biofernic dirancang tidak hanya untuk menampilkan informasi dengan visual yang menarik namun menawarkan kemudahan pengguna untuk melakukan pemesanan produk. Beberapa menu pada landing page dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Halaman beranda

Halaman beranda memberikan informasi tampilan awal pada saat pengguna saat mengunjungi landing page. Pada halaman beranda memberikan informasi singkat terkait produk biofernic, manfaat, dan gambar produk. Tampilan halaman beranda dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Halaman beranda

#### b. Halaman produk

Halaman produk menampilkan produk pupuk organik cair beserta variannya. Pada halaman ini pengunjung dapat membaca deskripsi dari masing-masing produk yang ditawarkan. Selain itu,

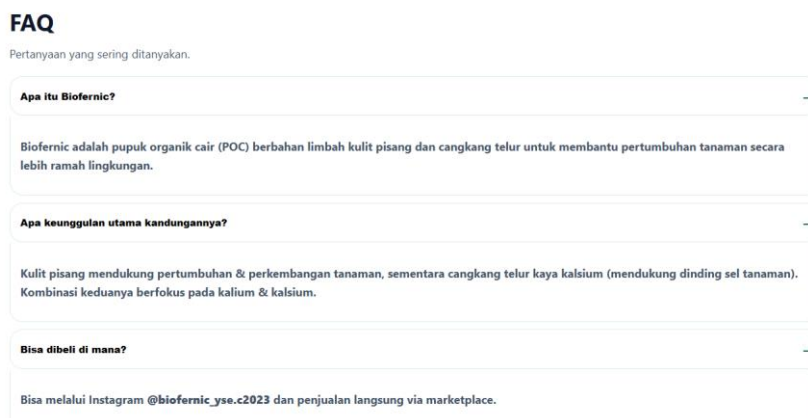
pengunjung juga dapat melakukan pemesanan pada produk yang ditawarkan dengan mengklik tombol pesan. Tampilan halaman produk dapat dilihat pada gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Halaman Produk

### c. Halaman FAQ

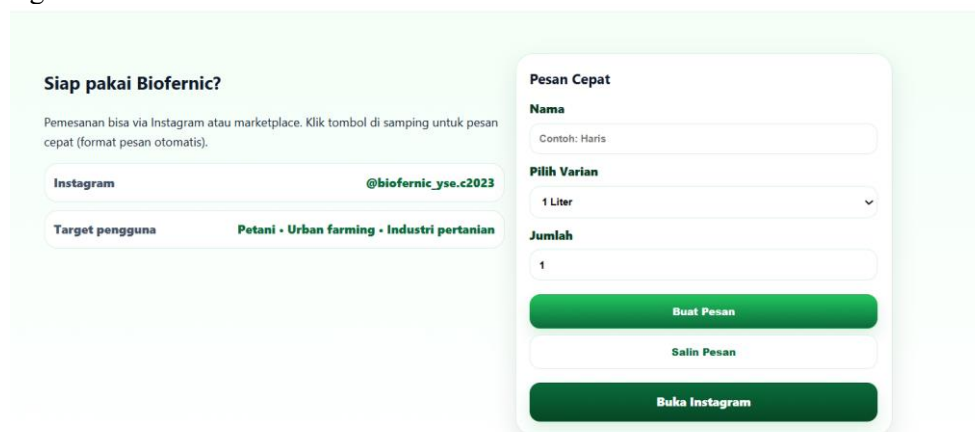
Halaman ini berisikan pertanyaan-pertanyaan umum berkaitan dengan produk biofernic. Dengan mengunjungi halaman FAQ, pengguna dapat mengetahui secara cepat pertanyaan yang sering ditanyakan berkaitan produk. berikut merupakan tampilan dari halaman FAQ.



Gambar 3. Halaman FAQ

### d. Halaman Pesan

Halaman ini memudahkan pengguna untuk melakukan pemesanan produk biofernic. Halaman ini juga menghubungkan pengguna dengan media sosial dan kontak admin. Tampilan halaman pesan dapat dilihat sebagai berikut.



Gambar 4. Tampilan Halaman Pesan

Melalui perancangan landing page yang menarik ini diharapkan dapat meningkatkan kunjungan calon pembeli produk biofernic. Dengan memberikan pengalaman belanja yang menarik dan nyaman diharapkan dapat meningkatkan kunjungan pelanggan secara substansial. Landing page ini juga menjadi sarana agar produk biofernic tidak hanya dikenal dikawasan local namun juga secara nasional di Indonesia. Dengan akses langsung ke media social dan kontak admin pelanggan dapat memperoleh informasi beserta promo produk biofernic. Dengan kemudahan pengguna untuk mengakses informasi, melakukan pembelian produk pada akhirnya akan menjadikan perusahaan dapat memposisikan diri sebagai produsen pupuk organik cair unggulan di tingkat nasional.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa perancangan website landing page merupakan strategi pemasaran digital yang efektif untuk memperkenalkan produk pupuk organik cair Biofernic kepada masyarakat luas. Landing page yang dikembangkan menggunakan HTML, CSS, dan JavaScript mampu menyajikan informasi produk secara jelas, menarik, dan mudah diakses, serta mendukung proses pemesanan melalui integrasi media sosial dan platform e-commerce. Keberadaan landing page ini tidak hanya meningkatkan potensi jangkauan pasar, tetapi juga memberikan kemudahan bagi calon konsumen dalam memperoleh informasi dan melakukan pembelian. Dengan demikian, landing page Biofernic diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan daya saing produk pupuk organik cair serta mendukung pemasaran pertanian yang berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Erlinawati, N. A., Perceka, A. L., Ramdani, H. T., Mutmainna, N., & Rusyani, H. (2022). Peningkatan Pengetahuan Petani Tentang Dampak Penggunaan Pupuk Kimia. *Dedikasi*, 03(01), 23–27.
- Hakim, F. N., Rokhman, N., Visual, D. K., & Perpajakan, A. (2024). Jurnal Riset Teknik Komputer. *JURTIKOM*, 1(2), 21–30.
- Izaak, W. C., & Hismawan, F. R. (2023). Optimalisasi Website Menggunakan Landing Page Sebagai Media Pemasaran Produk Parfum Fresh Fusion Di Era Digital. *KARYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 364–368.
- Pahlepi, R., Dewi, A. S., Lumban, R. A., Kuswarak, Ahiruddin, Muzahit, Z., Shalia, L., Enjelina, T., & Awalani, I. (2023). Upaya Mengurangi Penggunaan Pupuk Kimia Melalui Penyuluhan Pentingnya Penggunaan Pupuk Organik Bagi Kelompok Wanita Tani (Kwt) Mekar Jaya, Tanggamus. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 4(2), 163–171.
- Rifai, M., Akbar, R., & Nurrisma. (2025). Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Calon Siswa Baru MIN 40 Aceh Besar Berbasis Web. *J-MASIF*, 4(1), 40–56. <https://doi.org/10.59431/jmasif.v4i1.494>
- Riswanda, A., & Budiarto, S. P. (2024). Website Company Profile Wisata Sumber Darmo Lalangan Rejosari Banyuwangi. *Jurnal Teknik Informatika*, 4(2), 132–144.
- Rosmalinda, Setiawan, B., & Lita, A. (2022). Aplikasi Tepung Cangkang Telur Ayam Terhadap Pertumbuhan Benih Kopi Robusta ( Coffea Canephora L .) Pada Media Gambut Application Of Egg Shell Flour On The Growth Of Robusta ( Coffea canephora L .) ON PEAT MEDIA. *JAP: Journal of Agro Plantation*, 01(02), 46–52.
- Valerian, A., Bernady, D., Wahyudi, F., Dinatha, J. P., & Barletyano, O. D. (2025). Implementasi Unit Testing , Integration Testing , System Testing , Dan Validation Testing Pada Aplikasi Berbasis Website ( Studi Kasus : Kafe Saturdays ). *Jati (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 9(4), 6354–6362.
- Wiraprathama, A., Widiartha, I. M., & Muliantara, A. (2024). Landing Page Berbasis Website Untuk Meningkatkan Pelayanan Konsumen Di Pt Prathama Land Property. *Jurnal Pengabdian Informatika*, 2(3), 515–520.
- Zulcarnain, F. M. G. (2024). Daya Saing Komparatif Dan Kompetitif Ekspor Komoditas Buah Pisang Indonesia (Hs Code 0803) Di Pasar Malaysia Dan Singapura Periode 2019-2023. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(10), 1037–1056.