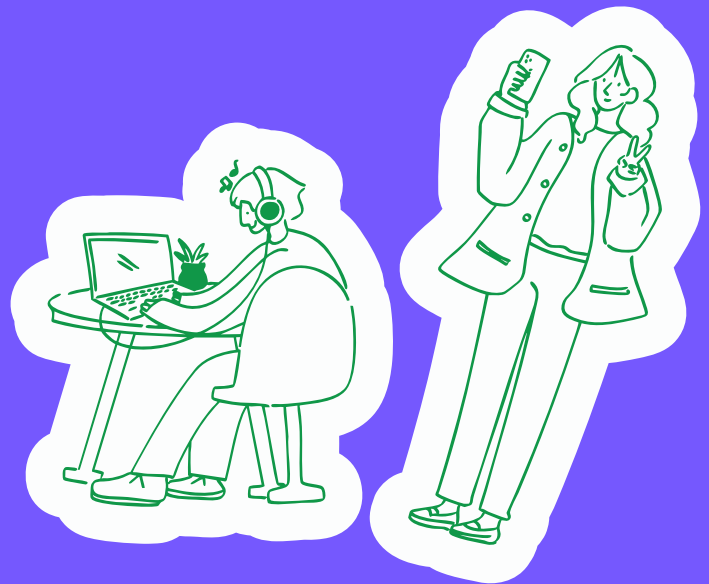


## Tes 5 Soal: Iklanmu Boncos atau Salah Ukur?

Lima situasi lapangan dari akun klien MOTE. Pengerjaannya kira-kira lima menit.

Oleh: Nanan Soemanan



## SEBELUM MULAI

# Sebelum bilang iklannya boncos, coba lima soal ini dulu

Iklan udah jalan, saldo terus kepotong, dan di kasir nggak ada satu pun tamu yang bilang tahu dari iklan. Ujung-ujungnya keluar juga kalimat itu, "iklannya boncos".

Aku nulis ini buat pemilik atau admin kafe, resto, dan toko yang pembelinya bayar di kasir, yang udah pernah pasang iklan Meta sendiri dan ngerasa rugi.

Isinya lima situasi yang pernah kejadian di akun klien MOTE. Masing-masing nyangkut satu keputusan yang

sering bikin owner salah nyimpulin. Pilih jawaban yang menurutmu paling pas, lingkari di lembar jawab di bawah, baru buka kuncinya di halaman 9.

**Kalau banyak yang salah, bisa jadi iklanmu selama ini cuma salah ukur.**

Istilah-istilah di soal aku jelasin di halaman sebelah, jadi kalau ada yang asing, intip dulu ke sana.

|        |                         |                         |                         |                         |               |
|--------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|---------------|
| Soal 1 | <input type="radio"/> A | <input type="radio"/> B | <input type="radio"/> C | <input type="radio"/> D | Benar / salah |
| Soal 2 | <input type="radio"/> A | <input type="radio"/> B | <input type="radio"/> C | <input type="radio"/> D | Benar / salah |
| Soal 3 | <input type="radio"/> A | <input type="radio"/> B | <input type="radio"/> C | <input type="radio"/> D | Benar / salah |
| Soal 4 | <input type="radio"/> A | <input type="radio"/> B | <input type="radio"/> C | <input type="radio"/> D | Benar / salah |
| Soal 5 | <input type="radio"/> A | <input type="radio"/> B | <input type="radio"/> C | <input type="radio"/> D | Benar / salah |

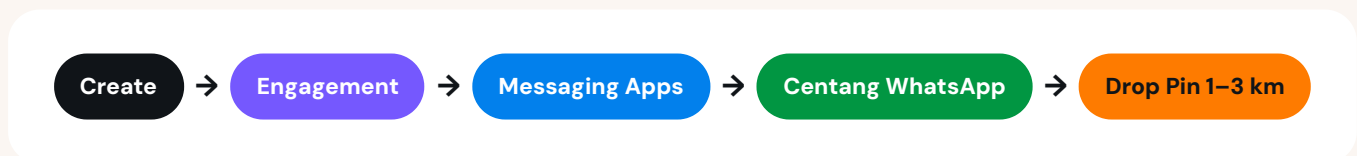
**Gambar 1.** Lembar jawab. Lingkari satu huruf di tiap soal, terus cocokin sama kunci.

## ISTILAH

# Istilah yang muncul di soal

Nama-nama di Ads Manager sengaja nggak aku terjemahin, soalnya nama itu yang nanti kamu cari di layar.

|                                        |                                                                                                                       |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ads Manager</b>                     | Halaman tempat kamu bikin iklan Meta dan lihat laporannya.                                                            |
| <b>Messaging conversations started</b> | Kolom laporan yang ngitung berapa orang mulai chat baru ke akunmu lewat iklan.                                        |
| <b>objective</b>                       | Tujuan iklan yang kamu pilih paling awal. Meta nyari orang sesuai tujuan ini.                                         |
| <b>conversion location</b>             | Pilihan di ad set soal di mana tindakan orangnya terjadi, misalnya di aplikasi pesan.                                 |
| <b>Messaging Apps</b>                  | Pilihan conversion location yang ngarahin orang ke WhatsApp, Messenger, atau DM Instagram.                            |
| <b>Drop Pin</b>                        | Fitur di kolom lokasi buat naruh titik tepat di alamat usaha, lalu narik radius di sekelilingnya.                     |
| <b>reach</b>                           | Jumlah orang berbeda yang kena iklanmu di layarnya. Satu orang dihitung sekali.                                       |
| <b>awareness</b>                       | Tahap orang baru tahu usahamu ada, belum tentu tertarik.                                                              |
| <b>budget</b>                          | Uang yang kamu izinin Meta pakai buat iklan itu.                                                                      |
| <b>bukti gerak</b>                     | Tindakan orang setelah lihat iklan yang masih bisa dilacak, misalnya chat WhatsApp, klik rute, atau simpan postingan. |



**Gambar 2.** Urutan klik di Ads Manager waktu bikin iklan chat WhatsApp. Kelima istilah ini nongol lagi di Soal 2 dan Soal 4.

## SOAL 1 DARI 5

Kamu memegang iklan sebuah Kedai Ramen di Garut selama seminggu. Laporan Ads Manager nunjukin angka 50 di kolom Messaging conversations started. Owner bilang penjualannya biasa aja, dan mau matiin iklan karena merasa nggak ada omzet.

50

chat baru dari iklan, dalam seminggu

?

tamu yang datang gara-gara iklan

Gambar 3. Angka yang owner lihat, dan angka yang owner nggak punya.

## Penjelasan apa yang paling tepat buat owner?

- A** Sistem Meta Ads lagi rusak, jadi nggak bisa nyatet transaksi kasir.
- B** Orang yang chat hari ini mungkin baru sempat datang beberapa hari lagi, karena ada jeda waktu.
- C** Target audience yang kamu pilih terlalu kecil, jadi nggak ada yang beli.
- D** Objective Engagement memang nggak bisa dipakai buat nyari pembeli.

## SOAL 2 DARI 5

Owner Sate Maranggi Abah minta kamu pasang iklan supaya orang di radius 2 km tahu ada promo makan siang. Kamu mau laporan iklannya nanti nunjkin jumlah orang yang tanya-tanya lewat WhatsApp.

**2 km** **WA**

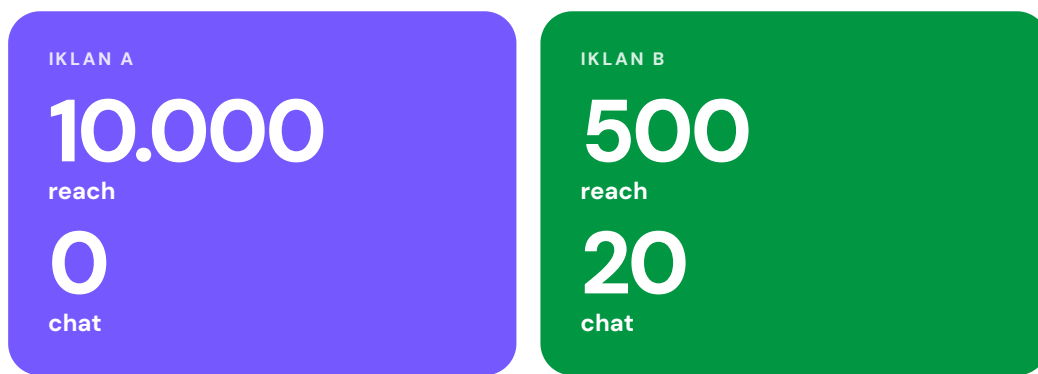
Gambar 4. Dua permintaan owner Sate Maranggi Abah.

## Apa yang harus kamu klik di Ads Manager?

- A** Pilih objective Awareness, lalu tulis link WA di caption.
- B** Pilih objective Sales, lalu pilih conversion location Website.
- C** Pilih objective Engagement, pilih conversion location Messaging Apps, lalu centang WhatsApp.
- D** Pilih objective Traffic, lalu arahkan ke profil Instagram.

## SOAL 3 DARI 5

Kamu jalanin dua iklan buat sebuah kafe. Iklan A dapat 10.000 reach dengan nol chat. Iklan B dapat 500 reach dengan 20 chat.



Gambar 5. Hasil dua iklan kafe dalam periode yang sama.

## Gimana kamu jelasin hasil ini ke owner?

- A** Iklan A gagal, karena nggak ada yang chat.
- B** Iklan B jauh lebih bagus dari iklan A dalam segala hal.
- C** Iklan A tugasnya ngenalin kafe (awareness). Iklan B jadi bukti gerak kalau ada yang tertarik datang.
- D** Iklan A harus dimatiin sekarang juga, karena biaya reach-nya pasti mahal.

## SOAL 4 DARI 5

Toko roti yang kamu pegang cuma melayani take-away cepat. Kamu mau nargetin orang di radius 1 km aja. Waktu kamu ketik nama kota, radius paling kecil cuma 17 km.

|                      |                                           |
|----------------------|-------------------------------------------|
| <b>1 km</b>          | <b>17 km</b>                              |
| radius yang kamu mau | radius paling kecil waktu ketik nama kota |

Gambar 6. Selisih radius yang kamu mau dan yang dikasih Ads Manager.

## Apa yang kamu lakukan supaya dapat radius 1 km?

- A** Biarin aja pakai nama kota, karena Meta udah pintar nyari orang terdekat.
- B** Pakai Drop Pin di atas lokasi toko, atau ketik alamat lengkapnya, lalu tarik radius ke 1 km.
- C** Ganti objective jadi Awareness supaya reach-nya lebih luas.
- D** Kosongin bagian lokasi supaya Meta yang ngatur sendiri.

## SOAL 5 DARI 5

Owner resto tempat kamu kerja bingung. Ada 500 chat masuk ke WhatsApp dalam sebulan, tapi laporan iklan yang kamu kasih cuma nunjukkan 60 chat yang terlacak.



Gambar 7. Dua angka yang bikin owner bingung.

## Saran apa yang paling pas buat owner?

- A** Sarankan berhenti iklan, karena kontribusinya kelihatan kecil.
- B** Minta izin bikin spreadsheet supaya admin WA nyatet asal chat, dan minta kasir bantu tanya ke tamu.
- C** Minta owner naikin budget 10 kali lipat supaya semua chat masuk laporan Meta.
- D** Bilang ke owner abaikan aja datanya, yang penting resto ramai.

## KUNCI DAN PEMBAHASAN

# Kunci jawaban, plus alasannya

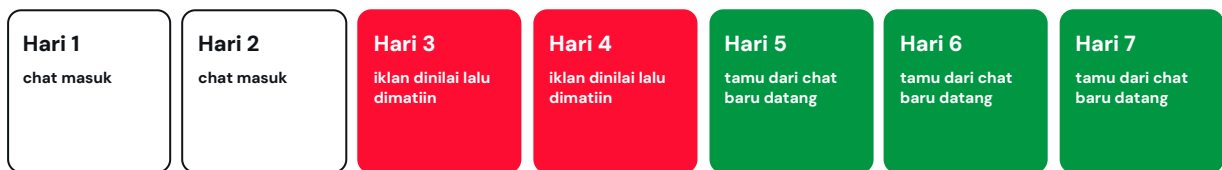
## SOAL 1

**B**

Meta nggak bisa ngelacak transaksi di kasir, dan dari orang chat sampai orang itu datang ada jedanya. Yang chat hari ini bisa aja baru mampir beberapa hari lagi.

Jadi minta owner nunda keputusan sampai hari ketujuh dan pegang angka chat per minggu. Pilihan lainnya meleset. Meta nggak rusak, ukuran audiens nggak ada hubungannya, dan Engagement justru objective buat ngumpulin chat.

**Soal ini nguji jeda hari.**



**Gambar 8.** Kalau iklan dinilai di hari ke-3 atau ke-4, tamu yang baru datang di hari ke-5 sampai ke-7 nggak pernah dihubungkan ke iklan.

## SOAL 2

**C**

Objective Engagement dengan conversion location Messaging Apps bikin kolom Messaging conversations started terisi. Awareness nggak ngitung chat, Sales butuh pembayaran di website, dan Traffic cuma ngantar orang ke profil.

Radius 2 km-nya dipasang lewat Drop Pin. Kalau pakai nama kota, radiusnya mentok di 17 km (lihat Soal 4).

**Soal ini nguji pilihan objective.**

## SOAL 3

C

Iklan awareness sama iklan chat punya tugas sendiri-sendiri dan saling dukung. Iklan A dinilai dari reach, iklan B dari chat.

Matiin iklan A karena nol chat sama kelirunya dengan nganggap iklan B kecil karena reach-nya cuma 500.

**Soal ini nguji dua tugas iklan.**

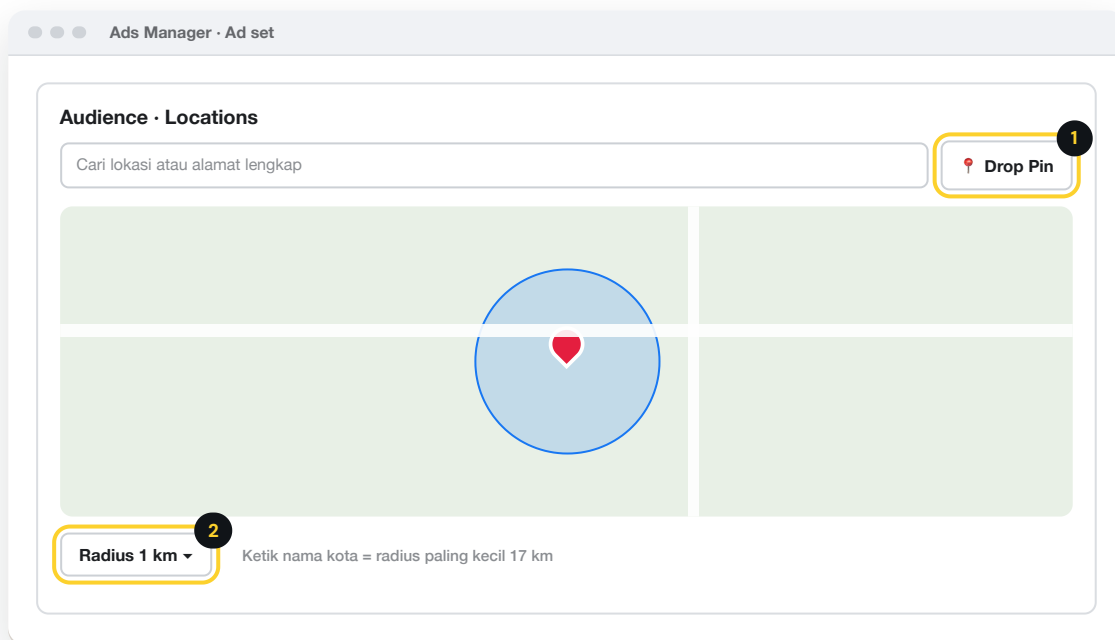
## SOAL 4

B

Radius kecil 1 sampai 3 km cuma bisa didapat lewat Drop Pin atau alamat lengkap. Nama kota ngunci radius minimal 17 km.

Ngosongin lokasi atau ganti ke Awareness nggak nyelesaiin masalah radius. Buat toko roti take-away, radius 17 km berarti iklan nyampe ke orang yang nggak akan mampir.

**Soal ini nguji radius.**



Ilustrasi tampilan Ads Manager

**Gambar 9.** Di Audience, klik Drop Pin (1), taruh titik di toko, lalu atur radiusnya (2).

## SOAL 5

B

Laporan Meta cuma ngelacak sebagian chat. Angka 60 itu batas bawah, dan 440 sisanya belum ketahuan asalnya, jadi bisa aja sebagian dari iklan juga.

Berhenti iklan atau naikin budget sepuluh kali lipat nggak bikin 440 chat itu kecatat. Yang bisa nyatet ya admin sama kasir.

**Soal ini nguji batas bawah pelacakan.**

SKOR

## Berapa jawabanmu yang benar?

**5 benar**

Pemahamanmu udah cukup. Yang kemungkinan belum jalan itu pencatatannya.

**3–4 benar**

Arah besarnya udah kamu pegang, tapi satu–dua keputusan di lapangan masih bisa bikin rugi. Cek soal yang salah, karena tiap soal mewakili satu keputusan.

**0–2 benar**

Kemungkinan besar iklanmu selama ini dinilai pakai ukuran toko online. Jadi ini lebih ke salah ukur, belum tentu boncos.

**Gambar 10.** Arti skormu. Hitung jawaban benar di lembar jawab halaman 2.

Lima soal tadi masing–masing nyentuh satu keputusan, mulai dari kapan iklan dinilai, objective mana yang dipilih, gimana dua iklan dibandingin, gimana radius dipasang, sampai gimana angka chat dibaca.

Satu keputusan aja yang meleset udah cukup bikin iklan yang sebenarnya jalan kelihatan boncos.

**KERJAIN SEKARANG**

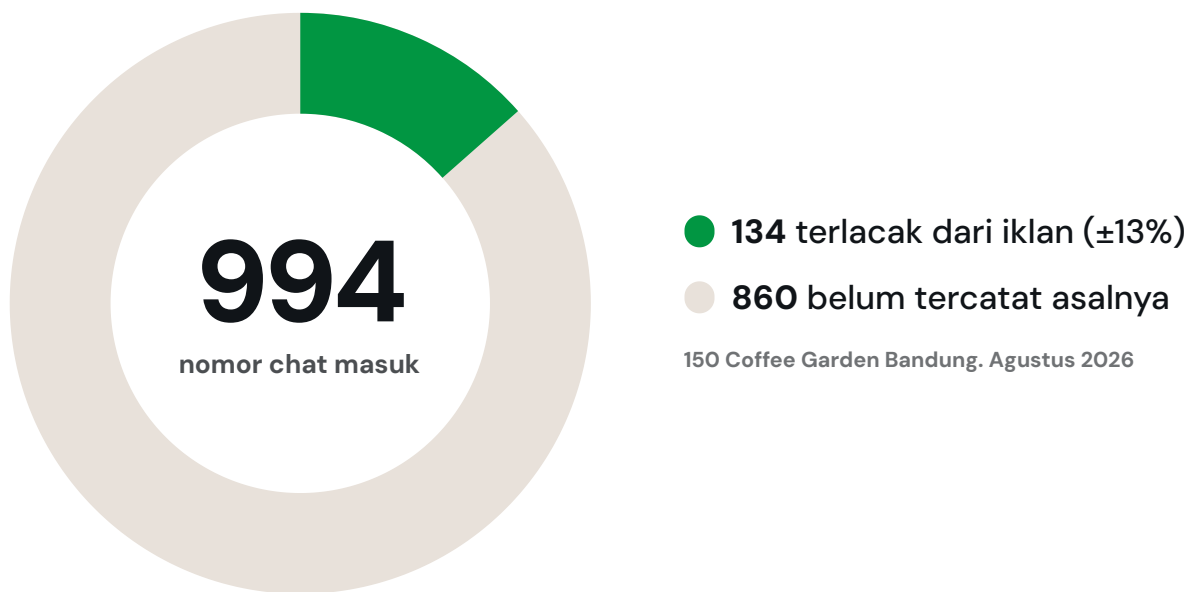
Pelajari lagi soal yang masih salah. Tiap soal yang salah nunjukin satu langkah di Ads Manager yang perlu kamu benerin.

DARI AKUN KLIEN MOTE

## Kelima soal ini kejadian beneran

**S**alah satu akunya 150 Coffee Garden Bandung. Bulan Agustus 2026 admin 150 Coffee terima 994 nomor chat, dan yang kelacak dari iklan cuma 134.

Lima situasi ini dibahas satu per satu di video Kelas MOTE "**Iklan Boncos atau Salah Ukur?**", lengkap sama rekaman Ads Manager-nya. Videonya datang bareng template Pencatat Chat ke Kasir, dan hasil catatan tujuh harimu nanti dilaporkan di grup Masyarakat MOTE.



**Gambar 11.** 994 nomor chat masuk ke admin 150 Coffee selama Agustus 2026. Yang terlacak dari iklan 134, sekitar 13%.