

MOTE

KELAS MOTE • MARKETING PERFORMANCE DASAR

Iklan Boncos atau Salah Ukur?

Cara membaca hasil iklan Meta untuk kafe, warung, dan toko yang transaksinya di kasir.

Oleh: Nanan Soemanan
5 November 2026

KELAS MOTE





Pernah nggak kamu ngalamin ini?

01

Iklan udah jalan, saldo terus berkurang.

02

Laporan iklan bilang reach-nya ribuan.

03

Tapi di kasir, nggak ada tamu yang bilang tahu dari iklan.



"Iklannya boncos nih."

Tapi angka chat dan angka kasirnya udah kamu lihat belum?



Boncos?

Rasa boncos itu kesimpulan.

**Sebelum angka chat dan angka kasir dicatat,
kesimpulan boncos belum terbukti benar atau
salah.**



Kelas ini buat siapa?

Pemilik atau admin kafe, resto, dan toko offline di kota kecil.

Kamu yang **udah pernah pasang iklan Meta sendiri**, dan merasa rugi.

Kalau usahamu jualan online sepenuhnya, kelas ini nggak akan banyak bantu.



Habis kelas ini, kamu bisa apa?

-
- 01 Baca kolom **Messaging conversations started**, lalu jelasin ke owner kenapa angka itu nggak sama dengan angka penjualan.
 - 02 Pasang satu campaign chat WhatsApp dengan **Drop Pin radius 1–3 km** di sekitar usahamu, sampai tahap draf.
 - 03 Catat asal chat dan asal tamu selama **7 hari**, lalu hitung berapa persen chat yang datang dari iklan.
-



Yang kamu bawa pulang

01

Template Pencatat Chat ke Kasir

Google Sheets buat admin dan kasir nyatet asal pelanggan.

02

Ebook 1

Cara membaca laporan Ads Manager untuk usaha kasir.

03

Ebook 2

SOP admin WA dan kasir, 7 hari pertama mencatat asal pelanggan.



Kelas ini ada 8 bagian. Tiap bagian jawab satu pertanyaan.

01

Opening

Kenapa kamu merasa boncos padahal belum tahu angkanya?

02

Salah kaprah

Kenapa Ads Manager bilang nol penjualan padahal tamu datang?

03

Pengertian

Apa itu bukti gerak, dan mana yang bisa dilacak?

04

Alasan

Kenapa reach besar tanpa chat bukan berarti gagal?

05

Cara

Gimana pasang iklan chat WhatsApp radius 1–3 km dan nyatet hasilnya?

06

Hambatan

Apa yang bikin pencatatan gagal di minggu kedua?

07

Bedah kasus

994 chat masuk, 134 dari iklan. Iklannya gagal atau nggak?

08

Tanya jawab

Pertanyaan yang paling sering muncul soal iklan chat.



KERJAIN SEKARANG

Buka Ads Manager di tab lain.

Ads Manager itu halaman tempat kamu bikin iklan Meta dan lihat laporannya. Buka laporan iklan terakhir yang kamu rasa boncos. Kita baca angkanya bareng di Bagian 2.





02

BAGIAN 2 · SALAH KAPRAH

Kenapa Ads Manager bilang nol penjualan, padahal tamu datang?



Kamu buka laporan iklan. Kolom hasil penjualan (misalnya Purchases) kelihatan nol atau kosong.

Dari situ owner sering nyimpulin: iklannya nggak ngedatengin tamu.



● ● ● Ads Manager · Campaigns

+ Create

Columns: Performance ▾

Campaign	Reach	Messaging conversations started	Results	Purchases
Iklan A · kenalin kafe	10.000	0	0	—
Iklan B · chat WhatsApp	500	20	20	—

Ilustrasi tampilan Ads Manager

KAYAK GINI DI LAPORANMU

Kolom penjualannya kosong

Ini contoh laporan dua iklan kafe. Kolom Purchases, kolom penjualan, isinya kosong di dua-duanya (1).

Kosong di sini artinya Meta nggak lihat kasirmu. Tamunya bisa aja tetap datang.



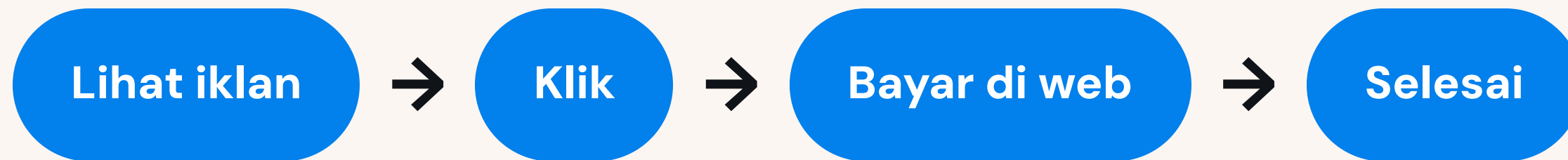
Anggapan keliru **#1: Meta tahu siapa yang beli.**

Faktanya, Meta cuma lihat kejadian di dalam layar HP.

**Begitu orang matiin HP lalu datang ke kasir,
Meta kehilangan jejak orang itu.**



TOKO ONLINE



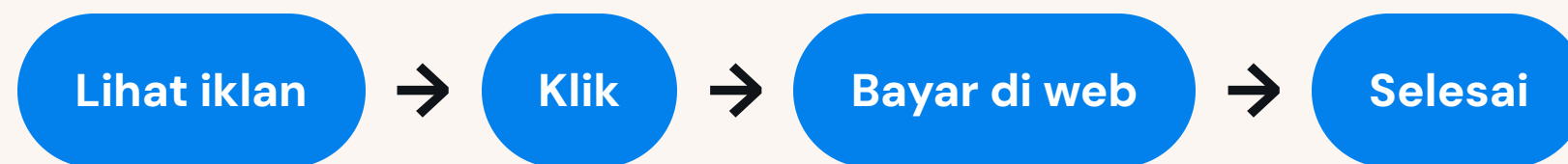
RESTO, KAFE, TOKO KASIR



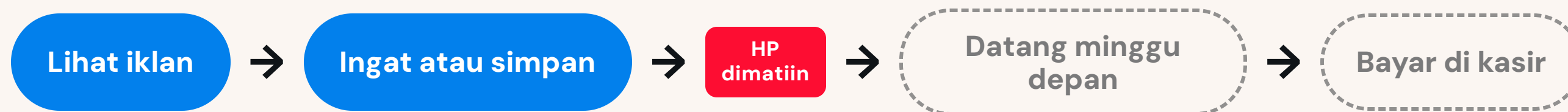
 Meta lihat  Meta nggak lihat



TOKO ONLINE



RESTO, KAFE, TOKO KASIR



 Meta lihat  Meta nggak lihat

Dua jalur pembeli

Toko online: lihat iklan, klik, bayar di web, selesai.
Semua kejadian di layar, jadi Meta bisa nyatet tiap langkahnya.

Resto: lihat iklan, ingat atau simpan, datang minggu depan, bayar di kasir. Meta kehilangan jejak waktu HP dimatiin.

Di laporan, orang yang datang ke resto cuma tercatat sebagai **reach**. Reach itu jumlah orang berbeda yang iklanmu sampai ke layarnya. Satu orang dihitung satu kali.



Ruginya?

Kamu matiin iklan yang sebenarnya ngedatengin tamu, cuma karena laporannya nol.

Tamu dari iklan itu jadi hilang. Kamu juga nggak pernah tahu iklan itu sebenarnya berhasil.



Anggapan keliru #2: Iklan bagus, tamu datang hari itu juga.

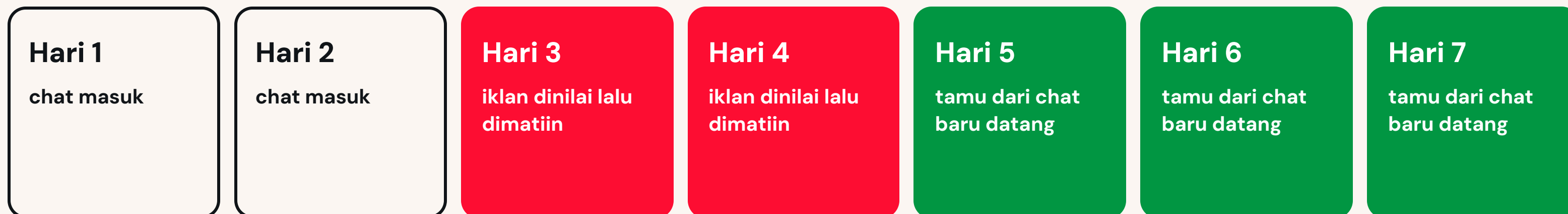
Faktanya, ada jeda hari antara orang lihat iklan dan orang datang ke lokasi.

Contohnya Kedai Ramen di Garut. Kolom Messaging conversations started nunjukin angka 50 dalam seminggu. Owner bilang penjualan biasa aja, dan mau matiin iklan.

Padahal orang yang chat hari ini bisa aja baru sempat datang beberapa hari lagi.



Iklan dinilai di hari ke-3. Tamunya datang di hari ke-6.



Kalau iklan dinilai cuma 3–4 hari lalu dimatiin, tamu yang baru datang di hari ke-5 sampai ke-7 nggak pernah kamu hubungkan ke iklan.



**Anggapan keliru
#3: Reach besar
tanpa penjualan
berarti gagal.**

Faktanya, reach dan chat punya dua tugas yang beda.

Dua tugas ini kita bedah sampai tuntas di Bagian 4.



KERJAIN SEKARANG

Cari dua kolom. Tulis dua angkanya di kertas.

Buka laporan iklan terakhirmu. Cari kolom **reach** dan kolom **Messaging conversations started**. Kolom lain jangan dilihat dulu.





YANG PERLU KAMU INGAT

Meta Ads nggak bisa nyatet penjualan di kasir.

Angka nol di kolom penjualan usaha kasir nggak berarti nol tamu dari iklan.



03

BAGIAN 3 · PENGERTIAN

Apa itu bukti gerak, dan mana yang bisa dilacak?



**Dua angka di
kertas. Mana yang
dipegang?**

Angka reach kelihatan besar. Angka chat
kelihatan kecil, atau malah nol.

**Wajar kalau kamu bingung angka mana yang
harus jadi pegangan.**



Perkenalkan istilah ini:

Bukti Gerak

Bukti gerak adalah tindakan nyata orang setelah lihat iklan, yang masih bisa kamu lacak.



Bentuk bukti gerak untuk usaha kasir

01

Chat WhatsApp

Bisa dilacak Meta.

02

Klik rute

Bisa dilacak Meta.

03

Simpan postingan

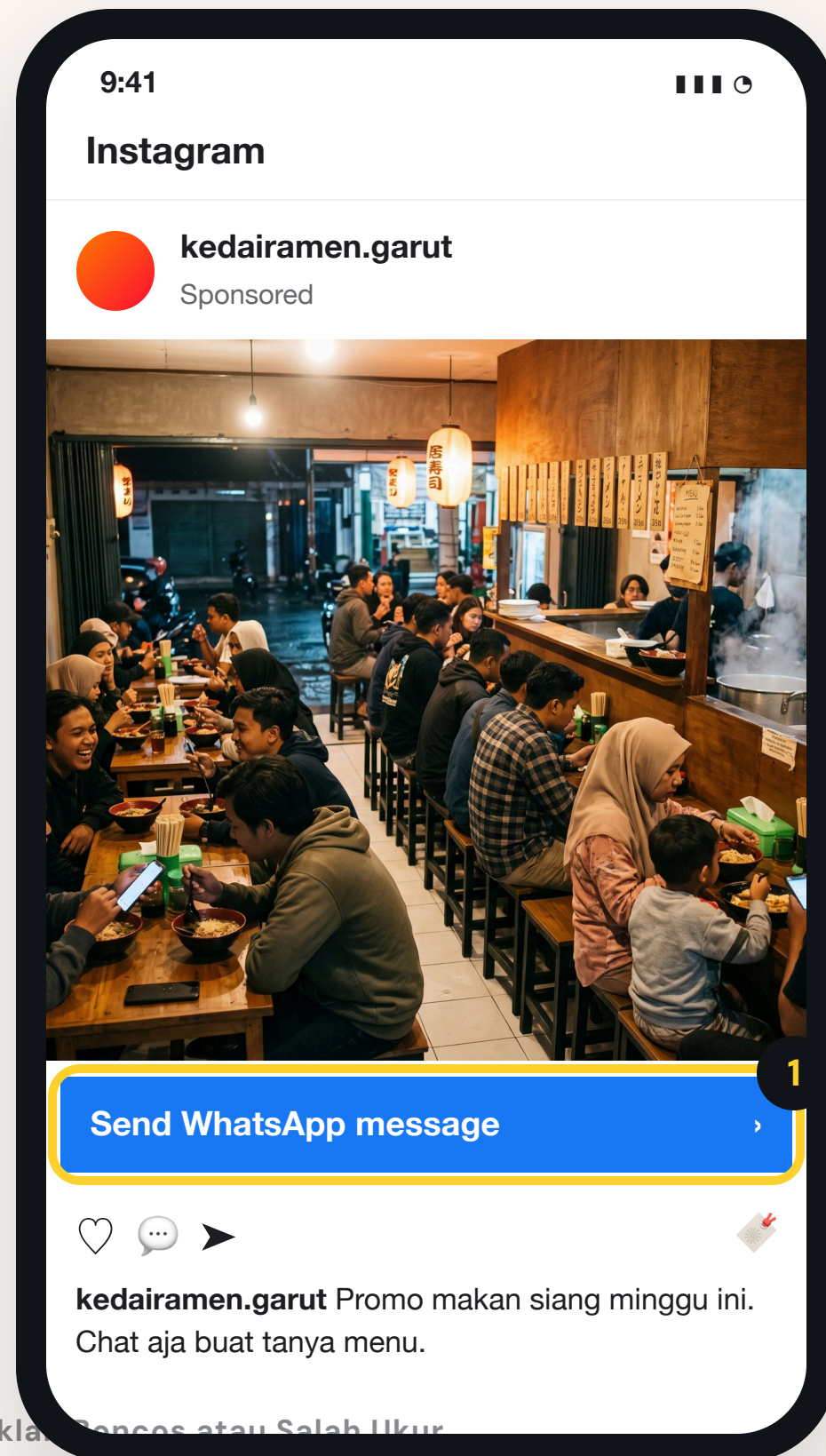
Bisa dilacak Meta.

04

Datang dan bayar di kasir

Nggak bisa dilacak Meta. Ini yang harus kamu catat sendiri.

Yang dilihat calon tamu, dan yang masuk ke admin





Kenapa kita pegang chat dulu?

Chat WhatsApp dari iklan muncul di kolom **Messaging conversations started** di Ads Manager. Klik rute dan simpan postingan ada di kolom lain.

Di level dasar, kita pegang chat dulu. Chat paling dekat ke niat orang buat datang.



● ● ● Ads Manager · Campaigns

+ Create

Columns: Performance ▾

Campaign	Reach	Messaging conversations started	Results	Purchases
Iklan A · kenalin kafe	10.000	0	0	—
Iklan B · chat WhatsApp	500	20	20	—

Ilustrasi tampilan Ads Manager

DI LAPORAN ADS MANAGER

Angka yang kamu lingkari ada di kolom ini

Kolom Messaging conversations started (1) ngitung chat baru yang masuk lewat iklan.

Kalau kolomnya belum kelihatan, atur dari tombol Columns (2) di kanan atas tabel.



YANG DILAPORKAN META

1

Tahu

TOFU atau awareness. Orang di kota itu baru tahu usahamu ada.

Dilihat dari: reach



2

Bukti gerak

Chat WhatsApp. Tanda orang tertarik datang.

Dilihat dari: Messaging conversations started

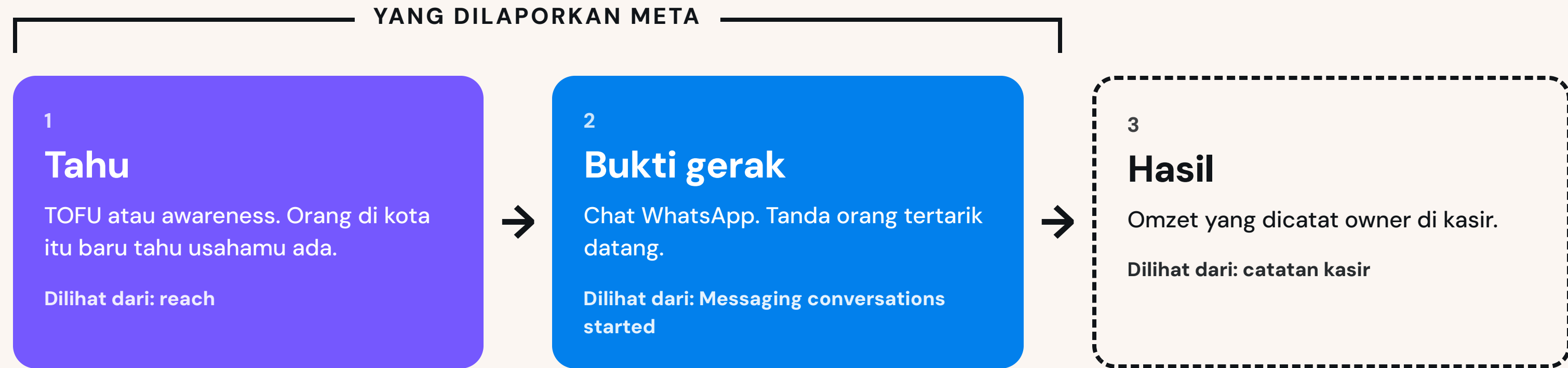


3

Hasil

Omzet yang dicatat owner di kasir.

Dilihat dari: catatan kasir



Tiga tahap, Meta cuma lihat dua

Urutan tahap dari orang baru tahu sampai orang beli disebut **funnel**.

Kotak 1 itu **TOFU** atau awareness, tahap paling atas funnel. Orang di kota itu baru tahu usahamu ada, belum tentu tertarik.

Kotak 2 itu bukti gerak: chat WhatsApp sebagai tanda tertarik. Kotak 3 itu hasil: omzet yang dicatat owner di kasir.

Meta cuma bisa melaporkan kotak 1 dan kotak 2.



KERJAIN SEKARANG

Lingkari angka chat di kertasmu.

Angka Messaging conversations started itu pegangan kamu di seluruh kelas ini.





YANG PERLU KAMU INGAT

Buat usaha kasir, chat WhatsApp dari iklan itu angka paling dekat ke pembeli.

Angka chat juga masih bisa dilacak di laporan Meta.



04

BAGIAN 4 · ALASAN

Kenapa reach besar tanpa chat bukan berarti gagal?



Reach ribuan. Chat nol.

Iklan ini gagal atau nggak?

IKLAN A

10.000 reach

0 chat

Tugas iklan A: **ngenalin kafe** ke orang baru. Ini tahap awareness atau TOFU.

IKLAN B

500 reach

20 chat

Tugas iklan B: **jadi bukti gerak** kalau ada yang tertarik datang.



Jadi mana yang gagal?

Jawaban "iklan A gagal" itu keliru.

Jawaban "iklan B lebih bagus dalam segala hal" juga sama kelirunya.

Dua iklan punya dua tugas. Dua tugas butuh dua ukuran.



REACH (PERSEN TOTAL AUDIENS)

Paid Partnership



78%

Iklan WhatsApp



6%

CHAT KE ADMIN

Paid Partnership



0

Iklan WhatsApp



134

150 Coffee Garden Bandung, Agustus 2026



REACH (PERSEN TOTAL AUDIENS)



CHAT KE ADMIN



150 Coffee Garden Bandung, Agustus 2026

Contoh nyata: 150 Coffee

Ini data 150 Coffee Garden Bandung, Agustus 2026.

Paid Partnership itu iklan yang tayang lewat akun kreator atau mitra yang kerja sama dengan resto. Iklan Paid Partnership menjangkau 78% total audiens, dengan nol chat.

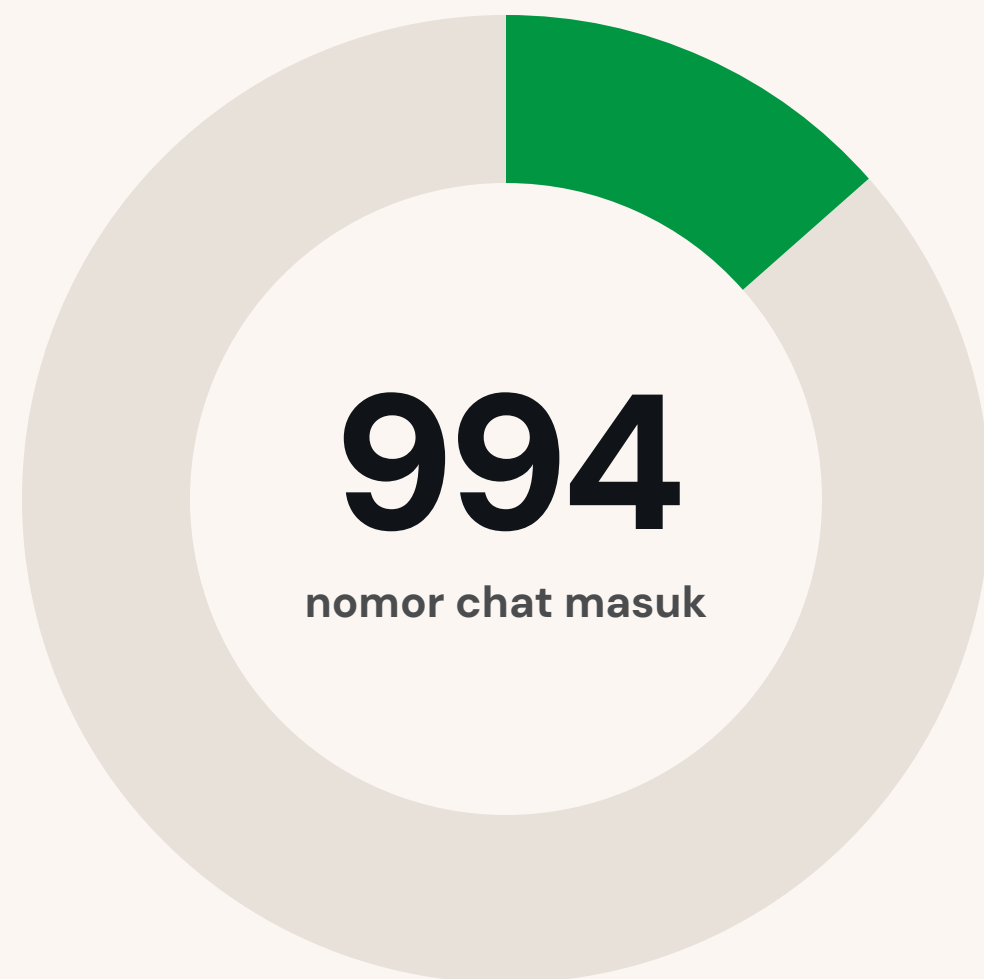
Iklan WhatsApp menjangkau 6% total audiens, dengan 134 chat ke admin.



Yang keliru bukan iklannya.

Kalau cuma lihat chat, Paid Partnership kelihatan gagal total.
Kalau cuma lihat reach, iklan WhatsApp kelihatan kecil.

Padahal dua iklan itu jalanin tugasnya masing-masing. Yang keliru cara menilainya: dua iklan diukur pakai satu penggaris.

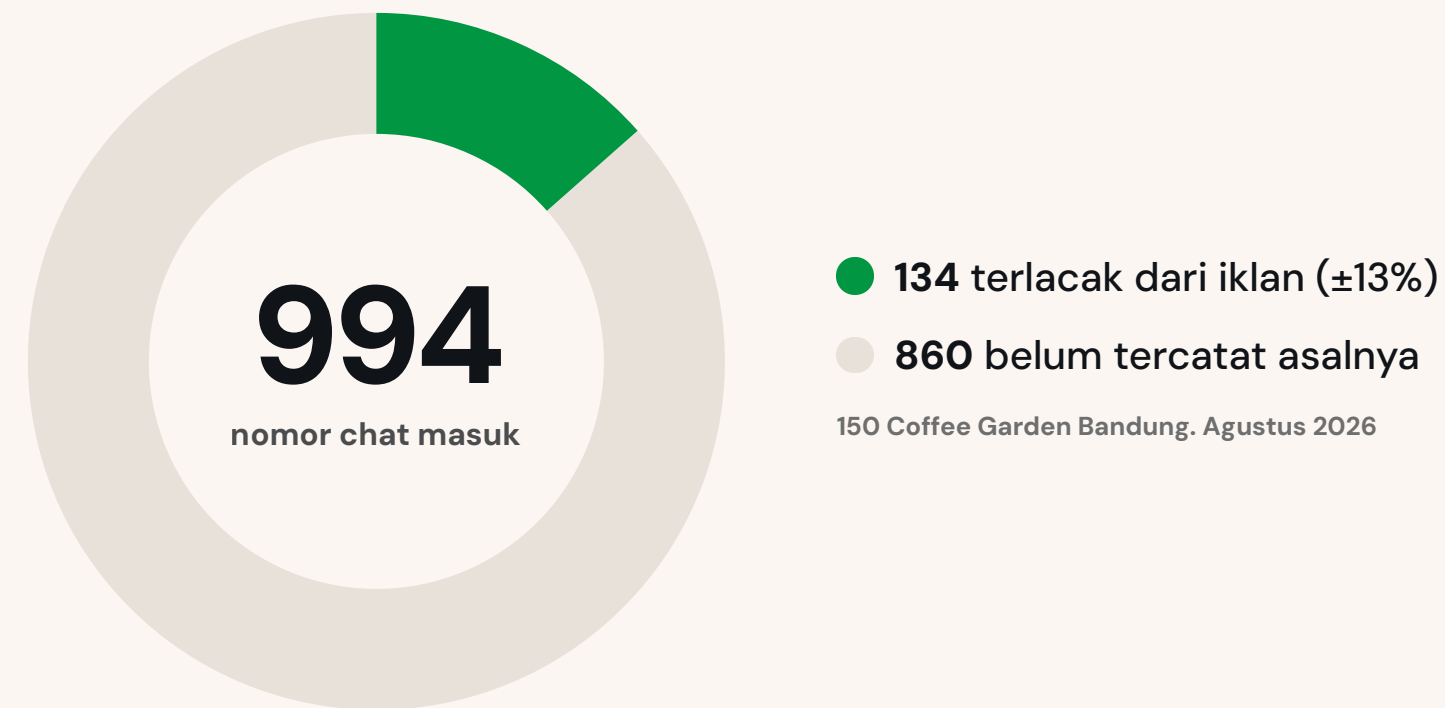


994
nomor chat masuk

● **134** terlacak dari iklan ($\pm 13\%$)

● **860** belum tercatat asalnya

150 Coffee Garden Bandung. Agustus 2026



Iklan chat pun cuma melacak sebagian

Selama Agustus 2026, ada 994 nomor chat masuk ke admin 150 Coffee. Dari 994 nomor itu, 134 terlacak dari iklan, sekitar 13%.

Dari Februari sampai September 2026, porsi yang terlacak ada di kisaran **9–21%**.

Sisanya datang dari Google Maps, konten organik, dan pelanggan lama. Sebagian lagi datang dari orang yang chat beberapa hari setelah lihat iklan, jadi sistem Meta nggak bisa nyambungin.



ANGKA CHAT DI ADS MANAGER ITU BATAS BAWAH, BELUM TOTALNYA

60

chat di laporan iklan

500

chat di WhatsApp admin

Sisa 440 chat belum tentu bukan dari iklan. **440 chat itu cuma belum terlacak.**



Kalau cara baca ini dipakai, apa yang berubah?

-
- 01 Owner berhenti matiin iklan awareness cuma karena nol chat.
 - 02 Owner berhenti nilai iklan chat dari reach-nya.
 - 03 Owner mulai nyari angka yang hilang lewat pencatatan sendiri, yang kita pasang di Bagian 5.
-



Terus, ROAS gimana?

ROAS itu berapa rupiah penjualan yang balik dari tiap rupiah yang dibelanjain buat iklan. ROAS butuh angka penjualan yang nyambung ke iklan.

Buat usaha kasir, sambungan itu belum ada sampai pencatatanmu jalan. Makanya di level dasar ini kita belum hitung ROAS.



KERJAIN SEKARANG

Tulis satu kata tugas tiap iklanmu.

Pilih salah satu: **kenalin** atau **chat**. Iklan yang tugasnya kenalin jangan dinilai dari chat.





YANG PERLU KAMU INGAT

Tiap iklan dinilai pakai ukurannya sendiri.

YANG DINILAI

UKURANNYA

Iklan awareness

Reach

Iklan chat

Messaging conversations started

Angka chat di laporan

Batas bawah. Cuma 9–21% chat yang terlacak ke iklan.



05

BAGIAN 5 · CARA

**Gimana pasang iklan chat
WhatsApp radius 1–3 km, dan
nyatet hasilnya?**



**Biasanya kamu
pasang iklan dari
tombol promosi di
Instagram.**

Laporan dari tombol promosi nggak punya kolom chat yang jelas.

**Kali ini kita bikin iklan lewat Ads Manager,
supaya kolom Messaging conversations
started muncul.**



Lima langkah di Ads Manager

01

Klik Create

Tombol hijau di pojok kiri atas. Kamu mulai bikin **campaign**, wadah paling atas satu iklan.

02

Pilih Engagement

Objective itu tujuan iklan yang kamu pilih pertama kali. Meta nyari orang sesuai pilihan itu.

03

Messaging Apps

Pilih conversion location Messaging Apps, lalu centang akun WhatsApp bisnis usahamu.

04

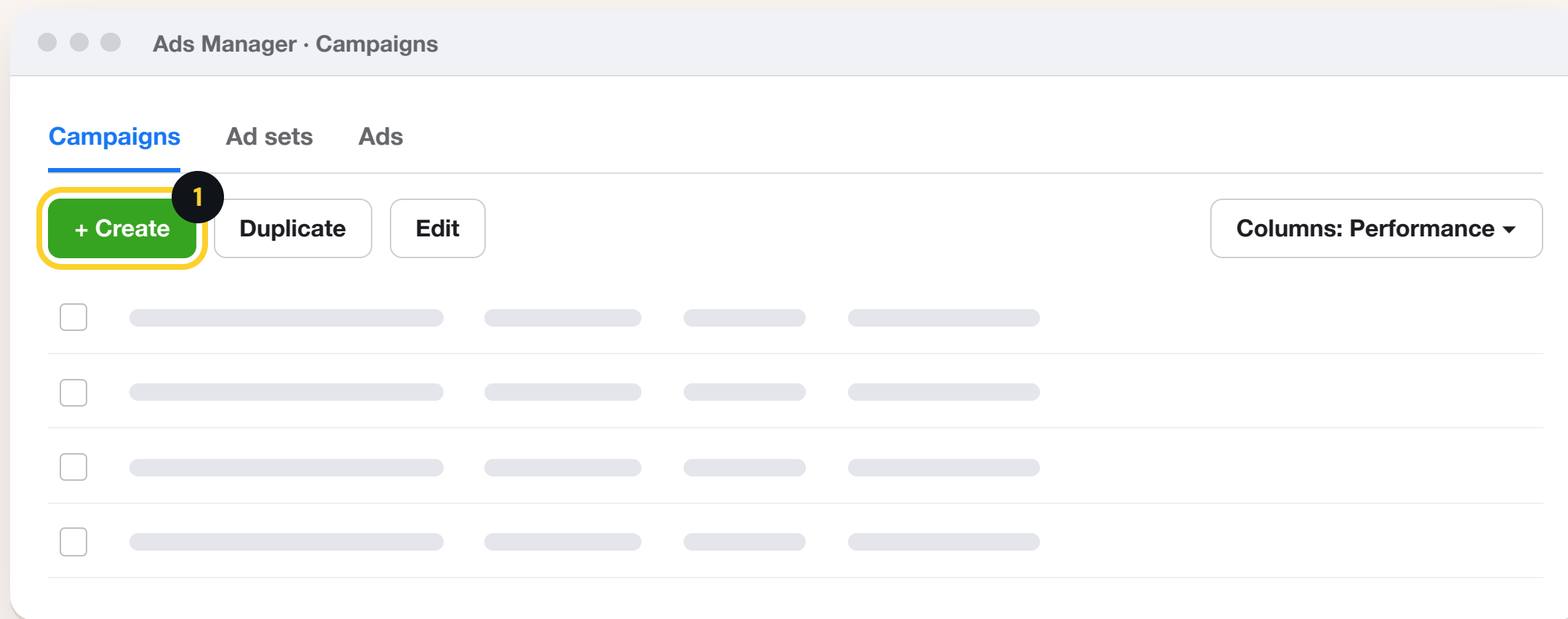
Drop Pin 1–3 km

Taruh titik tepat di lokasi usaha, lalu geser radius ke 1–3 km.

05

Pantau kolom chat

Setelah iklan jalan, pantau kolom Messaging conversations started di tabel laporan.



Ilustrasi tampilan Ads Manager

LANGKAH 1

Klik Create

Tombol hijau di pojok kiri atas Ads Manager (1). Dari sini kamu mulai bikin campaign baru, wadah paling atas satu iklan.



● ● ● Ads Manager · New campaign

Choose a campaign objective

☐ Awareness

☐ Traffic

☒ Engagement

☐ Leads

☐ App promotion

☐ Sales

Engagement

Keterangan Meta di panel ini menyebut pilihan ini cocok buat dapat pesan (messages).

Awareness · cuma bikin orang tahu
Traffic · ngantar ke profil atau web
Sales · butuh pembayaran di web

Cancel

Continue

Ilustrasi tampilan Ads Manager

LANGKAH 2

Pilih Engagement, terus Continue

Di daftar objective, pilih Engagement (1). Keterangan Meta di sebelahnya nyebut pilihan ini cocok buat dapat pesan WhatsApp.

Klik Continue (2) buat lanjut ke pengaturan berikutnya.



● ● ● Ads Manager · Ad set

Ad set · Conversion

Conversion location

☐ On your ad

☒ **Messaging apps**

☐ Website

☐ App

☐ Calls

Messaging apps

☐ Messenger

☐ Instagram

☒ **WhatsApp** · nomor WhatsApp bisnis usahamu

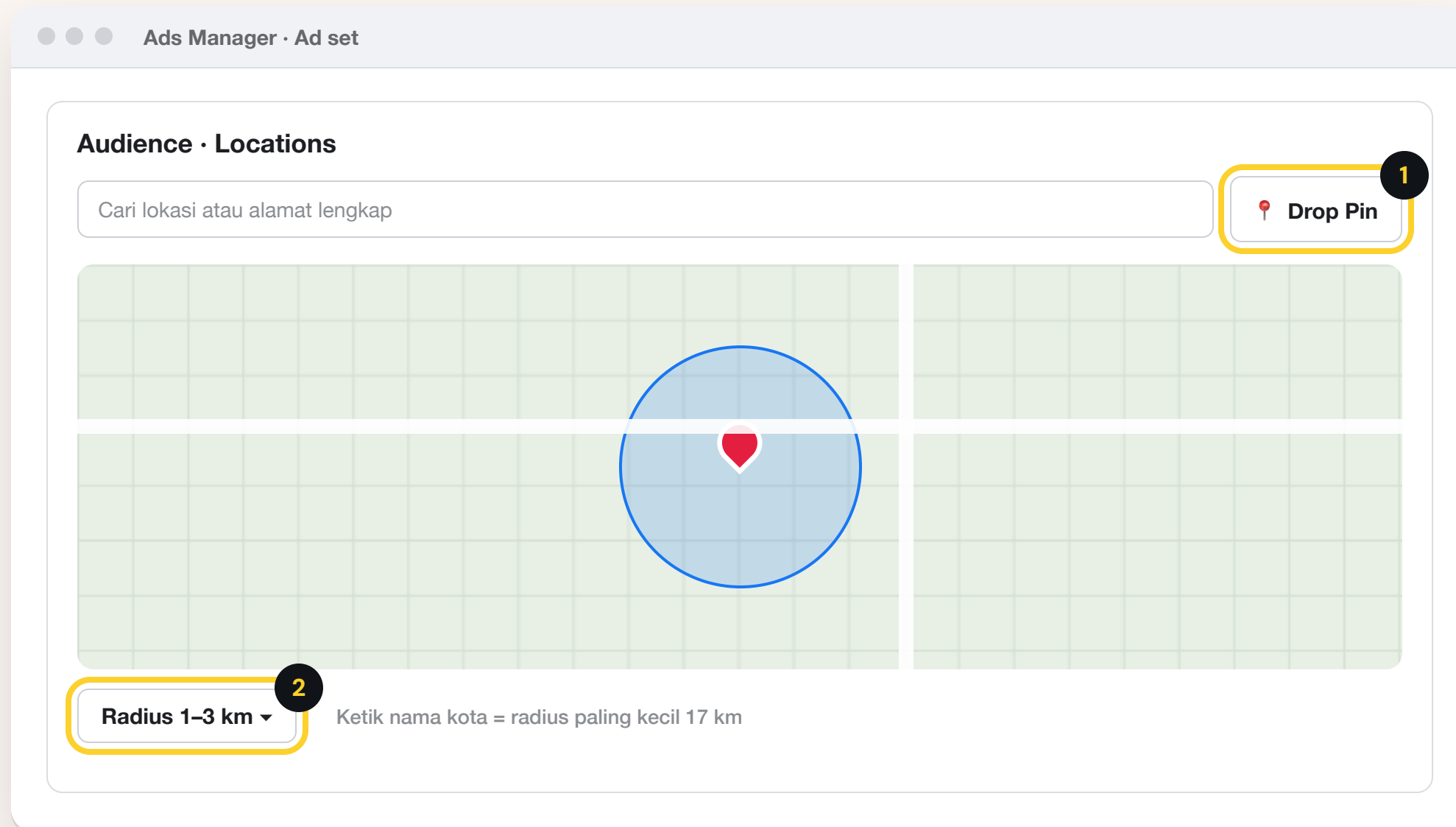
Ilustrasi tampilan Ads Manager

LANGKAH 3

Messaging apps, centang WhatsApp

Di level ad set, bagian Conversion, pilih Messaging apps (1).

Centang WhatsApp (2), lalu pilih nomor WhatsApp bisnis usahamu. Kalau WhatsApp belum nyambung ke halaman Facebook, iklannya nggak bisa lanjut.



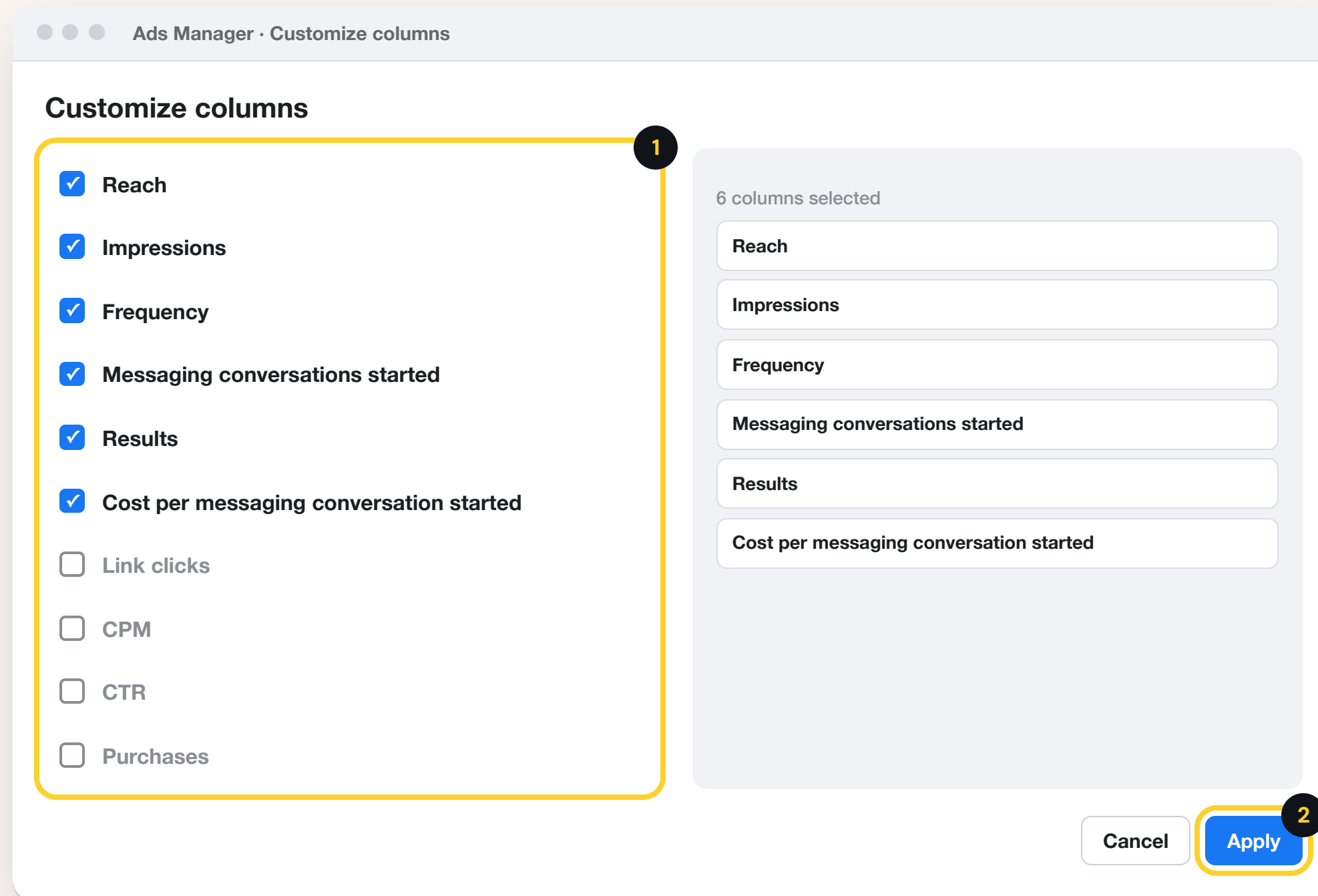
Ilustrasi tampilan Ads Manager

LANGKAH 4

Drop Pin, radius 1–3 km

Di Audience, klik Drop Pin (1) dan taruh titiknya tepat di lokasi usahamu, atau ketik alamat lengkapnya.

Geser radius (2) ke 1–3 km. Kalau kamu ketik nama kota, radius paling kecil cuma 17 km.



Ilustrasi tampilan Ads Manager

LANGKAH 5

Pantau kolom chat

Setelah iklan jalan, buka tabel laporan campaign. Di Customize columns, centang Messaging conversations started dan lima kolom lain yang dibahas di Ebook 1 (1), terus Apply (2).



Kenapa Engagement?

OBJECTIVE	KENAPA
Engagement ✓	Meta sendiri nampilin keterangan bahwa pilihan ini cocok buat dapat pesan WhatsApp.
Awareness	Cuma bikin orang tahu. Chat nggak diukur.
Sales	Butuh pembayaran di web.
Traffic	Cuma ngantar orang ke profil.

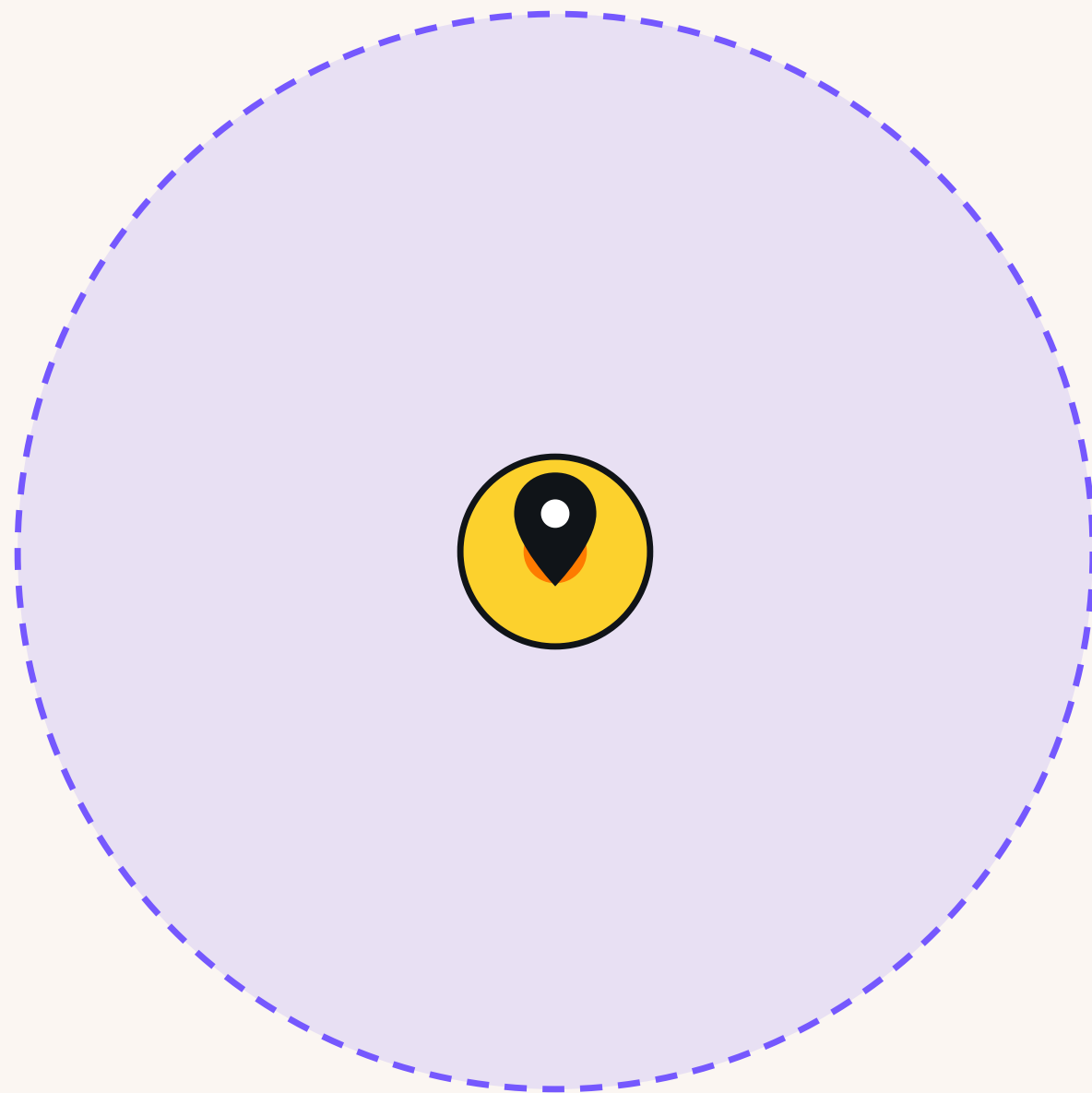


Ad set dan conversion location

Ad set itu lapisan di bawah campaign. Di ad set, kamu atur siapa yang dikirim iklan, di mana, dan ke mana orang diarahkan.

Di bagian Conversion, pilih **conversion location**: tempat tindakan itu terjadi. Pilih **Messaging Apps**, yang ngarahin orang ke WhatsApp, Messenger, atau DM Instagram. Scroll ke bawah, lalu centang akun WhatsApp bisnis usahamu.

Kalau akun WhatsApp belum nyambung ke halaman Facebook, iklannya nggak bisa lanjut.



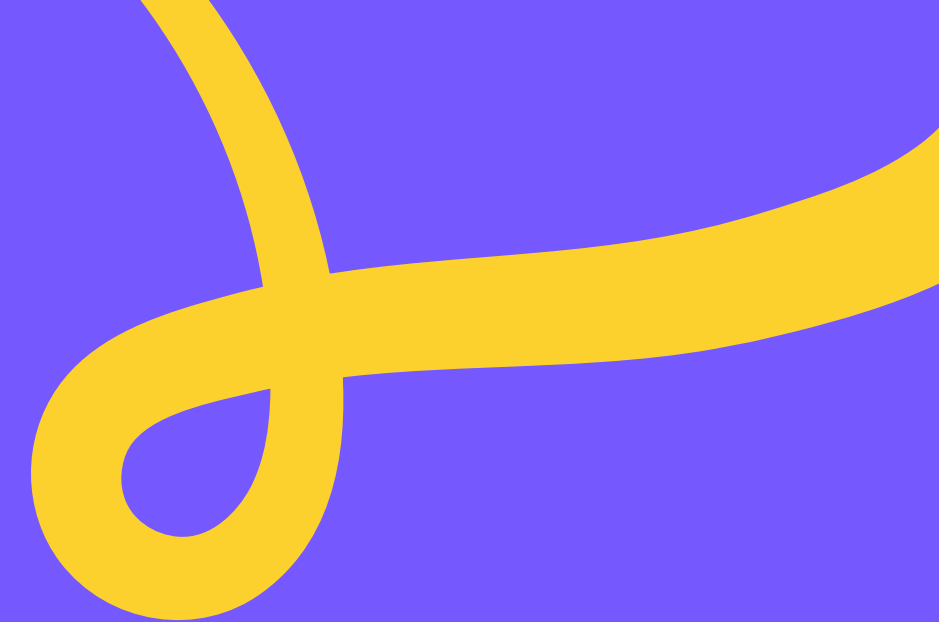
 Ketik nama kota: minimal 17 km  Drop Pin: 1–3 km

17 km itu kejauhan

Audience itu kelompok orang yang kamu pilih buat lihat iklan. Di kolom lokasi, radius paling kecil cuma 17 km kalau kamu ketik nama kota.

Buat kedai nasi di Garut, radius 17 km berarti iklan nyampe ke orang yang nggak akan mampir.

Drop Pin itu fitur buat naruh titik tepat di alamat usaha, lalu narik radius di sekelilingnya. Taruh pin tepat di kedai, atau ketik alamat lengkapnya, lalu geser radius ke 1–3 km.

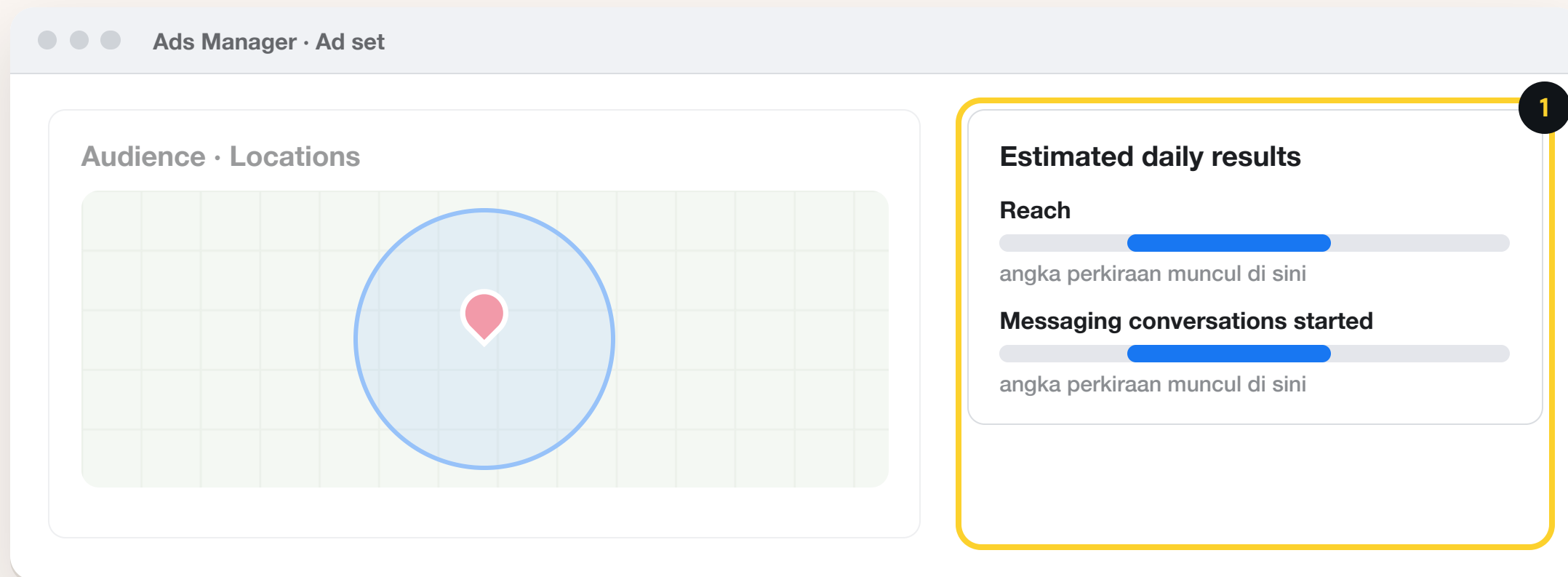


PAUSE DAN COBA 1

Pause dulu. Coba sendiri.

Buka Ads Manager kamu. Ulangi langkah dari klik Create sampai radius 1–3 km muncul di peta akunmu. Kamu nggak perlu bayar atau nerbitin iklannya.





Ilustrasi tampilan Ads Manager

SEBELUM IKLAN JALAN

Estimated Daily Results

Panel di sebelah kanan itu perkiraan Meta soal berapa reach per hari di radius yang kamu pilih (1).

Tanya ke diri sendiri: perkiraan reach itu masuk akal nggak buat jumlah kursi usahamu?



Iklan jalan. Chat masuk. Terus?

Chat mulai masuk ke WhatsApp admin.

Masalahnya, admin nggak tahu mana chat dari iklan dan mana chat dari Google Maps.

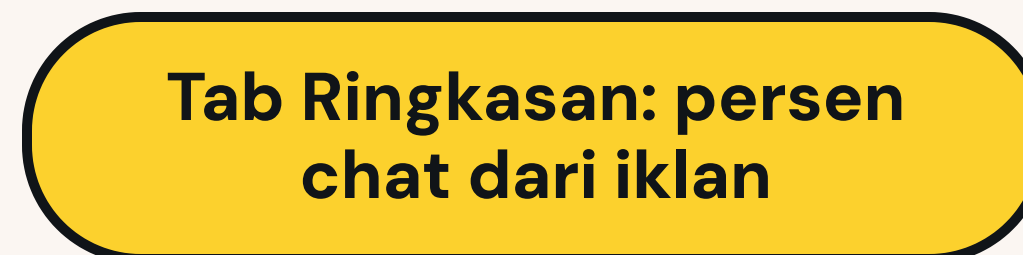
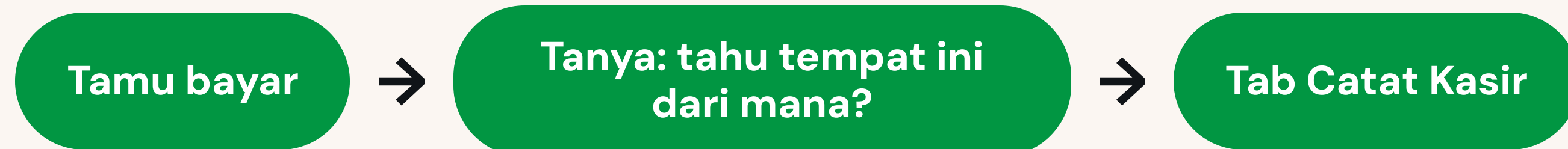
Makanya admin dan kasir perlu ikut nyatet asal pelanggan.



ADMIN WHATSAPP



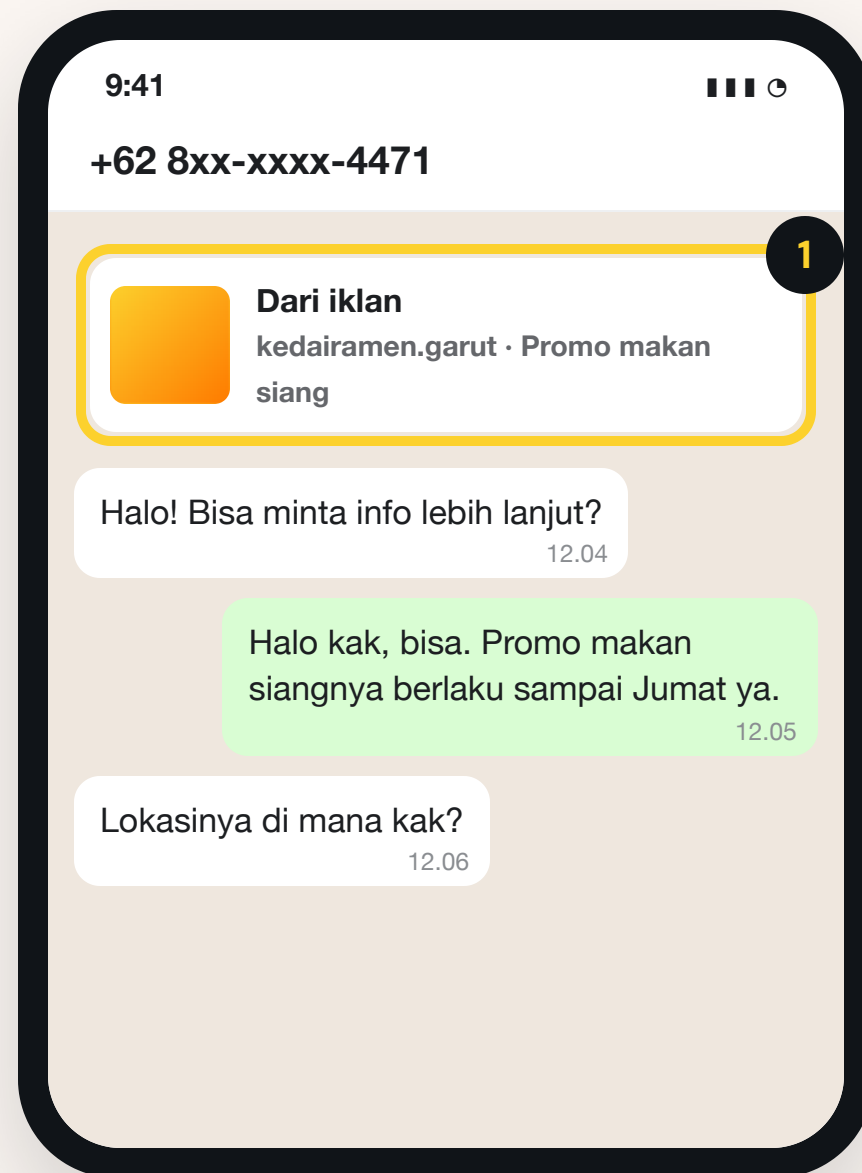
KASIR





SOP admin: catat dalam 10 detik

- 01 Tiap chat masuk, catat cuma empat hal: **tanggal, 4 digit akhir nomor, sumber, dan jenis pertanyaan.**
- 02 Pilihan sumber: Iklan, Google Maps, Organik, Pelanggan lama, atau Tidak tahu.
- 03 Pilih sumber Iklan kalau chat bawa pesan pembuka dari iklan, atau orangnya bilang lihat iklan.
- 04 Pencatatan bisa dibikin otomatis. Tapi 7 hari pertama dicatat tangan dulu, supaya admin paham polanya.



Ilustrasi chat dari iklan di WhatsApp admin

DI WHATSAPP ADMIN

Ini tanda chat dari iklan

Chat yang datang dari iklan biasanya bawa keterangan iklan di atasnya, lalu pesan pembuka (1).

Kalau tanda ini ada, admin pilih sumber Iklan. Bentuknya bisa sedikit beda tergantung HP dan versi WhatsApp.



Waktu tamu bayar, kasir tanya: **"Tahu tempat ini dari mana?"**

Kasir nyatet jawaban tamu di tab Catat Kasir, pakai pilihan sumber yang sama dengan admin.

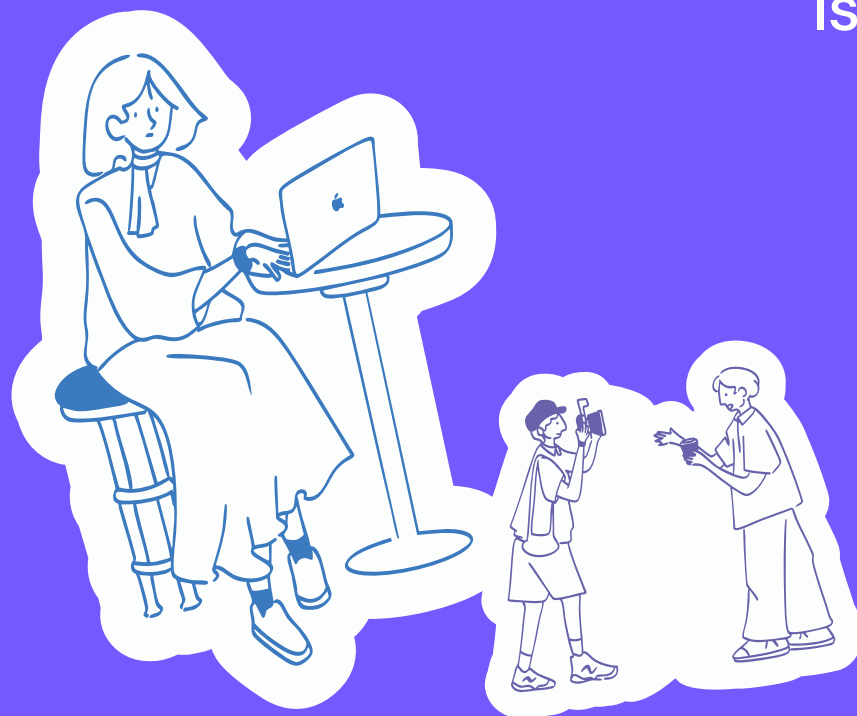
Owner yang ngusulin pertanyaan ini ke kasir, supaya kasirnya mau jalanin.



PAUSE DAN COBA 2

Pause lagi. Buka templatennya.

Isi satu baris dummy di tab Catat Chat, lalu lihat tab Ringkasan ikut berubah.





Pencatat Chat ke Kasir - [Nama Usaha]		
File · Edit · View · Insert · Format · Data		
	A	B
1		
2	Tanggal mulai hari 1	10/11/2026
3	Tanggal hari ke-7	16/11/2026
4		
5	Total chat masuk	5
6	Chat dari iklan	1
7	Persentase chat dari iklan	20%
8	Chat "Tidak tahu"	1
9	Porsi "Tidak tahu"	20%
10	Chat yang sudah datang	2
11	Jeda rata-rata chat ke datang (hari)	1,5
Ringkasan Catat Chat Catat Kasir Daftar Pilihan Cara Pakai		

Ilustrasi template Google Sheets

DI TEMPLATE

Tab Ringkasan ngitung sendiri

Begitu admin ngisi tab Catat Chat, tab Ringkasan langsung ngitung. Lima baris contoh di template ngasih hasil 20% chat dari iklan.

Baris 7 ini angka yang nanti kamu laporin di hari ke-8.



KERJAIN SEKARANG

Kirim template ke admin hari ini.

Minta admin mulai nyatet besok pagi.





YANG PERLU KAMU INGAT

Iklan chat dipasang lewat Engagement, Messaging Apps, dan Drop Pin radius 1–3 km.

Hasil iklan chat baru lengkap kalau admin dan kasir ikut nyatet asal pelanggan.



06

BAGIAN 6 · HAMBATAN

Apa yang bikin pencatatan gagal di minggu kedua?



Minggu pertama, semua semangat nyatet.

Masuk minggu kedua, tab Catat Chat kosong tiga hari.

Owner juga berhenti buka Ads Manager.



Hambatan #1: Admin lupa catat karena chat lagi ramai.

Catat empat kolom aja. Empat digit akhir nomor udah cukup, sisanya pakai pilihan dropdown.

Kalau sehari masuk lebih dari 50 chat, catat di akhir shift dari riwayat chat. Jangan ditunda ke besok.

Pencatatan bisa dibikin otomatis setelah 7 hari pertama dijalanin manual.



Hambatan #2: Owner nggak sabar, iklan dinilai dalam 3 hari.

Ingat Kedai Ramen tadi: 50 chat seminggu, lalu owner mau matiin iklan. Padahal ada jeda hari dari chat ke datang.

Sepakati dari awal: evaluasi di hari ke-7. Yang dilihat di hari ke-7 cuma jumlah chat dan persen chat dari iklan. Omzet belum dilihat.



Tanggal evaluasi disepakati sebelum hari pertama.





Hambatan #3: Tampilan Meta berubah, tombolnya pindah.

Tetap cari tiga kata: **Engagement, Messaging Apps, Drop Pin.**
Tambah satu kolom: **Messaging conversations started.**

Posisi tombol boleh pindah, tapi nama tombol jarang berubah.

Kalau namanya ikut berubah, cari keterangan Meta yang nyebut pesan WhatsApp.



Hambatan #4: Lonjakan musiman bikin angka kerasa aneh.

Kalau bulan pertama nyatet jatuh di bulan ramai, angka bulan itu jangan dijadiin patokan bulan biasa.

Catat terus, bandingkan minggu dengan minggu. Tandai minggu yang ada libur, bukber, atau tanggal muda.



NOMOR CHAT MASUK KE ADMIN 150 COFFEE

4.022

Maret 2026, musim Ramadan dan bukber

994

Agustus 2026, bulan biasa

Bulan ramai jangan dijadiin patokan bulan biasa.



Benang merah nya?

Keempat hambatan tadi terjadi di orang dan kebiasaan.

**Yang dibenerin SOP-nya, ada di Ebook 2.
Objective iklan nggak perlu diganti.**



TINDAKAN 7 HARI

_____% chat dari iklan

Pasang template sekarang. Catat semua chat masuk dan jawaban kasir selama 7 hari. Setelah itu, laporkan satu angka ini ke grup Masyarakat MOTE.





YANG PERLU KAMU INGAT

Sepakati empat kolom dan tanggal evaluasi hari ke-7 sebelum mulai.

Pencatatan gagal karena kolomnya kebanyakan, evaluasinya kecepetan, tombolnya dicari di tempat lama, dan bulan ramai dianggap bulan biasa.



07

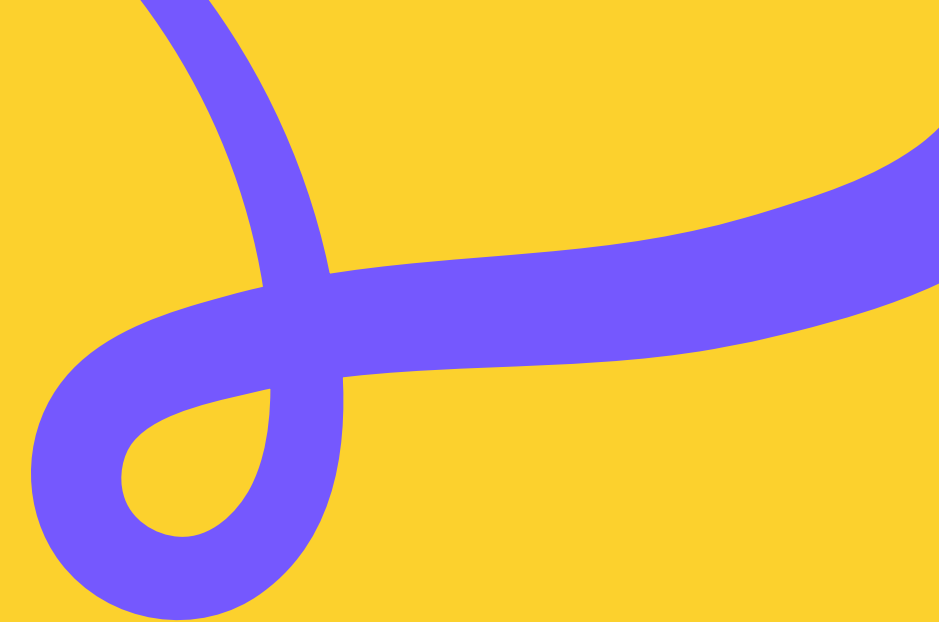
BAGIAN 7 • BEDAH KASUS

**994 chat masuk, 134 dari iklan.
Iklannya gagal atau nggak?**



WhatsApp admin ramai. Laporan iklan cuma 134.

"Jadi 860 sisanya dari mana? Iklannya ngapain?"

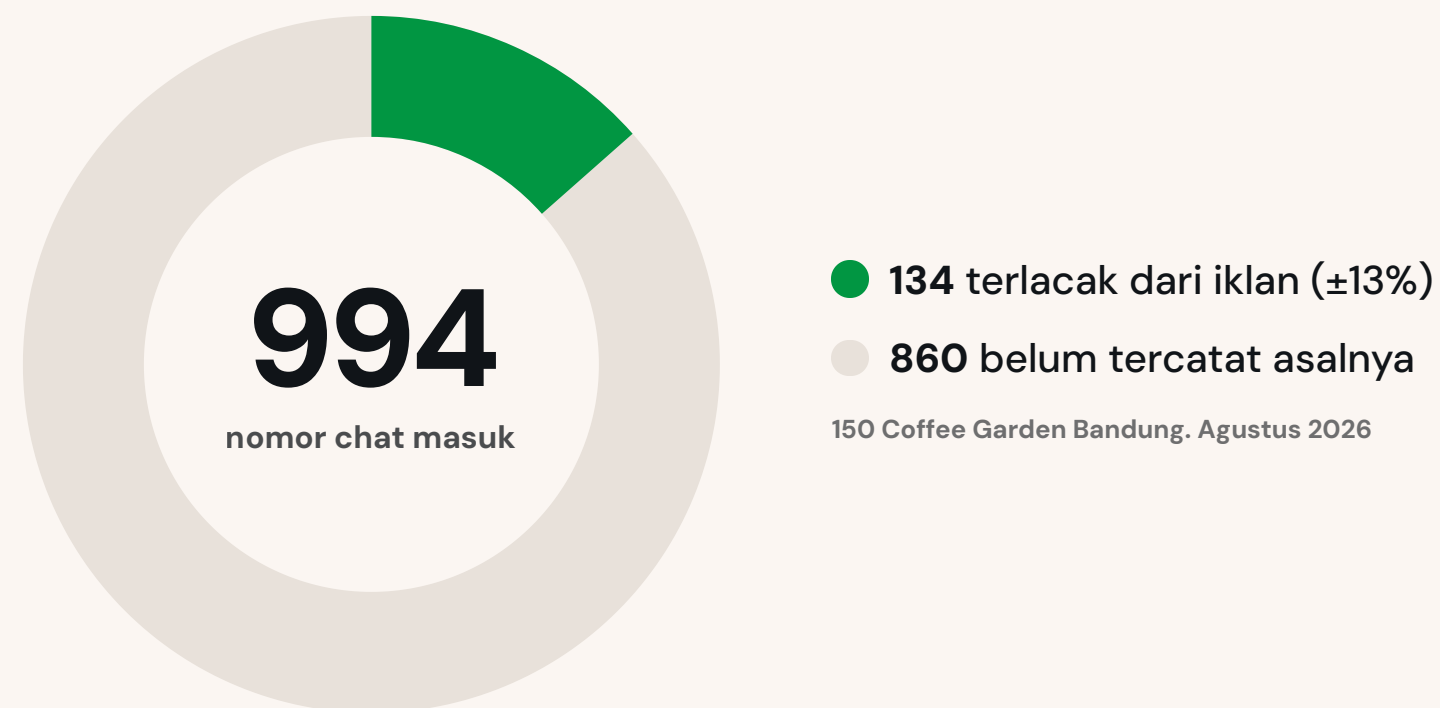


BEDAH KASUS

150 Coffee Garden Bandung

Agustus 2026. Akun iklan 150 Coffee dipegang Nanan sendiri.





13% itu bukan bulan aneh

Total ada 994 nomor chat. Dari 994 nomor itu, 134 terlacak dari iklan, sekitar 13%.

Sisa 860 chat datang dari Google Maps, organik, pelanggan lama, dan orang yang chat beberapa hari setelah lihat iklan.

Angka 13% ada di dalam kisaran 9–21% dari Februari sampai September 2026. Jadi Agustus 2026 bukan bulan aneh.



REACH (PERSEN TOTAL AUDIENS)



CHAT KE ADMIN



150 Coffee Garden Bandung, Agustus 2026

Tiap iklan sudah jalanin tugasnya

Paid Partnership menjangkau 78% total audiens dengan nol chat. Iklan WhatsApp menjangkau 6% dengan 134 chat.

Nyebut Paid Partnership gagal itu nggak tepat, karena tugas Paid Partnership memang ngenalin.

Nganggap iklan WhatsApp kecil juga kurang pas, karena tugas iklan WhatsApp memang ngedatengin chat.



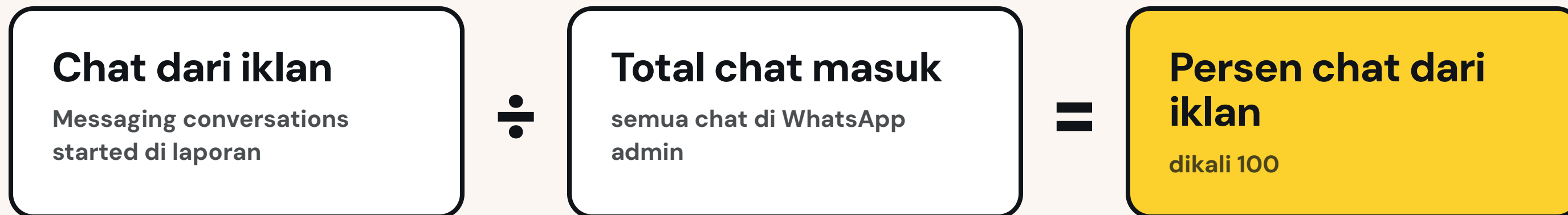
Jadi, iklannya gagal?

Iklannya nggak gagal. Iklannya cuma belum terukur penuh.

87% chat belum punya asal yang tercatat. Langkah berikutnya di 150 Coffee: beresin pencatatan admin dan kasir.



Hitung angka yang sama buat usahamu bulan lalu.



Belum punya angka total chat masuk? Pasang template dulu, lalu catat selama 7 hari.



YANG PERLU KAMU INGAT

134 dari 994 nggak membuktikan iklan gagal.

Angka itu nunjukin 87% chat belum tercatat asalnya. Bagian itu yang dibereskan lewat pencatatan.



08

BAGIAN 8 · TANYA JAWAB

Pertanyaan yang paling sering muncul soal iklan chat dan laporannya.



PERTANYAAN 1

"Laporan bilang 50 chat seminggu, tapi owner mau matiin iklan. Aku jawab apa?"

Orang yang chat hari ini mungkin baru datang beberapa hari lagi. Meta juga nggak lihat kasir, jadi penjualan nggak akan muncul di laporan walaupun tamunya datang.

Minta owner nunda keputusan sampai hari ke-7, dan pegang angka chat per minggu.

Jawaban yang keliru: bilang sistem Meta lagi rusak, bilang audiensnya terlalu kecil, atau bilang Engagement nggak bisa nyari pembeli.



PERTANYAAN 2

**"Owner Sate Maranggi
Abah minta iklan promo
makan siang radius 2
km. Klik apa?"**

Pilih objective **Engagement**, pilih conversion location **Messaging Apps**, lalu centang WhatsApp.

Awareness nggak ngitung chat, Sales butuh pembayaran di web, dan Traffic cuma ngantar orang ke profil.

Radius 2 km dipasang lewat Drop Pin, bukan nama kota.



PERTANYAAN 3

"Iklan A 10.000 reach 0 chat. Iklan B 500 reach 20 chat. Mana yang bagus?"

Iklan A tugasnya ngenalin. Iklan B tugasnya jadi bukti gerak.

Iklan A dinilai dari reach. Iklan B dinilai dari chat.

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



PERTANYAAN 4

**"Toko roti take-away.
Aku mau radius 1 km,
tapi kok paling kecil 17
km?"**

Nama kota memang ngunci radius minimal 17 km.

**Pakai Drop Pin tepat di atas toko, atau ketik alamat lengkap,
lalu tarik radius ke 1 km.**

Ngosongin lokasi atau ganti ke Awareness nggak akan
nyelesaiin masalah radius.



PERTANYAAN 5

"500 chat masuk sebulan, laporan iklan cuma 60. Saranku apa?"

Angka 60 itu batas bawah. Sisa 440 chat belum tercatat asalnya, jadi belum tentu bukan dari iklan.

Minta izin bikin spreadsheet supaya admin nyatet asal chat, dan minta kasir nanya ke tamu.

Berhenti iklan atau naikin budget sepuluh kali lipat nggak bikin 440 chat itu tercatat. Bandingkan dengan 150 Coffee: 134 dari 994. Kisaran 9–21% itu wajar.



PERTANYAAN 6

"Tamuh bilang tahu dari Instagram. Itu masuk iklan atau organik?"

Kasir cukup tulis jawaban tamu apa adanya. Kalau tamu nggak bisa bedain iklan atau bukan, pilih Tidak tahu.

Admin yang bisa bedain, karena chat dari iklan bawa pesan pembuka iklan.

Setelah 7 hari, bandingkan persen iklan di tab Catat Chat dengan persen iklan di tab Catat Kasir. Selisih dua angka itu ngasih gambaran berapa tamu yang nggak bisa bedain.



PERTANYAAN 7

"Berapa lama iklan harus jalan sebelum aku berani bilang gagal?"

Minimal satu siklus catat 7 hari penuh, karena ada jeda hari dari chat ke datang.

Bandingkan minggu dengan minggu, bukan hari dengan hari. Tandai minggu yang ada acara.

Iklan awareness juga nggak dinilai gagal dari nol chat.



YANG PERLU KAMU INGAT

Pisahkan tugas iklan. Catat asal pelanggan. Baru simpulkan gagal atau nggak.

Semua pertanyaan tadi ujungnya ke satu hal yang sama.



Terimakasih

Laporkan angka 7 harimu ke grup **Masyarakat MOTE**.

___% chat dari iklan.