LandingPageKonversi .com

EBOOK GRATIS

9

Kenapa Iklan Anda Ramai Tapi Tidak Ada yang Chat?

9 penyebab yang sering tidak disadari, dan cara memperbaikinya

✓ Bonus: checklist audit landing page 20 poin

Untuk pemilik usaha yang beriklan di Meta dan Google

Sebelum mulai

Pernah merasakan ini? Iklan jalan, angka klik naik, laporan terlihat ramai. Tapi chat yang masuk bisa dihitung dengan jari.

Wajar kalau reaksi pertama adalah menyalahkan iklannya: kontennya kurang menarik, targetnya salah, atau anggarannya kurang. Kadang memang begitu. Tapi di banyak kasus, iklannya sudah berhasil membawa orang ke pintu. Yang gagal adalah apa yang mereka temukan setelah pintu itu dibuka, yaitu halaman tujuannya.

Ebook ini membahas 9 penyebab yang paling sering membuat pengunjung pergi tanpa menghubungi Anda, lengkap dengan cara memeriksa dan memperbaikinya. Tidak perlu bisa coding. Tiap penyebab punya **uji 1 menit** yang bisa Anda lakukan sendiri dari HP.

> **Cara memakainya.** Baca sambil membuka halaman iklan Anda di HP. Kalau tiga dari sembilan penyebab terasa seperti halaman Anda, Anda sudah menemukan tempat uang iklan bocor.

Isi ebook

1 Cara pembeli menilai halaman Anda 3

2 Hitung dulu: seberapa besar kebocorannya 4

3 9 penyebab, satu per satu 5

4 Ringkasan 9 penyebab 14

5 Bonus: checklist audit 20 poin 15

6 Rencana perbaikan 7 hari 17

7 Cara tercepat memperbaikinya 18

BAB 1

Cara pembeli menilai halaman Anda

Orang tidak membaca halaman iklan. Mereka memindainya.

Orang yang baru klik iklan belum kenal Anda dan tidak punya alasan untuk bersabar. Mereka sedang memegang HP, mungkin sambil melakukan hal lain, dan punya satu pertanyaan di kepala. Dalam beberapa detik pertama, mereka diam-diam menjawab tiga hal:

Ini tentang apa?

Apakah halaman ini menjawab hal yang tadi saya cari di iklan?

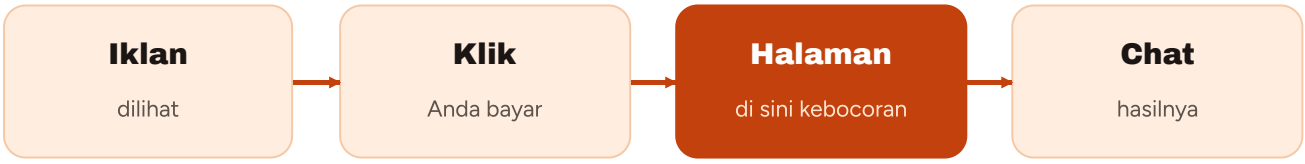
Bisa dipercaya?

Apakah ada bukti nyata, atau hanya kata-kata yang indah?

Apa langkah saya?

Kalau saya tertarik, apa yang harus ditekan sekarang?

Kalau salah satu dari tiga jawaban itu tidak jelas dalam beberapa detik, orang menutup halaman. Tidak marah, tidak berkomentar, hanya pergi. Karena itu Anda tidak pernah tahu betapa banyak yang pergi, kecuali Anda melihat angka pengunjung dibandingkan angka chat.



Sembilan penyebab di bab berikutnya semuanya terjadi di langkah ketiga, yaitu di halaman Anda. Kabar baiknya, bagian inilah yang paling bisa Anda perbaiki sendiri.

BAB 2

Hitung dulu: seberapa besar kebocorannya

Perbaikan halaman sering lebih murah daripada menaikkan anggaran iklan.

Berikut hitungan ilustrasi dengan angka sederhana. Angkanya bukan data riset, hanya contoh supaya cara berpikirnya jelas. Silakan ganti dengan angka iklan Anda sendiri.

	Halaman biasa	Halaman yang diperbaiki
Anggaran iklan sebulan	Rp 3.000.000	Rp 3.000.000
Biaya per klik	Rp 1.500	Rp 1.500
Jumlah klik	2.000	2.000
Yang akhirnya chat	1% = 20 orang	3% = 60 orang
Biaya per chat	**Rp 150.000**	**Rp 50.000**

Anggaran, jumlah klik, dan tingkat chat di atas hanya contoh hitungan.

Perhatikan bahwa anggaran dan jumlah kliknya **sama persis**. Yang berubah hanya seberapa banyak pengunjung yang akhirnya menghubungi. Dengan tiga kali lipat chat, biaya untuk mendapat satu calon pembeli turun menjadi sepertiganya.

> **Cara menghitung punya Anda.** Bagi jumlah chat yang masuk dengan jumlah klik di laporan iklan. Itu tingkat chat halaman Anda. Setiap kenaikan satu poin persen berarti iklan yang sama menghasilkan lebih banyak calon pembeli tanpa tambahan biaya.

Dan kalau Anda menunda memperbaiki halaman sambil menaikkan anggaran, Anda hanya memperbesar kebocoran yang sama. Mari kita cari lubangnya satu per satu.

PENYEBAB 1 DARI 9

1 Halamannya lambat dan berantakan di HP

GEJALANYA

Orang klik iklan Anda dari HP, lalu layar putih beberapa detik. Sebagian langsung menutupnya sebelum halaman sempat tampil. Anda tetap membayar klik itu.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Hampir semua iklan Meta dan Google dilihat dari HP, sering dengan sinyal seadanya. Foto berukuran besar, slider, video yang otomatis berputar, dan banyak skrip tambahan membuat halaman berat. Kalau tampilannya juga bergeser atau terpotong di layar kecil, orang makin cepat pergi.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Kecilkan ukuran foto sebelum diunggah. Foto dari kamera HP sering 3-6 MB, padahal 200-300 KB sudah cukup.
- Buang yang tidak perlu: slider, animasi berat, musik, dan video yang jalan sendiri.
- Rancang untuk layar HP dulu, baru laptop. Satu kolom, huruf cukup besar, tombol mudah ditekan jempol.
- Pilih hosting yang cepat dan pakai SSL (gembok) supaya peramban tidak memberi peringatan.

SEBELUM

Foto banner 4,8 MB, slider 5 gambar, video latar yang jalan sendiri.

SESUDAH

Satu foto sekitar 250 KB, tanpa slider, teks tampil lebih dulu dari gambar.

Uji 1 menit

Matikan Wi-Fi, buka halaman Anda lewat data seluler di HP. Hitung dalam hati. Kalau judulnya belum terbaca sebelum hitungan ketiga, halaman Anda terlalu lambat.

PENYEBAB 2 DARI 9

2 Tombol WhatsApp tidak terlihat, atau tidak jelas

GEJALANYA

Pengunjung membaca sampai habis, tertarik, tapi tidak tahu harus berbuat apa. Atau tombolnya ada, tapi di paling bawah dan bertuliskan "Hubungi Kami".

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Pada iklan, tujuan halaman hanya satu: membuat orang menghubungi Anda. Kalau jalannya tersembunyi atau tulisannya terlalu umum, orang menunda, lalu lupa.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Taruh satu tombol utama di layar pertama, tanpa perlu menggulir.
- Tulis tombol dengan hasil yang dijanjikan, misalnya "Chat untuk tanya harga" atau "Cek jadwal kosong lewat WhatsApp".
- Pasang tombol melayang di pojok layar supaya selalu terjangkau di sepanjang halaman.
- Isi pesan WhatsApp otomatis dengan nama layanan, supaya Anda tahu orang itu datang dari halaman yang mana.

SEBELUM

Tombol "Hubungi Kami" kecil di bagian paling bawah halaman.

SESUDAH

Tombol besar "Chat untuk tanya harga" di layar pertama, plus tombol melayang.

Uji 1 menit

Pegang HP, buka halaman Anda, dan jangan menggulir. Bisakah Anda menekan tombol chat dalam 3 detik? Kalau tidak, calon pembeli Anda juga tidak bisa.

PENYEBAB 3 DARI 9

3 Judulnya bicara soal Anda, bukan soal masalah pembeli

GEJALANYA

Judul halaman berbunyi "Selamat datang di CV Maju Jaya, perusahaan terpercaya sejak 2010". Bagus untuk Anda, tapi tidak menjawab pertanyaan orang yang baru klik iklan.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Orang datang dengan satu pertanyaan di kepala: "Ini bisa membantu masalah saya atau tidak?" Mereka memutuskan dalam hitungan detik, dan yang pertama mereka baca adalah judul.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Pakai rumus sederhana: hasil yang diinginkan + untuk siapa + tanpa kerepotan yang ditakutkan.
- Hindari kata kosong seperti "terbaik" dan "profesional" di judul. Sebut hal nyata yang bisa dibayangkan pembeli.
- Paragraf pertama cukup 2 kalimat yang menjelaskan apa yang Anda tawarkan dan area layanannya.
- Sebut hal yang paling dicari pembeli di usaha Anda: harga, kecepatan, atau garansi.

SEBELUM

"Selamat datang di Bersih Jaya AC."

SESUDAH

"Service AC datang ke rumah, mulai Rp 75.000, bisa hari ini."

Uji 1 menit

Tunjukkan layar pertama halaman Anda ke teman selama 5 detik, lalu tutup. Minta dia menjelaskan apa yang Anda jual. Kalau dia tidak bisa, judulnya perlu diganti.

PENYEBAB 4 DARI 9

4 Terlalu banyak pilihan, terlalu banyak tempat untuk pergi

GEJALANYA

Halaman punya menu panjang, tautan ke blog, ke Instagram, ke halaman "Tentang Kami", dan lima tombol berbeda. Orang klik ke mana-mana dan tidak pernah sampai ke chat.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Halaman iklan bukan website perusahaan. Setiap tautan keluar adalah pintu yang membuat orang meninggalkan tujuan utama. Semakin banyak pilihan, semakin sedikit orang yang memutuskan.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Satu halaman, satu tujuan. Untuk iklan, tujuannya satu: chat WhatsApp.
- Buang menu yang membawa orang ke halaman lain. Cukup logo dan satu tombol ajakan.
- Boleh ada tautan kebijakan privasi kecil di bagian bawah, tapi jangan dijadikan jalan keluar utama.
- Susun halaman seperti percakapan: masalah, solusi, bukti, harga, lalu ajakan.

SEBELUM

Menu: Beranda, Tentang, Blog, Galeri, Kontak, ditambah lima tombol berbeda.

SESUDAH

Logo dan satu tombol: "Chat WhatsApp". Semua isi halaman mengarah ke tombol itu.

Uji 1 menit

Hitung berapa tautan dan tombol di layar pertama halaman Anda. Kalau lebih dari dua jenis ajakan, sederhanakan sampai hanya satu.

PENYEBAB 5 DARI 9

5 Tidak ada bukti bahwa Anda bisa dipercaya

GEJALANYA

Semua kalimat di halaman adalah klaim: "terbaik", "profesional", "terpercaya". Tidak ada satu pun bukti yang bisa dilihat pembeli.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Pembeli baru tidak mengenal Anda dan takut tertipu. Kata sifat yang Anda tulis sendiri tidak cukup meyakinkan. Yang menenangkan adalah sesuatu yang nyata dan bisa mereka cek.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Pakai foto asli: hasil kerja, tempat usaha, tim. Foto stok mudah dikenali dan menurunkan kepercayaan.
- Pasang testimoni asli dengan nama dan izin pemiliknya. Jangan pernah mengarang testimoni atau angka.
- Sebut fakta yang bisa diperiksa: lokasi, tahun berdiri, jam buka, atau jumlah pelanggan kalau memang ada datanya.
- Beri garansi atau kebijakan yang jelas, misalnya jadwal, revisi, atau pengembalian.

SEBELUM

"Pelayanan terbaik dan sangat profesional."

SESUDAH

Foto hasil kerja asli, ditambah kutipan pelanggan: "[kutipan asli]" (nama, kota, dengan izin).

Uji 1 menit

Baca halaman Anda sambil bertanya "Apa buktinya?" untuk setiap klaim. Kalau jawabannya kosong, ganti klaim itu dengan bukti, atau hapus.

PENYEBAB 6 DARI 9

6 Informasi yang paling dicari justru disembunyikan

GEJALANYA

Pembeli mencari harga, area layanan, atau jam buka, tapi tidak ketemu. Jawabannya baru ada kalau mereka mau chat dulu.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Banyak orang enggan chat hanya untuk menanyakan hal dasar. Kalau tidak ada harga sama sekali, mereka menganggapnya mahal atau tidak jelas, lalu pindah ke pesaing yang terbuka.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Tampilkan harga atau setidaknya kisaran harga ("mulai dari...").
- Tulis area layanan dengan jelas: kota, kecamatan, atau "seluruh Jabodetabek".
- Beri tahu jam balas chat supaya orang tahu kapan akan dijawab.
- Jawab 3 sampai 5 pertanyaan yang paling sering Anda terima di bagian tanya jawab.

SEBELUM

"Hubungi kami untuk info harga."

SESUDAH

"Cuci sofa mulai Rp 120.000. Melayani Bogor dan sekitarnya. Chat dibalas 08.00-20.00."

Uji 1 menit

Tulis 5 pertanyaan yang paling sering ditanyakan pelanggan lewat chat. Apakah jawabannya sudah ada di halaman? Yang belum ada, tambahkan.

7

PENYEBAB 7 DARI 9

Langkah menuju chat terlalu panjang

GEJALANYA

Untuk bertanya saja, orang disuruh mengisi formulir dengan 8 kolom: nama, email, alamat, perusahaan, dan seterusnya.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Setiap kolom tambahan membuat sebagian orang berhenti. Pada usaha kecil, calon pembeli ingin cepat bertanya dan dijawab, bukan mengisi administrasi.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Minta sedikit saja: nama dan nomor WhatsApp, atau langsung buka chat.
- Beri pesan WhatsApp yang sudah terisi, jadi pembeli cukup menekan kirim.
- Pastikan nomor ditulis dalam format yang fleksibel (0812, +62, atau 812 sama-sama diterima).
- Kalau butuh data lain, tanyakan di dalam chat, bukan di formulir.

SEBELUM

Formulir 8 kolom: nama, email, alamat, perusahaan, dan seterusnya.

SESUDAH

Satu tombol yang membuka WhatsApp dengan pesan terisi: "Halo, saya mau tanya paket cuci sofa."

Uji 1 menit

Hitung berapa ketukan dan ketikan dari layar pertama sampai pesan terkirim. Semakin sedikit semakin baik; targetkan tidak lebih dari tiga langkah.

PENYEBAB 8 DARI 9

8 Iklannya tidak dilacak, jadi Anda menebak-nebak

GEJALANYA

Anda tahu berapa uang iklan yang keluar, tapi tidak tahu berapa chat yang benar-benar datang dari iklan itu, apalagi iklan mana yang bagus.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Tanpa pelacakan, Meta dan Google tidak belajar siapa yang pantas ditampilkan iklan Anda, dan Anda tidak bisa membedakan iklan yang berhasil dari yang boros. Banyak pengiklan baru menyadari ini setelah anggaran habis.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Pasang Meta Pixel (untuk Facebook dan Instagram) dan Google Analytics 4 atau tag Google Ads di halaman.
- Catat peristiwa penting, minimal "Lead" yaitu saat orang menekan tombol chat atau mengirim formulir.
- Tambahkan UTM pada tautan iklan supaya tahu sumber tiap kunjungan.
- Cek apakah pelacakannya benar-benar masuk, bukan hanya terpasang.

SEBELUM

Laporan iklan: 2.000 klik, tapi tidak tahu berapa yang jadi chat.

SESUDAH

Laporan iklan: 2.000 klik, 48 Lead, biaya per Lead terlihat jelas (angka contoh).

Uji 1 menit

Pasang ekstensi Meta Pixel Helper di Chrome, buka halaman Anda, lalu tekan tombol chat. Kalau ikonnya tidak menunjukkan peristiwa yang terkirim, pelacakannya belum bekerja.

PENYEBAB 9 DARI 9

9 Janji di iklan berbeda dengan isi halaman

GEJALANYA

Iklannya menjanjikan "Diskon 30% hari ini", tapi halamannya hanya menampilkan profil perusahaan dan tidak menyebut diskon sama sekali.

KENAPA INI MEMBUANG UANG IKLAN

Orang klik karena satu janji. Kalau janji itu tidak langsung terlihat, mereka merasa salah halaman dan pergi. Meta dan Google juga menilai kecocokan antara iklan dan halaman tujuan.

CARA MEMPERBAIKINYA

- Ulangi kata kunci dan penawaran iklan di judul halaman, supaya orang langsung merasa "ya, ini yang saya cari".
- Buat satu halaman untuk satu penawaran. Jangan semua iklan diarahkan ke satu halaman yang sama.
- Pastikan harga atau promo di iklan sama persis dengan yang tampil di halaman.
- Cantumkan syarat promo dengan jelas supaya tidak ada kekecewaan di belakang.

SEBELUM

Iklan "Diskon 30% service AC", halaman tujuan: profil perusahaan.

SESUDAH

Halaman tujuan berjudul "Diskon 30% service AC, berlaku sampai Jumat".

Uji 1 menit

Buka iklan Anda, klik, dan bandingkan kata pertama di iklan dengan kata pertama di halaman. Kalau tidak ada yang sama, orang akan merasa salah masuk.

RINGKASAN

9 penyebab dalam satu halaman

Simpan halaman ini. Kalau iklan Anda ramai tapi sepi chat, periksa dari atas ke bawah.

1	Halamannya lambat dan berantakan di HP
2	Tombol WhatsApp tidak terlihat, atau tidak jelas
3	Judulnya bicara soal Anda, bukan soal masalah pembeli
4	Terlalu banyak pilihan, terlalu banyak tempat untuk pergi
5	Tidak ada bukti bahwa Anda bisa dipercaya
6	Informasi yang paling dicari justru disembunyikan
7	Langkah menuju chat terlalu panjang
8	Iklannya tidak dilacak, jadi Anda menebak-nebak
9	Janji di iklan berbeda dengan isi halaman

Urutan memeriksa yang saya sarankan. Mulai dari penyebab 1 dan 2, karena paling cepat diperbaiki dan dampaknya paling terasa. Lanjut ke 3, 4, dan 9 yang menyangkut isi halaman. Terakhir 5, 6, 7, dan 8.

Anda tidak perlu menyelesaikan semuanya sekaligus. Satu perbaikan kecil yang dilakukan hari ini lebih berguna daripada rencana perbaikan besar yang tidak pernah dikerjakan.

BONUS

Checklist audit landing page

20 poin untuk memeriksa halaman iklan Anda. Centang yang sudah beres, dan perbaiki sisanya.

Kecepatan dan tampilan HP

- [ ] Halaman terbuka di bawah 3 detik lewat data seluler
- [ ] Foto sudah dikecilkan (tidak ada yang lebih dari sekitar 300 KB)
- [ ] Tampilan rapi di HP: tidak terpotong, huruf terbaca tanpa dicubit
- [ ] Memakai SSL (ada gembok di peramban)

Pesan dan isi

- [ ] Judul menjelaskan apa yang ditawarkan dan untuk siapa
- [ ] Kata pertama di iklan juga muncul di judul halaman
- [ ] Harga atau kisaran harga terlihat
- [ ] Area layanan dan jam balas jelas
- [ ] Hanya satu tujuan di halaman (chat WhatsApp)

Ajakan dan kontak

- [ ] Tombol WhatsApp terlihat tanpa perlu menggulir
- [ ] Tulisan tombol menyebut hasil, bukan sekadar "Hubungi Kami"
- [ ] Ada tombol melayang yang selalu terjangkau
- [ ] Pesan WhatsApp sudah terisi otomatis

BONUS, LANJUTAN

Bukti dan kepercayaan

- [ ] Memakai foto asli, bukan foto stok
- [ ] Ada testimoni asli dengan izin
- [ ] Ada bukti yang bisa dicek (lokasi, tahun, hasil kerja)

Pelacakan

- [ ] Meta Pixel terpasang dan terdeteksi
- [ ] Google Analytics 4 atau tag Google Ads terpasang
- [ ] Peristiwa Lead tercatat saat tombol chat ditekan
- [ ] Tautan iklan memakai UTM

Skor Anda: ___ dari 20

- **17-20:** halaman Anda sudah kuat. Fokus pada iklan dan penawaran.
- **12-16:** ada beberapa lubang. Perbaiki dari penyebab 1 dan 2.
- **di bawah 12:** halamannya perlu dibenahi dulu sebelum menambah anggaran iklan.

BAB 3

Rencana perbaikan 7 hari

Tidak perlu semuanya sekaligus. Satu langkah per hari sudah cukup.

Hari 1	Buka halaman dari HP lewat data seluler. Catat kecepatan dan apa yang terlihat di layar pertama.
Hari 2	Kecilkan foto, buang slider dan animasi berat. Pastikan tampilan HP rapi.
Hari 3	Tulis ulang judul dengan rumus hasil + untuk siapa + tanpa kerepotan. Cocokkan dengan kata di iklan.
Hari 4	Pasang tombol WhatsApp yang jelas di layar pertama dan tombol melayang. Isi pesan otomatis.
Hari 5	Tambahkan harga atau kisaran harga, area layanan, jam balas, dan tanya jawab singkat.
Hari 6	Pasang bukti nyata: foto asli dan testimoni dengan izin. Hapus klaim yang tidak punya bukti.
Hari 7	Pasang dan uji pelacakan (Pixel, GA4, peristiwa Lead). Setelah itu pantau tingkat chat tiap minggu.

Kalau Anda tidak punya waktu atau tidak mau mengurus bagian teknisnya, bab berikut menunjukkan jalan pintasnya.

BAB 4

Cara tercepat memperbaikinya

Terus terang: ebook ini dibuat oleh tim LandingPageKonversi.com, jadi inilah solusi yang kami tawarkan.

Semua yang dibahas di ebook ini kami rancang ke dalam satu layanan: halaman landing page yang dibuat khusus untuk iklan, sehingga sembilan penyebab tadi sudah diantisipasi sejak awal.

Yang Anda lakukan

1. Pilih jenis bisnis.
2. Isi data usaha dan nama website.
3. Bayar, lalu halaman Anda tayang.

Yang sudah termasuk

- Tampilan ringan dan rapi di HP
- Tombol WhatsApp dan tombol melayang
- Isi awal yang ditulis sesuai bisnis Anda
- Tempat memasang Meta Pixel, Google Analytics 4, Google Ads, dan Conversions API
- Hosting dan SSL
- Bisa Anda edit sendiri kapan saja

PAKET TAHUNAN

Rp 240.000 /tahun

Satu-satunya paket. Hosting dan SSL termasuk. Harga bisa berubah sewaktu-waktu, jadi cek harga terbaru di situs.

Anda tetap perlu menyiapkan bahan nyata: foto asli, harga, dan testimoni dengan izin. Layanan ini membantu kerangka, kecepatan, dan teknisnya, tapi isi yang meyakinkan tetap datang dari usaha Anda. Itu sebabnya kami menyarankan memakai checklist di bab sebelumnya sebelum menayangkan.

Sudah tahu di mana lubangnya?

Perbaiki satu per satu pakai checklist tadi. Atau, kalau mau yang praktis, buat halaman iklan Anda sekarang.

landingpagekonversi.com

Pilih jenis bisnis, isi data usaha, halaman siap tayang.
Pertanyaan? Hubungi halo@zendevproject.com

Ebook ini gratis untuk dibagikan. Silakan teruskan ke teman yang sedang beriklan.
© 2026 ZenDev Project. Angka contoh dalam ebook ini hanya ilustrasi.