

**PENERAPAN FACEBOOK ADS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA WEBSITE TOKO ONLINE
RAITSA STORE**

SKRIPSI



disusun oleh

Wildan Fauzan Nashir

13.12.7656

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

**PENERAPAN FACEBOOK ADS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA WEBSITE TOKO ONLINE
RAITSA STORE**

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat Sarjana
pada Program Sarjana Sistem Informasi



disusun oleh

Wildan Fauzan Nashir

13.12.7656

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2017**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENERAPAN FACEBOOK ADS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA WEBSITE TOKO ONLINE
RAITSA STORE**

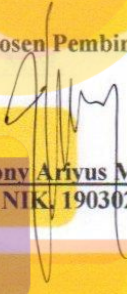
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wildan Fauzan Nashir

13.12.7656

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 25 Oktober 2016

Dosen Pembimbing,


Dony Ariyus M. Kom.
NIK. 190302128

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENERAPAN FACEBOOK ADS UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN PADA WEBSITE TOKO ONLINE
RAITSA STORE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Wildan Fauzan Nashir

13.12.7656

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 2 Maret 2017

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Melwin Syafrizal, S.Kom., M.Eng.
NIK. 190302105

Bambang Sudaryatno, Drs, M.M.
NIK. 190302029

Anggit Dwi Hartanto, M.Kom
NIK. 190302163

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Tanggal 10 Maret 2017



DEKAN FAKULTAS ILMU KOMPUTER

Krisnawati, S.Si, M.T
NIK. 190302038

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/ atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 9 Maret 2017



Wildan Fauzan Nashir
NIM. 13.12.7656

MOTTO

If you fall a thousand times stand up millions of times because you do not know
how close you are to success

Keyakinan, optimis, dan kerja keras adalah pemegang kendali hidup dan
kesuksesanmu

Sebaik-baiknya kamu sadar dengan kesalahan, adalah lebih baik dengan
kesadaran sendiri

Sebuah hasil yang memuaskan hadir dari usaha yang dahulu membuatmu merintih
menangis dan berkeluh-kesah lelah

Sebahagia apapun hidupmu dengan pemberian, adalah lebih bahagia dengan jerih
payah sendiri

PERSEMBAHAN

Pada halaman persembahan ini penulis mempersembahkan dan mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

1. Terima kasih dan syukur kepada Allah SWT yang memberikan nikmat yang tak terhingga seperti yang dirasakan penulis selama penyusunan skripsi.
2. Terima kasih kepada Ayah dan Ibu, dengan kerja keras, doa dan motivasi beliau saya dapat menyelesaikan studi S1 sesuai dengan target
3. Terima kasih kepada teman-temanyang telah memberikan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Tidak lupa kepada seluruh teman-teman kelas 13-S1SI-08 yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Karena kalian semua yang selalu membantu selama studi dan menjadikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih semuanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat, kemudahan, kelancaran dan hidayah-Nya, bahwa penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Penerapan Facebook Ads Untuk Meningkatkan Penjualan pada Website Toko Online Raitsa Store” dengan cukup baik walaupun disadari masih banyak sekali kekurangan yang itu semua tidak lepas karena keterbatasan penulis. Tidak lupa sholawat serta salam selalu dicurahkan kepada Nabi besar dan Rasul junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah memberikan safaatnya.

Skripsi ini merupakan salah satu bentuk persyaratan kelulusan jenjang Program Strata satu (S1) jurusan Sistem Informasi pada UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA.

Dalam pembuatan skripsi ini, tentu saja penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, MM, selaku Rektor UNIVERSITAS AMIKOM Yogyakarta.
2. Bapak Dony Ariyus, M.Kom.selaku pembimbing penulis dalam penyusunan skripsi.
3. Tim penguji, segenap dosen dan karyawan UNIVERSITAS AMIKOM yang telah memberikan ilmu dan pengalaman.
4. Kedua orang tua atas dukungan berupa doa dan meteril selama perkuliahan dan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Teman - teman Liqo yang telah memberi support dan semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
6. Semua teman - teman kelas 13 S1SI 08 yang telah menemani dari awal perkuliahan sampai dengan sekarang ini.

7. Teman - teman semua yang penulis tidak bisa sebutkan satu per satu, karena kebaikan dan motivasi kalian skripsi ini bisa selesai.
8. Serta semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan serta masih jauh dari kata sempurna. Maka dari itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diperlukan. Semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dalam menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya dalam bidang Ecommerce.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas kesediaannya untuk membaca dan memahami skripsi ini.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 14 Maret 2017

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
INTISARI.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah.....	2
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian	3
1.5 Metode Penelitian.....	4
1.5.1 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.5.2 Metode Analisis	5
1.5.3 Metode Perancangan	5
1.5.4 Metode <i>Testing</i>	6
1.6 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.2 <i>E-commerce</i> (Perdagangan Elektronik).....	10
2.3 Layanan Jejaring Sosial.....	11
2.3.1 Macam-Macam Layanan Jejaring Sosial	12
2.4 <i>Facebook Ads</i>	14

2.4.1	Pengertian <i>Facebook Ads</i>	14
2.4.2	Sejarah <i>Facebook Ads</i>	14
2.4.3	Keuntungan <i>Facebook Ads</i>	15
2.5	<i>Edgerank</i>	17
2.5.1	<i>Affinity</i>	17
2.5.2	<i>Weight</i>	18
2.5.3	<i>Decay</i>	18
2.6	<i>Facebook Fanpage</i>	18
2.7	<i>Facebook Ads Manager</i>	19
2.8	<i>Ads Copy</i>	19
2.9	<i>Target Audience</i>	19
2.10	<i>Graph Search</i>	19
2.11	<i>Split Testing</i>	20
2.12	<i>Scale</i>	20
2.13	Analisis	21
2.13.1	Analisis SWOT	21
2.14	Tool yang Digunakan	22
2.14.1	<i>Browser Google Chrome</i>	22
2.14.2	<i>Power Editor</i>	23
2.14.3	<i>Custom Audience</i>	24
2.14.4	<i>Facebook Pixel</i>	25
2.14.5	<i>The Graph</i>	27
2.14.6	<i>InsightZilla</i>	28
2.14.7	<i>Paint</i>	30
2.14.8	<i>Camtasia Studio</i>	31
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN		32
3.1	Tinjauan Umum	32
3.1.1	Tentang Website Toko Online Raitsa Store	32
3.1.2	Visi	32
3.1.3	Misi	32
3.2	Analisis Masalah	33

3.2.1	Identifikasi Masalah	33
3.2.2	Metode Analisis (SWOT)	34
3.2.3	Analisis Kelayakan.....	38
3.3	Perancangan Facebook Ads.....	39
3.3.1	Produk	40
3.3.2	<i>Ads Copy</i>	40
3.3.3	<i>Targeting</i>	43
3.3.4	<i>Objective Iklan Facebook Ads</i>	46
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Pemilihan Produk	54
4.1.1	Riset Produk	54
4.2	Posting di Website	60
4.3	Pemasangan <i>Facebook Pixel</i>	60
4.4	Pembuatan <i>Ads Copy</i>	64
4.5	<i>Posting Fanpage</i>	65
4.6	<i>Ads Manager</i>	66
4.7	<i>Riset Target Audience</i>	68
4.7.1	<i>Audience Insight</i>	69
4.7.2	<i>InsghtZilla</i>	78
4.8	Membuat Iklan	82
4.8.1	Menentukan Tipe Iklan	83
4.8.2	<i>Tergeting Audience</i>	83
4.8.3	<i>Budget dan Jadwal</i>	88
4.8.4	<i>Page & Post</i>	91
4.9	<i>Split Test</i>	94
4.10	<i>Scaling</i>	95
4.11	Hasil Penerapan	96
4.11.1	Jumlah interaksi pada iklan.....	96
4.11.2	<i>Trafik</i> pada website	97
4.11.3	Penjualan.....	101
BAB V Penutup		102

5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	104



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 1 Analisis SWOT	36
Tabel 4.1 1 Penjualan.....	101



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Browser Google Chrome</i>	23
Gambar 2.2 <i>Power Editor</i>	24
Gambar 2.3 <i>Cutom Audience</i>	25
Gambar 2.4 <i>Facebook Pixel</i>	26
Gambar 2.5 <i>The Graph</i>	28
Gambar 2.6 <i>InsightZilla</i>	29
Gambar 2.7 <i>Paint</i>	30
Gambar 2.8 <i>Camtasia Studio</i>	31
Gambar 3.1 <i>Ads Copy</i>	41
Gambar 3.2 <i>Objective Iklan Awarness</i>	46
Gambar 3.3 <i>Objective Iklan Cosideration</i>	48
Gambar 3.4 <i>Objective Iklan Conversion</i>	51
Gambar 4.1 Halaman Utama Tokopedia.....	55
Gambar 4.2 Pencatatan Produk.....	55
Gambar 4.3 Produk Terpilih	56
Gambar 4.4 <i>Login The Gaph</i>	57
Gambar 4.5 Pencarian Psotingan Menggunakan <i>The Graph</i>	58
Gambar 4.6 <i>Postingan Kompetitor</i>	59
Gambar 4.7 <i>Posting ke Website</i>	60
Gambar 4.8 Pemasangan <i>Facebook Pixel</i>	62
Gambar 4.9 Melihat Kode <i>Pixel</i>	62
Gambar 4.10 Kode <i>Facebook Pixel</i>	63
Gambar 4.11 <i>Pixel Aktif</i>	64
Gambar 4.12 Contoh <i>Ads Copy</i>	65
Gambar 4.13 Posting <i>Fanspage</i>	66
Gambar 4.14 Menuju <i>Ads Manager</i>	67
Gambar 4.15 Tampilan <i>Menu Ads Manager</i>	68
Gambar 4.16 <i>Menu Pixels</i>	69

Gambar 4.17 <i>Audience Insight</i>	70
Gambar 4.18 <i>Sorting Audience Insight</i>	71
Gambar 4.19 <i>Data Audience Insight</i>	72
Gambar 4.20 <i>Data Page Like</i>	73
Gambar 4.21 <i>Data Lokasi</i>	74
Gambar 4.22 <i>Data Device</i>	75
Gambar 4.23 Hasil <i>Page Like</i>	76
Gambar 4.24 <i>Page Like Berdasarkan Affinity Terbesar</i>	77
Gambar 4.25 Mengakses <i>InsightZilla</i>	78
Gambar 4.26 Tampilan <i>InsightZilla</i>	79
Gambar 4.27 Riset <i>Interest</i> dengan <i>InsightZilla</i>	80
Gambar 4.28 Hasil Riset <i>InsightZilla</i>	81
Gambar 4.29 <i>Interaset</i> yang terpilih	82
Gambar 4.30 Membuat Iklan <i>Facebook</i>	82
Gambar 4.31 Menentukan Tipe Iklan	83
Gambar 4.32 Menentukan Target <i>Audience</i>	85
Gambar 4.33 Mengisi <i>Interaset</i> dan Bahasa	86
Gambar 4.34 Menentukan <i>Placement</i>	87
Gambar 4.35 Menentukan <i>Budget</i> Iklan	89
Gambar 4.36 <i>Privew Target Audience</i>	90
Gambar 4.37 Memlih <i>Post</i> dan Halaman	91
Gambar 4.38 <i>Preview</i> Iklan	92
Gambar 4.39 Tombol <i>Place Order</i>	93
Gambar 4.40 <i>Review</i> Iklan Oleh <i>Facebook</i>	93
Gambar 4.41 <i>Split Test</i>	94
Gambar 4.42 Contoh <i>Scaling</i>	95
Gambar 4.43 Hasil Interaksi	96
Gambar 4.44 Hasil <i>Trafik Website</i>	97
Gambar 4.45 Iklan Performa Terbaik	98

INTISARI

Perkembangan perdagangan melalui internet atau E-commerce setiap tahunnya mengalami peningkatan seiring dengan membaiknya infrastruktur jaringan internet, pertumbuhan pengguna smartphone dan penertrasi bank dalam memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk bertransaksi secara online.

Hal ini tentunya merupakan sebuah peluang besar bagi mereka yang ingin mencoba mencari peruntungan dengan berdagang melalui internet atau online. Tapi masalahnya banyak dari mereka kesulitan dalam berjualan online, khususnya bagaimana cara untuk membidik target pasar yang relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Maka dari itu penulis pada penelitian ini mencoba untuk melakukan sebuah studi kasus tentang bagaimana cara membidik target pasar yang relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan adalah dengan beriklan menggunakan Facebook Ads, yaitu dengan mentargetkan Interest, Lokasi, Demographi, Gander, Umur, Kebiasaan, dan lain sebagainya, untuk mendapatkan target market sesempit dan serelevan mungkin.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi mereka yang ingin berjualan di internet atau online, khususnya bagaimana cara untuk meningkatkan penjualan dengan biaya cukup murah dengan target pasar yang luas namun tertarget dan relevan dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

Kata Kunci : Facebook Ads, Target Pasar, E-Commerce, Online

ABSTRACT

The development of trade through the Internet or e-commerce annually increased in line with the improvement of the Internet network infrastructure, the growth of smartphone users and penetration of banks in providing convenience to the public to transact online. This is certainly a great opportunity for those who want to try to seek his fortune by trading through the internet or online. But the problem many of their difficulties in selling online, especially how to shoot the target markets that are relevant to the products or services offered.

Thus the authors on this study tries to do a case study on how to shoot the target markets that are relevant to the products or services offered with the aim to increase sales. The method used is to advertise using Facebook Ads, namely by targeting Interest, Location, Demographi, Gander, age, habits, etc., to get the target market as narrow and as relevant as possible.

This research is expected to be beneficial for those who want to sell on the internet or online, especially how to increase sales cost is quite cheap with a broad target market but targeted and relevant to the product or service being offered.

Keyword : Facebook Ads, Target Market, E-Commerce, Online

