

Baskhara's Mind
by Rendy Baskhara

MODUL 08 · FASE 3 · KONVERSI & RETENSI

Landing Page & Conversion Rate Optimization

Ubah lebih banyak pengunjung menjadi pembeli: struktur landing page yang menjual, membangun halaman tanpa coding dengan bantuan AI, dan eksperimen A/B yang benar.

4 jam | 4 pelajaran | Level: Menengah | Full-Stack Digital Marketing & AI

RINGKASAN MODUL

Setelah modul ini kamu bisa

- ✓ Menyusun struktur landing page dengan 10 blok yang menjual
- ✓ Menulis copy above-the-fold yang lolos uji 5 detik
- ✓ Membangun landing page tanpa coding dengan bantuan AI
- ✓ Melakukan audit CRO dengan heuristic LIFT dan data perilaku
- ✓ Merancang dan membaca eksperimen A/B dengan benar

TOOLS YANG DIPAKAI

Carrd / Framer / WordPress / Webflow

Claude / ChatGPT (untuk generate HTML)

Microsoft Clarity | PageSpeed Insights | GA4

HASIL AKHIR (DELIVERABLE)

1 landing page yang tayang + audit CRO + rencana 3 eksperimen A/B

AGENDA

Isi modul 08

- **08.1** Anatomi landing page yang menjual
- **08.2** Membangun landing page tanpa coding
- **08.3** Audit CRO: menemukan kenapa orang tidak membeli
- **08.4** Eksperimen A/B yang benar
- Checklist & post-test

MODUL 08

Pengantar

Menggandakan conversion rate dari 1% ke 2% memberi hasil yang sama dengan menggandakan budget iklan — tapi tanpa biaya iklan tambahan. Itulah kenapa CRO (conversion rate optimization) adalah salah satu keterampilan dengan ROI tertinggi bagi full-stack marketer.

08.1

PELAJARAN 1 DARI 4

Anatomi landing page yang menjual

PELAJARAN 08.1

Anatomi landing page yang menjual

Landing page adalah halaman dengan **satu tujuan**: membeli, chat, daftar, atau isi form. Berbeda dengan homepage yang melayani banyak tujuan.

10 blok landing page

#	BLOK	FUNGSI
1	**Hero** — headline, subheadline, visual produk, CTA	Menjawab "apa ini & kenapa peduli" dalam 5 detik
2	**Bukti cepat** — rating, jumlah pelanggan, logo media/klien	Membangun kepercayaan awal
3	**Masalah** — pain persona dalam bahasa mereka	"Ini gue banget"
4	**Solusi & cara kerja** — 3 langkah sederhana	Membuat terlihat mudah
5	**Manfaat** — 3–5 manfaat (bukan fitur) dengan ikon/visual	Membangun keinginan
6	**Bukti sosial** — testimoni, foto/video pelanggan, review	Mengurangi risiko yang dirasakan
7	**Offer** — apa yang didapat, harga, bonus, perbandingan nilai	Menjelaskan nilai

PELAJARAN 08.1

Anatomi landing page yang menjual lanjutan

#	BLOK	FUNGSI
8	**Risk reversal** — garansi, kebijakan tukar/refund	Menghapus keberatan terbesar
9	**FAQ** — 5–8 keberatan yang dijawab	Menjawab sebelum ditanya
10	**CTA penutup** — ulangi offer + tombol	Untuk yang membaca sampai habis

TIPS PRAKTIS

Ambil isi blok 3, 6, dan 9 langsung dari VoC (Modul 01). Masalah dalam kata-kata pelanggan, testimoni asli, dan FAQ dari pertanyaan yang benar-benar sering muncul di chat.

PELAJARAN 08.1

Anatomi landing page yang menjual lanjutan

Above the fold & uji 5 detik

Tunjukkan halamanmu ke 3 orang selama 5 detik, lalu tutup. Tanyakan:

1. Ini produk/layanan apa?
2. Untuk siapa?
3. Apa yang harus kamu lakukan selanjutnya?

Kalau jawabannya meleset, perbaiki headline dan hero sebelum mengubah hal lain.

Formula headline hero

- **Hasil + tanpa pain**: "Kopi susu ala kafe di rumah — tanpa pahit, tanpa alat mahal"
- **Untuk siapa + hasil**: "Untuk kamu yang WFH: kopi enak dalam 5 menit, Rp4.000 per gelas"
- **Angka spesifik**: "2.000+ pelanggan sudah menemukan rasa kopinya. Sekarang giliranmu."

08.2

PELAJARAN 2 DARI 4

Membangun landing page tanpa coding

PELAJARAN 08.2

Membangun landing page tanpa coding

Pilihan platform

PLATFORM	COCOK UNTUK	CATATAN
Carrd	Halaman sederhana, sangat murah	Cepat, terbatas fitur
Framer / Webflow	Desain modern, animasi	Kurva belajar sedang
WordPress + Elementor/Gutenberg	Website lengkap + blog SEO	Fleksibel, perlu dirawat & dijaga kecepatannya
Shopify	Toko online	Checkout & pembayaran terintegrasi
HTML statis buatan AI + Netlify/Vercel	Halaman sangat cepat, gratis hosting	Butuh sedikit keberanian mengedit kode

PELAJARAN 08.2

Membangun landing page tanpa coding lanjutan

Membangun dengan bantuan AI

Asisten AI seperti Claude dan ChatGPT bisa menghasilkan landing page HTML lengkap yang bisa langsung kamu pratinjau dan unggah ke hosting gratis (Netlify Drop, Vercel, GitHub Pages). Cara ini menghasilkan halaman yang sangat cepat — bagus untuk konversi dan SEO.

PROMPT AI

Generate landing page HTML siap tayang

```
Buat landing page satu file HTML (CSS di dalam tag style, tanpa framework, tanpa library eksternal kecuali Google Fonts) untuk:

Brand brain: [TEMPEL]
Offer: [DETAIL OFFER + HARGA + BONUS + GARANSI]
Tujuan halaman: [CONTOH: KLIK KE WHATSAPP wa.me/62XXXXXXXXX DENGAN PESAN "Halo, saya mau pesan Paket Sampler"]
Testimoni asli: [TEMPEL 3–5 TESTIMONI + NAMA/INISIAL]
FAQ: [TEMPEL 6 PERTANYAAN DARI CHAT PELANGGAN]

Struktur: hero (headline, subheadline, CTA, tempat gambar produk), bukti cepat, masalah, cara kerja 3 langkah, manfaat, testimoni, offer,
garansi, FAQ (accordion), CTA penutup, footer.
Syarat teknis:
```

PELAJARAN 08.2

Membangun landing page tanpa coding lanjutan

PROMPT AI

Generate landing page HTML siap tayang

```
- Mobile-first, terbaca baik di layar 360px, tombol minimal tinggi 48px
- Tombol CTA sticky di bagian bawah layar pada mobile
- Gambar memakai placeholder dengan atribut width/height dan loading="lazy" (kecuali gambar hero)
- Meta title, meta description, dan Open Graph terisi
- Kontras teks memenuhi standar aksesibilitas
- Ukuran total ringan; tidak ada JavaScript kecuali untuk FAQ
Tulis copy dalam bahasa Indonesia sesuai tone brand. Jangan mengarang testimoni — pakai hanya yang saya berikan.
```

⚠ HATI-HATI

Setelah AI menghasilkan halaman: cek semua link dan nomor WhatsApp, ganti placeholder dengan foto asli (kompres dulu, format WebP), uji di HP sungguhan, dan jalankan PageSpeed Insights. Jangan pernah memakai testimoni atau angka yang tidak benar.

08.3

PELAJARAN 3 DARI 4

Audit CRO: menemukan kenapa orang tidak membeli

PELAJARAN 08.3

Audit CRO: menemukan kenapa orang tidak membeli

Heuristic LIFT

Evaluasi halaman dengan enam faktor:

1. **Value proposition** — seberapa jelas dan menarik nilainya? (faktor utama)
2. **Relevansi** — apakah halaman sesuai dengan iklan/keyword yang membawa orang ke sini?
3. **Kejelasan** — apakah pesan, desain, dan CTA mudah dipahami?
4. **Urgensi** — apakah ada alasan (jujur) untuk bertindak sekarang?
5. **Kecemasan** — apa yang membuat orang ragu? (harga, keamanan, kepercayaan, ongkir)
6. **Distraksi** — apa yang mengalihkan dari tujuan utama? (menu, link keluar, pop-up)

PELAJARAN 08.3

Audit CRO: menemukan kenapa orang tidak membeli lanjutan

Data perilaku: lihat apa yang dilakukan pengunjung

Microsoft Clarity (gratis) merekam sesi pengunjung dan membuat heatmap:

- **Heatmap klik** — elemen mana yang diklik (termasuk yang bukan tombol — tanda kebingungan).
- **Scroll map** — sampai mana orang menggulir. Kalau 70% berhenti sebelum offer, pindahkan offer ke atas.
- **Session recording** — tonton 20–30 rekaman. Cari pola: ragu, bolak-balik, *rage click*.
- **Dead click & rage click** — indikator frustrasi.

Kombinasikan dengan GA4 (Modul 11): conversion rate per perangkat, per sumber traffic, dan per halaman.

PROMPT AI

Audit CRO landing page

```
Kamu adalah CRO specialist. Audit landing page berikut dengan framework LIFT (value proposition, relevansi, kejelasan, urgensi,
kecemasan, distraksi).

Isi halaman (teks lengkap atau screenshot): [TEMPEL]
Sumber traffic utama & pesan iklannya: [CONTOH: META ADS DENGAN ANGLE "HEMAT"]
```

PELAJARAN 08.3

Audit CRO: menemukan kenapa orang tidak membeli lanjutan

PROMPT AI

Audit CRO landing page

```
Data: [CVR, BOUNCE/ENGAGEMENT RATE, SCROLL DEPTH, CATATAN DARI CLARITY]
Persona & keberatan utama: [RINGKAS]

1. Beri skor 1–5 untuk setiap faktor LIFT dengan bukti spesifik dari halaman.
2. Daftar 10 masalah, urutkan dengan skor PIE (Potential, Importance, Ease — masing-masing 1–10).
3. Untuk 5 masalah teratas, tulis rekomendasi perbaikan konkret (sampai ke contoh copy baru).
4. Ubah 3 rekomendasi teratas menjadi hipotesis A/B test dengan format: Jika [perubahan], maka [metrik] akan [naik/turun], karena [insight].
```

08.4

PELAJARAN 4 DARI 4

Eksperimen A/B yang benar

PELAJARAN 08.4

Eksperimen A/B yang benar

Langkah eksperimen

1. **Hipotesis** — format *Jika… maka… karena…* berbasis data atau VoC.
2. **Metrik utama** — satu metrik keputusan (misalnya CVR klik WhatsApp). Tambahkan metrik pengaman (misalnya AOV tidak turun).
3. **Ukuran sampel & durasi** — hitung dengan kalkulator ukuran sampel A/B (banyak tersedia gratis). Jalankan minimal **1–2 minggu penuh** agar mencakup pola hari kerja & akhir pekan.
4. **Jalankan** — bagi traffic secara acak. Jangan mengubah hal lain selama tes.
5. **Analisis** — cek signifikansi statistik dan apakah hasilnya masuk akal.
6. **Dokumentasikan** — menang, kalah, atau seri, catat pelajarannya di log eksperimen.

PELAJARAN 08.4

Eksperimen A/B yang benar lanjutan

Kalau traffic masih kecil

A/B test butuh traffic yang cukup. Untuk situs kecil (misalnya kurang dari beberapa ratus konversi per bulan):

- Uji **perubahan besar** (offer baru, headline yang sangat berbeda, struktur halaman berbeda), bukan warna tombol.
- Gunakan **uji sebelum–sesudah** dengan periode yang sebanding, sambil sadar hasilnya kurang pasti.
- Andalkan **riset kualitatif**: uji 5 detik, wawancara pelanggan, rekaman sesi.
- Uji pesan lebih dulu **di iklan** (lebih cepat mendapat data), lalu bawa pemenangnya ke landing page.

Log eksperimen

ID	TANGGAL	HALAMAN	HIPOTESIS	METRIK	HASIL	PELAJARAN
E01	3–17 Nov	/sampler	Garansi di dekat tombol menurunkan kecemasan	CVR klik WA	+18% (signifikan)	Keberatan "takut tidak cocok" nyata → pakai di iklan juga

PELAJARAN 08.4

Eksperimen A/B yang benar lanjutan

TUGAS MODUL 08

1. Bangun **1 landing page** untuk offer utamamu (platform bebas, atau HTML dari AI + Netlify).
2. Lakukan **uji 5 detik** dengan 3 orang dan revisi hero sesuai hasilnya.
3. Pasang **Microsoft Clarity** dan GA4 (detail GA4 di Modul 11). Uji kecepatan dengan PageSpeed Insights.
4. Lakukan **audit CRO** dengan prompt LIFT.
5. Tulis **3 hipotesis eksperimen** dan buat **log eksperimen** di Google Sheets.

PENUTUP MODUL

Checklist modul

Centang di halaman modul yang sudah kamu kerjakan. Kalau semua tercentang, kamu siap lanjut.

- Landing page saya lolos uji 5 detik dengan 3 orang
- Halaman memuat dengan baik di HP dan LCP ≤ 2,5 detik
- Ada satu CTA utama yang konsisten di seluruh halaman
- Microsoft Clarity (atau sejenisnya) sudah terpasang
- Saya sudah menulis 3 hipotesis eksperimen dengan format jika–maka–karena

PENILAIAN UTAMA MODUL

Saatnya post-test.

Post-test dikerjakan online di halaman modul. Soal dan pilihan diacak setiap percobaan, dan nilai terbaikmu dipakai untuk sertifikat.

10	≥ 80%	14
soal studi kasus & hitungan	nilai minimal lulus	post-test untuk sertifikat

rendybaskhara.com/belajar/modul/landing-page-cro/#posttest

LANGKAH BERIKUTNYA

Modul 08 selesai. Terus bergerak.

MODUL BERIKUTNYA

09. WhatsApp, Email, CRM & Retensi

rendybaskhara.com/belajar/modul/whatsapp-email-crm-retensi/

MENTORING 1:1

Deliverable kamu di-review langsung oleh Rendy

rendybaskhara.com/belajar/#paket · r3ndy.2394@gmail.com