

Cara mencegah tipuan Google Analytic untuk memperoleh data valid bagi bisnis



Analisa berpotensi pula sebagai "jurang kegagalan" bisnis online. Hampir sebagian besar aktivitas bisnis daring sangat tergantung dengan tools. Salah satu tools paling sering dipakai yaitu Google Analytic.

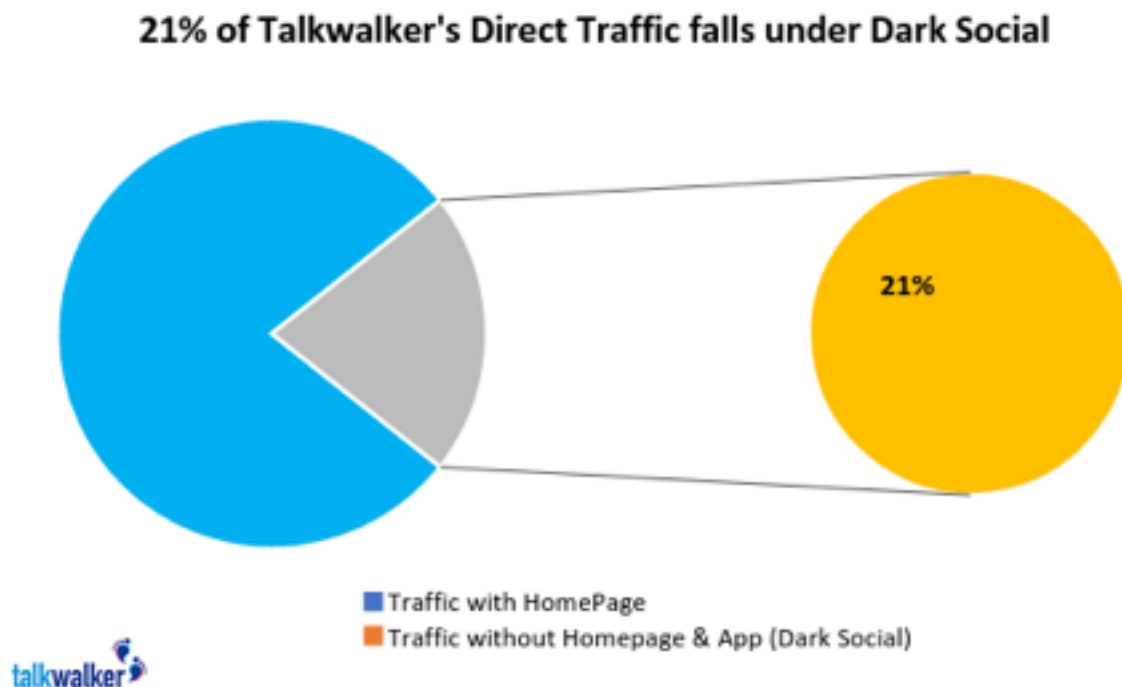
Data bisa menjadi "penipu" terbaik bagi pertumbuhan bisnis daring. Apakah Anda sudah tahu itu?

Di artikel ini, saya akan bagikan beragam potensi statistik "penipu" yang bikin bisnis daring berjalan tanpa arah. Kenapa saya bilang tanpa arah? Setiap bisnis pasti memiliki goal atau minimal ke arah mana bisnis mereka berjalan. Dan, statistik menjadi penuntun mereka. Sayangnya, beberapa data statistik malah cenderung menampilkan angka tanpa indikator yang tepat. Salah satunya....

Dark traffic seringkali memberi kebahagiaan semu

Dark traffic merupakan sumber trafik yang tidak terdeteksi oleh Google Analytic Anda. Jumlah angkanya masuk perhitungan, tetapi dari mana trafik tersebut datang masih "abu-abu". Oleh sebab itu, traffic ini disebut sebagai dark traffic.

Kasus ini dialami oleh TalkWalker, mereka menemukan bahwa 21% dari trafik yang datang ke situsnya merupakan dark traffic.



Apa yang dialami oleh TalkWalker pun terjadi pada Groupon. Namun, darimana mereka berasal itu tidak teridentifikasi dengan baik. Groupon hanya bisa mengetahui bahwa 60% dari direct traffic situs mereka merupakan organic search.

Bagaimana menyelesaikan permasalahan ini?

Anda gunakan layanan Google UTM Builder, apa itu? Ini merupakan layanan dari Google untuk mendefinisikan darimana mana sumber trafik datang. Silakan berkunjung ke sini (<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder>)

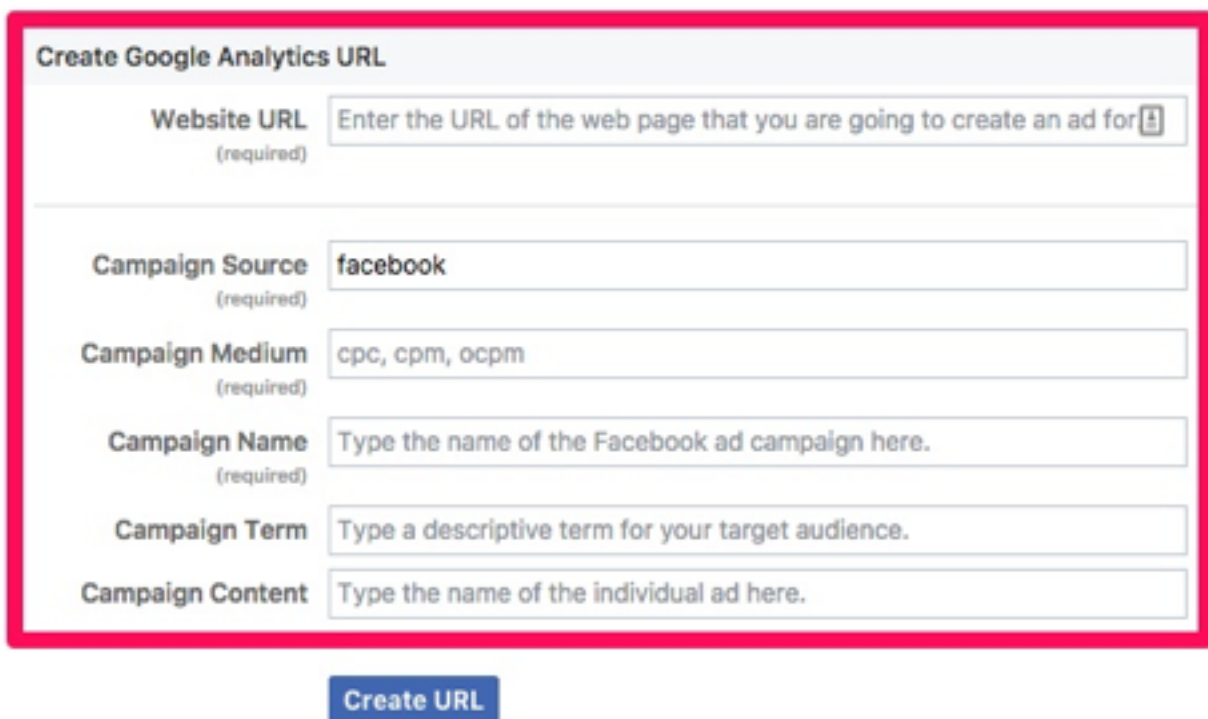
Trafik dari social referral sangat penting untuk dimonitor

Sosial media merupakan sumber trafik paling potensial di era saat ini. Umumnya, trafik dari media social hanya terdeteksi sebagai "referral source" oleh Google Analytic. Tentu, informasi tersebut masih sangat kurang jelas bagi Anda.


Berasal dari sosial media yang mana? Itulah pertanyaan besar yang perlu Anda jawab. Dan, kasus ini sudah muncul sejak 2014. Bahkan, di tahun 2018 pun masih terulang. Sama seperti subbab di atas, Anda kondisikan supaya url tersebut sudah didesain sedemikian supaya bisa diidentifikasi oleh Google. Caranya masih tetap sama, memakai Google UTM (<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder>). Namun, bagi pengguna Facebook ada alternatif lain yaitu Facebook URL builder (https://web.facebook.com/business/google-analytics/build-your-url?_rdc=1&_rdr). Contohnya seperti:

Google Analytics URL Builder

Create URLs for custom campaigns for website tracking.



The image shows a screenshot of the Google Analytics URL Builder interface, enclosed in a thick red border. The form is titled "Create Google Analytics URL" and contains several input fields with labels and placeholder text. Below the form is a blue button labeled "Create URL".

Create Google Analytics URL	
Website URL (required)	Enter the URL of the web page that you are going to create an ad for 
Campaign Source (required)	facebook
Campaign Medium (required)	cpc, cpm, ocpm
Campaign Name (required)	Type the name of the Facebook ad campaign here.
Campaign Term	Type a descriptive term for your target audience.
Campaign Content	Type the name of the individual ad here.

Create URL

Upaya ini terbilang efektif untuk mengetahui sumber trafik situs bisnis. Untuk memudahkan, silakan menuliskan campaign apa dan tanggal berapa Anda membuatnya.

Jangan sombong bila melihat jumlah visitor yang membludak

Kesombongan akan membutakan Anda. Salah satunya soal statistik ini. Umumnya, pemilik situs merasa bangga dengan jumlah viewer. Namun, lupa dengan data bounce rate situs. Misalnya seperti ini:

	Page	Source / Medium	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate
			1,257,986 % of Total: 100.00% (1,257,986)	1,105,161 % of Total: 100.00% (1,105,161)	00:02:04 Site Avg: 00:02:04 (0.34%)	824,029 % of Total: 100.00% (824,029)	83.83% Site Avg: 83.83% (-0.04%)
1	/blog-video/how-to-improve-your-gut-health/	(direct) / (none)	88,751 (7.06%)	83,429 (7.55%)	00:05:10	83,068 (10.08%)	93.59%
2	/blog-video/how-to-improve-your-gut-health/	m.facebook.com / referral	30,771 (2.43%)	28,745 (2.60%)	00:05:41	28,348 (3.44%)	93.04%
3	/blog-video/how-to-improve-your-gut-health/	ln.facebook.com / referral	31,399 (2.50%)	28,977 (2.62%)	00:06:34	28,894 (3.51%)	92.11%
4	/blog-video/how-to-improve-your-gut-health/	facebook.com / referral	22,556 (1.79%)	21,811 (1.97%)	00:05:08	21,394 (2.60%)	93.84%
5	/recipe/avo-toast/	m.facebook.com / referral	30,559 (2.43%)	28,272 (2.56%)	00:02:23	28,149 (3.42%)	89.71%
6	/blog-video/how-to-improve-your-gut-health/	l.facebook.com / referral	18,478 (1.47%)	17,383 (1.57%)	00:05:41	17,191 (2.09%)	91.08%

Kondisi demikian tidak menggambarkan pertumbuhan yang sehat. Sebaliknya, ini tanda bahwa ada yang salah dengan situs bisnis. Jumlah visitor menandakan bahwa campaign digital sukses menarik minat para pengunjung untuk datang. Namun, dalam sekejap mereka pun pergi dari situs.

Apa yang salah dari situs Anda?

Cobalah melakukan analisa secara cermat terhadap bisnis. Semakin cermat proses analisa, semakin tepat penyelesaian yang perlu dilakukan. Jangan sampai Anda bangga dengan jumlah pengunjung banyak dan bounce rate yang sama banyaknya.

Proses analisa memang sangat dibutuhkan oleh bisnis online. Pemilihan tools akan menjadi salah satu upaya terbaik. Namun, hal itu akan berubah jadi musibah tanpa ada "kecermatan" dalam melihat data. Selidiki kembali setiap sumber trafik pengunjung situs. Dan, jangan bangga hanya dengan melihat angka-angka besar saja.

Source:

<https://www.pexels.com/>

<https://blog.kissmetrics.com/referral-paths-in-google-analytics/>

<https://www.talkwalker.com/blog/dark-social-the-black-hole-of-your-referral-traffic>

<https://neilpatel.com/blog/google-analytics-lies/>