



Project Based Internship

A/B Testing

Usability Testing

Daftar Isi

A. Apa Itu A/B Testing?	3
B. Cara Kerja A/B Testing	4
C. Jenis A/B Testing	5
D. Fungsi A/B Testing	6
E. Elemen untuk Dilakukan A/B Testing	7
F. Langkah-Langkah untuk Melakukan A/B Testing	8
References	11

A. Apa Itu A/B Testing?

Dalam menentukan sebuah produk dan strategi marketing, kamu tidak bisa sepenuhnya menggantungkan diri pada timmu saja. Bisa saja kalian merasa strategi itu sudah sesuai. Padahal, pelanggan melihat banyak kekurangan dari strategi tersebut. Oleh karena itu, kamu perlu melihat dari sudut pandang pelanggan juga. Nah, di situlah peran A/B testing. Apa itu A/B testing? Dilansir dari Neil Patel, A/B testing adalah metode terbaik yang bisa kamu lakukan untuk mengetahui strategi promosi dan pemasaran online terbaik dari bisnismu.

Adapun menurut Harvard Business Review, A/B testing adalah cara untuk membandingkan dua versi dari suatu hal demi mengetahui mana yang bekerja lebih baik. Biasanya, eksperimen yang satu ini dilakukan dengan menguji dua hal berbeda pada dua kelompok. Jadi, kamu bisa melihat strategi seperti apa yang lebih disukai oleh pelanggan.

Apa saja yang bisa dibandingkan dalam A/B testing? Banyak. Semua hal yang terkait dengan strategi promosi dan pemasaran online bisa dilakukan menggunakan eksperimen yang satu ini. Sebagai contoh, kamu sedang membuat landing page untuk situs perusahaan. Kemudian, kamu ingin membandingkan dua warna button yang berbeda. Kamu bisa membuat satu landing page dengan button “Subscribe now!” berwarna biru dan satunya berwarna putih. Kemudian, kamu bandingkan landing page mana yang lebih banyak mendorong orang untuk men-subscribe newsletter situsmu.

Umumnya A/B testing hanya dilakukan dengan membandingkan satu hingga dua hal minor dalam sebuah strategi pemasaran online. Jika membandingkan dua hal yang terlalu berbeda, kamu justru tidak bisa melihat mana bagian yang paling berpengaruh bagi keputusan pelanggan.

Setelah mengetahui hasil A/B testing, kamu bisa mengumpulkan data tersebut dan menjadikannya sebagai landasan kamu dalam membuat landing page yang sesuai. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa A/B testing adalah sesuatu yang berhubungan erat dengan data, seperti dikutip dari Unbounce.

B. Cara Kerja A/B Testing

Dalam konteks digital marketing, AB testing dilakukan dengan menayangkan konten versi A (kontrol) kepada 50% pengunjung, dan konten versi B (pembanding) kepada 50% pengunjung lainnya. Versi yang membuahkan hasil lebih baik adalah pemenangnya, dan selanjutnya digunakan untuk jangka waktu yang lebih lama.

Misal, konten versi A membuahkan hasil lebih baik, maka kamu harus mengarahkan 100% pengunjung ke konten tersebut. Variasi konten pemenang kemudian akan menjadi konten kontrol, dan versi lain akan dibuat sebagai pembanding baru untuk pengujian lebih lanjut.

C. Jenis A/B Testing

Ada dua jenis eksperimen yang pada umumnya dilakukan dengan AB testing yang bertujuan untuk meningkatkan konversi website kamu.

1. Uji Pengalaman Pengguna

Uji pengalaman pengguna (User Experience Test) adalah jenis AB testing yang berkaitan dengan tata letak dan interaksi pengguna dengan website kamu. Sebagai contoh, kamu tentunya mempunyai tombol Call to Action (CTA) di website kamu sebagai elemen penunjang konversi. Untuk melakukan AB testing kepada elemen ini, kamu dapat membuat beberapa dua versi peletakan tombol, misal:

- Versi A: letak tombol ada di bagian atas halaman (kontrol)
- Versi B: letak tombol ada di bagian bawah halaman (pembanding)

Kamu dapat menguji pada versi halaman mana tombol itu menerima lebih banyak klik dari pengunjung website. Idealnya, kedua versi harus dilihat oleh jumlah pengunjung yang setara.

2. Uji Desain Halaman

Split testing jenis ini bertujuan untuk membandingkan dua versi visual yang berbeda dari satu halaman website. Kamu mungkin sempat berpikir bahwa tombol CTA berwarna hijau akan terlihat lebih baik di halaman sales website kamu dibanding warna merah yang saat ini digunakan.

Untuk menguji teori ini, buatlah halaman dengan perubahan warna tombol CTA saja tanpa mengubah elemen lainnya. Hal ini untuk memvalidasi keakuratan data pengujian.

D. Fungsi A/B Testing

A/B testing yang dilakukan seorang marketer bisa saja memiliki tujuan yang berbeda dengan marketer yang lain. Namun, ada beberapa fungsi A/B testing yang umum dipilih oleh sebuah perusahaan. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Menyelesaikan masalah pelanggan Salah satu fungsi utama A/B testing adalah menyelesaikan masalah pelanggan, seperti dikutip dari VW0. Biasanya, seorang pelanggan memiliki tujuan tertentu ketika membuka situs perusahaanmu. Bisa jadi mereka ingin tahu lebih lanjut tentang produk atau bahkan membelinya. Namun, terkadang ada hal-hal yang bisa menghalangi mereka dalam mencapai tujuannya. Sebagai contoh, mereka ingin membeli sebuah produk itu tetapi mereka tidak bisa menemukan tombol “Beli”. Dengan melakukan A/B testing, kamu bisa menganalisis kekurangan tersebut sehingga hal itu akan tidak terjadi lagi pada pelanggan.
2. Meningkatkan traffic website Fungsi kedua A/B testing adalah meningkatkan traffic website. Seorang pelanggan yang puas dengan situsmu akan terus mendalami bagian-bagian lain di dalam situs tersebut. Misalnya, mereka sudah membuka bagian landing page dan tertarik untuk mengklik “Ketahui lebih lanjut tentang produk ini”.

Berkat A/B testing, hal tersebut bisa terjadi dan terus menambahkan traffic website-mu.

3. Meningkatkan conversion rate A/B testing juga dapat meningkatkan conversion rate sebuah situs. Dikutip dari HubSpot, A/B testing bisa mendorong pengunjung website untuk mengikuti call-to-action (CTA) yang sudah kamu buat. Kamu bisa tahu CTA seperti apa yang sesuai dengan mereka. Kemudian, kamu bisa mendapat lebih banyak subscriber, pembelian, data pelanggan, dan apa pun yang kamu masukkan dalam CTA-mu tersebut.
4. Menurunkan bounce rate Selain tiga poin di atas, fungsi A/B testing lainnya adalah menurunkan bounce rate. Jika belum mengetahui apa itu bounce rate, kamu bisa membacanya di artikel ini. Jika melakukan A/B testing, kamu bisa tahu copywriting, anchor text, hingga desain yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Dengan demikian, mereka akan menetap lebih lama di dalam situsmu.

E. Elemen untuk Dilakukan A/B Testing

A/B testing adalah sesuatu yang krusial bagi sebuah strategi promosi. Kamu bisa melakukan uji pada berbagai elemen di dalam website-mu, antara lain sebagai berikut.

- Judul
- Call-to-action (CTA)
- Deskripsi

- Copywriting
- Foto/ilustrasi
- Layout
- Warna

F. Langkah-Langkah untuk Melakukan A/B Testing

Ada beberapa hal penting yang sebaiknya dilakukan sebelum menjalankan A/B testing website, berikut langkah-langkah dalam menjalankan A/B testing:

1. Tentukan Variabel untuk Diuji

Dalam proses menemukan formula terbaik, kamu harus melakukan uji coba berbagai elemen dari sebuah aset digital. Tentunya akan ada banyak variabel yang harus diuji. Untuk mengetahui dampak positif atau negatif dari perubahan, kamu harus melakukan uji coba tertutup kepada satu variabel dalam satu siklus A/B testing.

2. Tentukan Tujuan Pengujian

Tujuan hasil A/B testing adalah faktor penting untuk dipersiapkan sebelum memulai pengujian. Kamu harus memilih satu metrik untuk diukur dalam siklus A/B testing. Misalnya, kamu ingin meningkatkan tingkat konversi dengan menguji dua versi tampilan landing page. Maka, kamu perlu memfokuskan perbandingan pada tingkat konversi saja dan abaikan metrik lainnya seperti traffic, bounce rate, atau dwell time.

3. Tentukan Variabel Kontrol dan Pembanding

Jika kamu sudah menentukan tujuan akhir A/B testing, saatnya kamu menentukan satu variabel yang akan diubah dari dua versi aset digital yang berbeda. Sebagai contoh, jika kamu ingin meningkatkan konversi dengan mengubah warna tombol CTA, pastikan kamu hanya mengubah warna tombol CTA di halaman pembanding.

4. Tentukan Kriteria Kesuksesan

Tujuan utama dari A/B testing adalah menentukan versi mana yang mempunyai hasil lebih baik. Maka dari itu, kamu harus menentukan kriteria untuk memilih 'pemenang' dari pengujian. Apabila kamu membandingkan 2 versi judul halaman, tentukan berapa persen click-through rate (CTR) yang harus didapatkan untuk menentukan 'pemenang' dari pengujian ini.

5. Jalankan A/B Testing

Setelah menjalankan semua 4 langkah di atas, kamu dapat mulai menjalankan A/B testing dengan tool pilihan kamu. Fitur Experiments dari Google Analytics adalah salah satu tool gratis yang dapat digunakan untuk A/B testing jika kamu dapat menggunakannya.

6. Pantau Hasil Secara Reguler

Meskipun kamu sudah menentukan periode berjalannya A/B testing, kamu tetap harus melakukan monitoring secara berkala untuk melihat apakah progresi masing-masing versi sesuai dengan hipotesis kamu. Langkah ini dapat membantu kamu mempersiapkan variabel

selanjutnya untuk diuji apabila hasil A/B testing yang sedang berjalan tidak sesuai harapan.

7. Ambil Langkah Berdasarkan Hasil A/B Testing

Apabila satu variasi yang diuji membuahkan hasil yang jauh lebih baik dibandingkan pembandingnya, maka kamu sudah menemukan 'pemenang' dari proses AB testing ini. Tentunya, langkah selanjutnya adalah mengarahkan semua traffic ke variabel pemenang dan menyiapkan variasi lain untuk meningkatkan metrik lainnya. Tetapi apabila tidak ada perbedaan besar antara kedua variabel, maka dapat disimpulkan bahwa perubahan yang dilakukan tidak mempunyai dampak yang berarti. Pada kasus ini, kamu sebaiknya tidak melakukan perubahan apapun pada halaman yang diuji.

References

Menerapkan A/B Testing pada Website untuk Meningkatkan Conversion Rate

Website. (2018). School of Information Systems. Retrieved October 30, 2023,

from

<https://sis.binus.ac.id/2018/02/15/menerapkan-a-b-testing-pada-website-untuk-meningkatkan-conversion-rate-website/>

What is A/B Testing? A Practical Guide With Examples. (n.d.). VWO. Retrieved

October 30, 2023, from <https://vwo.com/ab-testing/>

What is A/B testing? With examples. (n.d.). Optimizely. Retrieved October 30, 2023,

from <https://www.optimizely.com/optimization-glossary/ab-testing/>