

ABSTRAK

Kurangnya kesadaran akan manajemen resiko merupakan salah satu penyebab kegagalan terbesar pada sebuah perusahaan. Oleh karena itu berbagai macam metoda digunakan untuk meminimalisir resiko tersebut, khususnya pada divisi pemasaran melalui media digital. Metoda yang diimplementasikan peneliti pada perusahaan Osbert English Club adalah *lean startup methodology*. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui (1) Pengaruh *lean startup methodology* menggunakan analisa uji multivariat untuk memperkecil resiko dalam pemilihan elemen iklan *digital marketing* yang paling relevan bagi para *customer* (2) Pengaruh *lean startup methodology* menggunakan analisa *batch* kecil dalam pembuatan *funnel* iklan untuk mendeteksi halaman *website* yang kurang efektif pada proses pembelian. Penelitian ini dilakukan dengan mengamati hasil data iklan digital pada *dashboard Facebook ads* yang sudah diimplementasikan dengan *lean startup methodology*, lalu mengolah hasil data tersebut menjadi dasar pemilihan elemen iklan terbaik bagi para konsumen, dan mengevaluasi halaman *website* yang kurang efektif di dalam proses pembelian berdasarkan hasil data dari fitur *pixel* yang sudah ditanam. Hasil penelitian dengan analisa uji multivariat menunjukkan iklan yang paling relevan pada perusahaan Osbert English Club untuk fokus pada pemilihan target *customer* terbaik yaitu menargetkan *customer* yang bersumber dari *website* berikut *lookalike* datanya dengan nilai CTR sebesar 2,01%, *platform* terbaik yaitu melalui *platform Facebook* dengan nilai CTR sebesar 0,2%, gender terbaik yaitu tidak ada dominasi gender pada jasa yang ditawarkan terlihat perbedaan nilai CTR hanya sebesar 0,02%, desain iklan terbaik yaitu menggunakan desain dengan objek para trainer dengan nilai CTR sebesar 0,26%, dan kata-kata pembuka terbaik yaitu menggunakan teknik WHOA dengan nilai CTR sebesar 0,28%. Sedangkan hasil untuk analisa *batch* kecil pada *website* perusahaan menunjukkan ketidakefektifan pada halaman detail program yang ditawarkan (*website content views*) melihat ada penurunan data *customer* sebesar 92% sebelum *customer* memutuskan untuk masuk ke halaman *formulir data pribadi (website leads)*.

Kata kunci : *lean startup methodology*, pemasaran digital, analisa uji multivariat, analiat *batch* kecil, manajemen resiko.

ABSTRACT

Lack of awareness about risk management is one of the biggest causes of failure in a company. Therefore various methods are used to minimize these risks, especially in the digital marketing division. The method implemented by researchers at the Osbert English Club company is lean startup methodology. The purpose of this research is to determine (1) the effect of Lean startup methodology with multivariate tes analysis to minimize the risk in choosing digital marketing content that is the most relevant for customers (2) The effect of Lean startup methodology with small-batch analysis in making ad funnel to detect website pages that are less effective in the buying process. This research was conducted by observing the results of digital advertising data on the dashboard of Facebook ads that have been implemented with lean startup methodology, processing the data results to be the basis for selecting the best advertising components for consumers, and evaluating ineffective website pages in the buying process based on data results from the pixel features that have been embedded. The results of the study with multivariate tes analysis shows that the most relevant advertisements on Osbert English Club companies with a focus on the selection of the best target customers is targeting customers sourced from the following website lookalike data with a CTR value of 2.01%, the best platform is through the Facebook platform with a CTR value of 0.2%, the best gender focus is no gender dominance in the services offered, it can be seen that the CTR value difference is only 0.02%, the best advertising desain is using a desain with objects of trainers with a CTR value of 0,26%, and the best opening words is using the WHOA technique with a CTR value of 0.28%. While the results for a small-batch analysis on the company's website indicate that there is an ineffective-page on the program detail page (website content views) offered to see a 92% decrease in customer data before the customer decides to enter the personal data form page (website leads).

Keywords: *lean startup methodology, digital marketing, multivariate test analysis, small-batch analysis, risk management.*