

Laporan Performa SEO Bulanan

ACKO Retail Indonesia | acko.co.id

Periode Laporan: Mei 2025 (vs. April 2025)
Disusun oleh: Tim Digital Marketing ACKO
Tanggal Rilis: 5 Juni 2025

Organic Traffic	Keyword Ranking	Konversi Organik	ROI Estimasi
48.720	#3 avg	312 leads	6,2x
+18% MoM	+4 pos. MoM	+27% MoM	vs. bulan lalu

RINGKASAN EKSEKUTIF

Apa yang Terjadi Bulan Ini dan Apa Artinya untuk Bisnis ACKO

Mei 2025 adalah bulan terkuat ACKO secara SEO dalam 6 bulan terakhir. Organic traffic menembus angka 48.720 sesi, naik 18% dari April 2025. Yang lebih penting: kenaikan traffic kali ini diikuti oleh kenaikan konversi yang proporsional, membuktikan bahwa traffic yang masuk semakin berkualitas dan sesuai dengan search intent calon pembeli. Laporan ini menyajikan data dari tiga layer metrik: Visibility, Traffic, dan Business Impact, sehingga Anda dapat membaca performa SEO ACKO dari sudut pandang bisnis, bukan hanya teknis.

Scorecard Ringkas

METRIK	APRIL 2025	MEI 2025	PERUBAHAN	STATUS
Impressions Total	310.400	388.500	+25.2%	NAIK
Avg. Keyword Ranking	#7,2	#3,1	+4 posisi	NAIK
Keyword di Top 10	84 keyword	127 keyword	+51.2%	NAIK
Organic Traffic (sesi)	41.280	48.720	+18.0%	NAIK
CTR Rata-Rata	4,1%	5,8%	+1,7 poin	NAIK
Bounce Rate	58,3%	51,7%	-6,6 poin	BAIK
Avg. Engagement Duration	1m 42d	2m 14d	+32 detik	NAIK
Konversi Organik (leads)	246	312	+26.8%	NAIK
Conversion Rate Organik	0,60%	0,64%	+0,04 poin	NAIK
Est. Revenue dari Organic	Rp 184 jt	Rp 241 jt	+30.9%	NAIK
ROI Estimasi SEO	4,8x	6,2x	+1,4x	NAIK

■ Layer 1: Visibility Metrics ■ Layer 2: Traffic Metrics ■ Layer 3: Business Impact Metrics

3 Highlight Utama Bulan Ini

- 1

Keyword ranking melonjak signifikan

127 keyword kini berada di posisi Top 10 Google, naik dari 84 keyword bulan lalu. Ini hasil langsung dari optimasi on-page dan 8 backlink berkualitas yang masuk di April.
- 2

Traffic bertranslasi ke revenue nyata

Konversi organik naik 26,8% menjadi 312 leads. Estimasi revenue dari channel organic mencapai Rp 241 juta, naik 30,9% dari bulan sebelumnya.
- 3

Kualitas traffic membaik

Bounce rate turun 6,6 poin menjadi 51,7% dan durasi engagement naik 32 detik. Pengunjung yang datang semakin relevan dan engaged, bukan sekadar angka traffic.

LAYER 1

Visibility Metrics, Seberapa Terlihat ACKO di Google

Visibility metrics mengukur sejauh mana website ACKO muncul di hasil pencarian Google. Metrik ini adalah indikator awal, sinyal bahwa strategi konten dan link building berjalan ke arah yang benar. Perlu diingat: visibility yang tinggi adalah prasyarat, bukan tujuan akhir. Tujuan akhirnya ada di Layer 3.

388.500 Total Impressions ▲ 25,2% MoM	127 KW Keyword di Top 10 ▲ 51,2% MoM	#3,1 Avg. Position ▲ 4,1 posisi MoM	+43 KW Keyword Baru Ranking ▲ vs. April 2025
--	---	--	---

Top 10 Keyword Berdasarkan Impressions

KEYWORD	POSISI	IMPRESSIONS	KLIK	CTR	TREN
cat dinding interior terbaik	2	28.400	1.988	7,0%	▲ +3
harga cat tembok per kaleng	3	21.700	1.302	6,0%	▲ +5
beli cat besi anti karat	4	18.900	945	5,0%	▲ +2
toko cat online jakarta	1	16.200	1.620	10,0%	▲ +7
cat kayu outdoor tahan cuaca	5	14.300	572	4,0%	▲ +1
warna cat ruang tamu minimalis	6	12.800	384	3,0%	= 0
acko cat review	2	11.400	912	8,0%	▲ +4
cat vinyl lantai terbaik 2025	8	9.600	288	3,0%	▲ +9
aplikator cat profesional jakarta	11	8.700	174	2,0%	▼ -2
harga cat eksterior rumah	7	7.900	316	4,0%	▲ +3

Interpretasi & Catatan Strategis

Kenaikan ranking didorong oleh eksekusi strategi yang konsisten Lonjakan dari 84 ke 127 keyword di Top 10 adalah hasil langsung dari 12 artikel baru yang dipublikasikan di April dan 8 backlink dari media properti dan dekorasi yang masuk. Efeknya baru terlihat penuh di Mei setelah Google selesai crawl dan re-index.
Perhatian: 'aplikator cat profesional jakarta' turun 2 posisi Keyword ini perlu perhatian. Kompetitor baru masuk dengan halaman yang lebih dalam dan relevan. Rekomendasi: perbarui halaman layanan dengan menambahkan portofolio proyek terbaru dan testimoni pelanggan yang lebih spesifik per area Jakarta.

Peluang keyword belum dioptimasi

'cat vinyl lantai terbaik 2025' naik 9 posisi menjadi #8 tanpa optimasi khusus. Ini sinyal kuat bahwa ada demand yang belum dilayani dengan baik. Rekomendasikan halaman dedicated untuk kategori cat vinyl di bulan Juni.

LAYER 2

Traffic Metrics, Kualitas dan Kuantitas Pengunjung Organik

Traffic metrics mengukur tidak hanya seberapa banyak orang yang datang, tapi seberapa relevan mereka dengan produk ACKO. Traffic tinggi dari keyword yang salah tidak akan menggerakkan revenue. Di Mei 2025, kenaikan traffic ACKO diikuti perbaikan kualitas, indikasinya terlihat di CTR, bounce rate, dan durasi engagement yang semuanya bergerak ke arah positif.

48.720	5,8%	51,7%	2m 14d
Organic Traffic	CTR Rata-Rata	Bounce Rate	Avg. Engagement
▲ 18,0% MoM	▲ +1,7 poin MoM	▲ -6,6 poin MoM	▲ +32 detik MoM

Tren Organic Traffic, 6 Bulan Terakhir

BULAN	SESI	PENGGUNA	CTR	BOUNCE RATE	DURASI AVG.
Desember 2024	31.200	26.880	3,2%	64,1%	1m 18d
Januari 2025	33.800	28.900	3,5%	62,4%	1m 24d
Februari 2025	36.100	30.400	3,8%	60,8%	1m 31d
Maret 2025	38.700	32.500	4,0%	59,2%	1m 38d
April 2025	41.280	34.900	4,1%	58,3%	1m 42d
Mei 2025	48.720	40.800	5,8%	51,7%	2m 14d

Top 5 Landing Page dari Organic Search

HALAMAN	SESI	BOUNCE RATE	AVG. DURATION	KONVERSI
/cat-dinding-interior/	9.840	44,2%	2m 48d	82 leads
/harga-cat-tembok/	7.210	49,8%	2m 12d	61 leads
/ (Homepage)	6.480	55,1%	1m 54d	54 leads
/cat-besi-anti-karat/	4.920	52,3%	2m 05d	41 leads
/blog/tips-warna-ruang-tamu/	3.870	61,4%	3m 22d	12 leads

Interpretasi & Catatan Strategis

Kenaikan traffic Mei bukan anomali

Tren 6 bulan menunjukkan pertumbuhan konsisten rata-rata +8,7% per bulan. Lonjakan Mei (+18%) sebagian dipicu oleh musim renovasi rumah menjelang lebaran yang mendorong pencarian produk cat meningkat secara natural. Ini bukan spike satu kali, fundamentalnya solid.

Blog artikel masih under-monetized

Halaman /blog/tips-warna-ruang-tamu/ mendapat traffic tinggi (3.870 sesi) dengan engagement terlama (3m 22d), tapi konversinya hanya 12 leads. Ini sinyal bahwa pengunjung blog engaged tapi tidak ada jalur konversi yang jelas. Rekomendasi: tambahkan CTA produk yang relevan dan internal link ke halaman produk.

LAYER 3

Business Impact Metrics, SEO yang Berdampak ke Revenue

Inilah layer yang paling penting. Business impact metrics menjawab satu pertanyaan yang paling relevan untuk bisnis ACKO: berapa leads dan revenue yang benar-benar dihasilkan dari organic search? Di sinilah SEO dibuktikan bukan sebagai cost center, tapi sebagai revenue driver.

312 leads Konversi Organik ▲ +26,8% MoM	0,64% Conv. Rate Organik ▲ +0,04 poin MoM	Rp 241 jt Est. Revenue Organic ▲ +30,9% MoM	6,2x ROI Estimasi ▲ +1,4x MoM
--	--	--	--

Breakdown Konversi per Tipe dan Halaman

TIPE KONVERSI	JUMLAH	% DARI TOTAL	HALAMAN SUMBER UTAMA	VS. APRIL
Form 'Minta Penawaran'	148	47,4%	/cat-dinding-interior/, /harga-cat-tembok/	▲ +34%
Klik WhatsApp	96	30,8%	/homepage/, /cat-besi-anti-karat/	▲ +22%
Download Katalog Produk	41	13,1%	/katalog/, /blog/	▲ +18%
Klik Telepon (Call)	27	8,7%	/kontak/, /homepage/	▲ +8%

Estimasi Revenue dari Organic Search, Metodologi

Estimasi revenue dihitung berdasarkan: jumlah leads yang terkonversi (312) x rata-rata nilai per transaksi ACKO (Rp 2,1 juta) x historical close rate dari leads organik (36,7%). Total estimasi: 312 x Rp 2.100.000 x 36,7% = Rp 240.491.400, dibulatkan menjadi Rp 241 juta. Angka ini adalah estimasi konservatif dan tidak mencakup repeat purchase dari leads yang sama.

KOMPONEN KALKULASI	NILAI	CATATAN
Total Leads Organik	312	Dikonfirmasi dari GA4 goal tracking
Rata-Rata Nilai Transaksi	Rp 2.100.000	Berdasarkan data histori penjualan ACKO
Close Rate Leads Organik	36,7%	Rata-rata 6 bulan terakhir dari CRM
Estimasi Revenue Organik	Rp 241 jt	Estimasi konservatif, tidak incl. repeat purchase
Biaya SEO Bulanan	Rp 38,8 jt	Termasuk semua layanan OmniRank
ROI Estimasi	6,2x	(Revenue - Biaya) / Biaya = 521%

Interpretasi & Catatan Strategis

Form penawaran adalah konversi tertinggi dan harus diprioritaskan

148 dari 312 leads (47,4%) masuk melalui form 'Minta Penawaran'. Halaman yang paling banyak mengirim leads ke form ini adalah /cat-dinding-interior/ dan /harga-cat-tembok/. Kedua halaman ini harus dijaga kualitas dan posisi rankingnya sebagai prioritas utama bulan depan.

ROI 6,2x adalah angka yang sangat solid untuk bisnis retail

Benchmark industri retail menunjukkan SEO menghasilkan rata-rata ROI 317-400% untuk e-commerce. ACKO berada di atas rata-rata dengan ROI 521% (6,2x), membuktikan bahwa investasi SEO bulanan bukan cost tapi aset yang produktif.

Close rate 36,7% perlu dijaga dengan nurturing yang baik

Dari 312 leads, sekitar 114 kemungkinan belum close. Rekomendasi: pastikan tim sales follow up leads organik dalam 24 jam pertama karena leads organik cenderung memiliki intent yang lebih kuat dibanding leads dari iklan.

ACTION PLAN

Prioritas Eksekusi Juni 2025

Berdasarkan seluruh data di atas, berikut adalah prioritas eksekusi untuk bulan Juni 2025. Setiap item sudah diurutkan berdasarkan potensi dampak ke revenue, bukan sekadar kemudahan teknis.

TINGGI	Optimasi halaman /aplikator-cat-profesional-jakarta/ Keyword ini turun 2 posisi. Perbarui halaman dengan portofolio proyek terbaru, testimoni per area, dan schema markup LocalBusiness. Target: kembali ke Top 5 dalam 4 minggu.
TINGGI	Tambahkan CTA konversi di halaman blog Halaman /blog/tips-warna-ruang-tamu/ mendapat 3.870 sesi tapi hanya 12 konversi. Pasang widget 'Konsultasi Gratis' dan internal link ke /cat-dinding-interior/. Target: naikkan konversi blog menjadi minimal 30 leads di Juni.
TINGGI	Buat halaman dedicated untuk cat vinyl lantai Keyword 'cat vinyl lantai terbaik 2025' naik organik ke #8 tanpa optimasi. Buat halaman /cat-vinyl-lantai/ dengan konten 1.500+ kata, tabel perbandingan produk, dan video aplikasi. Target: Top 5 dalam 6 minggu.
SEDANG	Tingkatkan link building ke 2 halaman produk utama Halaman /cat-dinding-interior/ dan /harga-cat-tembok/ adalah sumber leads terbanyak. Target: 3-4 backlink dari media dekorasi dan properti tier menengah untuk memperkuat posisi ranking.
SEDANG	Setup email nurturing untuk leads organik Dari 312 leads, sekitar 114 belum close. Implementasikan sequence email nurturing 3 tahap (D+1, D+4, D+10) untuk meningkatkan close rate dari 36,7% menjadi 42%.
RENDAH	Audit Core Web Vitals halaman produk Halaman /cat-besi-anti-karat/ memiliki bounce rate 52,3% yang lebih tinggi dari rata-rata. Kemungkinan ada isu kecepatan atau mobile rendering. Audit dan perbaiki di Juni.

Laporan ini disusun oleh Tim Digital Marketing ACKO berdasarkan data dari Google Analytics 4, Google Search Console, dan Ahrefs. Untuk pertanyaan atau diskusi strategi lebih lanjut, silakan hubungi tim digital marketing melalui channel internal yang tersedia. Laporan bulan berikutnya akan dikirimkan pada 5 Juli 2025.

ACKO Digital acko.co.id	Periode Mei 2025	Tim Digital Marketing	Laporan Selanjutnya 5 Juli 2025
----------------------------	---------------------	--------------------------	------------------------------------