

Audit SEO & GEO publik: produsen WooCommerce di Indonesia

Audit pada satu titik waktu untuk website e-commerce produsen sepatu seragam. Bisnisnya punya cerita yang kuat dan tokonya berjalan, tetapi beberapa masalah mendasar membuat bisnis ini sulit ditemukan dan diverifikasi oleh calon pembeli, mesin pencari, maupun AI. Perbaikan tercepatnya bukan membangun ulang website, melainkan perbaikan yang tepat sasaran.

Tanggal audit

25 Agustus 2026

Platform

WordPress ·
WooCommerce ·
Elementor

Cakupan

SEO teknis, konten,
kesiapan GEO

Hasil

13 temuan · roadmap
90 hari

RINGKASAN EKSEKUTIF

Buktinya ada, tapi sulit ditemukan.

Audit menemukan cerita manufaktur yang meyakinkan dan situs e-commerce yang secara umum berfungsi. Yang menahan performanya adalah hal-hal dasar yang bisa diperbaiki: judul homepage yang tidak lengkap, halaman tanpa heading utama, file stylesheet yang hilang, gambar yang terlalu besar, jalur crawl yang menyembunyikan produk, halaman kategori dan tag yang dobel, serta halaman produk yang belum menjawab pertanyaan pembeli.

Peluang terbesarnya adalah membuat bukti yang sudah dimiliki bisnis ini lebih mudah diperiksa dan ditemukan: positioning ISO 9001:2015, beroperasi sejak 2009, kategori produk yang jelas (PDH, PDL, sepatu security, dan sepatu officer), klaim garansi penggantian dua tahun, serta informasi pengadaan untuk pembeli instansi. Karena klaim-klaim ini muncul di situs atau konten lama, laporan menyarankan agar masing-masing didukung sertifikat atau catatan terbaru sebelum dipakai lagi di halaman pemasaran baru.

Pelajaran praktisnya juga dirangkum dalam artikel Audit SEO WooCommerce: 13 masalah nyata dan solusinya.

Edisi publik: nama klien, domain, detail kontak, dan data analytics pribadi tidak ditampilkan. Angka hasil pengukuran dan temuan tetap sesuai catatan audit.

HASIL PAGESPEED INSIGHTS

Titik lemahnya ada di mobile.

Hasil laboratorium tanggal 25 Agustus 2026. Skor bisa berubah tergantung waktu pengujian, profil perangkat, jaringan, dan versi software, jadi pengujian diulang setelah perbaikan.

Performance

56 75

mobile desktop

Skor mobile jauh lebih lemah.

Accessibility

83 92

mobile desktop

Masih ada kendala aksesibilitas dan kemudahan pakai, terutama di HP.

Best Practices

96 96

mobile desktop

Area paling kuat dalam pengujian ini.

SEO

77 92

mobile desktop

Selisih 15 poin di mobile yang perlu dicek lewat detail audit, bukan ditebak.

Agentic Browsing

1/3 1/3

mobile desktop

Kategori eksperimental Lighthouse. Bukan skor ranking dan bukan skor kutipan AI.

PRIORITAS

Apa yang dibereskan dulu, dan berapa lama.

Prioritas	Temuan	Bukti tercatat	Perkiraan waktu
P0	Judul homepage dan struktur heading	Judul tampil "- [Merek] Indonesia"; empat halaman tanpa H1	2,5 jam
P0	File CSS Elementor hilang	Lima URL stylesheet mengembalikan 404 berisi HTML	2 jam

Prioritas	Temuan	Bukti tercatat	Perkiraan waktu
P0	Gambar terlalu besar	Sembilan gambar besar, total sekitar 23 MB	1 hari
P0	Inventaris URL dan validasi crawl	URL lama dan orphan di luar crawl normal	3–4 jam
P1	Konten komersial tipis atau belum lengkap	23+ halaman di bawah 200 kata	Beberapa minggu kerja konten
P1	Duplikasi taksonomi dan jalur crawl	Kategori/tag tumpang tindih dan masalah paginasi	1–2 hari

METODE

Bukti dulu, baru rekomendasi.

Audit menggabungkan crawl Screaming Frog, Google PageSpeed Insights untuk mobile dan desktop, pengecekan langsung hasil pencarian publik, serta inspeksi beberapa URL aktif dan lama. Rekomendasi dikelompokkan berdasarkan risiko teknis, dampak ke pengguna, besar usaha, dan seberapa mudah hasilnya diverifikasi.

DM

Diamati

Masalahnya terlihat langsung di hasil crawl atau pengujian.

DG

Dugaan

Bukti mengarah ke penyebab tertentu, tapi perlu akses server, CMS, atau plugin untuk memastikan.

DR

Direkomendasikan

Praktik implementasi yang wajar. Bukan jaminan ranking, traffic, atau kutipan AI.

Tiga belas temuan teknis dan konten.

DIAMATI · 3.1

Judul homepage dan heading utama

Judul homepage tercatat “- [Merek] Indonesia”, tanda variabel judul yang kosong. Homepage, `/catatan-kaki/`, `/media/`, dan `/kontak/` tidak punya H1.

KENAPA PENTING

Judul yang jelas dan satu heading utama memberi tahu pengunjung dan mesin pencari apa isi halaman. H1 yang hilang memang bukan hukuman otomatis, tapi melemahkan struktur dan aksesibilitas.

TINDAKAN

Pasang judul yang deskriptif dan satu H1 per halaman. Contoh judul: “Produsen Sepatu PDH dan PDL Bandung | ISO 9001 - [Merek]”. Contoh H1: “Produsen Sepatu Seragam PDH dan PDL untuk Instansi dan Korporasi”.

CARA CEK

Lihat judul di tab browser dan H1 yang tampil, crawl ulang, lalu pakai URL Inspection di Search Console.

DIAMATI · 3.2

Lima file stylesheet Elementor hilang

Lima file CSS di `/wp-content/uploads/elementor/css/` (post-1332, post-1322, post-375, post-1264, dan post-2108) mengembalikan 404 berisi HTML.

KENAPA PENTING

Stylesheet yang hilang bisa membuat tampilan tidak lengkap, layout bergeser, download sia-sia, dan render yang tidak konsisten. Buktinya menunjukkan file tidak ada, belum menunjukkan penyebabnya.

TINDAKAN

Regenerasi Files and Data di Elementor, bersihkan cache WordPress dan CDN, lalu pastikan CDN atau server menyajikan CSS terbaru. Periksa aturan cache dan origin pull hanya jika error masih muncul.

CARA CEK

Setiap URL CSS merespons 200 dengan tipe `text/css`, dan crawl ulang menunjukkan lima error sudah hilang.

Gambar terlalu berat

Total gambar yang diperiksa sekitar 23 MB. Dua banner masing-masing 4,6 MB, sisanya 1,0 sampai 3,9 MB. Versi kecil sebenarnya sudah dibuat WordPress, tapi halaman tetap memanggil file aslinya.

KENAPA PENTING

Gambar besar memperlambat munculnya konten utama, terutama di koneksi HP. Tanpa ukuran width dan height, layout juga lebih mudah bergeser.

TINDAKAN

Sesuaikan ukuran gambar dengan ukuran tampil, pakai WebP atau AVIF bila cocok, aktifkan `srcset` responsif, simpan PNG hanya untuk gambar yang butuh transparansi, dan isi width, height, serta alt dengan benar.

CARA CEK

Crawl ulang gambar, jalankan PageSpeed lagi, pastikan versi yang benar yang dimuat, lalu bandingkan berat halaman sebelum dan sesudah.

Skor Agentic Browsing perlu dibaca hati-hati

PageSpeed mencatat Agentic Browsing 1/3 di mobile dan desktop. Kategori eksperimental Lighthouse ini menilai aksesibilitas untuk agen AI, stabilitas layout, kemudahan ditemukan, dan antarmuka agen yang masih berkembang.

KENAPA PENTING

Ini bukan skor ranking Google dan tidak mengukur apakah ChatGPT, Gemini, Claude, atau Perplexity akan menyebut sebuah merek. File `11ms.txt` masih opsional di Lighthouse dan tidak diwajibkan untuk Google Search maupun fitur AI Google.

TINDAKAN

Catat pemeriksaan mana yang lulus dan gagal. Utamakan nama dan label yang aksesibel, accessibility tree yang valid, layout stabil, konten yang bisa di-crawl, dan form yang mudah dipakai. Anggap `11ms.txt` sebagai eksperimen opsional.

CARA CEK

Jalankan versi Lighthouse yang sama setelah perbaikan, simpan screenshot atau ekspor JSON untuk dibandingkan.

DIAMATI · 3.5

Paginasi produk bukan tautan biasa

Screaming Frog menandai `/produk/page/2/` dengan "Pagination URL Not in Anchor Tag". Halaman berikutnya hanya ditandai lewat metadata atau script, bukan tautan HTML standar.

KENAPA PENTING

Crawler dan agen yang tidak menjalankan script bisa menemukan lebih sedikit produk. Ini tidak berarti Google pasti tidak menemukannya, tapi risikonya bisa dihindari.

TINDAKAN

Pakai tautan yang bisa di-crawl dari paginasi WooCommerce atau `paginate_links()`. Kalau memakai tombol Load More atau infinite scroll, sediakan juga tautan bernomor atau Previous/Next.

CARA CEK

Di source halaman 2, halaman 3 muncul di dalam `a href`, dan crawl baru menemukan halaman 3 dan seterusnya.

DIAMATI · 3.6

Kategori dan tag produk tumpang tindih

Dua kelompok produk muncul sebagai URL kategori sekaligus tag, dengan judul yang sama atau hampir sama dan masih memuat kata bawaan "Archives".

KENAPA PENTING

Arsip ganda memecah sinyal internal, membuang jatah crawl, dan membuat pengunjung mendarat di halaman yang isinya kembar.

TINDAKAN

Jadikan kategori sebagai struktur belanja utama, set arsip tag yang tidak perlu menjadi `noindex`, hapus link internal ke sana, dan tulis judul kategori yang jelas tanpa kata "Archives".

CARA CEK

Crawl ulang judul dan status indeks; kategori tetap terindeks dan tag yang tidak perlu sudah dikecualikan.

DIAMATI · 3.7

Dua puluh tiga halaman atau lebih isinya minim

Crawl mencatat 23+ halaman di bawah 200 kata, mulai dari 33 kata di `/kategori-produk/` sampai 183 kata di salah satu halaman produk utama.

KENAPA PENTING

Jumlah kata sedikit bukan pelanggaran. Masalahnya, halaman komersial penting belum menjawab pertanyaan pembeli: bahan, konstruksi sol, ukuran, kenyamanan, kegunaan, sertifikasi, garansi, perawatan, pengadaan, dan ketersediaan stok.

TINDAKAN

Perluas hanya halaman yang jelas tujuannya untuk pencarian atau penjualan, dengan spesifikasi yang sudah diverifikasi. Sebagai patokan perencanaan: 700–900 kata untuk kategori dan 450–600 kata untuk produk utama. Kegunaan lebih penting daripada jumlah kata.

CARA CEK

Nilai setiap halaman berdasarkan kebutuhan pembeli, validasi semua klaim, lalu pantau query, klik, engagement, dan konversi.

DIAMATI · 3.8

Judul produk hanya memakai nama model internal

Lima belas judul produk hanya berisi nama model, tanpa menjelaskan jenis produk atau keunggulannya.

KENAPA PENTING

Nama model berguna untuk pelanggan lama. Calon pembeli baru perlu tahu kategori dan ciri utamanya sebelum mengklik.

TINDAKAN

Pertahankan nama model dan tambahkan keterangan yang sudah terverifikasi, misalnya “Sepatu PDH [Model] Doff - Kulit Doff Pria | [Merek]”. Jangan menambahkan bahan, klaim anti-slip, atau sertifikasi yang belum dipastikan untuk produk tersebut.

CARA CEK

Bandingkan snippet dan click-through rate di Search Console setelah di-crawl ulang; pastikan judul akurat dan tidak kembar.

Arsip blog memakai judul artikel

Halaman arsip `/blog/` memakai judul salah satu artikel terbaru, sekitar 85 karakter.

KENAPA PENTING

Judulnya tidak menggambarkan halaman arsip dan terpotong di hasil pencarian.

TINDAKAN

Buat judul khusus arsip, misalnya "Panduan Sepatu Dinas dan Perawatan | Blog [Merek]", dan cek template halaman blog di plugin SEO.

CARA CEK

Lihat judul di tab browser dan crawl ulang sebelum meminta Google meng-crawl ulang.

Skor SEO mobile lima belas poin lebih rendah

Skor SEO 77 di mobile dan 92 di desktop. Skor ringkasan saja tidak menunjukkan pemeriksaan mana yang gagal.

KENAPA PENTING

Selisihnya menandakan ada kegagalan khusus mobile atau perbedaan tampilan, dan tidak boleh didiagnosis hanya dari angkanya.

TINDAKAN

Buka detail Lighthouse mobile dan catat setiap audit yang gagal, misalnya ukuran tombol, viewport, keterbacaan teks, tautan yang bisa di-crawl, atau perbedaan status dan metadata. Perbaiki sesuai isi laporan.

CARA CEK

Ulangi tes yang sama setelah setiap perbaikan dan simpan detailnya, bukan hanya skornya.

URL lama dan orphan berisiko menumpuk

Lima URL ditemukan di luar crawl standar, termasuk `/sepatu-dinas-pdh-pdl/` , `/sepatu-seragam-pdl-pdh-2/` , `/tentang-kami/` , `/order-khusus/` , dan satu halaman salah bentuk yang nilainya rendah. Dua yang pertama membahas tema yang hampir sama.

KENAPA PENTING

Halaman orphan bisa tetap terindeks tanpa link internal, halaman mirip membagi relevansi, dan bukti berharga di halaman lama bisa hilang kalau URL dihapus tanpa dicek.

TINDAKAN

Susun daftar URL lengkap dari Search Console, sitemap, crawl, analytics, backlink, dan pencarian situs. Simpan bukti yang berguna, pilih satu halaman utama, gunakan redirect 301 per halaman, dan pakai 404/410 hanya untuk halaman yang tidak punya nilai atau pengganti.

CARA CEK

Uji setiap redirect agar tidak berputar atau berantai, pastikan URL akhirnya terindeks, dan pantau laporan Page Indexing di Search Console.

Akses crawler AI belum terbukti

Satu permintaan otomatis ditolak saat pemeriksaan, sementara halaman yang terindeks Google tetap terlihat.

Penyebabnya bisa aturan crawler, firewall, plugin keamanan, rate limit, atau gangguan hosting sementara.

KENAPA PENTING

Akses crawler adalah syarat awal bagi sistem yang mengambil halaman publik, tapi mengizinkan sebuah bot tidak menjamin indeks, ranking, atau kutipan.

TINDAKAN

Periksa `robots.txt` , log server, pengaturan keamanan WordPress, aturan CDN atau WAF, dan kode respons untuk setiap crawler resmi. Hindari membuka akses secara menyeluruh; buat aturan yang spesifik sesuai dokumentasi masing-masing penyedia.

CARA CEK

Uji aturan robots dan respons HTTP secara terpisah, lalu cari permintaan yang berhasil dari crawler resmi di log server.

Structured data dan bukti entitas perlu dibenahi

Halaman yang diperiksa belum konsisten menjelaskan bisnis, produk, penawaran, breadcrumb, dan kontak dalam structured data yang tervalidasi.

KENAPA PENTING

Structured data membantu mesin pencari memahami entitas dan bisa membuat halaman layak tampil sebagai rich result. Tapi tidak menjamin ranking atau kutipan AI, dan isinya harus sama dengan yang terlihat di halaman.

TINDAKAN

Pasang schema yang relevan dan akurat saja: Organization atau LocalBusiness, Product dan Offer jika data produk lengkap, serta BreadcrumbList untuk navigasi. Jangan menganggap FAQ markup sebagai jaminan rich result.

CARA CEK

Validasi dengan Schema.org Validator dan Rich Results Test, lalu pantau laporan enhancement di Search Console.

SEBELUM DAN SESUDAH

Perubahan yang disarankan, berdampingan.

Area	Kondisi tercatat	Kondisi yang disarankan
Judul homepage	- [Merek] Indonesia	Produsen Sepatu PDH dan PDL Bandung ISO 9001 - [Merek]
H1 homepage	Tidak ada	Produsen Sepatu Seragam PDH dan PDL untuk Instansi dan Korporasi

Area	Kondisi tercatat	Kondisi yang disarankan
Judul kategori PDL	PDL Archives - [Merek] Indonesia	Sepatu PDL - Sepatu Dinas Lapangan Tahan Lama [Merek]
Isi kategori PDL	137 kata	Panduan pembeli lengkap dari fakta terverifikasi (700–900 kata sebagai patokan)
Judul produk	[Model] Doff - [Merek] Indonesia	Sepatu PDH [Model] Doff - Kulit Doff Pria [Merek], jika bahannya terverifikasi
Isi produk	Sekitar 180 kata	Bahan, sol, ukuran, kenyamanan, perawatan, garansi, pengadaan, dan ketersediaan yang terverifikasi
Tag produk	Arsip kembar yang terindeks	Noindex bila tidak perlu; kategori yang berguna tetap terindeks
Gambar banner	banner-2.png 4,6 MB	WebP atau AVIF responsif sesuai ukuran tampil
Judul arsip blog	Mengikuti judul artikel	Panduan Sepatu Dinas dan Perawatan Blog [Merek]
Halaman kontak	101 kata, tanpa H1	H1 yang jelas, proses pengadaan, detail operasional, dan pilihan kontak yang terverifikasi

Struktur halaman kategori yang disarankan

- ✓ Untuk siapa kategori ini dan kondisi kerja yang didukung
- ✓ Beda sepatu PDH, PDL, security, dan officer
- ✓ Cara memilih bahan, sol, ukuran, kenyamanan, dan perawatan
- ✓ Ukuran, spesifikasi, pengujian, garansi, dan stok yang terverifikasi
- ✓ Informasi pengadaan untuk instansi, perusahaan, dan distributor
- ✓ Pertanyaan nyata pelanggan yang dijawab di halaman

Struktur halaman produk yang disarankan

- ✓ Bahan dan lapisan dalam yang terverifikasi
- ✓ Konstruksi sol dan klaim daya cengkeram yang terverifikasi
- ✓ Rentang ukuran, panduan ukuran, dan berat bila ada
- ✓ Bukti sertifikasi atau pengujian untuk produk tersebut
- ✓ Syarat dan pengecualian garansi
- ✓ Cara perawatan dan kondisi kerja yang cocok

ROADMAP 90 HARI

Tiga fase, masing-masing dengan ukuran keberhasilan.

Waktu	Alur kerja	Hasil utama	Ukuran keberhasilan
Fase 1 · Hari 1–30: benahi fondasi			
Hari 1–7	Triage teknis	Judul homepage; empat perbaikan H1; lima error CSS; review robots dan WAF; inventaris URL lengkap	Judul dan heading benar; CSS 404 nol; respons crawler terdokumentasi
Hari 8–14	Performa dan mobile	Resize gambar dan format modern; dimensi gambar; detail audit SEO mobile	Halaman lebih ringan; layout lebih stabil; kegagalan mobile ditangani
Hari 15–21	Jalur crawl dan duplikasi	Paginasi HTML; keputusan noindex tag; keputusan arsip author; peta redirect	Halaman produk lanjutan ditemukan; tanpa redirect berputar atau berantai
Hari 22–30	Validasi	Crawl ulang; PageSpeed ulang; cek Search Console; laporan fase 1	Bukti penyelesaian per masalah
Fase 2 · Hari 31–60: konten dan struktur			
Hari 31–37	Rencana intent dan entitas	Pisahkan kebutuhan ritel, instansi, dan distributor; verifikasi klaim bisnis	Peta keyword dan bukti disetujui
Hari 38–45	Konten kategori	Perluas empat kategori prioritas dengan panduan pembeli	Tidak ada kategori penting yang kurang informasi

Waktu	Alur kerja	Hasil utama	Ukuran keberhasilan
Hari 46–52	Konten produk	Perluas delapan produk prioritas dengan spesifikasi terverifikasi	Klaim produk sesuai catatan sumber
Hari 53–60	Struktur dan markup	Organization atau LocalBusiness, Product, Offer, dan BreadcrumbList bila memenuhi syarat	Schema valid dan sesuai isi halaman
Fase 3 · Hari 61–90: ukur dan perkuat kehadiran			
Hari 61–67	Pengukuran awal	Segmen Search Console; tracking konversi; daftar pertanyaan visibilitas AI yang bisa diulang	Baseline tersimpan lengkap dengan tanggal, lokasi, dan platform
Hari 68–75	Konten orisinal yang berguna	Panduan PDH vs PDL; panduan pengadaan; penjelasan ISO yang terverifikasi	Konten menjawab kebutuhan pembeli dan menyertakan bukti
Hari 76–83	Kehadiran bisnis	Review Google Business Profile; detail bisnis publik yang konsisten; testimoni yang disetujui	Profil dan website sama pada fakta utama
Hari 84–90	Evaluasi dan serah terima	Ukur ulang; dokumentasikan perubahan; tentukan prioritas kuartal berikutnya	Hasil teknis dan bisnis dibandingkan dengan baseline

KERANGKA PENGUKURAN

Skor teknis dan hasil bisnis diukur terpisah.

- ✓ **Baseline:** performance mobile 56, performance desktop 75, SEO mobile 77, accessibility mobile 83, Agentic Browsing 1/3, CSS 404 sebanyak 5, halaman tanpa H1 sebanyak 4, halaman di bawah 200 kata 23+, dan minimal 4 kelompok judul kembar.
- ✓ **Arah, bukan janji:** targetnya adalah perbaikan dengan setup tes yang sama, bukan skor tertentu yang dijamin.
- ✓ **Hasil bisnis:** impression dan klik non-brand, permintaan pengadaan yang berkualitas, konversi kontak dan WhatsApp, interaksi di halaman produk, serta pendapatan yang terbantu bila bisa diatribusikan dengan andal.

- ✓ **Visibilitas AI:** 25 pertanyaan tetap di beberapa platform, dengan catatan tanggal, wilayah, model, prompt persis, apakah merek disebut, apakah ada tautan sumber, dan apakah deskripsinya akurat.