

Checklist Audit SEO

Diagnosa kenapa website Anda tidak menghasilkan lead dengan memeriksa 4 area kritis berikut secara berurutan.

96,55% halaman web tidak dapat traffic organik (Ahrefs)	2,6% avg. conversion rate organic B2B (First Page Sage)	7% penurunan konversi per 1 detik delay loading (Akamai)
---	---	--

Cara pakai checklist ini: Centang setiap poin yang sudah terpenuhi. Poin yang belum tercentang adalah prioritas perbaikan Anda. Kerjakan Area 1 (Technical SEO) sebelum beralih ke area berikutnya.

1

Technical SEO

Apakah website Anda bisa ditemukan Google?

☐

Indexability Ketik site:domainAnda.com di Google. Pastikan semua halaman yang dibuat untuk diindex muncul di hasil pencarian.

☐

SSL Certificate Website menggunakan HTTPS. Tidak ada peringatan 'Not Secure' di browser pengunjung.

☐

XML Sitemap Sitemap sudah dibuat dan disubmit ke Google Search Console.

☐

Robots.txt Tidak ada halaman penting yang terblokir secara tidak sengaja di file robots.txt.

☐

Core Web Vitals Skor LCP, INP, dan CLS di Google Search Console memenuhi ambang batas Google. Hanya 33% website yang lolos Core Web Vitals (Ahrefs).

☐

Page Speed Halaman loading dalam 3 detik atau kurang. 53% pengguna mobile meninggalkan website yang load lebih dari 3 detik (Google).

☐

Mobile Responsiveness Tampilan nyaman di smartphone. Tidak ada elemen yang terpotong atau terlalu kecil diklik.

☐

Broken Links (404) Tidak ada halaman yang menampilkan error 404. Cek via Google Search Console bagian Coverage.

2

On-Page SEO

Apakah konten Anda menjawab kebutuhan calon pelanggan?

☐

Search Intent Konten setiap halaman sesuai niat pencarian keyword yang ditarget (informatif, komersial, atau transaksional).

☐

Meta Title Setiap halaman punya meta title mengandung keyword utama, maksimal 70 karakter.

☐

Meta Description Setiap halaman punya meta description yang menarik diklik, maksimal 150 karakter.

☐

Struktur Heading Setiap halaman punya tepat satu H1. Heading H2 dan H3 tersusun hierarkis dan logis.

- ☐ **Keyword Placement** Keyword utama muncul di H1, paragraf pertama, minimal satu H2, dan tersebar natural di seluruh konten.
- ☐ **Thin Content** Halaman layanan dan landing page cukup substantif dan meyakinkan, bukan sekadar deskripsi singkat.
- ☐ **Internal Linking** Halaman-halaman saling terhubung lewat internal link yang relevan dan kontekstual.
- ☐ **Duplikat Konten** Tidak ada dua halaman dengan konten yang sangat mirip yang membingungkan Google.

3

Off-Page SEO

Seberapa dipercaya website Anda di mata Google?

- ☐ **Referring Domain** Ada cukup banyak domain unik berkualitas yang memberikan backlink ke website Anda. Cek via Ahrefs atau Google Search Console.
- ☐ **Kualitas Backlink** Backlink berasal dari website otoritatif dan relevan dengan industri Anda, bukan dari farm link atau direktori spam.
- ☐ **Toxic Links** Tidak ada backlink berbahaya dari website spam, situs ilegal, atau hasil negative SEO yang merusak reputasi domain.
- ☐ **Anchor Text Distribution** Variasi anchor text backlink beragam: brand keyword, naked URL, dan keyword turunan. Bukan 80-90% exact match keyword yang sama.
- ☐ **Brand Mentions** Nama bisnis disebut di platform lain, media online, atau forum relevan dengan industri Anda.

4

Conversion Elements

Apakah website Anda dirancang untuk menghasilkan lead?

Benchmark: Rata-rata conversion rate organic search B2B adalah **2,6%** (First Page Sage, 2025). Dari 100 pengunjung, hanya ~2-3 yang jadi lead. Elemen konversi yang kuat bisa mendorong angka ini lebih tinggi.

- ☐ **CTA Spesifik** Setiap halaman utama punya CTA yang jelas dan spesifik. 'Konsultasi Gratis via WhatsApp' jauh lebih kuat dari sekadar 'Hubungi Kami'.
- ☐ **Akses Kontak** Form kontak atau nomor WhatsApp mudah ditemukan tanpa harus scroll jauh. Idealnya terlihat di above the fold.
- ☐ **Trust Signals** Ada testimoni pelanggan, logo klien, sertifikasi, atau angka hasil yang ditampilkan untuk membangun kepercayaan pengunjung.
- ☐ **Proposisi Nilai** Dalam 5 detik pertama, pengunjung langsung paham apa yang ditawarkan, untuk siapa, dan apa bedanya dengan kompetitor.
- ☐ **Kecepatan Landing Page** Halaman konversi utama loading cepat. Landing page yang lambat membuang traffic yang sudah diperjuangkan lewat SEO.

Urutan Prioritas Perbaikan

1	Technical SEO	Perbaiki fondasi teknikal lebih dulu. Tanpa ini, optimasi lain tidak berdampak maksimal.
2	On-Page SEO	Optimasi setiap halaman penting untuk keyword dan search intent yang tepat.
3	Off-Page Authority	Bangun backlink berkualitas secara konsisten untuk memperkuat otoritas domain.
4	Conversion Elements	Pastikan pengunjung bisa dengan mudah menjadi lead lewat elemen konversi yang kuat.

Butuh bantuan mengeksekusi hasil audit Anda?

Tim OmniRank siap menangani seluruh perbaikan: technical SEO, on-page, link building, hingga tracking bulanan.

Konsultasi gratis: omnirank.id/jasa-seo/