**STUDI KASUS TOPIK : SMART**

**Tugas Kelompok: Perumusan Tujuan SMART dalam Studi Kasus Bisnis**

**Instruksi: Untuk setiap studi kasus di bawah, kelompok Anda diminta untuk menganalisis situasi yang disajikan. Berdasarkan permasalahan atau peluang utama yang teridentifikasi, rumuskan minimal tiga tujuan utama yang perlu dicapai oleh organisasi/individu dalam studi kasus tersebut. Kemudian, ubah setiap tujuan utama menjadi tujuan SMART yang lengkap. Pastikan setiap elemen SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) teridentifikasi dengan jelas untuk setiap tujuan.**

**Studi Kasus 1: Startup E-commerce "EcoMarket" Berusaha Meningkatkan Penjualan**

EcoMarket adalah startup e-commerce yang menjual produk-produk ramah lingkungan dan berkelanjutan. Meskipun memiliki visi yang kuat dan basis pelanggan awal yang loyal, EcoMarket kesulitan meningkatkan volume penjualan secara signifikan dalam enam bulan terakhir. Angka kunjungan ke situs web mereka cukup stabil, namun tingkat konversi (persentase pengunjung yang melakukan pembelian) sangat rendah. Kampanye pemasaran digital mereka kurang terkoordinasi, dan mereka belum memiliki program loyalitas pelanggan yang efektif. Pemilik ingin EcoMarket tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh pesat dalam pasar yang semakin kompetitif.

**Studi Kasus 2: Perpustakaan Kota "Baca Ilham" Menghadapi Penurunan Pengunjung**

Perpustakaan Kota Baca Ilham, sebuah institusi publik yang sudah puluhan tahun berdiri, menghadapi penurunan jumlah pengunjung dan peminjam buku yang drastis, terutama dari kalangan muda. Mereka masih mengandalkan koleksi fisik dan layanan tradisional. Meskipun memiliki gedung yang luas dan lokasi strategis, fasilitas internal terasa usang, dan tidak ada program yang menarik minat generasi digital. Anggaran operasional yang terbatas menjadi kendala, tetapi ada dukungan dari pemerintah kota untuk revitalisasi jika ada rencana konkret yang menjanjikan. Pustakawan ingin perpustakaan ini kembali relevan dan menjadi pusat aktivitas komunitas yang dinamis.

**Studi Kasus 3: Kafe "Senja Kopi" Ingin Memperluas Pasar di Tengah Pandemi**

Kafe Senja Kopi adalah kafe independen yang dikenal dengan suasana nyaman dan kualitas kopi rumahan. Sebelum pandemi, mereka memiliki pelanggan setia dari kalangan mahasiswa dan pekerja kantoran di sekitar lokasi. Namun, pembatasan sosial dan perubahan kebiasaan konsumen (lebih banyak bekerja dari rumah dan kurangnya interaksi langsung) sangat memukul pendapatan mereka. Mereka telah mencoba layanan pesan antar, tetapi belum optimal. Pemilik kafe ingin menemukan cara inovatif untuk mempertahankan bisnis dan bahkan memperluas pasar di era "new normal", tanpa kehilangan identitas mereka sebagai kafe yang hangat dan personal.

**Studi Kasus 4: Proyek Pengembangan Aplikasi Mobile "SkillHub" Terkendala Waktu dan Sumber Daya**

SkillHub adalah sebuah tim kecil yang terdiri dari tiga pengembang independen. Mereka sedang dalam tahap akhir pengembangan aplikasi mobile yang bertujuan menghubungkan para profesional *freelance* dengan klien potensial. Proyek ini sudah berjalan lebih dari satu tahun, jauh melampaui estimasi awal mereka. Mereka menghadapi masalah seperti kurangnya alokasi waktu yang jelas untuk setiap fitur, minimnya komunikasi terstruktur dengan calon pengguna untuk *feedback*, dan keterbatasan anggaran pribadi. Investor awal mulai mempertanyakan kemajuan proyek. Tim SkillHub menyadari mereka perlu menyelesaikan aplikasi ini sesegera mungkin dan meluncurkannya ke pasar untuk mendapatkan pendanaan lebih lanjut.