

Membaca studi kasus tanpa salah menilai hasil

Pisahkan hasil, proyeksi, dan narasi agar Anda dapat menilai apakah pendekatan sebuah proyek cocok untuk bisnis Anda.

PERSIAPAN PROYEK

Untuk siapa panduan ini?

Pemilik bisnis dan pengambil keputusan yang membandingkan vendor atau menyiapkan bahan diskusi internal.

Hasil yang disiapkan

Matriks penilaian bukti dan daftar pertanyaan untuk vendor.

Bahan awal

- Studi kasus yang ingin diperiksa
- Target serta kondisi awal bisnis Anda
- Daftar layanan yang sedang dipertimbangkan

Isi Playbook

01 Persiapan / 02 Langkah kerja / 03 Contoh latihan

04 Titik review / 05 Lembar kerja / 06 Checklist & rujukan

Panduan kerja terbuka, bukan sertifikasi atau jaminan hasil. Contoh di dalamnya adalah latihan editorial, bukan dokumentasi klien.

Kerjakan dalam urutan yang jelas.

01 Baca kondisi awal sebelum angka hasil

Cari sektor, kondisi website, periode pekerjaan, dan hambatan awal. Peningkatan besar dari baseline yang kecil berbeda dari pertumbuhan pada bisnis yang sudah matang. Bila konteks tidak tersedia, tandai sebagai informasi belum diketahui; jangan mengisi kekosongan dengan asumsi yang menguntungkan vendor.

Output: Ringkasan konteks dan informasi yang belum tersedia.

02 Periksa arti metrik dan status bukti

Tanyakan definisi inquiry, demo, transaksi, atau booking yang digunakan. Apakah angka berasal dari data engagement, proyeksi target, atau ilustrasi? Kenaikan persen membutuhkan nilai awal dan akhir untuk dapat ditafsirkan. Jika hanya persentase yang diterbitkan, pertahankan batas informasi tersebut ketika menceritakannya kembali.

Output: Daftar metrik dengan definisi, periode, dan status bukti.

03 Hubungkan pekerjaan dengan perubahan

Pisahkan pekerjaan website, SEO, iklan, perubahan penawaran, dan aktivitas sales. Hasil yang terjadi selama proyek belum membuktikan satu pekerjaan sebagai penyebab tunggal. Catat faktor lain seperti musim, anggaran, atau perubahan produk. Minta penjelasan metode evaluasi tanpa menuntut data rahasia klien lain.

Output: Peta pekerjaan, perubahan, dan faktor yang bisa memengaruhi.

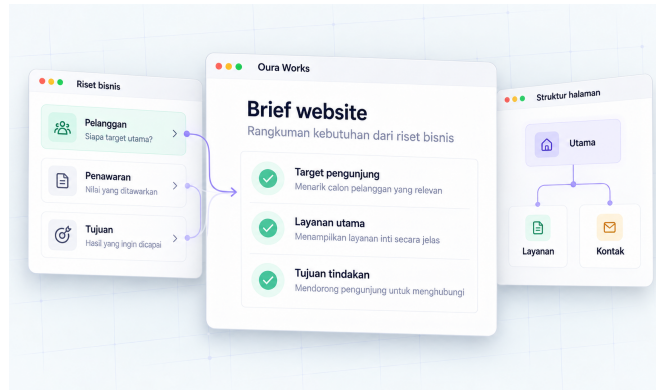
04 Nilai kecocokan untuk kondisi Anda

Bandingkan sumber daya, siklus penjualan, kanal, dan kesiapan tim. Pilih bagian metodologi yang relevan, lalu tulis prasyarat penerapannya. Studi kasus adalah bahan pertimbangan, bukan janji hasil universal. Gunakan matriks ini untuk menyusun pertanyaan proposal dan cara mengukur proyek Anda sendiri.

Output: Keputusan cocok, perlu klarifikasi, atau tidak relevan.

Hubungkan langkah dengan keputusan.

Contoh berikut bukan studi kasus klien. Ini adalah latihan memeriksa sebuah ringkasan yang menyebut inquiry meningkat, tetapi tidak menjelaskan baseline atau perubahan anggaran.



Ilustrasi alur kerja; data dan label adalah contoh, bukan hasil klien.

Pernyataan	Yang perlu diperiksa	Keputusan sementara
Inquiry naik selama proyek	Definisi, periode, baseline	Belum cukup untuk menilai skala
SEO dan iklan dikerjakan bersamaan	Kontribusi kanal dan perubahan belanja	Jangan atribusikan seluruh hasil ke SEO
Target booking berikutnya	Apakah proyeksi atau hasil aktual?	Label sebagai target
Klien anonim	Konteks yang boleh dibagikan	Anonimisasi tidak otomatis membatalkan bukti

04 / HINDARI SALAH LANGKAH

Memilih vendor dari persentase terbesar

Bandingkan konteks, kualitas bukti, dan kecocokan pengerjaan.

Mengubah proyeksi menjadi hasil nyata

Pertahankan label bukti dari sumber. Target tidak boleh diceritakan sebagai pencapaian.

Susun rencana Anda.

Isi kondisi, keputusan, atau pertanyaan yang perlu dikonfirmasi. Jangan menuliskan password, token, atau data pribadi pelanggan.

01 Studi kasus dan sumber

02 Kondisi awal

03 Metrik dan definisi

04 Status bukti dan periode

05 Faktor lain

06 Pertanyaan untuk vendor

06 / CHECKLIST SEBELUM DISERAHKAN

- ☐ Hasil dibedakan dari proyeksi
- ☐ Metrik memiliki definisi
- ☐ Periode dan baseline dicatat jika tersedia
- ☐ Faktor lain dipertimbangkan
- ☐ Prasyarat bisnis Anda dibandingkan

Periksa batas dan sumbernya.

Apakah klien anonim berarti tidak dapat dipercaya?

Tidak otomatis. Nilai konteks, metode, konsistensi, dan bukti yang memang boleh dibagikan.

Bisakah hasil yang sama dijanjikan?

Tidak hanya dari satu studi kasus. Setiap bisnis punya kondisi, sumber daya, dan faktor pasar yang berbeda.

Rujukan publik

[Google: konten yang bermanfaat](#)

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content>

Batas penggunaan

Rujukan diperiksa pada 2 Oktober 2026. Langkah, contoh, dan lembar kerja merupakan rumusan editorial Oura dengan bantuan AI dan rujukan publik. Sesuaikan keputusan dengan kondisi bisnis dan periksa hal teknis bersama pihak yang berwenang. Panduan ini bukan kontrak, sertifikasi, atau jaminan hasil.

[Baca versi interaktif Playbook](#)