

ANALISIS PERUBAHAN KEPUTUSAN STRATEGI BISNIS PADA E-COMMERCE STARTUP JD.ID DENGAN MERUBAH FOKUS BISNIS DAN MENGHENTIKAN OPERASIONAL DI INDONESIA

**Mario Aruan¹⁾, James Alfrendy Sitohang²⁾,
Jessica Angjenia Rajagukguk³⁾, Jihan Aulia Siregar⁴⁾, Salsabila⁵⁾ Moses
Eliyada Tambunan⁶⁾***
1,2,3,4,5,6 Universitas Negeri Medan

*E-mail: moseseliyadatambunan@gmail.com

Abstrak

Dalam perkembangan zaman harus mengikuti perubahan teknologi yang menuntut serba mudah dan instan dalam segala sektor salah satunya terhadap perubahan gaya hidup di masyarakat dalam melakukan jual beli. JD.ID adalah salah satu platform jual beli produk terkemuka di Indonesia yang mengalami pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir. JD.ID memasarkan diri sebagai platform *e-commerce* yang menawarkan produk original, pengiriman cepat, dan pengalaman belanja yang aman secara online. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perubahan keputusan strategi bisnis pada startup *e-commerce* JD.ID dengan merubah fokus bisnis dan menghentikan operasional di Indonesia. Dengan menggunakan metode analisis kualitatif deskriptif yang bersumber dari literatur-literatur dari penelitian terdahulu, artikel-artikel di media massa, maupun dari *website* terkait. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor yang mendorong *refocusing* bisnis adalah keterlambatan kedatangan, kesalahan strategi dan adaptasi, sampai kerugian juga kurangnya pendanaan pada perusahaan.

Kata Kunci: *Startup, E-commerce, Strategi Bisnis, Refocusing*

Abstract

In this era, we have to keep up with technological changes that demand everything be easy and instant in all sectors, one of which is changes in lifestyle in society in terms of buying and selling. JD.ID is one of the leading product buying and selling platforms in Indonesia, which has experienced growth in recent years. JD.ID markets itself as an e-commerce platform that offers original products, fast delivery, and a safe shopping experience online. This research aims to analyze changes in business strategy decisions at e-commerce startup JD.ID by changing business focus and stopping operations in Indonesia. By using a qualitative descriptive analysis method sourced from literature from previous research, articles in the mass media, and related websites. The research results state that the factors that encourage business refocusing are delays in arrival, strategy and adaptation errors, losses and a lack of funding in the company.

Keywords: *Startup, E-commerce, Business Strategy, Refocusing*

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, bisnis *e-commerce* telah menjadi salah satu kekuatan pendorong ekonomi global. Di Indonesia, JD.ID telah menjadi salah

salah satu platform *e-commerce* terkemuka yang berhasil memahami dan memanfaatkan potensi pasar ini. Sebagai bagian dari JD.com, yang merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Tiongkok,

JD.ID telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat dan kesuksesan yang signifikan dalam industri ini. Melalui slogan “DijaminOri”, JD.ID memperkuat kepercayaan atas jaminan keaslian produk bagi para pelanggan di Indonesia. Langkah ini merupakan upaya untuk memuaskan pelanggan di tengah ketatnya persaingan bisnis *e-commerce*. JD.ID mulai beroperasi di Indonesia sejak Oktober 2015. Pada awalnya, mereka fokus terhadap menyediakan pelanggan dengan produk elektronik dan gadgets yang sulit ditemukan, seperti iPad Pro dari Apple dan A2010 dari Lenovo yang baru launching pada akhir tahun 2015. Sejak itu mereka telah memperluas penawaran produk mereka dan memasukkan kategori seperti sepatu dan pakaian olahraga dan juga produk kecantikan dan kesehatan.

Pada penghargaan ID Website Award yang diselenggarakan oleh Pengelola Nama Domain Internet Indonesia (Pandi) pada 28 Oktober 2016, JD.ID terpilih sebagai “Website Terbaik Kategori Marketplace. Namun kesuksesan itu tidak mungkin didapat tanpa adanya perencanaan dan strategi bisnis yang matang. di kesempatan ini kami akan meninjau apa strategi bisnis yang dipakai oleh JD.ID dalam perjalanan menjadi salah satu brand *e-commerce* yang terkenal di Indonesia. Langkah - langkah yang telah diambil oleh JD.ID menunjukkan bagaimana mereka terus beradaptasi dan menghadapi tantangan yang ada di lingkungan bisnis.

Tujuan dalam penelitian ini untuk menganalisis perubahan keputusan strategi bisnis pada *startup e-commerce* JD.ID dengan merubah

fokus bisnis dan menghentikan operasional di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Start Up

Startup adalah perusahaan yang baru mulai dijalankan atau rintisan yang belum lama beroperasi. Dengan kata lain, *startup* artinya perusahaan yang baru masuk dan masih dalam tahap pengembangan untuk menemukan pasar maupun mengembangkan produknya. Akan tetapi tidak semua perusahaan itu bisa dikatakan sebagai *startup*, karena *startup* lebih menuju pada bidang teknologi informasi yang berkembang di internet. Contohnya seperti pengembangan aplikasi, jasa perdagangan, sistem pembayaran dan lainnya. sebuah usaha bisa disebut sebagai *startup* kalau memiliki minimal 3 faktor yaitu pendiri atau founder, investor atau pemilik dana, dan produk atau layanan (Pane et al., 2022). *Startup* kemudian bisa menjadi kategori unicorn apabila nilai korporasinya sudah melebihi 1 miliar dollar AS atau setara dengan Rp 14 triliun (*kompas.com*)

Berdasarkan situs *forbes.com*, 90% *startup* yang diciptakan di dunia gagal. Banyak alasan mengapa *startup* gagal, di antaranya salah memprediksi kebutuhan pasar, konflik internal, kehabisan dana, dan ketidakharmonisan tim serta pola perusahaan yang buruk (Griffith, 2014)

E-Commerce

Electronic commerce atau *e-commerce* adalah segala aktivitas jual beli yang dilakukan melalui media elektronik. Meskipun sarannya meliputi televisi dan telepon, kini *e-commerce* lebih sering terjadi melalui

internet. Karena pengertian *e-commerce* tersebut, terkadang ada kesalahpahaman tentang *e-commerce* dan *marketplace*. Istilah *e-commerce* digunakan untuk mendeskripsikan semua transaksi yang memakai media elektronik. (*niagahoster.co.id*). (David Baum, 1999) kemudian juga mendefinisikan *e-commerce* sebagai seperangkat teknologi dinamis dengan bentuk aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan bisnis, konsumen, dan masyarakat melalui *e-commerce* dalam pertukaran barang, jasa, dan informasi secara elektronik.

Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah rencana terarah yang dirancang oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya dan meraih keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang ditentukan. Ini melibatkan pemahaman yang mendalam tentang tujuan perusahaan, sumber daya yang tersedia, persaingan di pasar, dan bagaimana mencapai keberhasilan jangka panjang (Fikri et al., 2020). Menurut (*Stephanie K.Marrus*) strategi bisnis didefinisikan sebagai salah satu proses penentu rencana oleh para pemimpin puncak yang berfokus kepada tujuan jangka panjang organisasi, yang disertai dengan suatu penyusunan suatu cara atau upaya agar dapat mencapai sebuah tujuan. (*greatnusa.com*) Tujuan bisnis tanpa strategi hanya akan menjadi ide yang berakhir di meja saja. Akan sangat sulit bertahan dan menjadi pemenang jika Anda tidak memiliki bekal yang cukup. Persaingan yang semakin ketat, juga semakin membuat pentingnya strategi bisnis menjadi semakin jelas. Hal ini juga memicu terjadinya peningkatan besar dalam ragam jenis strategi bisnis

yang bisa digunakan untuk meraih tujuan yang diinginkan.

Kegiatan Operasional Perusahaan

Kegiatan operasional dilakukan perusahaan dengan memproduksi, menjual, atau memasarkan produk kepada konsumen. (*kompas.com*) Maka, dapat disimpulkan bahwa kegiatan operasional pada *e-commerce* berupa kegiatan penjualan, pemasaran, pengiriman, dan *dropshipping*.

METODE PENELITIAN

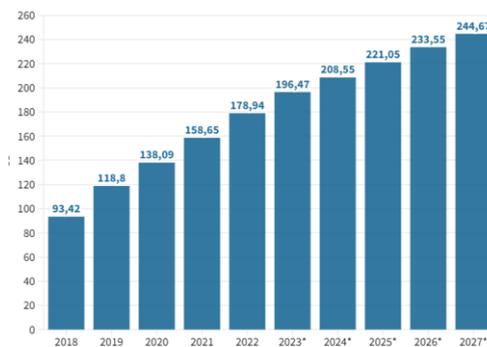
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis kualitatif deskriptif dengan mengumpulkan sumber dan teori yang ada sebagai bahan penjas penelitian. Penulisan dengan menggunakan metode ini bertujuan untuk dapat mendeskripsikan masalah yang dikaji dengan akurat mengenai fakta dan sebab dari fenomena yang diamati. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang dilakukan dengan mengumpulkan literatur-literatur dari penelitian terdahulu, artikel-artikel di media massa, maupun dari *website* terkait. Data yang terkumpul tersebut akan dianalisis dan dideskripsikan pada artikel ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Bisnis yang Kurang Tepat

Kita tahu bahwa JD.ID sebuah perusahaan *e-commerce* asal Tiongkok, memasuki pasar Indonesia pada tahun 2015 dengan tujuan menjadi salah satu unicorn Indonesia. JD.ID yang dari awal sudah berfokus pada pemasaran produk original tidak mampu bersaing dengan kalangan pasar lainnya yang menjual produk non original dengan harga yang jauh

lebih murah. Hal lainnya JD.ID juga hanya mengandalkan pemasaran dengan promo dan diskon yang menyebabkan kerugian besar dan ini mengakibatkan adanya kejenuhan dari para konsumen juga menyebabkan para investor tidak banyak yang melanjutkan melakukan penanaman modal lebih jauh lagi.



Gambar 1. Jumlah Pengguna E-commerce di Indonesia

Sumber: Statista Market Insight

*)Angka proyeksi

Berdasarkan data Statista Market Insight, jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 178,94 juta pengguna, dengan peningkatan 12,79% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 158,65 juta pengguna. Jika melihat *trend* sekarang, jumlah pengguna *e-commerce* akan terus meningkat di tahun 2023 sampai seterusnya mengikuti arus perkembangan zaman dan diproyeksikan pada tahun 2027 mencapai 244,67 juta pengguna. Adapun data dari Bank Indonesia (BI), bahwa nilai transaksi *e-commerce* pada 2022 lebih tinggi 18,8% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 401 triliun.

Dari data tersebut, menunjukkan bahwa prospek *e-commerce* akan terus berkembang, jumlah pengguna

berbanding lurus dengan nilai transaksi *e-commerce*. Sejak awal JD.ID memang terlihat terlambat datang di Indonesia dan tidak mampu menyamakan strategi bisnisnya dengan kompetitor lain padahal *value* yang ditawarkan sedikit berbeda. Perusahaan juga gagal beradaptasi dengan pasar di Indonesia. Inilah faktor yang membuat investor menghentikan pendanaan karena lemahnya perkembangan bisnis perusahaan. Alih-alih meningkatkan *brand equity*, perusahaan justru melakukan promo dan diskon terus menerus secara tidak merata atau melakukan *social campaign*.

Perubahan Fokus Bisnis (Refocusing)

JD.ID telah mengalihkan fokus bisnisnya dari *e-commerce* ke membangun jaringan rantai pasokan lintas batas, dengan logistik dan pergudangan sebagai inti bisnisnya. Hal ini menunjukkan bahwa JD.ID memperhatikan *trend* industri dan dinamika pasar dalam negeri serta berusaha beradaptasi dengan perubahan tersebut.

JD.ID telah mengumumkan akan menghentikan layanannya di Indonesia mulai 31 Maret 2023. Dan untuk pemesanan terakhir, dilakukan sampai 15 Februari 2023. Keputusan ini diambil karena JD.ID menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan *e-commerce* lain yang sudah berdiri di Indonesia. Selain itu, JD.ID juga mengalami kekurangan pendanaan dikarenakan pendanaan dari perusahaan induk dan mitra modal ventura menjadi semakin langka.

Menurut Yuswohady, konsultan bisnis dan pemasaran, ada dua alasan

ditutupnya JD.ID. Yang pertama adalah habisnya dana baru ketika investor menghentikan investasi dananya. Perusahaan induk JD.ID dan mitra modal venturanya mengalami kesulitan pendanaan akibat krisis global, sementara JD.ID tidak pernah mencapai pertumbuhan yang menguntungkan. Kedua, JD.ID ditutup karena terlambat masuk, lemahnya ekuitas merek, dan tidak mampu bersaing dengan *e-commerce* The Big 5 (Tokopedia, Shopee, Lazada, Blibli, dan Bukalapak). Menurut Yuswo, perusahaan JD.ID baru saja memasuki pasar Indonesia (2015). Selain itu, investasi pemasarannya tinggi sehingga merek tidak pernah terbentuk.

Keputusan JD.com selaku induk perusahaan JD.ID untuk menutup layanan di Indonesia setelah 7 tahun berjalan dan fokus ke bisnis rantai pasokan internasional sudah tepat. Ini menunjukkan bahwa perusahaan menyadari kemampuan dengan fokus pada yang hal yang memiliki potensi lebih besar dan menghindari persaingan yang lebih sengit.

SIMPULAN

Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa perubahan keputusan strategi bisnis pada *startup e-commerce* JD.ID dengan merubah fokus bisnis yaitu dari *e-commerce* ke jaringan rantai pasokan internasional dan menghentikan operasional di Indonesia sudah tepat. Karena jika dilihat sejak JD.ID terbentuk banyak melakukan strategi bisnis yang kurang tepat sehingga perkembangan sangat lambat dan bahkan mengalami kerugian. Para pengguna yang jenuh dengan penawaran yang monoton dan investor yang menghentikan

pendanaan karena tak kunjung mencapai *profitable growth*. Dengan menghentikan operasional perusahaan dan melakukan *refocusing*, maka menyadari kemampuan bisnis sesuai dengan keinginan pasar juga perlu dalam membuat keputusan agar perusahaan berjalan secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada Bapak Miftah El Fikri, S.E., M.Si selaku dosen mata kuliah *Startup & Perencanaan Bisnis*. Dan kepada semua pihak yang ikut serta membantu penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan tepat waktu, penulis turut mengucapkan terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

Adi Ahdiat. (2023, Januari 31). JD.ID Tutup, Ini Gambaran Persaingannya dengan E-Commerce Lain. Databooks.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/31/jdid-tutup-ini-gambaran-persaingannya-dengan-e-commerce-lain>

Banirestu, H. (2021, Maret 28). Upaya JD.ID Mengembangkan Bisnis E-commerce. Swa.

<https://swa.co.id/swa/trends/upaya-jd-id-mengembangkan-bisnis-e-commerce>

Fikri, M. El, Andika, R., Febrina, T., Pramono, C., & Pane, D. N. (2020). Strategy to Enhance Purchase Decisions through Promotions and Shopping Lifestyles to Supermarkets during the Coronavirus Pandemic: A Case Study IJT Mart, Deli Serdang Regency, North Sumatera. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 5(11), 530–538.

<https://doi.org/10.36348/sjbms.2020.v05i11.002>

Idris, M. (2021, Mei 15). Apa Itu Startup dan Contohnya? Kompas.com. <https://money.kompas.com/read/2021/05/15/102503926/apa-itu-startup-dan-contohnya?page=all#:~:text=Startup%20adalah%20perusahaan%20rintisan%20yang,menemukan%20pasar%20meupun%20mengembangkan%20produknya.>

Nayoan, A.(2022, Juni 1). Apa itu E-commerce? Berikut Pengertian, Jenis, serta Manfaatnya! Niagahoster. <https://www.niagahoster.co.id/blog/apa-itu-ecommerce/>

Pane, D. N., Fikri, M. El, & Putra, M. (2022). The Influence Of Price And Quality Of Service On Customer Satisfaction Of Online Taxi Transportation Services (Grabcar). *Quantitative Economics Journal*, 11(1), 37–44.

<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/qe/article/view/38395/19273>

Putri, V . (2022, Mei 18). Perbedaan Kegiatan Operasional Perusahaan Manufaktur dan Jasa. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/05/18/090000669/perbedaan-kegiatan-operasional-perusahaan-manufaktur-dan-jasa?page=all>

Rahmadiane, G. (2020). Pengembangan Bisnis Startup Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis. *Jurnal Vokasi*. 4 (2):46-47

Setyowati, D. (2023, Maret 31). JD.ID Resmi Tutup Per Hari Ini. Katadata. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/64260947e5c51/jdid-resmi-tutup-per-hari-ini>

Susanti, S. (2023, Januari 30). JD.COM alihkan fokus bisnis,

hentikan operasional JD.ID. Antaranews.

<https://www.antaranews.com/berita/3370911/jdcom-alihkan-fokus-bisnis-hentikan-operasional-jdid>

Ubaidillah, M. (2023, Januari 31). Kenapa JD.ID Tutup? Ini Penjelasan dan Analisis Para Ahli. Swa. <https://swa.co.id/swa/trends/kenapa-jd-id-tutup-ini-penjelasan-dan-analisis-para-ahli>