

## Bertahan dan Berkembang: Kunci Strategi dan Ukuran Keberhasilan Dalam *E-business*

Fahmi Ardiansyah Siregar<sup>1</sup>; Ira Muthia Hasibuan<sup>2</sup>;  
Jihan Syahlina az-Zahra<sup>3</sup>; Nurbaiti<sup>4</sup>

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: [fahmiardiansyah1200@gmail.com](mailto:fahmiardiansyah1200@gmail.com)<sup>1</sup>; [iramuthia309@gmail.com](mailto:iramuthia309@gmail.com)<sup>2</sup>;  
[syahlinajihan@gmail.com](mailto:syahlinajihan@gmail.com)<sup>3</sup>; [nurbaiti@uinsu.ac.id](mailto:nurbaiti@uinsu.ac.id)<sup>4</sup>

**Abstract.** *This article delves into the importance of resilience strategies and success metrics in the context of e-business. In a rapidly changing digital era, e-businesses need to design strategies that keep them relevant and successful. This article explores a range of resilience strategies, including product and service diversification, effective online marketing, data analysis, and collaboration with third parties. These strategies are aimed at reducing risks and maximizing growth opportunities. Additionally, the article also discusses various success metrics in e-business, including revenue growth, customer retention, sales conversion, and customer satisfaction. The strong interplay between resilience strategies and success metrics is well-understood, where robust resilience strategies can support the achievement of these success metrics. Balance and adaptability in implementing resilience strategies are crucial. Success in e-business depends not only on achieving success metrics but also on a business's ability to adapt to market changes and customer needs. This article provides valuable insights for e-business stakeholders aiming for long-term success in a competitive environment.*

**Keyword :** Strategy, Success Factors, E-business

**Abstrak.** Artikel ini membahas pentingnya strategi bertahan dan ukuran keberhasilan dalam konteks e-bisnis. Dalam era digital yang cepat berubah, bisnis e-bisnis perlu merancang strategi yang dapat menjaga mereka tetap relevan dan sukses. Artikel ini mengeksplorasi sejumlah strategi bertahan yang mencakup diversifikasi produk dan layanan, pemasaran online yang efektif, analisis data, serta kerja sama dengan pihak ketiga. Strategi-strategi ini diarahkan untuk mengurangi risiko dan memaksimalkan peluang pertumbuhan. Selain itu, artikel ini juga membahas berbagai ukuran keberhasilan dalam e-bisnis, termasuk pertumbuhan pendapatan, retensi pelanggan, konversi penjualan, dan tingkat kepuasan pelanggan. Hubungan antara strategi bertahan dan ukuran keberhasilan dipahami dengan baik, di mana strategi bertahan yang kuat dapat mendukung pencapaian ukuran-ukuran keberhasilan tersebut. Keseimbangan dan fleksibilitas dalam menerapkan strategi bertahan sangat penting. Kesuksesan dalam e-bisnis tidak hanya bergantung pada mencapai ukuran keberhasilan, tetapi juga pada kemampuan bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Artikel ini memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan e-bisnis yang ingin mencapai keberhasilan jangka panjang dalam lingkungan yang kompetitif.

**Kata Kunci :** Strategi, Faktor Keberhasilan, E-Business

### PENDAHULUAN

Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis, dengan e-bisnis menjadi salah satu komponen penting dalam perekonomian global. Artikel ini bertujuan untuk menjelaskan strategi kunci yang diperlukan agar sebuah bisnis dapat bertahan dan berkembang dalam konteks e-bisnis yang terus berkembang. E-bisnis adalah bentuk bisnis yang berkembang pesat dengan menggunakan

teknologi digital dan internet sebagai sarana utama untuk menjalankan operasi dan berinteraksi dengan pelanggan.

Dalam artikel ini, Anda dapat mengharapkan pembahasan mengenai berbagai strategi yang dapat membantu bisnis bertahan dan tumbuh dalam dunia e-bisnis yang kompetitif. Ini termasuk strategi pemasaran online, pengelolaan rantai pasokan digital, pengembangan pengalaman pelanggan yang optimal, serta aspek keamanan dan privasi data dalam konteks e-bisnis.

Selain itu, artikel ini kemungkinan juga akan membahas ukuran keberhasilan dalam e-bisnis. Keberhasilan dalam e-bisnis dapat diukur melalui berbagai metrik seperti pertumbuhan pendapatan, retensi pelanggan, konversi penjualan, dan lain sebagainya. Artinya, pembaca akan mendapatkan wawasan tentang bagaimana mengukur kinerja e-bisnis mereka dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki untuk mencapai kesuksesan.

Dengan demikian, artikel ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana bisnis dapat menghadapi tantangan dan peluang dalam lingkungan e-bisnis yang terus berubah dan berkembang.

## **METODOLOGI**

Adapun metodologi penelitian yang kami gunakan pada artikel ini yaitu metodologi penelitian kualitatif yang mana metodologi penelitian kualitatif itu sendiri adalah pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam dan interpretasi konteks, fenomena, atau gejala melalui data yang bersifat deskriptif dan tidak terukur secara kuantitatif. Pendekatan kualitatif umumnya melibatkan pengumpulan data dalam bentuk teks, gambar, atau suara, serta menganalisis data tersebut dengan cermat untuk memahami makna dan konsep yang ada di dalamnya.

## **PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, kami mengidentifikasi beberapa aspek kunci strategi dan ukuran keberhasilan suatu perusahaan sehingga membuat Perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang hingga saat ini, Adapun beberapa aspek kunci strategi dan ukuran keberhasilan tersebut meliputi:

1. Strategi Pemasaran Online:

Temuan kami menggarisbawahi pentingnya SEO dan media sosial dalam strategi pemasaran online. Bisnis e-bisnis harus berfokus pada optimasi mesin telusur dan interaksi aktif di media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan mencapai audiens yang lebih luas.

2. Manajemen Rantai Pasokan Digital:

Penggunaan perangkat lunak manajemen rantai pasokan digital dan otomatisasi proses adalah praktik umum yang mendukung efisiensi dan responsif terhadap perubahan dalam permintaan pelanggan. Ini memberikan keunggulan kompetitif dalam lingkungan e-bisnis yang cepat berubah.

3. Pengalaman Pelanggan:

Temuan kami menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan adalah faktor kunci dalam keberhasilan e-bisnis. Bisnis yang sukses harus fokus pada kenyamanan dan interaksi positif dengan pelanggan mereka, serta melibatkan pelanggan dalam pengembangan produk.

4. Keamanan dan Privasi Data:

Keamanan data adalah prioritas utama bagi bisnis e-bisnis yang berhasil. Penggunaan sertifikat SSL dan tindakan keamanan lainnya adalah penting dalam membangun kepercayaan pelanggan dan melindungi informasi pribadi.

Ada beberapa aspek ukuran keberhasilan yang membuat Perusahaan dapat bertahan dan berkembang yaitu:

1. Pertumbuhan Pendapatan:

Pertumbuhan pendapatan yang signifikan adalah indikator kesuksesan yang vital dalam e-bisnis. Bisnis e-bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan tahunan sebesar 20% atau lebih menunjukkan bahwa strategi mereka dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan sangat efektif. Ini bisa dicapai dengan berbagai cara, termasuk pemasaran online yang kuat, pengembangan produk baru, atau ekspansi ke pasar baru.

2. Retensi Pelanggan:

Tingkat retensi pelanggan yang tinggi adalah tanda keberhasilan dalam memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Bisnis yang mampu

mempertahankan lebih dari 80% pelanggan mereka selama beberapa tahun menunjukkan bahwa mereka telah memahami pentingnya memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan mereka. Hal ini berkontribusi pada pengurangan biaya pemasaran ulang dan membangun basis pelanggan setia.

3. Konversi Penjualan:

Tingkat konversi penjualan yang tinggi mencerminkan efisiensi dari situs web dan strategi pemasaran e-bisnis. Bisnis yang memiliki tingkat konversi yang kuat dapat mengubah lebih banyak pengunjung menjadi pelanggan yang sebenarnya. Ini mungkin disebabkan oleh tampilan produk yang menarik, proses pembelian yang sederhana, atau pelanggan yang telah memiliki minat awal dalam produk atau layanan yang ditawarkan.

4. Tingkat Kepuasan Pelanggan:

Kepuasan pelanggan adalah faktor kunci dalam e-bisnis karena pelanggan yang puas lebih cenderung melakukan pembelian berulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Bisnis e-bisnis yang mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi menunjukkan bahwa mereka tidak hanya fokus pada penjualan, tetapi juga pada memberikan pengalaman yang positif. Ini membangun hubungan yang kuat antara bisnis dan pelanggan, yang dapat mendukung pertumbuhan jangka panjang.

Penting untuk diingat bahwa ukuran keberhasilan dalam e-bisnis seringkali saling terkait. Pertumbuhan pendapatan, retensi pelanggan, konversi penjualan, dan tingkat kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi satu sama lain. Sebagai contoh, meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dapat secara langsung berkontribusi pada retensi pelanggan dan konversi penjualan yang lebih tinggi. Oleh karena itu, bisnis e-bisnis yang berhasil harus menjalankan berbagai strategi dan upaya untuk mencapai keseimbangan yang baik dalam semua ukuran ini.

## **KESIMPULAN**

Dalam konteks e-bisnis, kesuksesan dan strategi bertahan sangat erat terkait. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa ukuran keberhasilan seperti pertumbuhan pendapatan, retensi pelanggan, konversi penjualan, dan kepuasan

pelanggan sangat penting dalam menilai kinerja bisnis. Sementara itu, strategi bertahan yang efektif, seperti diversifikasi produk dan layanan, pemasaran online yang kuat, analisis data, dan kerja sama dengan pihak ketiga, memainkan peran kunci dalam mencapai ukuran-ukuran keberhasilan ini. Kombinasi strategi-strategi ini memiliki dampak positif dalam menciptakan bisnis e-bisnis yang kuat dan berkelanjutan. Diversifikasi produk dan layanan memungkinkan bisnis untuk mengatasi fluktuasi dalam permintaan pasar, sementara pemasaran online yang efektif membantu mereka menjangkau audiens yang lebih luas. Analisis data memberikan wawasan berharga tentang perilaku pelanggan dan kinerja bisnis secara keseluruhan. Kerja sama dengan pihak ketiga membantu bisnis untuk mengoptimalkan sumber daya mereka dan meningkatkan efisiensi.

Keseimbangan antara berbagai ukuran keberhasilan sangat penting dalam merancang strategi bertahan. Bisnis perlu mempertimbangkan bagaimana strategi bertahan akan memengaruhi pertumbuhan pendapatan, retensi pelanggan, konversi penjualan, dan tingkat kepuasan pelanggan secara bersamaan. Oleh karena itu, strategi bertahan harus bersifat fleksibel dan dapat beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Dalam ringkasan, kesuksesan dalam e-bisnis tidak dapat dicapai tanpa strategi bertahan yang kuat, dan sebaliknya, strategi bertahan hanya memiliki arti jika mereka mendukung pencapaian ukuran keberhasilan yang relevan. Dengan berfokus pada kedua aspek ini, bisnis e-bisnis dapat memaksimalkan peluang mereka untuk mencapai pertumbuhan jangka panjang dan kelangsungan bisnis dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Dahlia Br Ginting. (2011). Strategi Dan Tantangan Tantangan Manajemen Yang Mempengaruhi Keberhasilan E-commerce Dan E business. *LIKMI*, vol.10 no.1.
- Gavrilla Franzya Handoko, R. Maryatmo. (2022). Strategi Bertahan Dan Bersaing Pada Usaha Mikro Dan Kecil Kedai Kopi Di Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Semarang Tahun 2020. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Perpajakan*, Vol.5 No.1.
- Y. Sri Susilo. (2010). Strategi Bertahan Industri Makanan Skala Kecil Pasca Kenaikan Harga Pangan Dan Energi Di Kota Yogyakarta. vol.14 no.2