

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LAZADA**

#### **2.1 Sejarah**

Lazada didirikan pada Maret 2012 dan telah meningkat secara signifikan. Lazada Indonesia yaitu anggota dari jaringan ritel online Lazada Group yang bergerak di 6 negara Asia Tenggara, antara lain Lazada Indonesia, Lazada Thailand, Lazada Malaysia, Lazada Singapura, Lazada Vietnam, dan Lazada Filipina, dengan jumlah 550 juta pelanggan.

Lazada adalah perusahaan yang menyediakan layanan perdagangan online dan e-commerce retail. Itu dibuat oleh Rocket Internet, inkubator teknologi internet Jerman. Rocket internet juga sudah berhasil mendirikan banyak perusahaan yang kreatif dan unik dengan kantor pusat di Berlin, Jerman. Di Indonesia, usaha Rocket Internet selanjutnya termasuk Foodpanda, Zalora, dan Traveloka.

Rocket Internet sangat penting dalam fase awal pertumbuhan perusahaan dengan menanamkan modal, mempekerjakan para profesional, dan membangun platform teknis. Rocket Internet tidak lagi terlibat dalam operasional operasional Lazada ketika mampu tumbuh secara mandiri. Saat ini, Rocket Internet lebih aktif dalam hal uang dan investasi.

Selain Rocket Internet, Lazada mendapat modal sekitar \$520 juta dari Tesco, JP Morgan, Summit Partners, Temasek Holdings, Access Industries Investment AB Kinnevik, dan Verinvest.

Lazada, perusahaan Indonesia yang bergerak di bidang ritel e-commerce, bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam membeli berbagai macam barang, termasuk dekorasi rumah, elektronik, produk kecantikan dan Kesehatan, hanya dengan menjelajahi aplikasi seluler atau situs web Lazada. Ditunjang dengan beberapa pilihan pembayaran, termasuk cash-on-delivery, semakin memudahkan pelanggan khususnya di Indonesia untuk membeli produk-produk terbaru. Selain untuk mempermudah transaksi, Lazada menawarkan beberapa diskon dan promo dengan penawaran menarik dan diskon yang murah bagi pelanggan. Di situs Lazada Indonesia, lazada.co.id, semua informasi terkait produk dapat diakses.

Lazada adalah pelopor dalam e-commerce di berbagai negara dengan peningkatan yang cepat di dunia dengan menawarkan berbagai pengalaman keamanan pembelian online, cepat, dan mudah. Bagi Lazada, tujuan pertama adalah memberikan pengalaman belanja online yang optimal bagi setiap konsumen di Indonesia.

## 2.2 Visi dan Misi

### 1. Visi

“Menjadi situs belanja online dan tujuan menjual produk No 1 di Asia Tenggara”

### 2. Misi

- a. Kami menyadari kebutuhan dan keinginan pembeli dan penjual kami dan berusaha untuk memberikan pengalaman yang optimal.
- b. Di Lazada, Kami memiliki pemahaman yang komprehensif tentang strategi perusahaan dan bertanggungjawab untuk mencapai hasil yang diinginkan.
- c. Kami percaya diri namun sederhana dalam mengejar standar tinggi. Jika kita tidak setuju, kita semua berkewajiban untuk berkonfrontasi.
- d. Kami lebih suka menetapkan standar tinggi kami sendiri daripada mematuhi yang dipaksakan oleh orang lain. Tanpa mengorbankan kualitas atau kecepatan, kami menyusun, berinovasi, dan menerapkan ide-ide baru.
- e. Kami menyatakan argumen kami, setuju untuk tidak setuju, dan kemudian terlibat dalam aktivitas dengan semangat. Kami menerima, dapat dipercaya, dan sopan, menciptakan suasana kepercayaan.

Jenis barang Lazada yang bervariasi mungkin memerlukan waktu pemrosesan dan pengiriman yang berbeda. Tab "detail produk" dan "spesifikasi" pada halaman produk memberikan lebih banyak informasi produk kepada pembeli, seperti nama produsen, masa garansi, ukuran produk, dan banyak lagi.

Konsumen dapat memperoleh informasi garansi produk melalui penyertaan kartu garansi di kemasan produk dan tab spesifikasi di situs web produk. Untuk memperbaiki produk, pengguna bisa menghubungi pusat garansi secara langsung atau mengirimkannya ke lokasi yang tertulis di kartu garansi. Selain itu, pelanggan bisa mengecek fasilitas garansi pada peta Lazada di “[www.lazada.co.id/servicecenter](http://www.lazada.co.id/servicecenter)”.

URL website “[www.lazada.co.id/how-to-buy](http://www.lazada.co.id/how-to-buy)” memberikan petunjuk lengkap tentang cara melakukan pemesanan di Lazada. Setelah melakukan pemesanan dan memverifikasi pembayaran, Lazada akan mengirim email dan/atau SMS dengan status pesanan saat ini. Konsumen dapat menelusuri perkembangan pesannya di “<http://www.lazada.co.id/order-tracking/>”.

Lazada dapat membantu pelanggan dalam melakukan pembelian melalui telepon jika mereka memilih opsi pembayaran di tempat (COD). Untuk menghapus item dari keranjang belanja, di bagian atas halaman Lazada dapat "mengklik" logo belanja untuk mengakses keranjang belanja mereka lalu memilih "Hapus Item”.

### **2.3 Identitas Responden Konsumen Lazada**

Informasi identitas responden bertujuan untuk mengungkap data yang berhubungan erat dengan responden (objek). Pelanggan Lazada menjadi responden untuk pembuatan skripsi ini. Penelitian ini melibatkan total 100

responden dari berbagai latar belakang. Dalam penelitian ini, penulis memberikan informasi tentang tingkat pendidikan, usia, jenis kelamin, dan pendapatan responden, serta informasi tentang identitas mereka.

#### 2.4 Jenis Kelamin Responden

Konsumen Lazada adalah masyarakat umum termasuk berjenis kelamin pria dan wanita. Dalam tabel berikut dapat dilihat persebaran banyaknya konsumen pria dan wanita yang menggunakan Lazada sebagai berikut:

**Table 2. 1 Jenis Kelamin Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Wanita	84	84%
Pria	16	16%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden, sebanyak 84 orang (86%) konsumen Lazada berjenis kelamin wanita dan sisanya ada 16 orang (14%) berjenis pria. Penyebabnya karena wanita memiliki kecenderungan lebih menyukai belanja dibanding pria. Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini mayoritas konsumen dari Lazada berjenis kelamin wanita.

#### 2.6 Usia Responden

Konsumen yang menggunakan aplikasi Lazada memiliki rentang usia yang berbeda-beda. Tabel berikut dapat dilihat persebaran banyaknya konsumen berdasarkan usia yang menggunakan Lazada sebagai berikut:

**Table 2. 2**  
**Usia Responden**

No	Kelompok Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
1	< 30 tahun	13	13%
2	30-50 tahun	75	75%
3	> 50 tahun	12	12%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.2 di atas, mayoritas konsumen Lazada berusia antara < 30 tahun – 50 tahun sejumlah 75 orang (75%), kemudian pada umur < 30 tahun sejumlah 13 orang (13%), dan responden umur > 50 tahun 12 orang (12%). Hal ini berarti sebagian besar pelanggan dari Lazada dalam penelitian ini berada dalam rentang usia 30 - 50 tahun yaitu sebesar 75 orang (75%), penyebabnya karena pada rentang usia tersebut pada umumnya masih beraktifitas yang tinggi dan masih berada di usia produktif.

## 2.7 Pendidikan Terakhir Responden

Konsumen yang menggunakan aplikasi Lazada memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda. Pada penelitian ini konsumen yang sebagai sampel yaitu konsumen yang memiliki umur minimal 17 tahun sehingga menyebabkan

tingkat pendidikan dari responden juga akan berbeda-beda. Berikut tabel tingkat pendidikan dari responden :

**Table 2. 3**  
**Tingkat Pendidikan Responden**

<b>NO</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	SD	0	0%
2.	SMP	0	0%
3.	SMA	3	3%
4.	D1/D2/D3/D4	20	20%
5.	S1/S2/S3	77	77%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data Primer yang telah diolah,2022

Berdasarkan Tabel 2.3 mengenai tingkat pendidikan responden konsumen Lazada, didominasi konsumen dengan tingkat pendidikan S1/S2/S3 sejumlah 77 responden (77%), D1/D2/D3/D4 sebanyak 20 responden (20%) sedangkan SMA hanya 3 responden (3%). Hal ini disebabkan karena pada tingkat pendidikan tersebut menggunakan aplikasi Lazada sebagai sarana untuk bisnis.

## **2.8 Jenis Pekerjaan Responden**

Konsumen yang menggunakan aplikasi Lazada memiliki latar belakang yang berbeda, termasuk tentang jenis kelamin, sehingga memungkinkan dalam

penelitian ini responden memiliki perbedaan atau kesamaan jenis pekerjaan. Maka dari itu identitas responden dilihat dari jenis pekerjaan adalah:

**Table 2. 4**  
**Jenis Pekerjaan Responden**

<b>No</b>	<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Karyawan Swasta	41	41%
2	Wirausaha	37	37%
3	Pegawai Negeri Sipil	7	7%
4	Pensiunan	2	2%
5	Mahasiswa	3	3%
6	Lain-lain	10	10%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 2.4 konsumen Lazada terbanyak adalah karyawan swasta yaitu 41 orang (41%), wirausaha 37 orang (37%), lain-lain terdiri dari ibu rumah tangga, buruh serabutan, serta freelance 10 orang (10%), PNS 7 orang (7%), mahasiswa 3 orang (3%) dan sisa pensiunan 2 orang (2%). Dapat disimpulkan, yang paling banyak jenis pekerjaan responden sebagai karyawan swasta yaitu 41 orang (41%). Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Lazada banyak digunakan untuk sarana bisnis.