

BAB II

GAMBARAN UMUM LAZADA

DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

Pada bab ini akan dijelaskan garis besar Lazada yang meliputi profil perusahaan, logo perusahaan, visi misi perusahaan, jenis barang Lazada, metode pemesanan dan pembayaran, metode pengiriman, serta metode pengembalian barang ataupun dana. Bab ini juga menggambarkan gambaran umum responden yang memaparkan identitas yang telah ditentukan untuk mendukung informasi lapangan yang diperlukan dalam studi ini.

2.1 Profil Lazada

Lazada Indonesia merupakan pelopor *e-commerce* di beberapa negara berkembang tercepat di dunia yang menyediakan pengalaman belanja online yang cepat, aman dan mudah dengan berbagai macam item dalam kategori. Lazada Indonesia berdiri sejak tahun 2012 dan sebagai salah satu cabang dari toko *online* Lazada di Asia Tenggara. Jaringan Lazada Asia Tenggara merupakan anak perusahaan dari perusahaan web Jerman, Rocket Web. Rocket Internet adalah perusahaan *online incubator* yang telah berhasil membuat perusahaan *online* inovatif di berbagai belahan dunia. Rocket Internet di Indonesia menggabungkan Zalora, Nourishment Panda, Officefab dan Lamido. Rocket Internet memiliki kantor pusat di Berlin, Jerman.

Lazada merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia, perusahaan *e-commerce* ini berkantor di Menara Bidakara I lantai 16, Jalan Gatot Subroto, Jakarta Selatan. Lazada memiliki 13 kategori item, dan lebih dari 3.000 subkategori. Lebih dari ratusan ribu pilihan barang tersedia dari berbagai kategori, mulai dari kesehatan dan kecantikan, peralatan keluarga, ponsel serbaguna, tablet, perangkat keras, hingga peralatan keluarga. Lazada memiliki misi untuk dapat berperan dalam memenuhi kebutuhan belanja masyarakat. Lazada mendapat sekitar 3.000 pesanan dan situs perusahaan itu dikunjungi 250.000 orang setiap harinya.

Jenis perdagangan *online* Lazada adalah B2C, *Business to Consumer* (B2C) adalah gerakan e-bisnis dalam mengkoordinasikan manfaat bagi pembeli melalui produk atau administrasi. Lazada memiliki banyak merek dari penyedia untuk ditawarkan kepada klien. Lazada merupakan *marketplace* yang memiliki barang untuk ditawarkan, berisi pusat distribusi untuk menyimpan produk, jika ada pembelian, barang tersebut harus dikirimkan ke klien yang membelinya. Hal yang mengenalinya dari *marketplace* lain adalah dilakukan secara *online*.

Dalam *Business to Customer* lebih dipusatkan pada bagaimana komponen fundamental bagi pembeli untuk sampai ke perusahaan ada pada web yang telah diberikan oleh perusahaan. Kelebihan dari demonstrasi B2C ini adalah penawaran biaya dapat berubah sewaktu-waktu (*up to date*), belanja menjadi lebih efektif dan mudah, serta administrasi *call center* tercatat di situs.

Lazada Grup Internasional di Asia Tenggara terdiri dari Lazada Indonesia, Lazada Vietnam, Lazada Malaysia, Lazada Thailand, serta Lazada Filipina. Lazada menyatakan bahwa Lazada merupakan *marketplace* Indonesia yang patut diakui

keabsahannya karena keunggulannya yakni memiliki situs berkualitas tinggi dengan titik fokus seperti:

1. Memiliki standar profesional pada sistem kerja untuk penilaian mingguan keluhan konsumen.
2. Memiliki metode pembayaran yang dinilai aman dan menerapkan COD (*cash on delivery*)
3. Dapat meningkatkan penghasilan masyarakat luas dengan program afiliasi Lazada yang memberikan komisi penjualan kepada orang-orang melalui blog dan situs web.
4. Lazada adalah perusahaan resmi berbentuk PT (Perseroan Terbatas), jadi bertanggung jawab atas keamanannya.
5. Dari segi SEO (*Search Engine Optimization*), website Lazada sangat efisien dan berkualitas, memiliki kemampuan untuk mengoptimalkan kinerja mesin pencari atau website, sehingga pengunjung atau konsumen merasakan kualitas tinggi saat menggunakan website.

2.2 Logo Lazada

Gambar 2.1
Logo Lazada



Sumber : Lazada.co.id, 2021

2.3 Visi dan Misi Lazada

Adapun visi dan misi Lazada adalah sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi tempat belanja online yang terpercaya dan memberikan kualitas terbaik dari segi mutu maupun pelayanan terhadap konsumen.

b. Misi

Melayani segala kebutuhan pembeli baik mulai dari pemesanan hingga pengiriman barang sampai ditempat pembeli.

2.4 Kategori dan Jenis Produk Lazada

Lazada menyediakan berbagai macam kategori dan jenis produk untuk memenuhi segala kebutuhan penggunanya. Berikut ini daftar kategori dan jenis produk yang tersedia di Lazada:

Tabel 2.1
Kategori dan Jenis Produk Lazada

No	Kategori	Jenis	
1.	Peralatan Elektronik	1. Handphone 2. Laptop 3. Desktop 4. Kamera	5. Game Console 6. Gadget 7. Tablet
2.	Aksesoris Elektronik	1. Aksesoris Handphone 2. Aksesoris Komputer 3. Audio	6. Penyimpanan Data 7. Printer 8. Aksesoris Tablet

		4. Aksesoris Berteknologi 5. Aksesoris Kamera	9. Komponen Komputer
3.	Fashion Wanita	1. Fashion Muslim 2. Pakaian Wanita 3. Sepatu Wanita 4. Lingerie & Pakaian Tidur 5. Aksesoris Wanita	6. Pakaian Anak Perempuan 7. Sepatu Anak Perempuan
4.	Fashion Pria	1. Pakaian Pria 2. Sepatu Pria 3. Baju Muslim 4. Pakaian Dalam	5. Aksesoris Pria 6. Pakaian Anak Laki-laki 7. Sepatu Anak Laki-Laki
5.	Tas, Jam & Aksesoris	1. Tas & Dompet Wanita 2. Jam Tangan Wanita 3. Tas & Dompet Pria 1. Jam Tangan Pria 2. Tas Anak 3. Jam Tangan & Aksesoris Anak	4. Perhiasan Wanita 5. Aksesoris Pria 6. Kacamata Hitam & Lainnya 7. Koper & Tas Travel 8. Logam Mulia & Investasi
6.	Kesehatan & Kecantikan	1. Perawatan Kulit 2. Make Up 3. Perawatan Rambut 4. Perawatan Tubuh 5. Perawatan Diri 6. Parfum	7. Alat Kecantikan 8. Suplemen Makanan 9. Alat Medis 10. Sexual Wellness 11. Perawatan Pria 12. Popok Dewasa
7.	Bayi & Mainan	1. Ibu & Anak 2. Popok Sekali Pakai	8. Perawatan Bayi

		<ul style="list-style-type: none"> 3. Makanan Bayi & Balita 4. Pakaian & Aksesoris 5. Perlengkapan Menyusui 6. Perlengkapan Bayi 7. Kamar Bayi 	<ul style="list-style-type: none"> 9. Mainan Mainan Elektronik & RC 10. Mainan Olahraga & Luar Ruangan 11. Mainan Bayi & Balita
8.	TV & Elektronik Rumah	<ul style="list-style-type: none"> 1. TV & Perangkat Video 2. Peralatan Dapur Kecil 3. Elektronik Rumah Besar 4. Penyejuk dan Pembersih Udara 5. Penghisap Debu & Perawatan Rumah 	<ul style="list-style-type: none"> 6. Alat Perawatan Diri 7. Aksesoris & Suku Cadang 8. Aksesoris Televisi 9. Home Entertainment
9.	Keperluan Rumah & Gaya Hidup	<ul style="list-style-type: none"> 1. Dekorasi Rumah 2. Furnitur 3. Kelengkapan Tempat Tidur 4. Penerangan Peralatan 5. Mandi Alat Dapur 6. Binatu & Alat Kebersihan 	<ul style="list-style-type: none"> 7. Perkakas & Perbaikan 8. Rumah Kebun & Luar Ruangan 9. Alat Tulis & Kerajinan 10. Media, Musik & Buku
10.	Kebutuhan Rumah Tangga	<ul style="list-style-type: none"> 1. Minuman 2. Bahan & Bumbu Masakan 3. Cokelat, Camilan & Permen 	<ul style="list-style-type: none"> 6. Makanan Hewan Peliharaan 7. Aksesoris Hewan Peliharaan 8. Kesehatan Hewan Peliharaan

		<ul style="list-style-type: none"> 4. Makanan Sarapan & Sereal 5. Buah & Sayur Kebutuhan Rumah Tangga
11.	Olahraga & Outdoor	<ul style="list-style-type: none"> 1. Baju Olahraga Pria 2. Baju Olahraga Wanita 3. Sepatu Olahraga Pria 4. Sepatu Olahraga Wanita 5. Camping dan Hiking 6. Peralatan Memancing 7. Olahraga Sepeda 8. Olahraga Air 9. Gym, Yoga & Fitness 10. Olahraga Raket 11. Perlengkapan Olahraga 12. Perlengkapan Sepak Bola
12.	Otomotif	<ul style="list-style-type: none"> 1. Kendaraan 2. Suku Cadang & Peralatan Mobil 3. Aksesoris Interior Mobil 4. Aksesoris Exterior Mobil Kamera Mobil, Audio & Video 5. Perawatan & Pengkilat Mobil 6. Ban & Velg Mobil 7. Oli & Cairan Mobil 8. Perlengkapan Berkendara 9. Suku Cadang & Peralatan Motor 10. Aksesoris & Elektronik Motor 11. Ban, Velg, Oli & Cairan Motor
13.	Produk Digital	<ul style="list-style-type: none"> 1. Pulsa & Paket Data 2. Bayar Tagihan 3. Voucher Game 4. Voucher Emas 5. Donasi & Zakat 6. Voucher Makan 7. Voucher Belanja

2.5 Metode Pemesanan dan Pembayaran

Untuk informasi lebih lanjut tentang cara memesan barang dari Lazada, dilakukan dengan mengunjungi website di www.lazada.co.id/howtobuy. Setelah melakukan pemesanan dan mengonfirmasi pembayaran, Lazada akan memberi tahu melalui email atau SMS tentang status pesanan saat ini. Konsumen dapat melihat status pesanan pada link berikut <http://www.lazada.co.id/ordertracking/>. Dalam melakukan pemesanan, Lazada dapat membantu konsumen melalui telepon jika konsumen lebih menyukai metode pembayaran pembayaran di tempat (COD). Untuk mengeluarkan suatu barang dari keranjang belanja konsumen, konsumen dapat “mengklik” logo belanja di bagian atas halaman Lazada untuk masuk ke keranjang belanja konsumen dan mengklik “Hapus item”.

Lazada menawarkan berbagai metode pembayaran. Hal ini dilakukan untuk memberikan pengalaman belanja *online* yang lebih mudah dan menyenangkan. Lazada juga bekerja sama dengan banyak mitra di sektor perbankan untuk menyelesaikan masalah pembayaran. Metode pembayaran yang ditawarkan adalah:

a. Pembayaran di tempat (COD)

COD adalah singkatan dari *Cash on Delivery*. Dengan cara ini pengguna dapat membayar tunai ke kurir yang bertugas saat pengguna menerima pesanan. Cara ini bisa digunakan di seluruh Indonesia. Ketentuan cara ini hanya dapat digunakan untuk transaksi di bawah Rp 3.000.000.

b. Credit Card / Debit Card

Apabila pengguna memilih metode pembayaran ini, pengguna bebas memilih kartu kredit / debit apa saja yang berlogo VISA atau Mastercard. Data kartu dilindungi oleh standar enkripsi terdepan di industri.

c. Internet / Online Banking

Metode ini memungkinkan pengguna melakukan pembayaran langsung dari rekening bank pengguna dengan mudah. Bank yang bekerja sama adalah Klik BCA dan Mandiri Clickpay.

d. Transfer Bank

Metode ini memungkinkan pengguna untuk mentransfer uang langsung ke akun Lazada Anda. Bank yang terafiliasi dengan Lazada dalam hal ini adalah Bank BCA, Bank Mandiri, CIMB Niaga, dan Bank BNI.

e. Program Cicilan

Cara ini masih tergolong baru dan kurang dikenal. Sebagai aturan umum, pelanggan dapat membayar produk yang dibeli dalam tiga bulan. Dan program cicilan ini hanya bisa dilakukan melalui kartu kredit. Bank yang bekerjasama dalam program ini adalah Bank Danamon, BCA, BII, Standard Chartered Bank, CIMB Niaga, ANZ, HSBC, Citibank dan BRI. Minimum transaksi pembelian untuk mengikuti program ini adalah Rp 1.000.000.

2.6 Metode Pengiriman

a. Pengiriman pesanan

Opsi pengiriman yang tersedia di Lazada yakni: Saat pengguna membeli suatu barang, Lazada akan memberi pengguna deskripsi tanggal barang tersebut diterima. Perusahaan kurir Lazada tidak dapat mengirimkan barang yang dipesan pada hari Sabtu, Minggu, atau hari libur nasional. Lazada tidak dapat mempercepat proses pengiriman. Pengiriman yang diharapkan tergantung pada jangkauan pemasok/dealer dan alamat pengiriman konsumen. Saat pesanan memasuki proses pengiriman, Lazada berusaha untuk mengeksekusi permintaan pembatalan konsumen dengan meneruskannya ke pihak yang terhubung. Untuk pertanyaan mengenai pembatalan, pengguna dapat menghubungi Layanan Pelanggan Lazada (<http://www.lazada.co.id/contact/>). Khusus untuk produk luar negeri, produk yang sudah dipesan tidak dapat dibatalkan setelah pesanan sudah masuk prosedur pengiriman.

b. Biaya Pengiriman

Untuk biaya pengiriman, ongkos kirim dihitung berdasarkan berat produk, berdasarkan lokasi pengiriman pesanan, sesuai standar perusahaan kurir yang berafiliasi dengan Lazada. Lazada memiliki berat kurang dari 7 kg dan memiliki jumlah minimum order Rp.30.000, Lazada menawarkan pengiriman gratis di area tertentu. Untuk informasi lebih lanjut mengenai area cakupan pengiriman gratis, pengguna dapat mengunjungi situs web www.lazada.co.id/shipping. Kemudian pengguna juga dapat mengunjungi pada alamat website www.lazada.co.id/ordertracking, lalu memasukkan nomor pesanan dan email

pelanggan, dan klik “Periksa Sekarang“ untuk mengonfirmasi dan melacak pesanan konsumen. Konsumen juga dapat mengklik “Status Order” di bagian atas halaman Lazada untuk memproses pesanan, pengguna dapat memasukkan nomor pesanan dan alamat email pengguna, kemudian klik “Lihat” untuk melihat status pesanan pengguna.

2.7 Metode Pengembalian Dana dan Barang

a. Pengembalian Produk

Konsumen dapat mengisi formulir pengembalian menggunakan "Formulir Pengembalian Online". Jika pengguna memiliki pertanyaan, maka dapat menghubungi email *customer service* setiap saat dari Senin sampai Jumat (09:00-20:00) dan Sabtu, Minggu dan hari libur (09:00) dari Lazada, dapat pula melalui Livechat, atau Call Center (021) 80630200. Untuk pengembalian yang memenuhi persyaratan dapat dimulai dengan mengisi “Formulir Pengembalian Online”. Konsumen harus masuk ke akun Lazada untuk bisa mengakses formulir pengembalian online. Lazada memiliki kebijakan pengembalian "Semua produk yang dijual di Lazada Indonesia adalah 100% Perlindungan Pembeli dan/atau Jaminan Kepuasan, kecuali dinyatakan lain pada halaman penawaran produk atau deskripsi produk."

Produk yang valid dan permintaan refund adalah bukti pembelian (nomor pesanan, invoice pembelian, dll), detail bank pengembalian paket pada formulir pengembalian, pengguna perlu melakukan pengemasan ulang produk yang akan dikembalikan, dan label pengembalian pada bagian luar paket. Alasan

pengembalian harus valid dan syarat persetujuan pengembalian harus dipenuhi. Untuk memudahkan pemeriksaan kualitas, pengguna harus mengirimkan barang yang dikembalikan ke alamat gudang yang tertera pada formulir pengembalian. Jika produk yang dikembalikan adalah gadget, laptop, atau perangkat lain, pastikan kata sandi perangkat tidak terkunci atau dihapus sebelum menghubungkan ke perangkat sebelum akan dikirimkan ke gudang.

b. Pengembalian Dana

Pengembalian dana dapat diproses jika terjadi pengembalian atau pembatalan produk. Lazada menawarkan berbagai opsi pengembalian untuk memungkinkan konsumen memilih metode pembayaran saat memesan. Konsumen akan mendapat pemberitahuan melalui email dan SMS ketika pengembalian dana diproses. Jika debit kedua dari belakang belum dikembalikan setelah 2 bulan, pengguna perlu menghubungi bank penerbit.

Store credit merupakan metode yang digunakan untuk mengembalikan dana sesuai barang yang dipesan oleh konsumen. Konsumen dapat memesan produk dengan menggunakan *store credit* seperti voucher belanja. *Store credit* hanya bisa dipakai sebanyak satu kali dan berlaku selama satu tahun. Lazada saat ini juga menawarkan layanan pengembalian gratis dengan metode *drop-off* dan *pick-up*. Layanan pengiriman Lazada saat ini bekerja sama dengan PT. Pos Indonesia dan PopBox menawarkan layanan pengembalian gratis dengan sistem pengiriman. *Drop-off* adalah layanan pengiriman produk yang dipilih untuk dikembalikan melalui Pop Box atau Kantor Pos Indonesia. PopBox adalah suatu loker otomatis yang dapat dengan mudah dikembalikan oleh konsumen secara

gratis dan aman. Sedangkan *Pick Up* merupakan sebuah layanan penjemputan produk dari Etobee, saat ini bekerja sama dengan Etobee untuk menawarkan layanan pengembalian barang gratis dengan sistem penjemputan.

Tata cara pengembalian dan pengambilan adalah sebagai berikut:

- a. Mengisi formulir retur *online*
- b. Setelah mengisi formulir retur, konsumen akan memperoleh kode persetujuan atau RA (*Return Authorization*) yang terdiri dari 15 digit yang diawali dengan “RN” diikuti dengan nomor urut dan kombinasi nomor. Misalnya nomor pesanan 600150160, maka nomor torisasi pengembalian barang yaitu RN600150160.
- c. Cetak formulir lengkap dengan nomor pengembalian dan nomor pesanan.
- d. Konsumen wajib mengemas ulang produk yang akan dikembalikan dan tempelkan formulir pada bagian luar kemasan. Pastikan formulir tidak dilampirkan langsung ke kemasan produk. Jika paket barang yang diterima tidak dalam kondisi aslinya (sobek, hilang atau ditempel stiker), Lazada tidak dapat menerima barang yang dikembalikan.
- e. Jika konsumen tidak bisa mencetak formulir return, maka konsumen dapat menuliskan kode RA dan nomor pesanan pada selembar kertas dan menempelkannya di bagian luar kemasan produk yang akan dikembalikan. Konsumen perlu memastikan telah menuliskan kedua angka tersebut dengan benar dan lengkap.

2.8 Identitas Responden

Identitas responden menggambarkan karakteristik responden dengan memberikan deskripsi data primer seperti umur, jenis kelamin, riwayat pernikahan, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, dan biaya bagi pengguna Lazada.

Sub bab ini memaparkan informasi tentang karakteristik responden yang diperoleh dari survei yang dilakukan oleh pengguna Lazada yang menanggapi survei ini. Data yang tersaji berupa tabel yang menggambarkan karakteristik responden berdasarkan jawaban yang diberikan. Terdapat sebanyak 100 responden untuk survei ini. Berdasarkan data yang diberikan oleh 100 responden, identitas responden mengenai jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan pendapatan dan pengeluaran bulanan adalah sebagai berikut :

2.8.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin adalah bentuk fisik yang membedakan perempuan dan laki-laki. Saat mengumpulkan data responden, jenis kelamin responden dimaksudkan untuk menentukan rasio jumlah pria dan wanita yang menjawab pertanyaan survei. Berdasarkan data primer yang terkumpul, dibuat profil jenis kelamin responden yang telah diperoleh sebagai berikut :

Tabel 2.2
Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pria	29	29
2.	Wanita	71	71

Total	100	100
--------------	------------	------------

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa jumlah responden terbesar berdasarkan jenis kelamin adalah perempuan yaitu sebesar 71% sementara responden laki-laki tercatat sebesar 29%. Data tersebut berarti bahwa sebagian besar pengguna Lazada di dalam survei ini berjenis kelamin perempuan.

2.8.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital adalah kedudukan responden yang menjelaskan terkait lengkap tidaknya pasangan pada pernikahan atau belum pernah menikah. Dibawah ini adalah komposisi responden berdasarkan kelompok status marital pengguna Lazada:

Tabel 2.3
Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Belum Menikah	91	91
2.	Menikah	9	9
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari Tabel 2.3 di atas terlihat bahwa sebanyak 91% responden yang membeli produk dari Lazada melalui *e-commerce* berstatus belum menikah. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang belum menikah lebih cenderung untuk membeli karena mereka menghasilkan sebagian besar pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan mereka. Konsumen yang sudah menikah, di sisi lain, cenderung

membelanjakan pendapatannya untuk kebutuhan lain yang tidak dapat dibeli melalui *e-commerce* Lazada..

2.8.3 Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur adalah harapan hidup seseorang dan di ukur dalam tahun. Pada penelitian ini, komposisi responden merangkum peringkat usia yang ditentukan oleh peneliti sebagai berikut:

Tabel 2.4
Identitas Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1.	< 20	40	40
2.	20 – 29	52	52
3.	30 – 39	3	3
4.	40 – 49	5	5
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari tabel 2.4 di atas terlihat bahwa mayoritas responden pengguna Lazada berusia 20-29 tahun atau 52 responden (52%). Kelompok dengan responden paling sedikit adalah kelompok 30-39 tahun, yaitu 3 responden (3%).

2.8.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir merupakan kualifikasi pendidikan yang telah ditempuh oleh individu. Berdasarkan survei yang dilakukan, tabel berikut menunjukkan data pendidikan terakhir responden sebagai berikut:

Tabel 2.5
Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Tamat SMP	2	2
2.	Tamat SMA Sederajat	58	58
3.	Tamat Diploma/Sarjana	36	36
4.	Tamat Pascasarjana	4	4
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.5 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah responden dengan pendidikan terakhir terbanyak adalah tamat SMA Sederajat dengan jumlah 58 responden (58%), dan jumlah terkecil pada responden pendidikan terakhir Pascasarjana dengan 4 responden (4%).

2.8.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan merupakan suatu aktivitas yang dijalankan oleh individu guna memperoleh suatu imbalan jasa berupa uang ataupun lainnya. Pemaparan terkait jenis pekerjaan responden dimaksudkan untuk memberikan gambaran tentang status sosial dan kehidupan sosial responden, serta ruang lingkup kegiatan yang harus dilakukan seseorang agar dapat menunjukkan pendapatan sehari-hari. Berikut ini adalah jenis pekerjaan responden yang tersaji pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.6
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	60	60
2.	Pegawai Swasta	19	19

3.	Pegawai Negeri	4	4
4.	Wiraswasta	7	7
5.	Ibu Rumah Tangga	2	2
6.	Belum Bekerja	8	8
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Dari Tabel 2.6 di atas terlihat bahwa sebagian besar responden ialah Pdelajar/Mahasiswa yakni sejumlah 60 orang (60%), sedangkan responden terendah adalah ibu rumah tangga, yakni sejumlah dua orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden pengguna Lazada didominasi oleh semua jenis profesi, tidak hanya kalangan tertentu. Namun terlihat bahwa Lazada menjadi tren bagi kalangan pelajar/ mahasiswa.

2.8.7 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Pendapatan dalam penelitian ini adalah penghasilan yang didapatkan individu sebagai bentuk imbalan atas pekerjaan yang dilakukan selama periode waktu tertentu. Representasi dari data pendapatan ini adalah pendapatan responden yang sudah bekerja dan uang saku responden yang tidak bekerja. Status pekerjaan yang berbeda memiliki tingkat pendapatan yang berbeda. Tabel berikut menunjukkan data pendapatan para responden tersebut:

Tabel 2.7
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Presentase (%)
1.	≤ Rp1.000.000	35	35

2.	> Rp1.000.000 – Rp3.000.000	30	30
3.	> Rp3.000.000 – Rp5.000.000	17	17
4.	> Rp5.000.000 – Rp7.000.000	11	11
5.	> Rp7.000.000	7	7
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Menurut tabel 2.7 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden penghasilannya kurang dari sama dengan 1.000.000 yaitu sebesar 35% karena merupakan pelajar/mahasiswa yang belum berpenghasilan secara mandiri. Di sisi lain, sebagian kecil responden berpenghasilan lebih dari Rp7.000.000 yaitu 7%. Dari data di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa itu adalah data e-commerce Lazada. harga penawaran dapat dijangkau oleh semua kalangan.

2.8.8 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran

Pengeluaran merupakan sejumlah dana yang dihabiskan oleh individu guna membeli suatu produk/jasa sesuai dengan kebutuhan atau keinginannya. Pengeluaran bulanan yang disebutkan dalam survei ini baik untuk responden yang merantau, maupun untuk biaya hidup sehari-hari, juga kebutuhan lainnya. Dibawah ini tersaji data responden berdasarkan jumlah pembelanjaan yang dilakukan oleh pengguna Lazada :

Tabel 2.8
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran

No	Pengeluaran	Frekuensi	Presentase (%)
1.	≤ Rp1.000.000	42	42

2.	> Rp1.000.000 – Rp3.000.000	33	33
3.	> Rp3.000.000 – Rp5.000.000	15	15
4.	> Rp5.000.000 – Rp7.000.000	8	8
5.	> Rp7.000.000	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2.8 dapat diketahui bahwa responden dengan biaya pengeluaran antara > 1.000.000 hingga 3.000.000 adalah yang paling banyak yakni dengan total 42 responden atau 42%. Sedangkan responden dengan pengeluaran > 7.000.000 merupakan responden paling sedikit, yakni hanya sebanyak 2 orang atau sebesar 2%.

2.8.9 Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian

Data intensitas pembelian responden pada situs *e-commerce* Lazada ditujukan untuk mengetahui tingkat seringnya responden melakukan pembelian melalui Lazada. Berikut ini data intensitas responden yang pernah melakukan pembelian dari Lazada *e-commerce* dalam 1 tahun terakhir:

Tabel 2.9
Identitas Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian

No	Pengeluaran	Frekuensi	Presentase (%)
1.	1-3 kali	76	76
2.	4-6 kali	18	18
3.	7-9 kali	4	4
4.	> 10 kali	2	2
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2.9 dapat dilihat bahwa mayoritas responden membeli produk melalui *e-commerce* Lazada sebanyak 1-3 kali, yakni sebanyak 76 responden atau sebesar 76%. Dan intensitas terkecil responden membeli produk di *e-commerce* Lazada sebanyak >10 kali yaitu sejumlah 2 orang atau 2%.

2.8.10 Identitas Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Sering Dibeli

E-commerce Lazada memiliki banyak kategori produk yang ditawarkan mulai dari Fashion, Elektronik, Kesehatan & Kecantikan, Aksesoris, Keperluan Rumah & Gaya Hidup, Olahraga & Outdoor, Otomotif, hingga Produk Digital. Berdasarkan survei yang telah dilaksanakan, dibawah ini disajikan data variasi produk yang sering dibeli oleh responden :

Tabel 2.10
Identitas Responden Berdasarkan Kategori Produk yang Sering Dibeli

No	Kategori Produk	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Fashion	68	34
2.	Elektronik	15	7,5
3.	Kesehatan & Kecantikan	31	16
4.	Aksesoris	40	20
5.	Keperluan Rumah & Gaya Hidup	24	12
6.	Olahraga & Outdoor	8	4
7.	Otomotif	5	2,5
8.	Produk Digital	8	4
Jumlah		199	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.9 dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden paling sering membeli produk *fashion* yakni sebesar 68 orang atau 34%. Kemudian disusul dengan kategori aksesoris sebanyak 40 orang atau 20%. Selanjutnya pada produk yang paling sedikit dibeli di Lazada berdasarkan jawaban responden yaitu produk otomotif serta otomotif, yakni sebanyak 5 orang atau 2,5% dari keseluruhan jawaban responden. Dari data tersebut maka dapat dilihat bahwa pengguna Lazada melakukan pembelian di berbagai kategori, terutama pada kategori *fashion*.

