

## BAB II

### DESKRIPSI DAN OBJEK PENELITIAN

#### A. Profil Lazada Indonesia

##### 1. Lazada Group

Pertama kali Lazada di luncurkan pada tahun 2012, yang di mana pada platform tersebut digunakan sebagai aktivitas dalam melakukan kegiatan belanja dan penjualan secara *online* yang aktif beroperasi di enam negara yaitu Indonesia, Filipina, Singapura, Thailand, Malaysia, dan Vietnam. Dalam hal ini Lazada disebut sebagai pelopor untuk ekosistem *e-commerce* di Asia Tenggara yang di antaranya memiliki berbagai macam layanan pemasaran, layanan data, layanan jasa lain dalam satu platform yang sudah dimiliki.



**Gambar 2. 1 Logo Lazada**

*Sumber: lazada.co.id*

Sebagai salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia, Lazada menawarkan berbagai macam jenis produk mulai dari produk elektronik, *fashion* atau mode, perabotan rumah tangga, kesehatan dan kecantikan, keperluan bayi dan mainan anak, olahraga dan *travel*, grosir, serta otomotif dan media. Selain penggunaan platform berbasis *website*

Lazada juga dapat diakses melalui aplikasi yang dapat diunduh melalui aplikasi *mobile* di *smartphone* dengan *operating system* android dan iOS.

Lazada yang mengangkat konsep dalam pengalaman berbelanja *online* dengan menyenangkan untuk seluruh konsumen yang menggunakan platform Lazada untuk berbelanja dan melakukan pembelian. Konsep yang diwujudkan dengan cara menghadirkan berbagai metode pembayaran yang berbagai macam dan tentunya bisa memudahkan konsumen untuk melakukan pembayaran pada barang yang ingin mereka pesan. Lalu pada tahun 2016 Lazada menjadi unggulan oleh Alibaba Group dan didukung dengan berbagai infrastruktur teknologi yang dimiliki oleh Alibaba Group.

Dalam menjaga integritas perusahaan, Lazada memiliki 3 pilar inti untuk memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu:

a. *Logistics (We Get it There)*

Kemampuan logistik dari ujung ke ujung serta melakukan kontrol penuh atas rantai pasokan, hampir semua produk hanya dengan melakukan satu kali klik. Lazada memiliki pusat pemenuhan pada 17 kota di Asia Tenggara, melakukan investasi gudang, pusat penyortiran, serta teknologi digital untuk melengkapi jaringan mitra kami dengan pengaturan lintas batas serta jarak tempuh pada setiap negara.

b. *Technology (A Smarter Way to Shop)*

Lazada memanfaatkan teknologi yang sudah ada dan yang sedang berkembang saat ini untuk meningkatkan pengalaman ritel. Melakukan hubungan antara konsumen dengan merek untuk menciptakan pengalaman yang disesuaikan, dan telah berkembang menjadi tujuan ritel yang dapat dikunjungi oleh pelanggan untuk bisa berbelanja dan hiburan. Lazada menggunakan Project Voyager, yaitu teknologi yang dilakukan untuk pengembangan bersama dengan Alibaba agar dengan memberikan solusi produk dan teknologi agar bisa kompetitif pada dekade berikutnya.

c. *Payment (Safe, Seamless Transaction)*

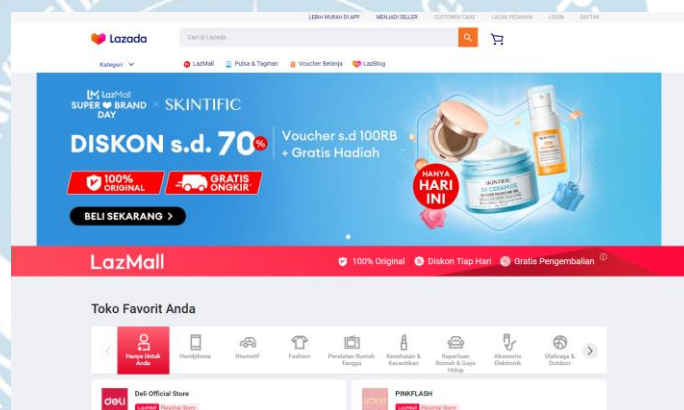
Lazada memastikan transaksi yang aman dan lancar dengan melakukan pemantuan pada pengembangan infrastruktur pembayaran dan layanan keuangan paling aman di Asia Tenggara. Lazada juga melakukan pengembangan pada serangkaian opsi untuk memenuhi preferensi yang ada agar memudahkan pelanggan dalam melakukan pembayaran secara digital dengan solusi yang dapat dipercaya.

## **2. Produk dan Layanan Lazada**

Lazada dalam menjalankan bisnis platform belanja serta penjualan *online*, Lazada juga memiliki berbagai macam layanan yang bisa digunakan dalam satu platform di antaranya adalah pembayaran tagihan listrik, air PDAM, BPJS, tagihan kartu kredit, cicilan, pembelian pulsa dan kuota, token listrik, serta memiliki tiga produk dan layanan utama yang sedang dikembangkan yaitu:

### a. LazMall

Platform yang diluncurkan oleh Lazada pada tahun 2013, dengan menyediakan rangkaian layanan yang lengkap mulai dari opsi pembayaran yang aman dan dukungan dari layanan pelanggan hingga jaringan distribusi yang luas dan melalui analisis pemasaran yang bertujuan untuk memungkinkan penjual di Lazada lebih banyak. Dengan LazMall yang menghubungkan konsumen dengan merek secara virtual dengan jaminan barang asli 100%, pengiriman cepat dan kebijakan dalam pengembalian barang dalam jangka waktu 15 hari.



**Gambar 2. 2 Layanan LazzMall**

*Sumber: lazada.co.id*

### b. Lazada Marketplace

Lazada Marketplace pertama kali diluncurkan pada tahun 2013, agar bisa digunakan sebagai akses instan bagi pengecer kepada pelanggan baru. Sedangkan untuk pedagang, UMKM, dan merek baru dapat menjual berbagai macam produk di 18 kategori yang termasuk dalam bidang kesehatan dan kecantikan, *fashion*, barang

keperluan ibu dan bayi, perangkat seluler, dan perabotan rumah tangga, dan lain sebagainya.

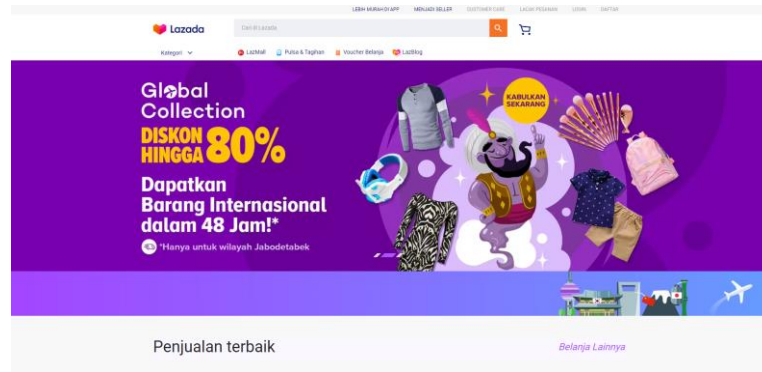


**Gambar 2. 3 Layanan Lazada Marketplace**

Sumber: [lazada.co.id](http://lazada.co.id)

### c. Cross-Border

Lazada menyediakan jalan untuk merek Asia Tenggara guna menjangkau konsumen internasional, dengan menghadirkan merek dan penjual lokal dari pasar yang meliputi China, Hong Kong SAR, Jepang, Korea, Eropa, dan Amerika Serikat. Adanya saluran *Global Collection*, Lazada menawarkan berbagai macam produk dalam berbagai macam kategori yang termasuk dalam *fashion*, perangkat elektronik serta barang olahraga *outdoor*. Menjalin kerja sama dengan Alibaba menjadikan infrastruktur teknologi dan jaringan logistik yang bisa membuat pelanggan dapat melakukan pembelian dalam waktu tujuh hari setelah melakukan pemesanan.



**Gambar 2. 4 Layanan Lazada Cross-Border**

*Sumber: lazada.co.id*

### **B. Video Promosi “Pengiriman Cepat & Gratis Ongkir Hanya di Lazada!”**

Dalam video promosi Lazada yang di iklankan pada platform youtube menghadirkan Isyana Sarasvati sebagai salah satu bintang iklan mereka. Video promosi tersebut pertama kali diunggah oleh Lazada Indonesia pada tanggal 28 November 2022. Pada video tersebut merepresentasikan tentang berbelanja di Lazada memiliki keuntungan dalam segi pengiriman yang cepat dan tidak dipungut biaya, dan dikemas dengan aksi yang dilakukan oleh Isyana Sarasvati mengendarai sepeda motor sport. Pemakaian sepeda motor sport memberikan visual mengenai kecepatan, dalam hal ini kecepatan dalam hal pengiriman barang.



**Gambar 2. 5 Video Promosi Lazada**

*Sumber: Youtube Lazada Indonesia*

Pada video tersebut ditunjukkan dengan tampilan visual penggunaan motor sport sebagai kendaraan yang memiliki konotasi cepat. Isyana sebagai aktris dalam video tersebut mengendarai motor sport dengan membawa *box* di belakangnya. Pada tampilan visual tersebut ingin menjelaskan jika Lazada memiliki sistem pengiriman barang yang cepat. Lalu terdapat *background* dengan lirik “Pengiriman cepat, gratis ongkir” yang dinyanyikan secara langsung oleh Isyana Sarasvati. Video yang berdurasi 15 detik tersebut, terdapat *background* yang diputar secara berulang dengan tujuan ingin menunjukkan pada audiens jika Lazada memiliki pengiriman yang cepat serta gratis untuk ongkos pengiriman.