

BAB II

GAMBARAN UMUM ZALORA INDONESIA DAN PROFIL RESPONDEN

Pada bab ini, peneliti akan membahas terkait Zalora.co.id secara umum, sejarah berdirinya Zalora.co.id, produk yang di jual Zalora.co.id, sistem penjualan dan waktu pengiriman Zalora.co.id, gambaran umum Kota Semarang serta identitas responden.

2.1 Gambaran Perusahaan Zalora Indonesia (Zalora.co.id)

Zalora.com (Versi Internasional) atau Zalora.co.id (Zalora Indonesia) Zalora, adalah sebuah toko *online* yang sudah cukup lama meramaikan pasar *e-commerce* di Indonesia. Zalora adalah situs web belanja yang menyediakan kebutuhan mode pakaian yang terdiri dari produk berbagai merek, baik lokal maupun internasional. Zalora didirikan pada tahun 2012 oleh Catherine Sutjahyo, merupakan bagian dari Zalora Grup di Asia yang terdiri dari Zalora Singapura, Zalora Malaysia, Zalora Vietnam, Zalora Taiwan, Zalora Thailand dan Zalora Filipina. Zalora ini sendiri adalah *partner* dari toko barang elektronik Lazada.co.id.

Zalora.co.id adalah situs *web* belanja yang menyediakan kebutuhan mode pakaian baik baju, sepatu, tas dan aksesoris. Zalora.co.id sendiri berlokasi di kantor Zalora.co.id Menara Bidakara I, Lt. 17 Jl. Jendral, Gatot Subroto Kav. 71-73, Menteng Dalam, Tebet, Jakarta Selatan, 12870 (PT. Fashion Eservices Indonesia).

Zalora.co.id memiliki koleksi lebih dari 500 merek lokal dan internasional, Zalora.co.id ialah salah satu situs *e-commerce fashion* yang cukup besar dan terkenal di Indonesia dengan rata-rata jumlah pengunjung sebesar 116.266 dalam satu hari (*sharingvision.com*, 2017). Zalora.co.id memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai Situs Perdagangan Fashion terbesar di Indonesia. Bukan hal yang mengejutkan bila rekor ini berhasil diraih oleh Zalora.co.id, selain dikarenakan perkembangan yang luar biasa pesat dalam kurun waktu setahun setelah berdiri, Zalora.co.id memberikan jangkauan pengiriman terluas serta ketersediaan beragam merek produk *fashion* terlengkap untuk berbagai kalangan.

Produk-produk yang ditawarkan Zalora.co.id adalah pakaian, sepatu, aksesoris, produk kecantikan dan perawatan tubuh, hingga perlengkapan dekorasi rumah, serta menawarkan *brand-brand* terkemuka baik lokal maupun internasional (<http://www.zalora.co.id/>).

Layaknya belanja *online* pada umumnya, di Zalora.co.id konsumen bisa memilih barang sesuai selera, memesan, membayar dengan transfer tunai, *e-banking* atau menggunakan kartu kredit, lalu barang diantar ke rumah. Namun, rupanya kebutuhan belanja *online* lebih dari ini. Faktor kenyamanan menentukan niat seseorang dalam berbelanja di situs *e-commerce*. Untuk memberikan kenyamanan ini, Zalora.co.id tak hanya menjual barang *online* namun melayani pembelinya dengan berbagai kemudahan. Seperti pembayaran langsung saat

barang diantarkan atau *Cash on Delivery* (CoD) di beberapa kota dan kabupaten seluruh Indonesia.

Zalora.co.id adalah situs web belanja yang menyediakan kebutuhan mode pakaian yang terdiri dari produk berbagai merek, baik lokal maupun internasional. Zalora Indonesia yang didirikan pada tahun 2012 oleh Catherine Sutjahyo, merupakan bagian dari Zalora Grup di Asia yang terdiri dari Zalora Singapura, Zalora Malaysia, Zalora Vietnam, Zalora Taiwan, Zalora Thailand dan Zalora Filipina.

Zalora merupakan anak perusahaan dari situs belanja *online* Zalando. Zalando merupakan proyek dari Rocket Internet. Di Indonesia Zalora berada di bawah naungan dan dikelola oleh PT Fashion Eservices Indonesia. Zalora.co.id telah berusia 6 tahun 4 bulan sejak didirikan pada bulan Juli 2012 telah banyak membantu membangkitkan tren *e-commerce* di Indonesia. Masyarakat Indonesia yang tadinya memiliki kecenderungan untuk membeli perlengkapan *fashion* secara *offline* mulai tergiring untuk mencoba *online*.

Situs *e-commerce fashion* Zalora.co.id menerima suntukan dana dari Rocket Internet. Sekilas mengenai Rocket Internet, merupakan *company builder* yang memiliki kecenderungan meniru bisnis model yang telah terbukti berjalan. Tidak hanya itu, setelah ditiru bisnis model tersebut dilakukan improvisasi pada saat eksekusi agar dapat beradaptasi dengan target pasarnya. Perusahaan lain yang sukses di Indonesia dengan pendanaan dari Rocket Internet adalah Lazada, *e-commerce* yang bergerak di sektor *gadget*, teknologi, dan aksesoris.

Rocket Internet dikenal (*ruthless* : kejam) dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini dikarenakan untuk beradaptasi secara cepat dengan pasar sehingga dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada. Jika bisnis model tidak sesuai dengan kondisi pasar, maka akan diganti secepatnya dalam waktu singkat.

Saat umur 2,5 tahun Zalora telah mencetak banyak prestasi salah satunya melayani 2000 pesanan setiap harinya tidak terlepas dari gelontoran dana yang begitu besar dari Rocket Internet. Fokus pada *marketing*, semua *channel marketing* (saluran pemasaran) dicoba sehingga dapat diketahui *channel* mana yang memang benar benar berpotensi mana yang tidak menghasilkan. *Channel* yang tidak berpotensi ditutup dan dananya dialihkan ke *channel* yang berpotensi. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan peluang yang ada pada *channel* tersebut. Cara seperti ini dapat dilakukan ketika dana yang dimiliki memang cukup besar.

Tim *sourcing* juga sangat membantu pertumbuhan Zalora.co.id, dengan adanya tim *sourcing* ini produk-produk yang ditampilkan pada *website* Zalora.co.id terlihat begitu berkualitas. Dengan produk berkualitas hasil dari penyaringan oleh tim *sourcing* maka tim *marketing* dapat melakukan promosi secara besar-besaran.

Awalnya vendor yang diajak kerja sama oleh Zalora.co.id banyak yang menolak karena pada waktu itu nama Zalora.co.id masih belum setenar sekarang. Setelah melakukan promosi dengan gencar, *branding* situs Zalora.co.id semakin diterima oleh masyarakat dan jumlah pesanan semakin meningkat, vendor yang tadinya ragu pada akhirnya menawarkan diri ke Zalora.co.id untuk bekerja sama.

2.2 Visi dan Misi Zalora Indonesia (Zalora.co.id)

Setiap perusahaan pasti memiliki gambaran, tujuan, impian, dan cita-cita yang ingin dicapai. Agar perusahaan tetap terjaga eksistensinya dalam dunia usaha, maka perusahaan merumuskan cita-cita dan tujuan tersebut dalam sebuah visi dan misi. Pentingnya visi dan misi bagi sebuah organisasi atau perusahaan adalah untuk membuat perusahaan tersebut menjadi terarah, agar perusahaan tersebut diharapkan dapat bertahan dalam jangka waktu yang panjang, mengalami kemajuan, dan terus berkembang. Zalora.co.id merupakan perusahaan yang sudah cukup besar dan tentunya juga memiliki visi dan misi.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan *online* yang menjual produk-produk *fashion* baik untuk pria maupun wanita, maka Zalora.co.id berusaha memenuhi kebutuhan konsumen akan produk *fashion*, karena *fashion* merupakan salah satu kebutuhan sandang yang cukup penting dalam kehidupan. Oleh sebab itu, Zalora.co.id memiliki visi yang ingin memberikan pemenuhan akan kebutuhan masyarakat. Sehingga visi yang ditetapkan oleh Zalora.co.id sebagai berikut:

**“Menjadi portal media perdagangan *online* terbesar dan terpercaya di
Indonesia”**

Melalui visi tersebut, Zalora.co.id memiliki impian untuk menjadi portal media *online* terbesar guna memenangkan persaingan dengan para kompetitornya. Mengingat perdagangan *online* tidak bisa mempertemukan pembeli dan penjual

secara langsung, sehingga Zalora.co.id ingin menciptakan kepercayaan kepada konsumennya, karena apabila konsumen sudah percaya besar kemungkinan konsumen tersebut tidak beralih ke *e-commerce* lainnya.

Dalam upaya mencapai visi diatas, Zalora.co.id memiliki misi untuk dijalankan. Misi adalah kegiatan atau aktivitas yang dilakukan untuk mendukung perusahaan dalam mencapai tujuannya. Misi merupakan hal yang tidak kalah penting, karena visi tidak akan tercapai apabila perusahaan tidak merencanakan kegiatan apa saja yang akan dilakukan untuk mencapai visi tersebut. Begitupun dengan Zalora.co.id, telah merencanakan kegiatan atau aktivitas yang dapat mendukung tercapainya visi yang telah dirumuskan dalam misi perusahaan. Adapun misi yang telah ditetapkan oleh Zalora.co.id sebagai berikut:

- a. Menjadi media perantara perdagangan *online* terbaik di Indonesia
- b. Menjadi media dan alternatif sumber penghasilan
- c. Menghadirkan *future-fiture* yang memuaskan pelanggan
- d. Ikut berpartisipasi melahirkan pengusaha *online* yang tangguh dan berbobot
- e. Memasyarakatkan dunia *online* Indonesia

(sumber: www.wolipop.detik.com)

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa, tanpa adanya visi dan misi perusahaan yang jelas dan saling bersinergi, maka suatu perusahaan dapat dikatakan mustahil bisa berjalan.

2.3 Logo Perusahaan Zalora Indonesia (Zalora.co.id)

Suatu perusahaan dalam persaingannya membutuhkan logo sebagai identitas diri guna membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan yang lainnya. Logo sebagai bagian dari pencitraan serta filosofi sebuah *brand*. Logo diperlukan agar sebuah perusahaan dapat dikenali publik, bentuk logo dapat berupa perlambangan cita-cita organisasi/perusahaan atau hanya sebuah identitas. Logo memberikan kemudahan bagi konsumen untuk membedakan satu produk dengan produk lainnya. Logo juga akan membuat konsumen mengenali suatu produk dan mencari tahu lebih lanjut mengenai produk tersebut. Begitupun dengan logo yang dimiliki oleh Zalora.co.id yang melambangkan identitas perusahaannya. Logo Zalora.co.id memiliki tulisan berwarna hitam dengan latar belakang putih yang bertujuan agar mudah di baca serta di bawah tulisan Zalora terdapat alamat *website* www.zalora.co.id yang menjelaskan bahwa konsumen bisa melakukan transaksi pada *website* tersebut:

Gambar 2. 1 Logo Zalora Indonesia



Sumber: (www.zalora.co.id, 2018)

2.4 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan

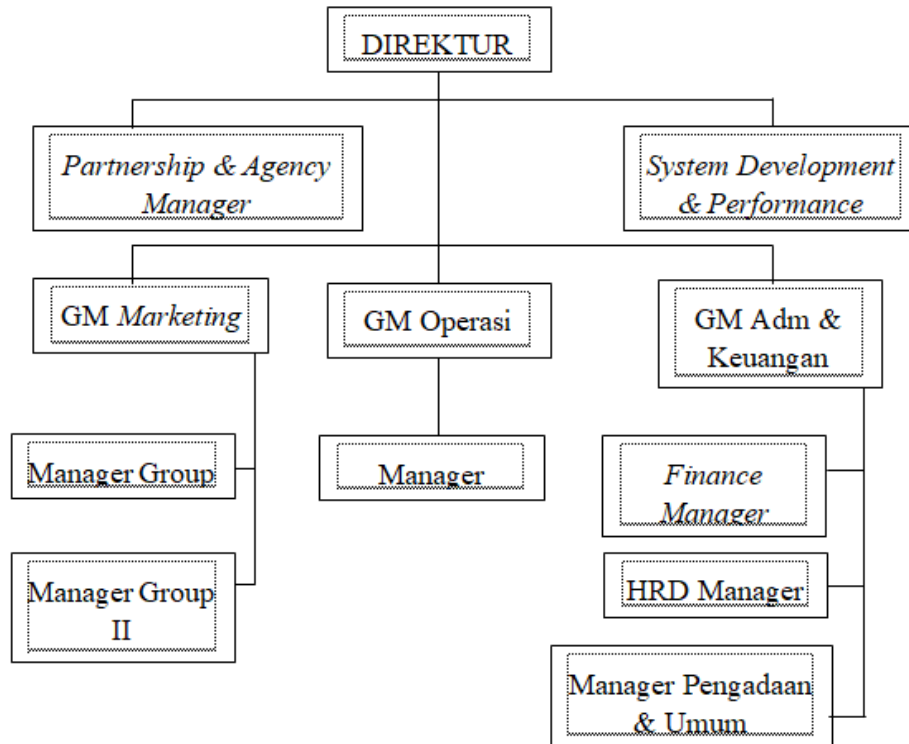
Struktur organisasi penting bagi sebuah perusahaan, baik bagi perusahaan yang berskala besar maupun kecil. Pentingnya struktur organisasi bagi sebuah perusahaan adalah untuk mengatur pembagian tugas antar bagian guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai visi dan misi perusahaan. Oleh sebab itu, suatu perusahaan membutuhkan adanya struktur organisasi untuk memastikan bahwa tugas atau pekerjaan yang telah ditetapkan kepada masing-masing bagian dapat dilaksanakan dengan baik. Karena ketika semua pekerjaan tersebut dapat dilaksanakan dengan baik, maka tujuan perusahaan dapat tercapai, oleh karena itu perusahaan harus melakukan pembagian pekerjaan secara baik dan jelas, seperti menempatkan karyawan sesuai dengan bidangnya, sehingga tugas dan kewenangan setiap karyawan menjadi jelas.

PT Fashion Eservices Indonesia (Zalora.co.id) merupakan perusahaan besar yang memiliki banyak karyawan, maka diperlukan struktur organisasi agar seluruh sumber daya dapat dimanfaatkan secara maksimal dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Adapun bentuk struktur organisasi yang digunakan oleh Zalora.co.id adalah organisasi lini dan staf merupakan kombinasi dari organisasi lini dan organisasi fungsional. Yang artinya, pelimpahan wewenang dalam organisasi ini berlangsung secara vertikal dari seorang Direktur hingga Manager dibawahnya. Untuk membantu kelancaran dalam mengelola organisasi tersebut seorang Direktur mendapat bantuan dari 2 staf dibawahnya yaitu, staf *partnership & agency manager* dan staf *system development & performance manager*. Tugas

para staf adalah untuk membantu memberikan pemikiran nasehat atau saran, data, informasi, dan pelayanan kepada Direktur sebagai bahan pertimbangan untuk menetapkan suatu keputusan atau kebijakan. Kemudian, Direktur juga langsung membawahi 3 *General Manager* (GM) yaitu, GM bidang *Marketing*, GM bidang Operasi, dan GM bidang Administrasi dan Keuangan, dimana masing-masing GM dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh sejumlah manager bagian antara lain terdiri dari Manager Group, Manager Cabang, Manajer Keuangan, Manager Sumber Daya Manusia, Manajer Pengadaan dan Umum. Struktur oranisasinya sebagai berikut:

Gambar 2. 2 Struktur organisasi yang diterapkan pada PT Fashion Eservices

Indonesia



Sumber: (PT Fashion Eservices Indonesia/Zalora.co.id, 2017)

2.5 Deskripsi Pekerjaan

Seluruh tenaga pendukung mengerjakan tugas dan tanggung jawabnya dalam mendukung seluruh kegiatan perusahaan baik *marketing*, operasional, administrasi, pengelolaan komputer, dan lain-lain. Adapun tata kerja dari struktur organisasi di atas adalah sebagai berikut:

- a. Direktur

Direktur adalah seseorang sebagai pimpinan tertinggi pada perusahaan Zalora.co.id yang dalam menjalankan tugas-tugasnya dibantu oleh 2 staf yaitu staf *partnership & agency manager*, *system development & performance manager*, dan 3 General Manager. Adapun tugas-tugasnya sebagai berikut:

- 1) Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan
- 2) Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan
- 3) Bertanggung jawab atas keuntungan dan kerugian yang dialami perusahaan
- 4) Merencanakan serta mengembangkan sumber-sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan
- 5) Menentukan strategi untuk mencapai visi dan misi perusahaan
- 6) Mengkoordinasi dan mengawasi semua kegiatan perusahaan mulai dari operasi, *marketing*, hingga keuangan.

b. General Manager *Marketing*

Adalah seseorang yang membantu Direktur Zalora.co.id dalam bidang *marketing* dan dalam pekerjaannya dibantu oleh 2 manager yaitu, manager *group 1* dan manager *group 2*. Adapun tugas-tugasnya sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab kepada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan bidang pemasaran sesuai dengan sasaran atau misi perusahaan yang telah ditetapkan.

- 2) Bertanggung jawab atas terjaminnya efektivitas kerjasama tim pemasaran dan unit-unit lainnya (pengembangan produk dan tim konsultan) yang menjadi turutan agar secara keseluruhan berjalan secara efektif dan efisien.
- 3) Membangun jaringan dengan mitra-mitra terbaik untuk mendukung dan memperluas penguasaan pasar domestik dengan kompetensi produk.
- 4) Bertanggung jawab atas tereliasasinya rencana bisnis yang telah disepakati sebagai tahapan terwujudnya visi dan misi perusahaan.
- 5) Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

c. General Manager Operasi

Adalah seseorang yang membantu Direktur Zalora.co.id dalam bidang operasi dan dalam pekerjaannya dibantu oleh seorang manager cabang. Adapun tugas-tugasnya sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab kepada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan bidang operasi agar berjalan secara optimal.
- 2) Bertanggung jawab atas terjaminnya efektivitas kerjasama tim operasional dan unit-unit lainnya yang menjadi turutan agar secara keseluruhan berjalan secara efektif dan efisien.

- 3) Membangun jaringan dengan mitra-mitra terbaik untuk mendukung realisasi pengembangan dan penguasaan kompetensi produk serta mempunyai keunggulan daya saing secara operasional.
- 4) Bertanggung jawab atas tereliasasinya Rencana Bisnis Tahunan dan menyusun Rencana Bisnis Jangka Panjang perusahaan.
- 5) Bertanggung jawab terhadap evaluasi kinerja bisnis dan perencanaan pengembangan bisnis perusahaan ke depan.
- 6) Bertanggung jawab atas terselenggaranya proses pembentukan unit operasi yang efisien dan efektif dengan mengimplementasikan *Activity Based Costing*.
- 7) Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

d. General Manager Administrasi dan Keuangan

Adalah seseorang yang membantu Direktur Zalora.co.id dalam bidang administrasi dan keuangan yang dibantu oleh 3 manager yaitu, manager *finance*, manager HRD, dan manager pengadaan dan umum. Adapun tugas-tugasnya sebagai berikut:

- 1) Membangun relasi dengan jaringan vendor dalam dan luar negeri untuk memperoleh kualitas barang dan harga terbaik serta meningkatkan daya saing perusahaan.

- 2) Bertanggung jawab kepada perencanaan, pelaksanaan, evaluasi serta pengembangan bidang keuangan, bidang pengembangan SDM, dan bidang administrasi pada umumnya.
- 3) Bertanggung jawab atas tereliasasinya Rencana Bisnis Tahunan dan menyusun Rencana Bisnis Jangka Panjang perusahaan.
- 4) Bertanggung jawab terhadap evaluasi kinerja bisnis dan perencanaan pengembangan bisnis perusahaan ke depan.
- 5) Bertanggung jawab atas terselenggaranya proses pembentukan *Company Culture* dan *Company Value* yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.
- 6) Bertanggung jawab atas tereliasasinya rencana bisnis yang telah disepakati sebagai tahapan terwujudnya visi dan misi perusahaan.
- 7) Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

e. Manager *Partnership* dan Keagenan

Adalah seseorang yang membantu pekerjaan Direktur Zalora.co.id dan pertanggungjawabannya langsung kepada direktur. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab atas terrealisasinya program pengembangan *partnership* dan keagenan yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam menunjang kegiatan marketing dan operasi serta mendukung tercapainya misi perusahaan.

- 2) Merencanakan, mengkaji, dan mengembangkan partnership dengan *partner-partner* potensial dalam dan luar negeri untuk membangun kerjasama *partnership* yang mampu meningkatkan daya saing perusahaan.
- 3) Merencanakan, mengkaji, dan mengembangkan keagenan atas produk-produk potensial, untuk memperluas layanan dan memperkuat daya saing perusahaan.
- 4) Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan partnership dan keagenan serta evaluasi atas pelaksanaan program kerjasama yang dibutuhkan oleh perusahaan.
- 5) Bertanggung jawab atas terciptanya *Company Value* dalam pelaksanaan kerjasama partnership dengan semua bisnis partner yang ada.
- 6) Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

f. *Manager System Development & Performance*

Adalah seseorang yang membantu pekerjaan Direktur Zalora.co.id dan pertanggungjawabannya langsung kepada direktur. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab terhadap evaluasi *performance* perusahaan dan memberikan masukan-masukan yang mendukung tercapainya *Performance Target* yang dipertanggung jawabkan oleh perusahaan kepada pemegang saham.
- 2) Bertanggung jawab terhadap terrealisasinya Rencana Bisnis Tahunan dan *Performance Target* perusahaan.
- 3) Bertanggung jawab terhadap sistem komputerisasi perusahaan semua operasional mulai dari internet dan homepages perusahaan, sistem keuangan, dan sistem kinerja (*Balanced Scorecard*).
- 4) Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan sistem serta evaluasi atas realisasi rencana bisnis dan memberikan penilaian dan usulan-usulan.
- 5) Bertanggung jawab atas terrealisasinya rencana bisnis yang telah disepakati sebagai tahapan terwujudnya visi dan misi perusahaan.
- 6) Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim antar bagian yang menjadi tanggung jawabnya dengan unit-unit lainnya yang terkait secara optimal.

g. Manager Cabang

Adalah seseorang yang membantu pekerjaan general manager operasi pada perusahaan Zalora.co.id dan pertanggungjawabannya kepada GM Operasi. Adapun tugas-tugasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Bertanggung jawab terhadap terrealisasinya target penjualan yang sudah ditetapkan dalam Rencana Bisnis Tahunan.

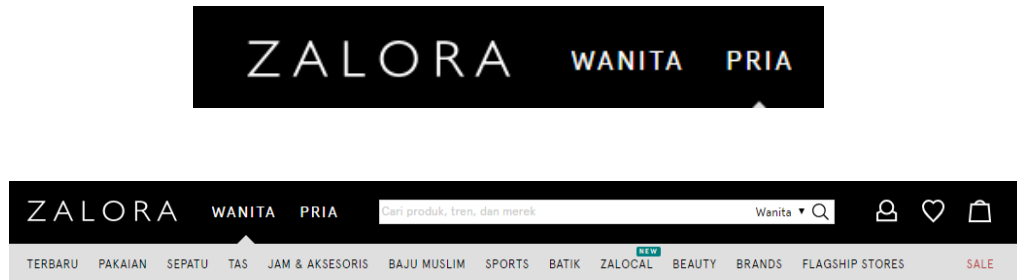
- 2) Merencanakan dan mengevaluasi tahapan pemasaran yang dilakukan oleh tim pusat yang menjadi tanggung jawabnya dan melakukan pengawasan atas semua kegiatan pemasaran yang direncanakan.
- 3) Membuat analisis segmentasi pasar, tingkat penguasaan pasar, dan strategi pemasaran yang optimal secara berkesinambungan untuk menjamin pencapaian target penjualan yang ditetapkan.
- 4) Bertanggung jawab terhadap kemampuan perusahaan dalam peningkatan *customer retention* (hubungan baik dengan konsumen), tingkat kepuasan pelanggan, dan persentase “hit rate” (tingkat keberhasilan tender) hingga tercapai kinerja pemasaran yang baik dan *cost effective*.
- 5) Membangun jaringan pemasaran dengan kostumer-kostumer terbaik melalui strategi pendalaman penguasaan pasar yang efektif dan perluasan pasar baru yang dianggap potensial.
- 6) Melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan sistem cabang per triwulan.
- 7) Menjamin kelancaran terwujudnya kerjasama tim yang menjadi tanggung jawabnya dan membuat perencanaan peningkatan kinerja.

2.6 Produk Zalora.co.id

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang *fashion*, Zalora.co.id menyediakan berbagai macam produk seperti, pakaian pria & wanita, sepatu pria & wanita, tas pria & wanita, aksesoris pria & wanita, pakaian muslim pria & wanita, batik pria & wanita, perlengkapan olahraga pria & wanita, serta

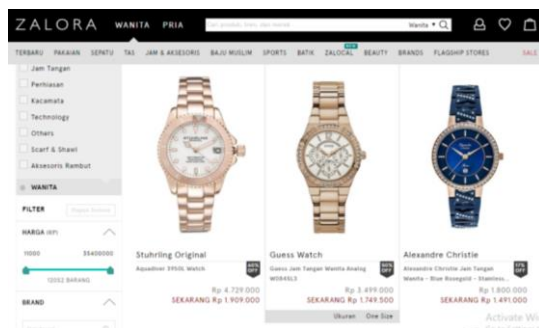
perlengkapan kecantikan. Produk-produk tersebut dapat dipesan melalui *website* www.zalora.co.id.

Gambar 2. 3 Website Zalora.co.id



Sumber: www.zalora.co.id

Gambar 2. 4 Katalog Zalora

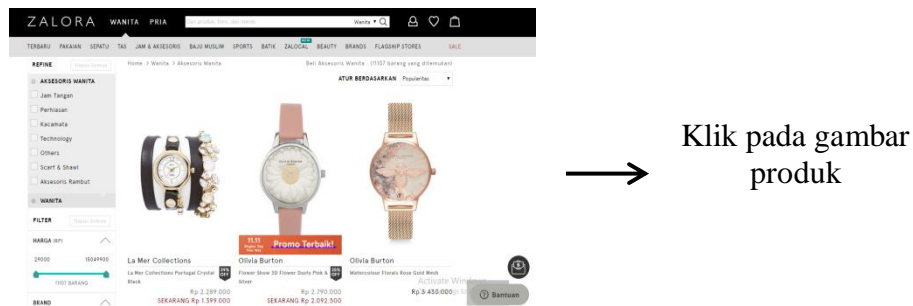


Sumber: www.zalora.co.id

Ketika konsumen sudah masuk pada *website* www.zalora.co.id, maka akan muncul katalog produk seperti gambar di atas. Pada katalog tersebut konsumen bisa memilih baik katalog produk untuk wanita maupun untuk pria dengan cara meng-klik (wanita/pria) pada katalog yang ada di *website*. Ketika konsumen telah memilih, maka akan muncul menu pilihan jenis produk seperti, pakaian, tas,

sepatu, jam & aksesoris , dan lainnya. Sebagai contoh peneliti meng-klik jam & aksesoris. Setelah di klik akan muncul gambar sebagai berikut:

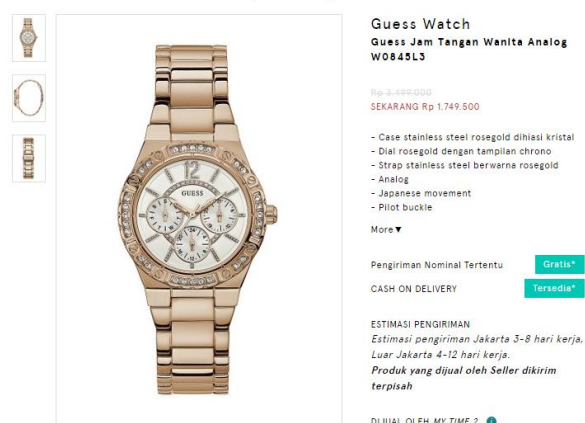
Gambar 2. 5 Cara melakukan pembelian



Sumber: www.zalora.co.id

Ketika produk tersebut sudah di klik, maka akan muncul tampilan seperti gambar berikut:

Gambar 2. 6 Tampilan Setelah Gambar di Klik

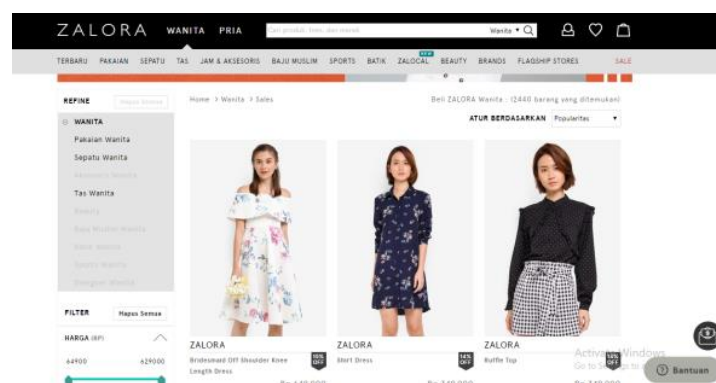


Sumber: www.zalora.co.id

Pada gambar di atas ketika gambar produk sudah di klik, maka akan muncul keterangan harga produk, keterangan warna produk, bahan dan ukuran produk, deskripsi produk, waktu pengiriman, dan jenis pembayaran. Selanjutnya, konsumen hanya perlu mengikuti instruksi yang ada pada *website* dengan mengisi data yang dibutuhkan dan tunggu hingga produk sampai kerumah Anda.

Berikut akan dijelaskan jenis-jenis produk *fashion* wanita secara lebih rinci, Zalora.co.id memiliki banyak sekali produk seperti pakaian yang terdiri dari *dress*, atasan, rok, *playsuits & jumpsuits*, celana pendek, celana & *legging*, *jeans*, *swimwear & beachwear*, *knitwear & cardigans*, *hoodies & sweatshirts*, *blazer*, jaket & *coat*, baju tidur & pakaian dalam, kaos kaki & *stocking*. Semua produk tersebut dapat dilihat pada website Zalora.co.id. Sebagai salah satu contoh produk dress dapat dilihat pada gambar berikut:

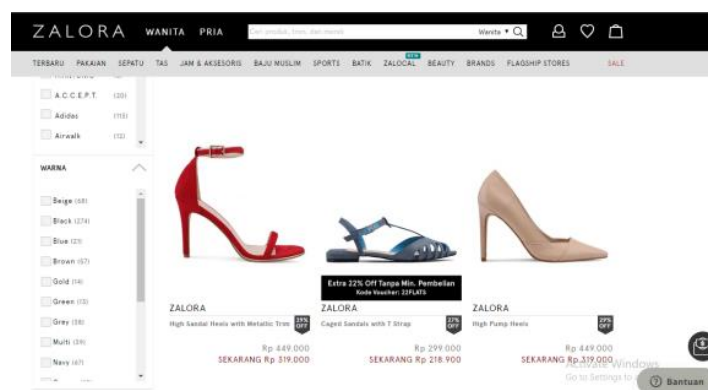
Gambar 2. 7 Tampilan Produk Dress Wanita



Sumber: www.zalora.co.id

Selanjutnya produk sepatu wanita, Zalora.co.id menyediakan berbagai model sepatu seperti *flats*, *heels*, sandal, *wedges*, *slip on*, *boots*, *sneakers*, *flip flop*, sepatu olahraga, dan *comfort shoes*. Sebagai salah satu contoh sepatu wanita jenis *heels* dan *flip flop* untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

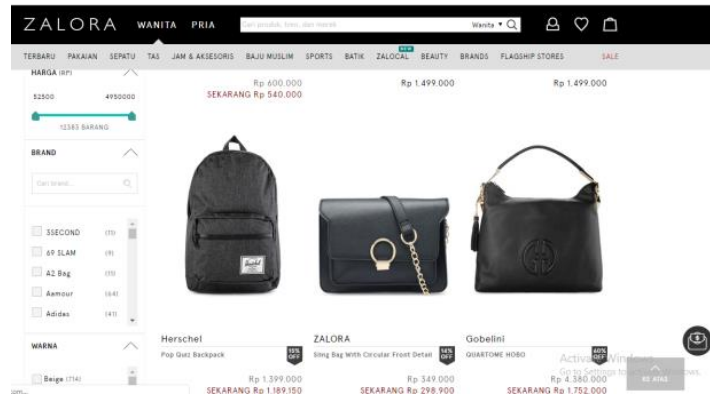
Gambar 2. 8 Tampilan Produk Sepatu Wanita



Sumber: www.zalora.co.id

Kemudian produk tas wanita terdiri dari berbagai jenis yaitu, *backpack*, *shopper bag*, *hand bag*, *tote bag*, *crossbody bag*, *clutches*, *travel*, tas kulit, tas laptop, dompet dan *purses*. Sebagai salah satu contoh produk tas wanita jenis *backpack* dan *hand bag* untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

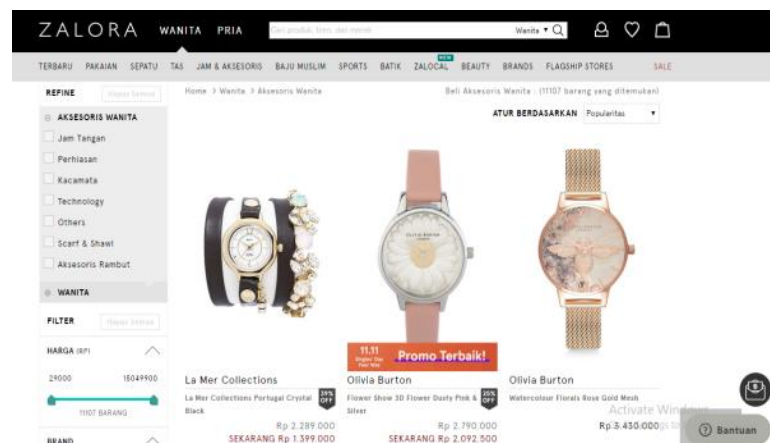
Gambar 2. 9 Tampilan Produk Tas Wanita



Sumber: www.zalora.co.id

Untuk produk aksesoris Zalora juga menyediakan berbagai jenis seperti, jam, perhiasan, kacamata, *technology*, *scarft* dan *shawl*, aksesoris rambut. Sebagai salah satu contoh produk jam dapat dilihat pada gambar berikut:

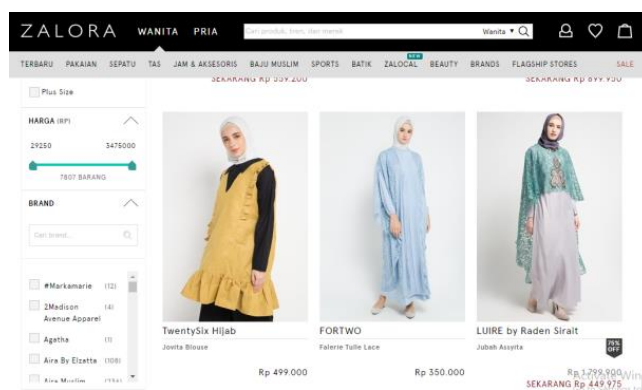
Gambar 2. 10 Tampilan Produk Jam Wanita



Sumber: www.zalora.co.id

Tak hanya sampai disitu, Zalora.co.id juga menyediakan produk pakaian muslim wanita seperti, gamis, atasan, hijab, bawahan, *outerwear*, perlengkapan sholat, kaftans & jubah, *inners*, serta baju kurung. Sebagai salah satu contoh produk gamis dapat dilihat pada gambar berikut:

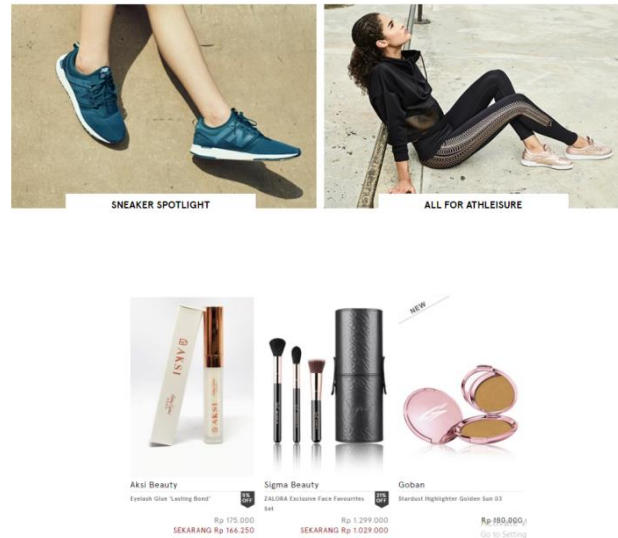
Gambar 2. 11 Tampilan Produk Gamis Wanita



Sumber: www.zalora.co.id

Selanjutnya perlengkapan olahraga untuk wanita, batik tulis, batik cap, kain batik & shawl, perlengkapan kecantikan juga di jual di Zalora.co.id seperti, *make up nails, skin care, fragrances, body, hair care, tools dan brushes*. Semua produk tersebut tersedia dalam berbagai ukuran, warna, model, dan *brand*. Sebagai salah satu contoh perlengkapan olahraga dan perlengkapan kecantikan, dapat dilihat pada gambar berikut:

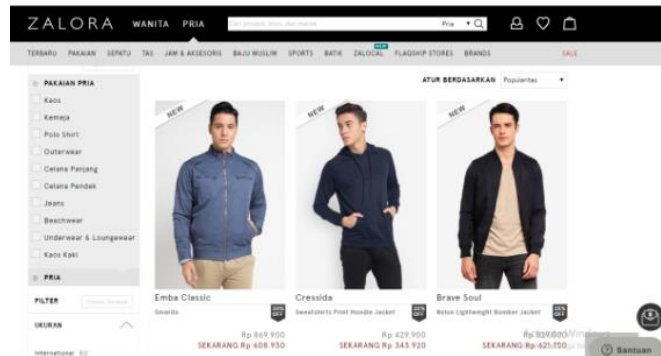
Gambar 2. 12 Tampilan Produk Perlengkapan Olahraga & Kecantikan



Sumber: www.zalora.co.id

Beralih kepada jenis-jenis produk yang disediakan oleh Zalora.co.id untuk para Pria. Untuk produk *fashion* pria Zalora.co.id memiliki banyak sekali jenis produk seperti pakaian yang terdiri dari kaos, kemeja, *polo shirt*, *outwear*, celana panjang, celana pendek, *jeans*, *beachwear*, *underwear* & *loungewear*, kaos kaki. Pada gambar berikut ditampilkan salah satu contoh produk jaket pria.

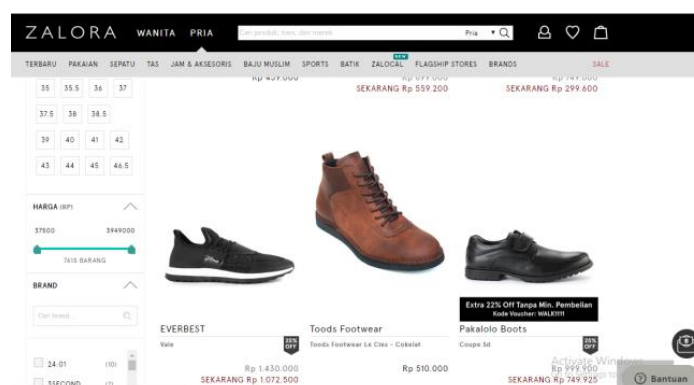
Gambar 2. 13 Tampilan Produk Jaket Pria



Sumber: www.zalora.co.id

Kemudian produk sepatu pria, Zalora.co.id menyediakan berbagai model sepatu seperti *sneakers*, *loafers*, *slip on & espadrilles*, sepatu formal, *boots*, sandal & *flip flop*, sepatu olahraga, dan aksesoris sepatu. Sebagai salah satu contoh, berikut ditampilkan produk sepatu jenis sneakers, boot, dan kulit.

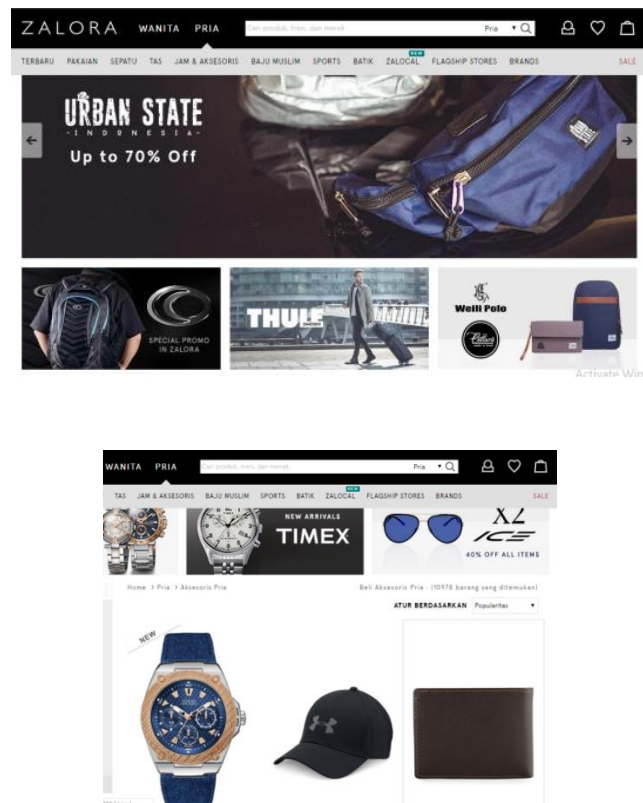
Gambar 2. 14 Tampilan Produk Sepatu Pria



Sumber: www.zalora.co.id

Selanjutnya, untuk produk tas terdiri dari berbagai jenis yaitu, *backpack*, *messenger & sling bags*, *tote bag*, tas *travel*, tas *laptop*, tas *duffel*, dan *briefcases*. Aksesoris seperti, jam, dompet, ikat pinggang, kacamata, *technology*, dasi & aksesoris, perhiasan, topi, syal. Sebagai salah satu contoh, berikut ditampilkan pada gambar produk tas dengan jenis *backpack* dan *sling bags* serta aksesoris seperti jam, kacamatas, topi, dan dompet.

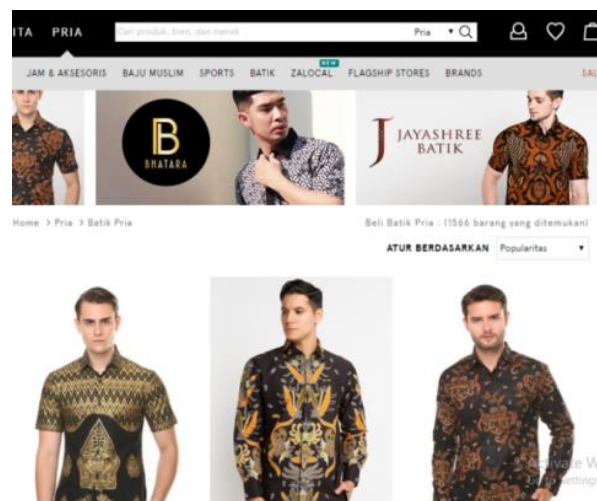
Gambar 2. 15 Tampilan Produk Tas dan Aksesoris Pria



Sumber: www.zalora.co.id

Zalora.co.id juga menyediakan batik tulis dan batik cap untuk pria. Semua produk tersebut tersedia dalam berbagai ukuran, warna, model, dan *brand*. Sebagai contoh berikut ditampilkan gambar produk pakaian batik tulis.

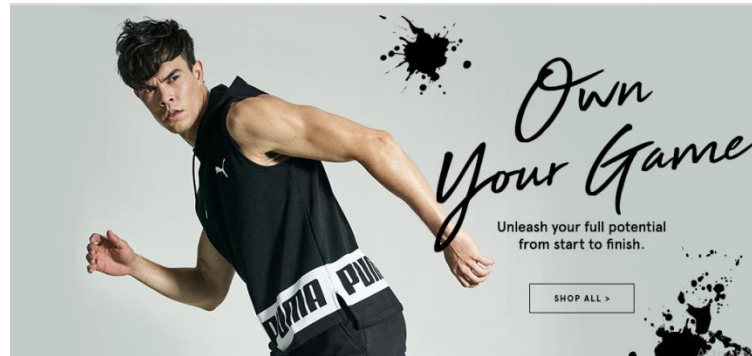
Gambar 2. 16 Tampilan Produk Olahraga dan Batik Pria



Sumber: www.zalora.co.id

Dan terakhir adalah produk perlengkapan olahraga, banyak sekali jenis produk yang ditawarkan mulai dari, sepatu olahraga, celana olahraga, baju olahraga, jaket dan masih banyak lagi. Adapun salah satu contoh produk baju olahraga yang ditawarkan Zalora.co.id dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2. 17 Tampilan Produk Baju Olahraga Pria



Sumber :www.zalora.co.id, 2018

2.7 Sistem Penjualan Zalora Indonesia (Zalora.co.id)

Dalam melakukan aktivitas penjualannya, sistem penjualan yang diterapkan oleh Zalora.co.id adalah B2C (*Business to Customer*) dimana target penjualan mereka adalah individu. Sistem penjualan pada Zalora.co.id yakni ingin memberikan pengalaman yang berbeda dari pembelian secara fisik aktivitas penjualan ini berada dibawah tanggung jawab General Manager *Marketing* atau pemasaran. Zalora.co.id berfokus kepada penjualan produk seperti pakaian, sepatu, tas, aksesoris, perlengkapan olahraga, bahkan produk kecantikan. Zalora.co.id menawarkan produk-produk dari berbagai merek terkemuka baik lokal maupun internasional.

Apabila konsumen ingin melakukan pembelian produk pada situs Zalora.co.id, maka harus memperhatikan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Masuk ke <http://www.zalora.co.id>.

2. Pilih kategori produk yang ingin Anda beli. Anda bisa langsung klik produk yang diinginkan.
3. Pada halaman produk, pilih ukuran yang Anda inginkan dan klik Beli untuk memasukkan barang ke tas belanja.
4. Jika Anda sudah menentukan barang-barang yang ingin dibeli, klik Lanjut ke Pembayaran untuk melakukan transaksi.
5. Anda akan diarahkan ke halaman *login*/daftar. Jika Anda sudah memiliki akun di Zalora.co.id, Anda bisa memilih *Login*. Jika Anda belum memiliki akun di Zalora.co.id, Anda bisa membuatnya dengan cara klik Lanjutkan.
6. Di halaman selanjutnya (setelah *login*/daftar), Anda akan menemukan tiga buah kolom yang wajib diisi.
7. Kolom Pertama: Data Pelanggan dan Alamat Pengiriman. Isikan data Anda dan alamat tujuan pengiriman pesanan Anda.
8. Kolom Kedua: Metode Pembayaran. Pilih metode pembayaran yang Anda inginkan (*cash on delivery*, transfer ke rekening bank, atau kartu kredit).
9. Kolom Ketiga: Konfirmasi Pesanan. Pastikan barang yang ingin Anda pesan sudah sesuai.
10. Setelah Anda memastikan bahwa semua isian sudah dilengkapi dengan benar, klik Bayar. Pembayaran Anda akan langsung diproses dan Anda bisa menunggu email notifikasi dari Zalora.co.id.

Kemudian, apabila konsumen ingin mengetahui estimasi waktu kedatangan produk yang dipesan, maka harus memperhatikan waktu pengirimannya, supaya setiap ingin melakukan pembelian konsumen sudah dapat memprediksi dalam berapa hari produk tersebut akan tiba ke tujuannya. Ketika konsumen melakukan pemesanan produk pada hari senin-jumat di jam kerja (07.00-17.00), maka produk akan dikirimkan pada hari pemesanan tersebut dengan estimasi pengirimannya selama 1-3 hari kerja (untuk Jakarta) dan 2-6 hari kerja (untuk diluar Jakarta). Zalora.co.id juga tetap menerima pemesanan produk diluar jam kerja dan di hari sabtu-minggu, namun pengirimannya akan dihitung pada hari kerja berikutnya.

Fasilitas layanan merupakan hal yang tidak kalah penting dalam sistem penjualan. Apakalagi perusahaan seperti Zalora.co.id yang bergerak dalam perdagangan *online*, kualitas layanan pasti memiliki peran yang sangat penting bagi konsumen. Guna memenangkan persaingan dengan para kompetitronya. Zalora.co.id harus mampu menyediakan layanan yang prima kepada konsumen. Terdapat beberapa layanan untuk konsumen yang telah disediakan oleh Zalora.co.id melalui *website*, diantaranya adalah layanan retur (pengembalian barang). Apabila konsumen ingin melakukan retur kepada Zalora.co.id, maka Zalora.co.id menyediakan layanan retur jika terjadi ketidaksesuaian, berikut tata cara pengembalian produk yang harus diperhatikan konsumen yang telah ditetapkan oleh Zalora.co.id:

Gambar 2. 18 Tata Cara Pengembalian Produk



Sumber: (www.zalora.co.id, 2018)

Selain retur, Zalora.co.id juga menyediakan layanan *refund* (pengembalian dana) ongkos kirim kepada konsumen. Apabila konsumen ingin melakukan *refund* ongkos kirim, maka Zalora.co.id juga menyediakan layanan *refund*, berikut tata cara *refund* ongkos kirim yang harus diperhatikan konsumen yang telah ditetapkan oleh Zalora.co.id. untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2. 19 Tata Cara Refund Ongkos Kirim

ZALORA Refund Ongkos Kirim

Isi form ini untuk pengembalian ongkos kirim ke Warehouse ZALORA.

Estimasi barang tiba di warehouse tergantung jasa pengiriman yang digunakan, perkiraan: 1 - 3 hari kerja. Untuk luar Jakarta 2 - 6 hari kerja.

Alamat warehouse terdapat pada sticker return, mohon tempel pada kemasan terluar, lapiasi dahulu dengan kertas lain dan jangan langsung tempel di totak.

Pengembalian ongkos kirim maksimal Rp 30.000.

Email*	<input type="text" value="Email"/>
No Order*	<input type="text" value="e.g. 20083479"/>
Jumlah Klaim*	<input type="text" value="Jumlah Klaim Maksimal adalah Rp 30.000"/>
Foto Resi Pengiriman*	<input type="button" value="Pilih File"/> Tidak ada file yang dipilih <small>Unggah foto dengan ukuran maksimal 2MB</small>
Metode Pengembalian Dana	<input type="radio"/> Transfer Bank

Sumber: www.zalora.co.id, 2018

2.8 Gambaran Kota Semarang

Kota Semarang merupakan ibukota Provinsi Jawa Tengah, kota ini merupakan satu-satunya kota di Jawa Tengah yang dapat digolongkan sebagai kota metropolitan terbesar di Indonesia selain Jakarta, Bandung, Surabaya, dan Medan. Kota Semarang mempunyai jumlah penduduk sebesar 1.658.552 jiwa. Sebagai ibukota provinsi, Kota Semarang menjadi parameter kemajuan kota-kota lain di Propinsi Jawa Tengah. Kemajuan pembangunan Kota Semarang tidak dapat terlepas dari dukungan daerah-daerah di sekitarnya, seperti Kota Ungaran, Kabupaten Demak, Kota Salatiga dan Kabupaten Kendal. Di Kota Semarang

terdapat banyak universitas yang terdiri dari 54 universitas swasta dan 5 universitas negeri, dengan banyaknya jumlah universitas tersebut membuat Kota Semarang menjadi kota yang memiliki jumlah perantauan yang cukup besar serta mobilitas penduduk yang tinggi dan infrastruktur yang mendukung. Karakteristik masyarakat yang berada di kota-kota besar adalah memiliki tingkat mobilisasi yang tinggi, dengan demikian sebagian besar masyarakat pasti memilih sesuatu yang efektif dan efisien. Sehingga, hadirnya *e-commerce* yang menawarkan transaksi berbelanja *online* cukup diminati di kota-kota besar khususnya Semarang.

Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil tahun 2017 jumlah penduduk Kota Semarang sebanyak 1.6 Juta jiwa. Dari total jumlah penduduk tersebut sebanyak 35% adalah active internet user, dengan demikian menunjukkan bahwa peluang pasar e-commerce di Kota Semarang sangat besar serta persentase tersebut juga berpotensi untuk menjadi konsumen B2C Zalora.co.id

Kota Semarang terletak antara garis $6^{\circ}50'$ – $7^{\circ}10'$ Lintang Selatan dan garis $109^{\circ}50'$ Bujur Timur. Dibatasi sebelah Barat dengan Kabupaten Kendal, sebelah Timur dengan Kabupaten Semarang dan sebelah utara dibatasi oleh Laut Jawa dengan panjang garis pantai meliputi 13,6 Km. Ketinggian Kota Semarang terletak antara 0,75 sampai dengan 348,00 di atas garis pantai.

Kota Semarang memiliki luas wilayah $373,70 \text{ Km}^2$, secara administratif Kota Semarang terbagi menjadi 16 kecamatan dan 177 kelurahan. Dari 16

kecamatan yang ada, terdapat 2 kecamatan yang mempunyai wilayah terluas yaitu Kecamatan Mijen dengan luas wilayah 57,55 Km² dan Kecamatan Gunungpati dengan luas wilayah 54,11 Km².

Kedua kecamatan tersebut terletak di bagian selatan yang merupakan wilayah perbukitan yang sebagian besar wilayahnya masih memiliki potensi pertanian dan perkebunan. Sedangkan kecamatan yang mempunyai luas terkecil adalah Kecamatan Semarang Selatan dengan luas wilayah 5,93 Km² diikuti oleh Kecamatan Semarang Tengah dengan luas wilayah 6,14 Km².

Penduduk Kota Semarang umumnya adalah Suku Jawa dan menggunakan Bahasa Jawa sebagai bahasa sehari-hari. Agama mayoritas yang dianut adalah Agama Islam, Komunitas Tionghoa di Kota Semarang jumlahnya cukup besar namun sudah berbaur dan berhubungan erat dengan penduduk setempat serta menggunakan Bahasa Jawa dalam berkomunikasi sejak ratusan tahun silam.

2.9 Identitas Responden

Identitas responden dibutuhkan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil responden sebanyak 100 orang dengan karakteristik berusia minimal 17 tahun, pernah melakukan pembelian pada B2C Zalora.co.id, dan berdomisili di Kota Semarang baik untuk sementara maupun permanen. Gambaran umum yang diperoleh pada pengisian identitas responden meliputi nama, jenis kelamin, usia,

pekerjaan, pendidikan terakhir, dan status marital. Berikut merupakan gambaran umum identitas responden:

2.9.1 Jenis Kelamin Responden

Situs belanja *online* Zalora.co.id dapat diakses oleh semua kalangan masyarakat umum. Seluruh masyarakat juga bisa melakukan transaksi kapanpun dan dimanapun. Dalam penelitian ini, sampel dari masyarakat Kota Semarang memiliki latar belakang yang berbeda-beda, termasuk salah satunya adalah jenis kelamin. Sasaran atau target pasar Zalora.co.id adalah masyarakat umum, dimana masyarakat umum tersebut terdiri dari laki-laki dan perempuan. Demikian pula responden dalam penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Berikut data mengenai jumlah responden yang melakukan pembelian pada situs B2C Zalora.co.id dilihat dari jenis kelamin responden:

Tabel 2. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-Laki	22	22%
2	Perempuan	78	78%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berkejenis kelamin perempuan yakni sebanyak 78 responden (78%) dan laki-laki sebanyak 22 responden (22%). Dari data tersebut terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, hal ini mungkin disebabkan oleh perempuan yang lebih menyukai berbelanja dibandingkan laki-laki dan juga

disebabkan oleh produk yang dijual oleh Zalora.co.id didominasi produk-produk untuk perempuan. Oleh sebab itu, jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki.

2.9.2 Usia Responden

Setiap masyarakat yang berada di Kota Semarang memiliki rentang usia yang berbeda-beda, konsumen Zalora.co.id juga memiliki usia yang berbeda-beda, sehingga menyebabkan responden dalam penelitian ini memiliki usia yang berbeda pula. Dalam penelitian ini masing-masing responden dikelompokkan kedalam beberapa usia. Berikut disajikan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	15-19	10	10%
2	20-24	74	74%
3	25-29	13	13%
4	30-34	3	3%
5	35-39	0%	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.2 diketahui bahwa responden Zalora.co.id memiliki usia yang berbeda-beda, usia terbanyak berdasarkan kelompok umur 20-24 tahun yaitu sebanyak 74% dan responden dengan kelompok usia terkecil yaitu kelompok umur 30-34 tahun hanya sebanyak 3%. Hal ini mungkin disebabkan oleh responden yang berusia 20-14 tahun merupakan usia-usia muda yang sangat *intens* menggunakan internet dan sangat mengerti dengan digitalisasi. Oleh sebab itu usia responden didominasi oleh usia 20-14 tahun.

2.9.3 Status Marital Responden

Dengan usia responden yang berbeda-beda yaitu responden paling tua berusia 34 tahun dan responden paling muda berusia 17 tahun menyebabkan status marital responden berbeda pula. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui jumlah responden berdasarkan status marital ditampilkan pada tabel berikut:

Tabel 2. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Status Responden

No	Status Marital	Frekuensi	Persentase (%)
1	Belum Kawin	93	93%
2	Kawin	7	7%
3	Duda	0	0
4	Janda	0	0
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.3 status marital responden dalam penelitian ini sebagian besar didominasi oleh responden yang belum menikah sebanyak 93 responden (93%) dan sisanya telah menikah sebanyak 7 responden (7%). Hal ini mungkin disebabkan oleh responden yang belum menikah memiliki lebih banyak waktu dan fleksibel dalam menggunakan internet, karena belum terlalu disibukkan oleh kehidupan rumah tangga. Dengan demikian jumlah responden dengan status marital belum kawin lebih banyak dibandingkan yang lainnya.

2.9.4 Pendidikan Terakhir Responden

Target konsumen B2C Zalora.co.id adalah semua kalangan masyarakat dengan karakteristik yang sudah ditentukan sebelumnya maka, sudah pasti tingkat

pendidikan responden dalam penelitian ini berbeda-beda. Adapun data pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD/Sederajat	0	0%
2	SMP/Sederajat	0	0%
3	SMA/Sederajat	77	77%
4	D1/D2/D3/D4	8	8%
5	S1/S2/S3	15	15%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.4 diatas diketahui bahwa responden memiliki pendidikan terakhir yang berbeda, pada jenjang SMA/Sederajat sebanyak 77 responden (77%), pada jenjang Diploma (D1/D2/D3/D4) sebanyak 8 responden (8%), dan pada jenjang Sarjana (S1/S2/S3) sebanyak 15 responden (15%). Hal tersebut menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh mahasiswa, dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir responden adalah SMA/ sederajat, dengan demikian dapat dikatakan bahwa benar responden yang berada di Kota Semarang didominasi oleh mahasiswa karena Kota Semarang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki banyak universitas baik negeri maupun swasta.

2.9.5 Pekerjaan Responden

Dengan tingkat pendidikan yang berbeda sehingga jenis pekerjaan yang dimiliki juga berbeda. Oleh karena itu pekerjaan responden dalam penelitian ini juga berbeda-beda. Responden yang memiliki pekerjaan berbeda tersebut dapat

mewakili sampel dalam penelitian ini. Berikut disajikan jenis pekerjaan responden dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2. 5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pegawai Swasta	8	8%
2	Pelajar/Mahasiswa	75	75%
3	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	7	7%
4	Wirausaha	7	7%
5	Lainnya	3	3%
Jumlah		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel 2.5 diatas, menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda, sebagian besar didominasi oleh pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 75 responden (75%), kemudian disusul oleh pegawai swasta sebanyak 8 responden (8%), dan pekerjaan yang paling sedikit yaitu wirausahaan dan PNS masing-masing sebanyak 7 responden (7%). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa responden yang berada di Kota Semarang didominasi oleh mahasiswa karena Kota Semarang merupakan salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki banyak universitas baik negeri maupun swasta.