

Kemudahan Dekayu ID Sebagai Sarana Pembelian Produk Souvenir *Online*

Danie Eka Ramdhani¹, Yuniana Cahyaningrum^{1*}

¹⁾ Progam Studi Kriya, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta

* yuniana@isi-ska.ac.id

Abstract

The application of elements that are developed in products as an attraction and make the product a choice for consumers so that it develops rapidly in online and offline buying and selling circles. The purpose of this paper is to analyze the impact of the development of e-commerce as a driver of increased product sales and purchases carried out by business people and consumers. The method used is a quantitative method such as collecting data obtained on the web, data collection on the web using various aspects starting from data collection when Dekayu pioneered his business until he had a name and brand. In compiling the framework of this paper, data collection is the main source. In short, with the existence of e-commerce, consumers are greatly helped, with the existence of online webs, consumers are helped to make online purchase transactions without having to go to the store so that they can save time.

Keywords: *customers; e-commerce; webshop*

Abstrak

Penerapan pada elemen elemen yang di kembangkan pada produk produk sebagai daya tarik dan menjadikan produk tersebut sebagai pilihan para konsumen sehingga berkembang pesat dikalangan jual beli *online* maupun *offline*. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menganalisis dampak dari perkembangan *e-commerce* sebagai pendorong peningkatan jual beli produk yang dilakukan oleh antara pembisnis dan konsumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif seperti mengumpulkan data data yang di dapat pada web, pengumpulan data pada web menggunakan berbagai aspek mula dari pengunmpulan data saat dekayu merintis usahanya sampai memiliki nama dan brand. Dalam Menyusun kerangka paper ini pengumpulan data adalah sumber utama. Singkatnya dengan adanya *e-commerce* para konsumen sangat terbantu, dengan adanya *web online* para konsumen terbantu untuk melakukan transaksi pembelian barang melalui *online* tanpa harus menuju ke toko tersebut sehingga dapat menghemat waktu.

Kata kunci: Penjualan; pelanggan; web penjualan.

Received: 16 Des 2024; **Reviewed:** 29 Des 2024; **Accepted:** 05 Feb 2025; **Available Online:** 10 Feb 2025;

@ 2025 Inventor

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi semakin maju dan persaingan dalam dunia usaha pun semakin ketat akibat dari adanya berbagai macam inovasi yang diciptakan. Saat ini, dengan adanya kemajuan teknologi, gaya hidup masyarakat semakin dinamis dan berubah. Kegiatan masyarakat yang dulunya dilakukan secara manual kini mulai berkembang karena didukung dengan berbagai macam teknologi sehingga memudahkan masyarakat untuk menjalani kegiatan sehari hari (Rahman, 2023). Pemanfaatan teknologi informasi dalam menjalankan bisnis perdagangan atau sering dikenal dengan istilah *e-commerce* bagi perusahaan kecil dapat memberikan fleksibilitas dalam produksi, memungkinkan pengiriman ke pelanggan secara lebih cepat untuk produk perangkat lunak, mengirimkan dan menerima penawaran secara cepat dan hemat, serta mendukung transaksi cepat tanpa kertas (Widagdo, 2022).

Pada saat tahun 2020, penjualan produk online mulai banyak digunakan oleh masyarakat sehingga mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Mulai dari bisnis toko kecil dan pembisnis terkemuka. dilihat dari sisi konsumen pada semua sektor perdagangan online, transaksi digital memiliki peningkatan seiring waktu banyaknya orang-orang di rumah sepanjang masa pandemi. Adanya teknologi yang semakin mapan yaitu dengan kecepatan melakukan transaksi yang semakin memudahkan serta sangat membantu dalam akselerasi bisnis digital tersebut (Candra et al., 2024). Salah satu laporan yang pernah dirilis oleh Google pada tahun 2020, soal e-Conomy 2020 menyebutkan, waktu yang diberikan seseorang untuk masuk kedalam platform

perdagangan online dimasa pandemi dari semulanya 3,7 jam perhari kini menjadi 4,7 jam perhari ketika terjadinya lockdown dan menjadi 4,2 jam perhari saat setelah lockdown. Dari data tersebut, Bank Indonesia memproyeksikan bahwa transaksi ecommerce jadi 337 triliun rupiah tahun 2021 ini. Naik 33,2% jika di bandingkan dengan transaksi 2020 yangmana sebesar 253 triliun rupiah (Maulana et al., 2021).

Perkembangan digitalisasi saat ini juga turut dipengaruhi adanya perkembangan komputer yang semakin lama semakin mengalami perkembangan dari generasi ke generasi. Hal ini menjadi sangatlah penting dalam pengembangan sistem komputer, karena dalam setiap generasi mengalami perkembangan sesuai masanya sendiri-sendiri. Hal ini didefinisikan sebagai kerangka kerja umum yang harus diikuti oleh organisasi komputer saat membangun dan merancang perangkat keras komputer secara nyata (Cahyaningrum, 2024).

Dalam memanfaatkan peluang kemajuan teknologi sekarang, perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dan efisien dalam melakukan promosi online. Perusahaan harus memperhatikan peluang-peluang seperti apa yang dapat diambil dan tantangan- tantangan yang mungkin menghambat strategi promosi terhadap bisnisnya (Suhairi et al., 2024).

Dekayu merupakan nama brand yang menyediakan barang/ produk berupa souvenir, alat dapur, kado, hampers dan bebenrapa produk unik lainnya. Dekayu mulai tumbuh dan berkembang sejak 2017 dan mulai populer. Pada tahun 2019 pada pandemi covid – 19 dekayu bertahan dengan mengembangkan produk produk sehingga nama dekayu semakin dikenal dan sudah tersebar di berbagai tempat. Dekayu sudah tersedia di jakarta, tangerang, bali, yogyakarta, bandung dan malaysia. Dekayu juga menyediakan platform online untuk pembelian produknya, sehingga pembeli dapat melakukan pembelian tanpa harus pergi ke toko.

Tujuan penelitian ini digunakan untuk melakukan kajian mengenai toko *online* yang digunakan oleh masyarakat, mulai dari kenyamanan pengguna, sistem dan apa saja yang di sediakan pada toko *online* sehingga toko tersebut mampu bersaing dengan toko *online* lainnya.

METODE

Metode penelitian merupakan sebuah penelitian ilmiah yang menggunakan pengumpulan data yang di dapat dari internet maupun dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Dengan adanya penelitian, masyarakat yang belum mengetahui kebenaran Dari sebuah peristiwa yang terjadi di mass lampau Akan tahu setelah adanya penelitian tersebut. Metode penelitian merupakan suatu pengejaran terhadap kebenaran yang diatur oleh pertimbangan-pertimbangan logis, untuk memperoleh interelasi yang sistematis dari fakta-fakta sebagai usaha mencari penjelasan, penemuan, pengesahan kebenaran atas permasalahan. Dengan adanya metode penelitian pertanyaan-pertanyaan dalam mencari pengetahuan atas suatu kebenaran akan mudah terjawabkan (Anto et al., 2024). Penelitian merupakan sebuah proses yang bertujuan untuk mengkaji atau mengetahui suatu fenomena dan menguak fakta fakta tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan analisis. Deskriptif dalam penelitian kualitatif berarti menggambarkan dan menjabarkan peristiwa, fenomena dan situasi sosial yang diteliti. Analisis berarti memaknai dan menginterpretasikan serta membandingkan data hasil penelitian (Charismana et al., 2022).

Penelitian dapat dilaksanakan berawal dari proses berpikir manusia yang selalu ada keinginan tahu dan rasa keragu-raguan pada sesuatu hal atau fenomena yang terjadi. Hal ini menyebabkan manusia berusaha untuk mencari jawaban atau kepastian dan kebenaran dari masalah atau fenomena yang ada. Penelitian adalah suatu proses sistematis yang dilakukan oleh peneliti untuk memecahkan masalah, menguji hipotesis, atau mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai suatu fenomena (Dr. Drs. Thobby Wakarmamu, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Online atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan Online Shop sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan (Hermanto et al., 2023).

Website sering digunakan agar pengguna dapat membuat profil, memudahkan pencarian terkait pertanyaan, membantu memenuhi kebutuhan pengguna, mengenalkan produk dan layanan, dan mengoptimalkan kampanye pemasaran untuk publik. Pada era teknologi yang semakin berkembang ini,

masyarakat cenderung beralih dari pemasaran konvensional ke pemasaran digital, yang juga dikenal sebagai pemasaran digital (Hendra & Riti, 2023).

Kesederhanaan halaman toko *online* menjadi salah satu pilihan utama dari pembeli. Mulai dari halaman antarmuka yang akan menjadi pertimbangan mulai dari desain warna dan sistemnya.

Pelanggan akan menggunakan sistem informasi jika mereka percaya itu mudah digunakan. Mengingat bahwa konsumen dalam e-commerce memiliki berbagai tingkat kenyamanan, termasuk kemudahan dalam mengakses informasi produk, kemudahan mengakses pilihan barang, kemudahan melakukan pembelian, kemudahan pembayaran (Eurico & Cahyaningrum, 2025), dan kemudahan mendapatkan barang, kemudahan penggunaan aplikasi menjadi pertimbangan penting bagi penyedia *e-commerce*.(delivery) (Fathimah Febrianah & Sukaris, 2022).

a. Desain warna dan beranda dekayu

Website design yang membuat sukses membuat konsumen merasa tertarik, adalah website yang dikunjungi dapat dipercaya, mengandung informasi dan konten yang relevan, memberikan kepuasan kepada pelanggan, menarik lebih banyak minat konsumen dalam berkomunikasi, meningkatkan penjualan, dan memperkuat brand image. Website design yang baik dapat membuat konsumen nyaman dalam mengakses website dimana konsumen tidak kesulitan mencari informasi yang dibutuhkan. Jika customer merasa perlu banyak melakukan klik dalam mencari informasi yang mereka perlukan maka customer akan pergi dari website tersebut sehingga sangat mudah untuk kehilangan customer potensial karena mereka berpindah mengunjungi website lain dikarenakan klik suatu tombol (Aripradono & Ardiansyah, 2023).

Desain web dekayu <https://dekayu.id/#> memiliki beranda yang simple yang akan memudahkan untuk melakukan pencarian produk produk yang akan di beli oleh konsumen. Penggunaan warna pada desain webshop dekayu tidak menonjol dan fitur yang tersedia pada webshop dekayu memiliki kategori masing masing yang berguna melakukan pencarian produk yang diinginkan dengan cepat.



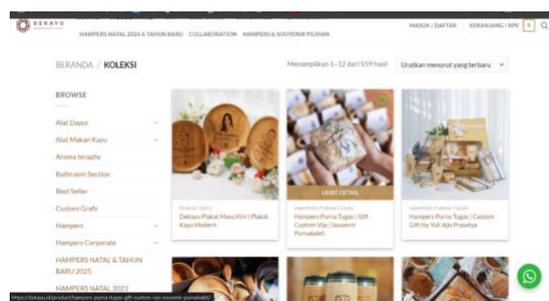
Gambar 1. Tampilan beranda pada web Dekayu



Gambar 2. Tampilan beranda pada web Dekayu

b. Fitur Pencarian yang Efisien

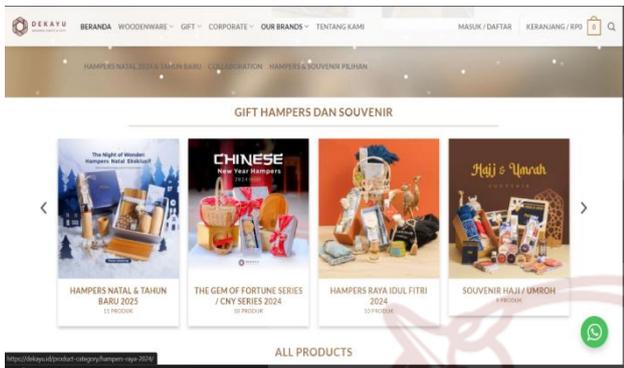
Fitur pencarian di Web Shop Dekayu ID dirancang untuk memudahkan pembeli dalam menemukan produk dengan cepat dan akurat. Dengan memasukkan kata kunci pembeli dapat dengan mudah menemukan produk yang diinginkan, seperti jenis kayu, kategori, atau ukuran. Sistem pencarian ini akan menampilkan hasil yang relevan dan disusun berdasarkan preferensi pengguna, sehingga proses berbelanja menjadi lebih efisien. Selain itu, fitur filter dan sorting juga tersedia untuk membantu menyaring hasil pencarian berdasarkan harga, rating, atau ketersediaan stok, memastikan pengalaman belanja yang lebih nyaman dan menyenangkan.



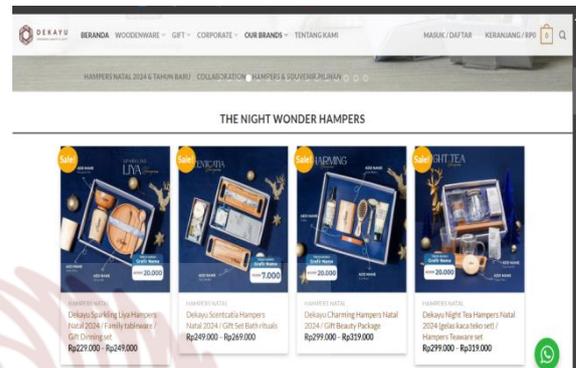
Gambar 3. Tampilan pencarian pada web Dekayu

c. Filter kategori laman dekayu

Laman Dekayu ID menawarkan fitur kategori yang memudahkan pengunjung untuk menjelajahi berbagai produk dengan lebih terstruktur. Kategori ini memungkinkan pengguna untuk mencari produk berdasarkan jenis, kegunaan, atau bahkan bahan dasar kayu yang digunakan. Dengan adanya filter dan kategori yang terorganisir dengan baik, pengunjung dapat dengan cepat menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti hampers, alat dapur atau aksesoris lainnya. Fitur ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan berbelanja, tetapi juga mempercepat proses pencarian bagi mereka yang sudah memiliki gambaran spesifik tentang apa yang ingin mereka beli. er dan kategori.



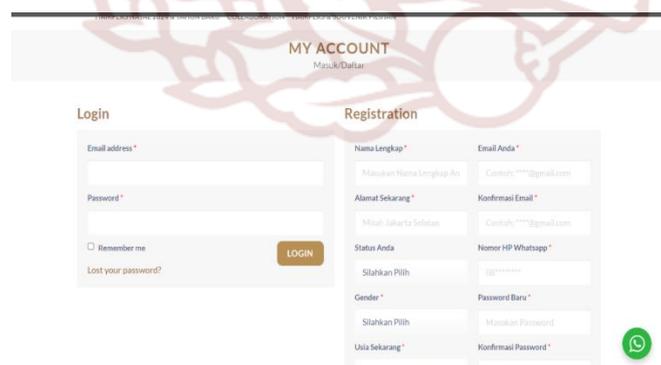
Gambar 4. Tampilan kategori pada web Dekayu



Gambar 5. Tampilan kategori pada web Dekayu

d. Halaman Login atau registrasi

Lama registrasi pada webshop Dekayu relatif cepat dan mudah, dengan desainnya yang dirancang untuk memberikan pengalaman pengguna yang praktis dan efisien. Proses pendaftaran umumnya hanya memerlukan beberapa langkah, mulai dari memasukkan informasi dasar seperti nama, alamat email, dan kata sandi, hingga konfirmasi melalui email untuk memastikan keaslian akun. Setelah registrasi berhasil, pengguna dapat langsung mengakses berbagai fitur yang ditawarkan oleh webshop, seperti menjelajahi produk, melakukan pemesanan, dan mengelola profil akun. Secara keseluruhan, waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan proses registrasi pada Dekayu biasanya hanya beberapa menit, memberikan kemudahan bagi pelanggan yang ingin segera memanfaatkan layanan belanja *online* yang ditawarkan. Web Dekayu juga memberikan promo potongan harga bagi member yang melakukan login atau registrasi pada laman web Dekayu. Dalam pendaftaran web Dekayu, terdapat ikon whatsapp sebagai sarana layanan untuk membantu pengguna web apabila mengalami kesulitan pada saat pendaftaran .



Gambar 6. Tampilan login pada web Dekayu

e. Proses Pemasaran dan Pembayaran pada dekayu id

Seiring perkembangan teknologi dan informasi, manusia menggunakan dan memanfaatkan internet sebagai sarana informasi dan komunikasi secara luas. (Ferdiansya et al., 2024). teknologi *e-commerce* atau *electronic commercial* dikembangkan untuk memudahkan transaksi bisnis dengan memanfaatkan teknologi internet dan website. (Mumtaha & Khoiri, 2019) Proses pembayaran pada website Dekayu.id dirancang untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pelanggan yang berbelanja. Setelah memilih produk yang diinginkan, pelanggan dapat melanjutkan ke halaman checkout,

dimana mereka akan diminta untuk memasukkan informasi pengiriman dan memilih metode pembayaran yang tersedia. Dekayu.id menyediakan berbagai opsi pembayaran, seperti transfer bank, kartu kredit, dan pembayaran melalui dompet digital, sehingga pelanggan bisa memilih sesuai dengan preferensi mereka.

Setelah memilih metode pembayaran, pelanggan akan diberikan rincian total biaya, termasuk biaya pengiriman jika ada. Pada halaman ini, pelanggan perlu memeriksa kembali seluruh detail pesanan mereka untuk memastikan bahwa semua informasi sudah benar. Setelah itu, pelanggan bisa melanjutkan dengan melakukan pembayaran sesuai dengan instruksi yang tertera. Proses pembayaran yang dilakukan dijamin aman, dengan enkripsi data yang memastikan perlindungan informasi pribadi pelanggan.

Setelah pembayaran berhasil dilakukan, pelanggan akan menerima konfirmasi melalui email atau notifikasi di akun mereka. Dekayu.id juga menyediakan sistem pelacakan pesanan, sehingga pelanggan dapat memantau status pengiriman barang mereka secara real-time. Jika ada masalah terkait pembayaran atau pengiriman, pelanggan dapat menghubungi layanan pelanggan yang siap membantu dengan cepat dan responsif. Proses pembayaran yang mudah dan sistem layanan yang handal memastikan pengalaman belanja yang menyenangkan di Dekayu.id. dalam hal tersebut Kenyamanan dalam berbelanja online mampu menimbulkan nilai yang dirasakan pada pelanggan, seperti memudahkan pelanggan dalam transaksi pada aplikasi. (Hafidz & Nabilah, 2024)



Gambar 7. Tampilan pembayaran pada web Dekayu
(Sumber: <https://dekaty.id/#>)

KE SIMPULAN

Kesimpulan dari analisis yang dilakukan pada web toko online merupakan penerapan unsur dalam segi kenyamanan pada pengguna mulai dari halaman antarmuka, desain pada web toko sampai dengan kemudahan konsumen mengakses. Kemudahan dalam berbelanja dapat dinikmati masyarakat karena strategi penentuan sistem yang membuat konsumen nyaman sehingga konsumen sering kali melakukan pembelian ulang yang dimana menjadi bukti sebagai mudah dan nyamannya akses web pada toko tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, R. P., Nur, N., Yusriani, Ardah, F. K., Ayu, J. D., Nurmahdi, A., Apriyeni, B. A. R., Purwanti, Adrianingsih, arita Y., & Putra, M. F. P. (2024). Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 2).
- Aripradono, H. W., & Ardiansyah, M. (2023). Analisa Pengaruh Kualitas Desain Website Terhadap Minat Beli Online Travel Agent. *Journal of Information System and Technology*, 4(1), 333–345. <https://doi.org/10.37253/joint.v4i1.6331>
- Cahyaningrum, Y. (2024). Pengembangan Website E-Commerce untuk Meningkatkan Efektivitas Media Promosi dan Penjualan Online. *INVENTOR: Jurnal Inovasi Dan Tren Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(1), 29–35.
- Candra, D. G. A., Ari, N. S., Dartaya, M. R., Adheliya, A. F., & Muthmainnah, M. (2024). Analisa Proses Bisnis Rumah Makan Cantika untuk Mengetahui Laba dan Rugi Menggunakan Model Enterprise Arsitektur. *Inventor: Jurnal Inovasi Dan Tren Pendidikan Teknologi Informasi*, 2(3), 105–110. <https://doi.org/10.37630/inventor.v2i3.1741>
- Charismana, D. S., Retnawati, H., & Dhewantoro, H. N. S. (2022). Motivasi Belajar Dan Prestasi Belajar Pada Mata Pelajaran Ppkn Di Indonesia: Kajian Analisis Meta. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan Pkn*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.36706/jbti.v9i2.18333>
- Dr. Drs. Thobby Wakarmamu, S. M. S. (2021). Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara. *Metode Penelitian Kualitatif Penerbit Cv.Eureka Media Aksara*, 1.

- Eurico, J., & Cahyaningrum, Y. (2025). Analisis Visual Merchandising pada Market Offline dan Online Informa. *Inventor: Jurnal Inovasi Dan Tren Pendidikan Teknologi Informas*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.37630/inventor.v3i1.2196>
- Fathimah Febrianah, & Sukaris. (2022). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Keamanan Transaksi dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11, 309–315. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.391>
- Ferdiansya, C., Handayani, S., & Juansen, M. (2024). *Sistem Informasi Pemasaran Kerupuk Ganepo Menggunakan E-Commerce Berbasis Web*. 20(2), 464–472.
- Hafidz, G. P., & Nabilah, P. S. (2024). Pengaruh Kenyamanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat beli Ulang Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 528–542.
- Hendra, H., & Riti, Y. F. (2023). Perancangan Dan Implementasi Website Dengan Konsep Ui/Ux Untuk Mengoptimalkan Marketing Perusahaan. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 11(3s1). <https://doi.org/10.23960/jitet.v11i3s1.3430>
- Hermanto, A. A. M., Kanedi, I., & Zulfiandry, R. (2023). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Toko Roti Me Time Berbasis Web. *Jurnal Media Infotama*, 19(1), 27–36. <https://doi.org/10.37676/jmi.v19i1.3342>
- Maulana, A., Arjun, N. R., Akbar, F., Suryanti Ayu, N., & Firmansyah, H. (2021). Peran E-Commerce di Tengah Pandemi terhadap Gaya Hidup Masyarakat Indonesia Masa Kini. *Journal of Education and Technology*, 1(1), 55–61.
- Mumtaha, H. A., & Khoiri, H. A. (2019). Analisis Dampak Perkembangan Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 Pada Perilaku Masyarakat Ekonomi (E-Commerce). *JURNAL PILAR TEKNOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Ilmu Teknik*, 4(2), 55–60. <https://doi.org/10.33319/piltek.v4i2.39>
- Rahman, A. T. (2023). *Analisis Pengaruh User Interface Design Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Konsumen Gofood Di Kota Semarang*. 13(2), 293–301.
- Suhairi, Siregar, C., Khinaya, M., & Batubara, P. A. (2024). Strategi Promosi Online dalam Meningkatkan Daya Saing di EraDigital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5498–5501.
- Widagdo, P. B. (2022). *Perkembangan Electronic Commerce (E-Commerce) di Indonesia*.