TAMPILAN DESAIN WEB PADA PEMASARAN PRODUK KERAMIK DI CV TANTERI KERAMIK

I Putu Aditya Diatmika[1], Jajang Suryana[1], Ketut Nala Hari Wardana[2]

Jurusan Pendidikan Seni Rupa
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: {adityadiatmika21@yahoo.com, jesuryana@gmail.com, nala9hari@yahoo.com}, @undiksha.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan ini untuk memperoleh gambaran tentang (1) tampilan desain website CV Tanteri Keramik dan (2) strategi pemasaran berbasis web di CV Tanteri Keramik. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, teknik wawancara, dan teknik pendokumentasian. Adapun sasaran penelitian ini adalah tampilan desain web pada pemasaran produk keramik di CV Tanteri Keramik, Banjar Simpangan, Desa Pejaten, Tabanan.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa (1) desain website CV Tanteri Keramik memiliki 3 elemen penyusun layout yang terdiri atas elemen teks, elemen visual, dan elemen tak terlihat (tata letak). Elemen teks yang secara umum terdapat pada setiap layout terdiri atas nameplate, address, menu, deskripsi, daftar artikel, dan copyright. Secara umum elemen visual yang terdapat dalam setiap layout terdiri atas logo, foto utama dan penghargaan. Foto khusus terdapat pada layout about us, products, contact us dan pada setiap artikelnya. Tata letak setiap layout tersusun secara umum dari logo, nameplate, address, foto utama, menu, deskripsi, daftar artikel, penghargaan, dan copyright.(2) strategi pemasaran yang dipergunakan adalah dengan memanfaatkan fasilitas website sebagai sarana untuk men-display produk serta menjadi alat komunikasi, baik pemesanan ataupun sekadar mencari informasi yang ditujukan untuk konsumen yang berada di luar negeri ataupun konsumen dalam negeri yang berada jauh dari perusahaan.

Kata kunci : Desain *Website*, Strategi Pemasaran.

Abstract

The aim of this study was to gain an overview of (1) website design view of CV Tanteri Keramik and (2) a web marketing strategy in CV Tanteri Keramik. This study is a descriptive study with a qualitative approach, the data collection techniques using observation, interview techniques, and technical documentation. The goal of this research is the design of the web on the marketing of ceramic products in CV Tanteri Keramik, Banjar Simpangan, Desa Pejaten, Tabanan.

The findings of this study indicate that (1) Website design of CV Tanteri Keramik has 3 constituent elements layout consisting of text elements, visual elements, and invisible elements (layout). Text elements that are common to every layout consist of a nameplate, address, menus, descriptions, list of articles, and copyright. In general, the visual element which is contained in each layout consists of a logo, main picture and awards. Special photo to the layout there about us, products, contact us and on every article. The layout of each layout is generally composed by a logo, nameplate, address, main picture, menus, description, list of articles, awards, and copyright. (2) marketing strategy that is used to utilize the facility as a means for websites to display products as well as being communication tool, either ordering or just looking for information intended for consumers who are overseas or domestic consumers who are far away from the company.

Keywords: Website Design, Marketing Strategy.

PENDAHULUAN

Industri kerajinan tidak dapat dipisahkan dengan masyarakat Indonesia dan masyarakat Bali khususnya. Terdapat bermacam-macam jenis industri kerajinan yang ada di Bali yang sudah dikenal hingga di mancanegara. Kerajinan di Bali sudah mampu menghidupi dan membuka lapangan kerja bagi sebagian besar penduduknya.

Salah satu kerajinan yang cukup menarik adalah jenis kerajinan keramik. Berdasarkan sejarahnya, keramik diperkirakan telah ada pada jaman kerajaan di Indonesia. Ini dibuktikan dengan banyaknya pecahan-pecahan tambikar, priuk, dan genteng yang ditemukan pada situs-situs bersejarah di Indonesia. Namun pandangan masyarakat secara umum menggambarkan keramik hanyalah sebagai alas lantai rumah ataupun bangunan lainnya. Akan tetapi saat ini kegunaan dan jenis keramik yang ada sangatlah beragam.

Sentra industri kerajinan keramik di Bali yang menarik sebagai bahan tinjauan adalah Desa Pejaten. Pada awal kemunculannya, masyarakat di Desa Pejaten rata-rata berprofesi sebagai perajin genteng ataupun bata. Hal ini didukung oleh bahan baku yang melimpah berupa tanah liat. Seiring bertambahnya jumlah perajin, penggunaan bahan baku menjadi semakin banyak. Masyarakat Desa Pejaten sendiri menyadari dengan pengunaan tanah secara besar-besaran lambat laun akan habis. Menghadapi permasalahan ini, masyarakat Pejaten di tuntut lebih kreatif dalam penggunaan tanah liat. Dari pemikiran itulah masyarakat Desa Pejaten mulai mengembangkan pengolahan tanah liat menjadi barang yang memiliki nilai estetis lebih dari sekedar genteng atau bata.

Industri kerajinan keramik yang terdapat di Banjar Simpangan, Desa Pejaten, Tabanan yang menjadi bahan penelitian, CV Tanteri Keramik, merupakan salah satu dari sekian banyak industri keramik yang terdapat di Desa Pejaten. Pemilihan CV Tanteri Keramik sebagai tempat penelitian didasari atas eksistensi dan ragam jenis keramik yang dihasilkan industri ini serta merupakan satu-satunya industri keramik yang ada di Pejaten yang memasarkan produknya melalui internet atau *website*.

Dengan banyaknya persaingan dalam industri keramik di Pejaten, CV Tanteri Keramik mampu lebih maju dengan adanya *website* tersebut. Ini terbukti dengan banyaknya turis-turis asing yang berkunjung ke galeri yang dimiliki CV Tanteri Keramik. "Web adalah suatu metode untuk menampilan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan *(link)* satu dokumen dengan dokumen lainnya *(hypertext)* yang dapat diakses melalui sebuah *browser*" Yuhefizar (dalam Ulum, 2012). Melalui *website* dapat dengan cepat memperbaharui atau *update* sebuah informasi yang ingin disampaikan. *Website* sendiri pertama kali ditemukan oleh Tim Bernes-Lee pada tahun 1980. Dalam *website* tidak hanya ditampilkan teks melainkan terdapat gambar, suara, dan dapat pula berkomunikasi dimana dalam konteks ini sangat memudahkan dalam mempromosikan produk hasil kerajinan.

Desain atau tampilan layout merupakan komponen utama selain teks yang sangat berperan penting dalam sebuah *website*. Susanto (2011:102) artinya bahwa "desain merupakan aktifitas menata unsur-unsur karya seni yang memerlukan pedoman yaitu azas-azas desain (*principles of design*), antara lain *unity, balance, rhythm* dan proporsi". Desain tidak hanya mencakup gambar, tetapi teks atau bacaan yang tidak rumit. Hal lain yang sangat berperan penting dalam pemasaran produk ini adalah strategi pemasaran yang digunakan. WF Glueck dan LR Jauch (dalam Arianto, 2007) mendefinisikan "strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi".

Berdasarkan uraian tersebut, muncullah permasalahan dalam penelitian ini yaitu, mengenai desain *website* CV

Tanteri Keramik, serta teknik atau strategi pemasaran CV Tanteri Keramik dalam memasarkan produknya. Keterkaitan antara penggunaan *website* sebagai salah satu sarana dalam kegiatan pemasaran produk dirasa cukup menarik untuk diulas sebab sebuah halaman *website* dapat diakses selama 24 jam sehari. Hal ini sangat berpengaruh bagi promosi produk sebuah perusahaan yang merupakan bagian dari pemasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan desain *website* yang digunakan CV Tanteri Keramik dalam memasarkan produknya serta untuk mendeskripsikan teknik atau strategi pemasaran yang digunakan CV Tanteri Keramik dalam memasarkan produknya. Nantinya penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat sebagai informasi atau bahan kajian tentang strategi pemasaran produk berbasis *website*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik studi kasus, yaitu memusatkan perhatian pada satu kasus secara intensif dan mendetail. Objek yang diselidiki terdiri dari satu kesatuan unit pandang, yang dijadikan sasaran penelitian. Dilihat dari tujuan penelitian dan sifat sajian data maka penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. “Dalam penelitian deskriptif terdapat upaya untuk mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan saat ini, dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada” (Mardalis, 2009:26)

Sasaran penelitian ini adalah teknik pemasaran produk kerajinan keramik berbasis *website* di CV Tanteri Keramik. Untuk mendapatkan informasi tentang teknik pemasaran produk kerajinan keramik berbasis *website* di CV Tanteri Keramik, penelitian sudah dilakukan di CV Tanteri Keramik, Pejaten. Dalam pendekatan sasaran penelitian, peneliti menggunakan metode empiris. Arikunto (1993:43), menyebutkan bahwa “pendekatan subjek penelitian dengan metode empiris adalah suatu cara pendekatan terhadap subjek penelitian dengan sewajarnya, yaitu mengadakan observasi atau mengunjungi tempat yang akan diamati”. Dalam kaitanya dengan metode penelitian empiris, peneliti melakukan observasi ke pabrik produksi serta galeri yang dimiliki CV Tanteri Keramik. Peneliti mengamati proses produksi yang berlangsung dipabrik, serta mengamati hasil dan proses pengepakan produk digaleri perusahaan.

Dalam tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa langkah untuk memperoleh data yaitu dengan melakukan observasi, wawancara dan pendokumentasian. Untuk mendukung observasi yang dilakukan dilapangan maka peneliti menggunakan kamera untuk memperoleh gambar yang nantinya menunjang data. “Observasi adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian” (Mania, 2008). Dalam hal ini, peneliti akan mengadakan observasi ke CV Tanteri Keramik dengan mengamati jenis-jenis produk yang tersedia dan proses pengepakan barang untuk konsumen.

Kemudian wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi yang lengkap dari pihak perusahaan tentang website serta pemasaranya. Moleong (2012: 186) memaparkan “wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu . Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara *(interviewee)* yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu”. Sebelum melaksanakan wawancara peneliti menyusun pedoman wawancara terlebih dahulu. Pedoman wawancara akan menuntun orang yang melakukan wawancara, sehingga pelaksanaan wawancara dapat berjalan lancar, efektif, dan tentunya mendapatkan informasi yang lengkap sesuai dengan apa yang diharapkan. Untuk melengkapi data-data yang diperoleh sebelumnya, peneliti melakukan metode pendokumentasian untuk mengumpulkan informasi yang

diperoleh dari fakta yang tersimpan dalam bentuk catatan harian, jurnal kegiatan, surat, arsip foto, hasil rapat, cenderamata dan sebagainya. Data berupa dokumen seperti ini bisa dipakai untuk menggali infromasi yang telah terjadi.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis dengan teknik analisis domain dan taksonomi. "Analisis domain merupakan pengolahan data yang bertujuan untuk memberikan gambaran atau penguraian secara umum, relatif dan menyeluruh tentang permasalahan yang diteliti. Sedangkan analisis taksonomi adalah pengolahan data yang bersifat lanjut, lebih rinci dan mendalam" (Sanapiah, 1997:16).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang terkumpul dari hasil observasi, wawancara, dan pendokumentasian yang dilakukan peneliti diperoleh deskripsi mengenai desain website CV Tanteri Keramik serta strategi pemasaran berbasis website. Website sangat erat kaitannya dengan kata desain. Desain dari sebuah *website* mencerminkan materi yang nantinya akan disampaikan kepada pembaca. Tampilan desain *website* merupakan gambaran dari keseluruhan isi yang terdapat dalam setiap menu *website* itu sendiri. Desain *website* tidak bisa dipisahkan dari desain *layout*. Desain *layout* sebuah *website* memiliki elemen-elemen pendukung tata letak yang terdiri dari logo, foto, *address*, *menubar*, deskripsi materi, navigasi serta yang lainnya.

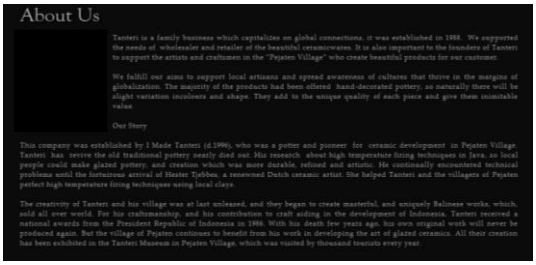
Tujuan utama *layout* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar lebih lengkap dan tepat dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi. *Layout* dapat pula memberikan kemudahan navigasi dalam mencari informasi yang lebih mendalam disetiap data yang tersajikan. Pada dasarnya *layout* dapat dijabarkan sebagai suatu usaha penyusunan, penataan, dan memadukan elemen-elemen desain pada suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang ingin disampaikan.

Elemen-elemen pendukung layout website secra garis besar dapat dijabarkan menjadi tiga yang terdiri dari elemen teks, elemen visual dan elemen tak terlihat atau tata letak. Elemen teks merupakan tulisan yang terdapat pada *layout*, yang memberikan penjelasan tentang pesan yang ingin disampaikan pada sebuah *website*. Pada desain *website* CV Tanteri Keramik, secara keseluruhan terdapat beberapa elemen teks yang terdiri dari *name plate* (nama perusahan), *address*, *menu*, deskripsi (penjelasan tentang menu yang dipilih), artikel dan *copyright*.

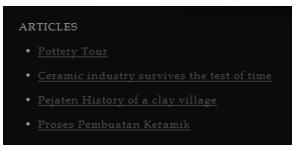
Gambar 1. *Name Plate*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Gambar 2. *Address*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

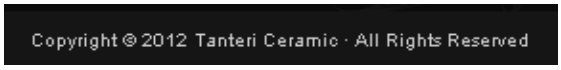
Gambar 3. *Menu*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 4. *Deskripsi pada Menu About Us*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 5. Artikel
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 6. *Copy Right*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Pada keseluruhan *layout website* CV Tanteri keramik, terdapat beberapa jenis *font* yang digunakan. Terdiri dari *Times New Roman* dan *Calibri*. Perbedaan antara jenis font *Times New Roman* dan *Calibri* Terletak pada ciri khas *font* itu sendiri. *Font* pada *Times New Roman* sangat identik dengan kekontrasan tebal dan tipis garis-garis hurufnya. *Times New Roman* termasuk dalam aksara cetak jenis *Roman*. Sedangkan font *Calibri* memiliki ciri yaitu huruf yang besarnya sama atau tidak terdapat unsur tebal tipis. *Calibri* termasuk jenis aksara cetak *Sans Serif*. CV Tanteri Keramik menggunakan bahasa Inggris pada *website*nya yang bertujuan untuk memudahkan konsumen asing yang melihat halaman *website*nya.

Elemen visual merupakan elemen bukan teks dan terlihat pada suatu *layout*. Dalam desain *website* CV Tanteri Keramik, terdapat beberapa elemen visual yang terlihat pada *layout*. Penggunaan foto atau gambar dirasa memiliki sebuah daya tarik jika dipadukan dengan teks pada *layout*. Penggunaan foto atau gambar dapat menggugah pengunjung untuk lebih mencari informasi-informasi yang tersedia pada halaman *website* tersebut. Dalam setiap *layout website* CV Tanteri Keramik terdapat sebuah gambar utama yaitu logo perusahaan, penghargaan serta gambar produk dari kerajinan keramik milik CV Tanteri Keramik yang menjadi gambar utama dalam setiap *layout* halaman *website*nya.

Gambar 7. *Logo*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Gambar 8. *Gambar Utama Layout*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Gambar 9. *Penghargaan*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Selain penggunaan gambar pada *layout*, warna hitam secara umum yang digunakan sebagai *background* pada setiap *layout* yang dipadukan dengan gradasi warna hijau sangat mendukung tampilan *layout* menjadi sangat menarik. Terdapat pula beberapa tekstur yang dimuat dalam tampilan layout yang menyerupai jaring berwarna, berupa bercak-bercak cat, serta garis yang berulang.

Gambar 10. *Tekstur Bercak-bercak*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Gambar 11. *Tekstur Jaring*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

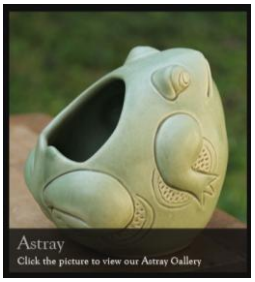
Elemen visual lainya yang terdapat pada setiap halamanya, merupakan pelengkap bagi deskripsi yang disampaikan. Dapat dicontohkan pada menu *About Us* yang terdapat gambar pendiri perusahaan, dimana deskripsinya menjelaskan sejarah perusahaan. Pada menu *Contact Us* terdapat pula gambar khusus yang berupa peta untuk lebih

menjelaskan maksud dari menu tersebut. Elemen visual juga terdapat pada menu *Products* jika pengunjung telah melakukan registrasi terlebih dahulu. Kolom registrasi terletak pada menu *Products*. Apabila telah melakukan registrasi, maka pengunjung nantinya akan dapat melakukan *Log In* untuk dapat melihat produk-produk yang disediakan perusahaan. Dalam website ini pihak perusahaan menyediakan sekitar 25 jenis produk. Setiap jenis produk yang ada dibagi kembali menjadi beberapa motif yang dapat dipilih. Artikel yang ada disetiap halaman juga dilengkapi dengan gambar agar tampilan *layout* lebih menarik.

Gambar 12. Foto *Menu Home*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Gambar 13. *Pendiri Perusahaan*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Gambar 14. *Peta*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 15. Foto Utama Produk *Ashtray* Setelah *Log In*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

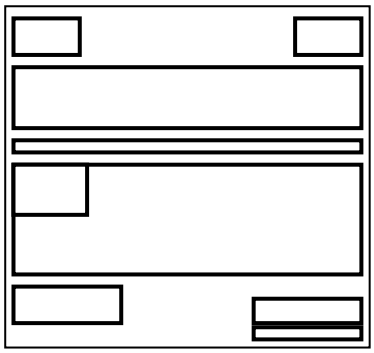
Gambar 16. Artikel *Pejaten of a Clay Village*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Selain elemen teks dan elemen visual, elemen tak terlihat merupakan komponen yang sangat penting dalam mendesain. Elemen tak terlihat merupakan kerangka atau fondasi dalam membangun acuan penempatan semua elemen *layout* lainnya. Elemen tidak terlihat ini disusun atau dirancang terlebih dahulu oleh desainer, dan baru kemudian menyusun elemen teks dan elemen visual. Pada hasil jadi sebuah desain, elemen tidak terlihat ini tidak akan tampak pada hasil desain seperti halnya elemen teks dan elemen visual. Walaupun elemen ini nantinya tidak akan tampak pada desain, namun elemen ini mempunyai fungsi yang sangat penting dalam hal men*desain*. Fungsinya adalah untuk mengatur *layout* antara elemen teks dan elemen visual agar telihat seimbang dan menarik. Pada layout website CV Tanteri Keramik terdapat elemen tidak terlihat berupa *grid* atau alat bantu dalam me-*layout* yang digunakan untuk mengetahui tata letak elemen lainnya.

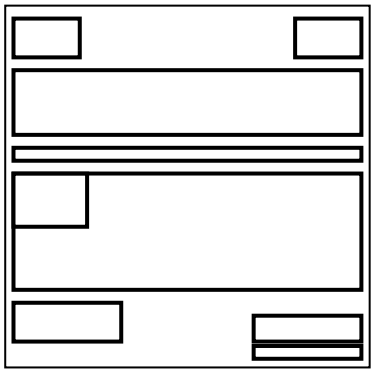
Tahapan tata letak dapat dibagi menjadi tiga, yaitu pertama dengan membuat tata letak sketsa kecil

(*thumbnail)* atau tahapan perancangan dalam menentukan komposisi unsur-unsur yang nantinya akan ditempatkan. Hasilnya masih berupa sket awal kolom teks dan dan gambar. Yang kedua dengan membuat tata letak kasar merupakan rancangan yang sudah berwujud gambar dan teks. Dan yang ketiga dengan membuat tata letak komprehensif yaitu tahapan merancang dimana keseluruhan unsur sudah disusun secara baik dan benar sesuai dengan sketsa awal.

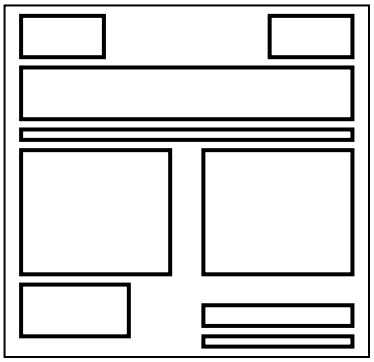
Elemen yang tersusun pada *layout* disetiap menu desain *website* CV Tanteri Keramik pada dasarnya sama yaitu terdapat logo perusahaan dan *address* terletak pada atas *layout*, *menu* dan materi terletak pada bagian tengah *layout* serta daftar artikel dan penghargaan pada bagian bawah. Dalam materi atau deskripsi yang ada pada setiap *layout*, beberapa terdapat gambar yang yang melengkapi penjelasan pada menu tersebut. Gambar tersebut dominan terletak pada bagian kiri deskripsi.



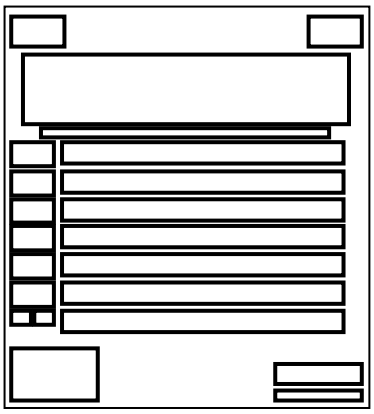
Gambar 17. Tata letak *menu About Us*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 18. Tata letak artikel *Pejaten of a Clay Village*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 18. Tata letak *menu Contact Us*
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)



Gambar 18. Tata letak artikel Proses Pembuatan Keramik
(*Print screen* oleh I Putu Aditya Diatmika)

Dari awal berdirinya sampai saat ini, CV Tanteri Keramik mampu bertahan dan bersaing dengan industri-industri kerajinan keramik yang makin hari makin banyak keberadaannya di Pejaten. Bahkan pemasaraan keramik milik CV Tanteri Keramik ini sudah mampu menembus pasar nasional dan internasional. Sejak awal sampai sekarang, CV Tanteri Keramik mampu mempertahankan kualitas serta keunikan pada produk-produk hasil kerajinannya. Selain pentingnya sebuah kualitas dan keunikan sebuah hasil produksi, tentu strategi dalam memasarkan hasil kerajinan ini penting adanya.

Berdasar pada hasil wawancara yang dilakukan, pemasaran kerajinan CV Tanteri Keramik awalnya dilakukan dengan cara mengikuti pameran-pameran kerajinan. Penggunaan katalog dan brosur yang disebar ke hotel-hotel juga menjadi pilihan dalam mempromosikan serta

menawarkan produk hasil kerajinannya. Seiring berkembangnya jaman sekaligus teknologi, CV Tanteri Keramik kini dalam menawarkan barang produksinya melalui fasilitas dalam internet yaitu melalui halaman *website* yang dimiliki. Tidak di pungkiri saat ini pemasaran lewat dunia maya menjadi pilihan berbagai jenis usaha dagang. Pemasaran melalui *website* mempermudah pembeli yang berada jauh dari tempat penjualan. Itu sebabnya banyak dari pembeli kerajianan keramik CV Tanteri Keramik merupakan turis-turis asing. Halaman *website* CV Tanteri Keramik dapat diakses 24 jam sehingga memudahkan jika pembeli berminat tanpa harus pergi ke galeri.

Bagi calon pembeli, produk-produk yang tersedia di CV Tanteri Keramik dapat dilihat pada *menu Product* pada halaman *website.* Calon pembeli dapat memilih berbagai jenis kerajinan keramik yang nantinya pesanan dapat dikirim melalui email yang tersedia. Adanya *website* ini sebagai sarana untuk memfasilitasi calon pembeli yang berada jauh dari perusahaan. Setelah pemesanan disampaikan kepada pihak perusahaan, calon pembeli wajib mendeposit 30% dari harga keseluruhannya melalui bank yang disepakati, yaitu bank Mandiri dan bank BCA. Pihak perusahaan akan memberikan informasi melalui email tentang jadwal proses produksi, jadwal pengepakan sampai pada jadwal pengiriman kepada pembeli. Apabila terjadi pembatalan pembelian, maka deposit sebesar 30% nantinya akan menjadi milik perusahaan.

Selama pengoperasian *website*, beragam tanggapan yang disampaikan oleh para konsumen. Banyak pembeli dari luar daerah ataupun mancanegara menyambut baik tentang adanya *website* ini. Namun karena pengoprasian *website* ini terbilang baru, banyak pula konsumen yang kurang mengetahui adanya *website* yang dimiliki perusahaan. Pihak perusahaan sendiri menjelaskan bahwa promosi di internet yang menyasar konsumen di luar daerah dan mancanegara masih sangat minim. Selain permasalahan dalam hal pemasaran di internet masih kurang, perusahaan menerima keluhan dari konsumen tentang keterlambatan pengiriman barang dan kondisi barang yang lecet atau retak setelah sampai pada konsumen. Untuk masalah keterlambatan waktu pengiriman, pihak perusahaan memberikan penejelasan bahwa pengiriman sangat dipengaruhi faktor cuaca. Begitu pula untuk produk yang kondisinya lecet ataupun retak, perusahaan akan mengganti barang tersebut dengan barang yang baru.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, dapat diambil kesimpulan bahwa tampilan desain *website* merupakan gambaran dari keseluruhan isi yang terdapat dalam setiap menu *website* itu sendiri. Desain *website* tidak bisa dipisahkan dari desain *layout*. Desain *layout* memiliki elemen-elemen yang mendukung tata letak yang terdiri dari elemen teks, elemen visual, dan elemen tidak terlihat. Dalam *website* CV Tanteri Keramik yang merupakan *website* berbayar terdapat beberapa elemen teks yang mendeskripsikan materi yang terkandung dalam setiap *menu*. *Menu* yang dimaksud terdiri dari *menu About Us*, *Term & Condition*, artikel Proses Pembuatan Keramik, artikel *Pejaten of a Clay Village* dan artikel *Ceramic Industry Survives The Test Of Time.* Terdapat pula kolom registrasi yang hanya terdapat pada *menu Product* dan *Contact Us*. Elemen teks yang berupa kode produk dan jenis produk terdapat pada *menu* produk setelah melakukan registrasi. Namun secara umum elemen teks yang terdapat pada semua *layout* adalah *Name Plate, Address, Menu,* Artikel dan *Copy Right*.

Elemen visual yang berupa foto terdapat pada semua layout website CV Tanteri Keramik. Elemen visual yang mendukung deskripsi atau elemen teks terdapat pada menu About Us, Product, Contact Us, artikel Proses Pembuatan Keramik, artikel *Pejaten of a Clay Village* dan artikel *Ceramic Industry Survives The Test Of Time.*Hanya pada *menu Terms & Condition* dan *menu Releted Link* yang tidak terdapat elemen visual yang mendukung deskripsi. Secara keseluruhan

terdapat elemen visual pada setiap *layout* yang terdiri dari logo perusahaan, foto utama, serta penghargaan. Pada setiap *layout* website CV Tanteri Keramik terdapat elemen tak terlihat yang membantu tata letak antara elemen teks dan visual. Elemen tak terlihat tersebut berupa sket yang membantu menyusun elemen teks dan visual agar terlihat padu. Elemen tak terlihat umumnya pada *website* ini tersusun dari logo*, name plate*, foto utama, *menu*, deskripsi, artikel, penghargaan dan *copy right*.

Pemasaran kerajinan CV Tanteri Keramik awalnya dilakukan dengan cara mengikuti pameran-pameran kerajinan. Penggunaan katalog dan brosur yang disebar ke hotel-hotel juga menjadi pilihan dalam mempromosikan serta menawarkan produk hasil kerajinannya. Seiring berkembangnya jaman sekaligus teknologi, CV Tanteri Keramik kini dalam menawarkan barang produksinya melalui fasilitas dalam internet yaitu melalui halaman *website* yang dimiliki. Pemasaran melalui *website* mempermudah pembeli yang berada jauh dari tempat penjualan. Pada halaman *website*nya telah disediakan gambar-gambar produk serta calon pembeli dapat berkomunikasi dengan pihak perusahaan melelui fasilitas yang ada. Itu sebabnya banyak dari pembeli kerajianan keramik CV Tanteri Keramik merupakan turis-turis asing. Halaman *website* CV Tanteri Keramik dapat diakses 24 jam sehingga memudahkan jika pembeli berminat tanpa harus pergi ke galeri.

Berdasarkan simpulan yang dijabarkan, dapat diajukan saran-saran sebagai berikut. Elemen teks pada setiap *layout* CV Tanteri Keramik yang penulisannya menggunakan bahasa Inggris agar terdapat pula bahasa Indonesia agar memudahkan penggunjung yang kurang paham agar mengerti maksud yang disampaikan. Hal ini tentu semakin memudahkan konsumen dalam negeri untuk dapat lebih mengenal perusahaan itu sendiri. Untuk produk yang tersedia saat ini di CV Tanteri Keramik agar terus meningkatkan dan mengembangkan kreasinya dengan menciptakan karya yang inovatif dan orisinil. Agar nantinya perusahaan mampu menghadapi persaingan yang semakin ketat. Pemasaran kerajinan khususnya keramik dapat pula memanfaatkan fasilitas yang ada dalam internet selain *website* yaitu dapat berupa *facebook, twitter* dan jejaring sosial lainnya. Mengingat banyak kalangan yang memiliki akun tersebut, nantinya dapat memudahkan dalam hal promosi dan pemasaran produk kerajinan perusahaan. Untuk peneliti selanjutnya yang akan mengangkat pemasaran kerajinan via *website*, diharapkan untuk menambahkan analisis desain produk yang dipasarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Arianto, Efendi. 2007. *Pengertian Strategi.* (Tersedia pada http://strategika.wordpress.com/2007/06/24/pengertian-strategi/). (Diakses tanggal 25 September 2013).

Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelititan Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta.

Mania, Sitti. 2008. *Observasi Sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran*. (Tersedia pada http://ejurnal.uin-alauddin.ac.idartikel07/Observasi-Sebagai-Alat-Evaluasi/Sitti-Mania.pdf). (Diakses tanggal 19 Sepatember 2013).

Mardalis. 2009. *Metode Penelitian : Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Moleong, Lexy. J. 2012. *Metodelogi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi)*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Sanapiah, Faisal. 1990. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar dan Aplikasinya*. Malang : Yayasan Asah-asih-asuh.

Susanto, Mikke. 2011. *Diksi Rupa – Kumpulan Istilah dan Gerakan Seni Rupa.* Yogyakarta: DictiArt & Djagad Art House.

Ulum, Akhdiyat Syabril. 2012. "*Materi Presentasi Umum Tentang Website"(* Tersedia pada http://www.masulum.com/wp-content/uploads/2012/10/Materi-Presentasi-Umum-ttg-Website). (Diakses tanggal 16 September 2013).