

## **BAB 6**

### **DAPATAN KAJIAN: ANALISIS PERSEMBAHAN LAMAN WEB**

#### **6.1 Reka Letak Laman Web**

Sepertimana pemasaran produk menggunakan kaedah konvensional memberi penekanan kepada aspek promosi dan periklanan begitu juga halnya dengan pemasaran menerusi laman web ini. Sekiranya dalam kaedah pemasaran konvensional memerlukan penerbit membuat promosi buku yang diterbitkan dalam bentuk pamflet atau brosur yang dicetak dan diedarkan tetapi menerusi laman web, kesemua itu digabungkan menjadi satu dengan kelebihan ruang peragaan yang lebih besar serta luas. Meskipun begitu, bagi memastikan laman web yang dibina itu dapat mencapai sasaran jualan yang diharapkan, penerbit perlu memastikan perekaannya menarik serta sesuai dengan produk ilmiah yang dipasarkan itu.

Perekaan sesebuah laman web akan menjadi menarik sekiranya seseorang pereka itu dapat mengaplikasi dan mengadunkan elemen-elemen warna, jenis tulisan, grafik, kedalaman teks serta kemudahan pautan dalam laman-laman web yang

dibangunkan dengan baik dan sistematik. Dalam laman web, warna boleh digunakan untuk melabel elemen, memaparkan kuantiti atau nilai juga untuk menghias. Walau bagaimanapun, kesilapan memilih adunan warna yang sesuai boleh menimbulkan masalah-masalah berikut:

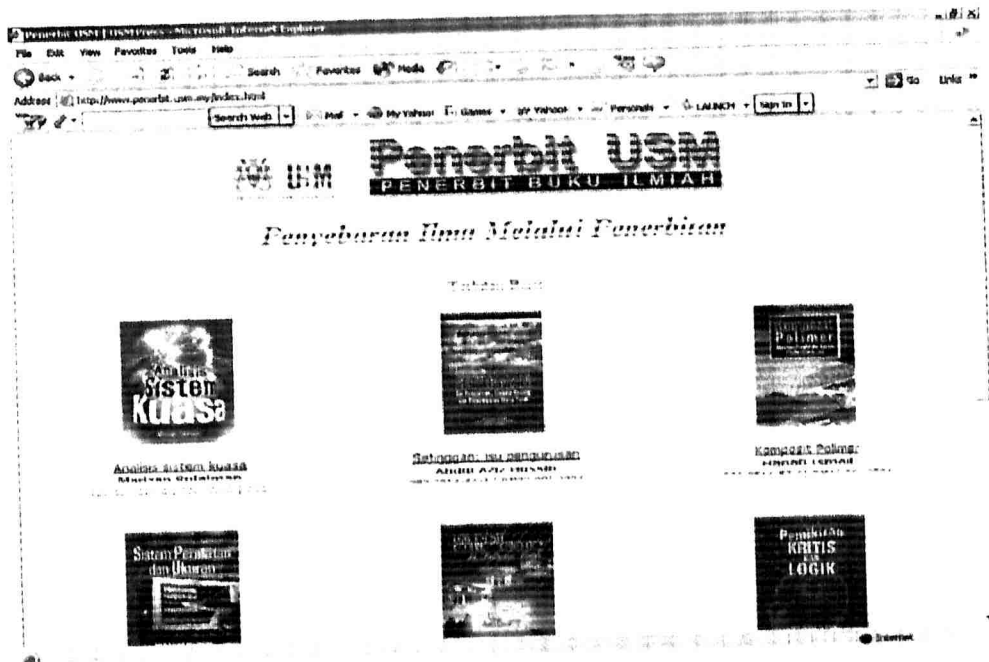
- ▲ Menghapuskan mesej yang ingin disampaikan kepada audiens
- ▲ Mengaburkan penglihatan audiens.
- ▲ Menyebabkan audiens meninggalkan laman web yang dilayari.

Justeru, bagi mengelakkan keadaan-keadaan ini daripada berlaku, seseorang pereka itu perlu mengadunkan warna mengikut kesesuaian dan jenis produk yang dipasarkan.

Hasil daripada kajian yang telah dijalankan, didapati bahawa penggunaan warna dalam laman-laman web penerbit universiti di Malaysia menarik dan tidak keterlaluan. Sesuai dengan ciri produk yang dipasarkan iaitu buku-buku ilmiah, didapati laman-laman web penerbit yang dikaji tidak menggunakan terlalu banyak warna seperti laman web produk-produk lain di pasaran yang lebih bersifat komersil. Dalam kebanyakan laman web penerbit yang dikaji, warna putih dilihat telah mendominasi ruang sebilangan besar laman web penerbit kerana warna ini apabila digabungkan dengan warna-warna lain akan mewujudkan seri warna atau kependekannya serina (tint) iaitu satu proses yang akan menyebabkan sesuatu rona

berubah dan bertambah berseri hasil campuran dengan warna putih. Malah, warna putih yang melambangkan kesucian dan kemurnian, didapati bertepatan dengan hasrat penerbit-penerbit universiti di negara ini yang ingin memartabatkan penerbitan ilmiah negara agar setanding dengan penerbitan ilmiah negara-negara lain. Dalam kata lain, warna putih yang digunakan itu mewakili hasrat murni penerbit yang ingin melihat industri penerbitan ilmiah negara kembali ‘bernyawa’ seperti suatu ketika dahulu. Ini kerana, pasaran untuk buku-buku ilmiah kebelakangan ini kurang mendapat sambutan pembaca berbanding buku-buku bacaan berbentuk umum. Justeru, tidak hairanlah mengapa empat daripada lima laman web penerbit yang dikaji telah menggunakan warna ini sebagai warna latar.

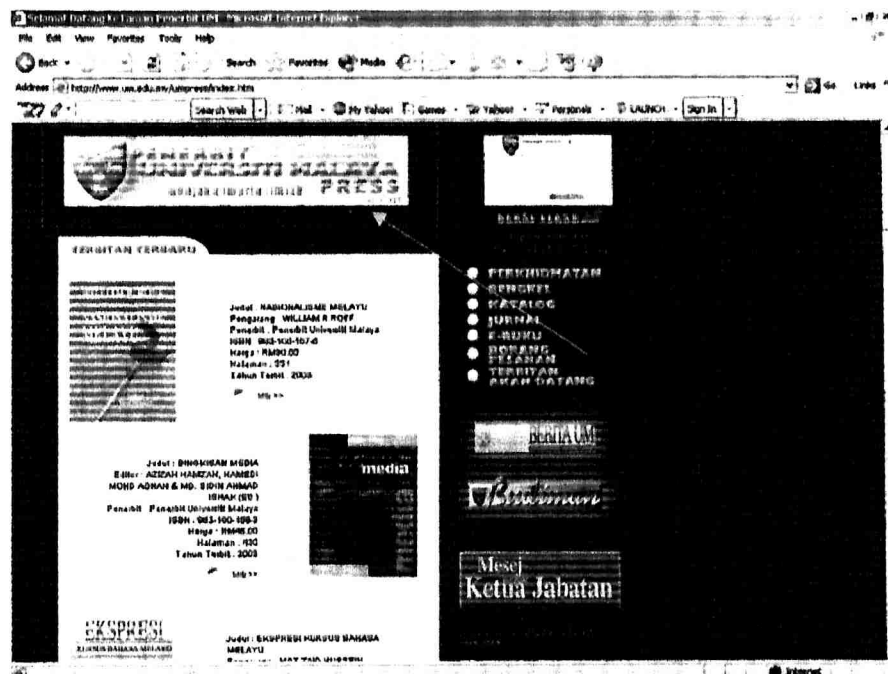
Laman web penerbit USM dalam rajah 6.1 adalah antara contoh laman web penerbit yang menggunakan warna putih sebagai warna latar. Penggunaan warna putih sebagai latar dalam laman web penerbit USM ini didapati telah dapat menimbulkan imej (visual kulit buku) yang dipaparkan di atasnya. Malah, seri warna pada laman web ini nyata terserlah apabila visual kulit buku yang dipersembahkan dalam pelbagai warna digunakan.



**Rajah 6.1** Halaman Utama Laman web penerbit USM

Selain itu, warna yang digunakan juga dapat memberi perasaan dan emosi pada sesuatu seni mahupun reka bentuk. Dalam merangka strategi pemasaran yang berkesan untuk buku yang diterbitkan, seseorang penerbit perlu memikirkan warna yang sesuai digunakan pada produk mereka. Ini kerana warna mempunyai makna tertentu dan memberikan kesan berbeza berdasarkan konteks kegunaannya. Penerbit USM contohnya menggunakan warna merah pada ikon 'Terbitan Baru' yang dipaparkan pada halaman utama laman web penerbit sebagai pemberitahuan tentang kewujudan buku-buku baru penerbit di pasaran. Apabila penerbit menggunakan warna ini pada ikon 'Terbitan Baru', penerbit USM dapat menarik

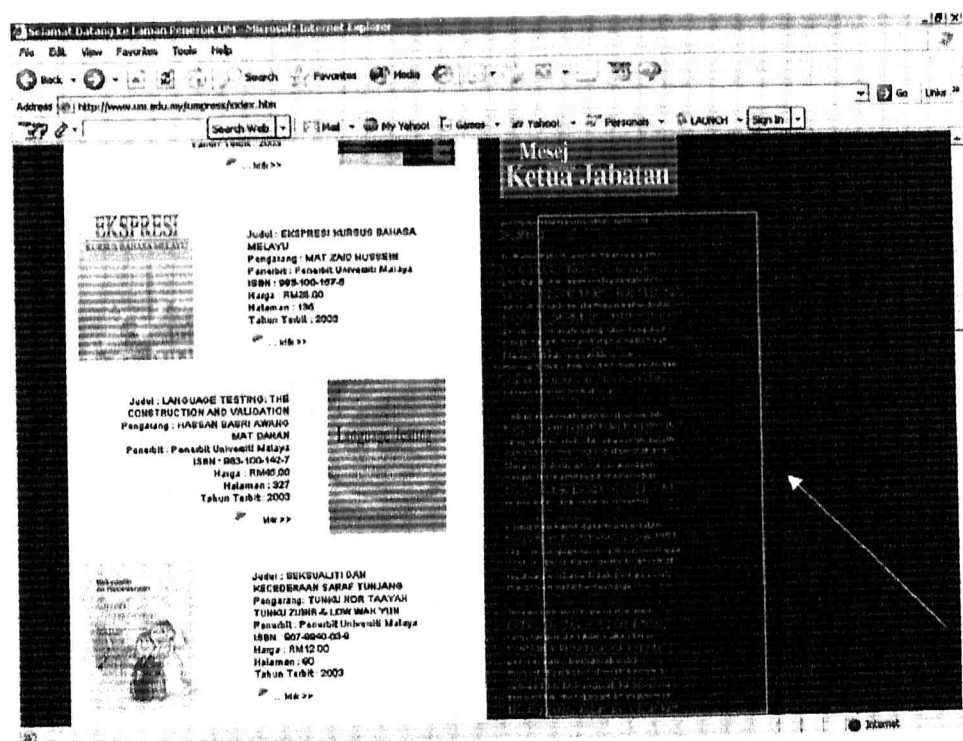
perhatian audiens untuk melayari halaman tersebut kerana warna merah sering menjadi warna pertama yang akan ditangkap oleh mata. Begitu juga dengan penerbit UM yang turut menggunakan warna merah pada *banner* penerbit seperti dalam rajah 6.2 ini.



**Rajah 6.2 Penggunaan Warna Merah pada *Banner* Penerbit UM**

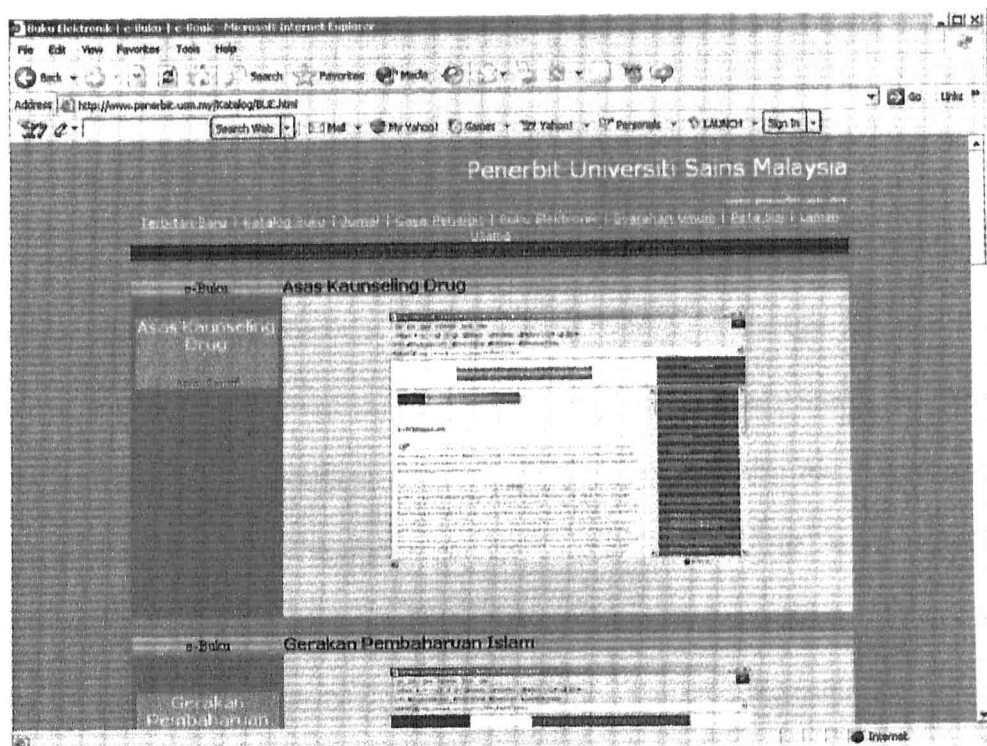
Penggunaan warna ini pada *banner* secara simboliknya melambangkan keberanian penerbit menceburi bidang e-dagang menerusi pemasaran buku menggunakan laman web yang dilakukan kerana warna merah selain mudah ditangkap oleh pandangan mata turut dikaitkan dengan keberanian.

Penggunaan warna selain mempunyai lambang dan makna tersendiri juga turut mempengaruhi kadar keterbacaan. Teks apabila diatur huruf dengan menggunakan warna putih di atas latar yang warna hitam sukar untuk dibaca. Malah kesukaran akan bertambah apabila bilangan kata yang digunakan bertambah. Kesilapan pemilihan warna ini dapat dilihat pada ruangan 'Mesej daripada Ketua Jabatan' yang terdapat dalam laman web penerbit UM berikut.



**Rajah 6.3 Penggunaan Teks Putih pada Latar Hitam dalam Laman Web Penerbit UM**

Selain itu, meletakkan warna terang secara bergandengan dalam satu halaman yang sama akan memberikan kesan yang amat teruk pada laman web yang dibangunkan. Ini kerana pencampuran dua warna terang pada satu halaman akan menghilangkan potensi dan nilai warna yang digunakan untuk menerangkan teks yang dipaparkan padanya. Contoh dapat dilihat pada rajah 6.4 berikut.

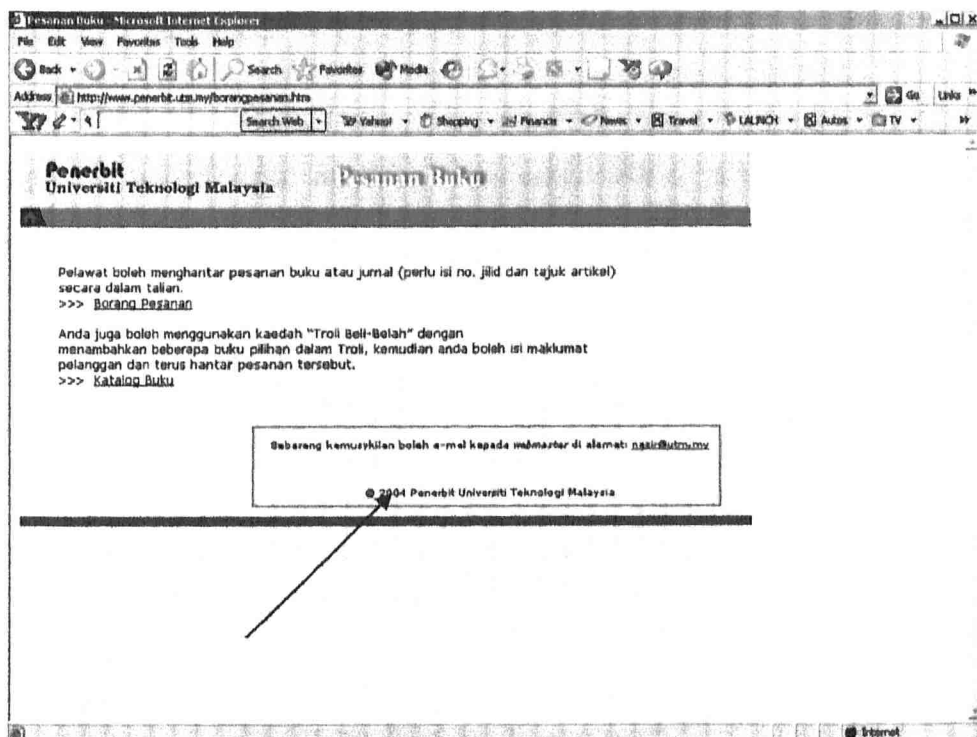


**Rajah 6.4 Gabungan Dua/Lebih Warna Terang Dalam Satu Ruang Pada Laman Web**

Dalam rajah 6.4 di atas, campuran warna hijau dan oren didapati tidak sesuai kerana kedua-dua warna ini apabila digandingkan dalam halaman yang sama telah menenggelamkan teks yang dipaparkan. Ini menyebabkan teks tersebut sukar dibaca dan sekaligus mesej yang ingin disampaikan menjadi kabur pada pandangan pembaca. Walau bagaimanapun, keadaan yang berbeza boleh berlaku sekiranya pereka laman web ini menggantikan salah satu daripada warna terang tersebut kepada warna yang berona lembut bagi menampakkan halaman ini lebih dinamik serta menarik.

Seperti warna, tulisan yang digunakan dalam sesebuah laman web juga turut mempunyai fungsi dan peranannya yang tersendiri. Secara umumnya, terdapat dua jenis keluarga muka huruf yang sering digunakan dalam perekaan laman web iaitu serif dan juga sans serif. Verdana yang mewakili keluarga muka huruf sans serif adalah muka huruf utama yang digunakan dalam laman web selain Georgia. Boleh dikatakan hampir kesemua laman web penerbit yang dikaji menggunakan tulisan Verdana ini pada ikon menu pada halaman utama. Verdana digunakan kerana ia mempunyai paparan yang baik pada skrin komputer. Karektornya yang besar dan mempunyai ruang tambahan di antara karektornya memudahkan pengguna membaca maklumat yang dipaparkan meskipun pada saiz yang kecil. Contoh penggunaan tulisan Verdana ini dapat dilihat dalam laman web penerbit UTM iaitu

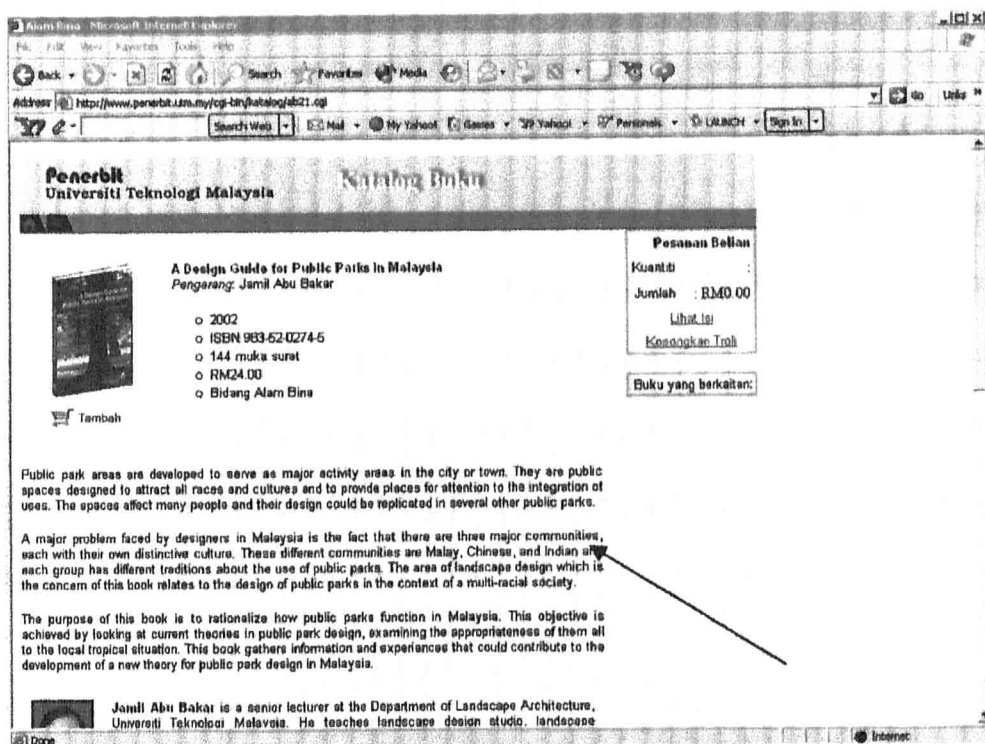
pada halaman pesanan buku seperti yang ditunjukkan oleh anak panah dalam rajah 6.5 di bawah.



**Rajah 6.5    Penggunaan Tulisan Verdana dalam Laman Web Penerbit  
UTM**

Selain Verdana, dua lagi jenis tulisan dari keluarga muka huruf sans serif yang digunakan dalam laman web penerbit ialah Arial dan Helvetica. Jika Verdana digunakan pada ikon menu kedua-dua muka huruf ini pula digunakan pada teks.

Helvetica digunakan untuk menunjukkan penekanan pada perkataan penting seperti judul buku dan nama pengarang manakala Arial pula digunakan kerana bentuknya yang normal dan sederhana paling senang dibaca. Memandangkan teks yang dipaparkan dalam laman web penerbit hampir 90 peratus dalam bahasa Melayu, maka penggunaan muka huruf Arial ini pada teks adalah sesuai dan tepat. Penggunaan tulisan Arial ini dalam teks dapat dilihat pada sinopsis buku yang terdapat dalam halaman katalog buku penerbit UTM berikut.

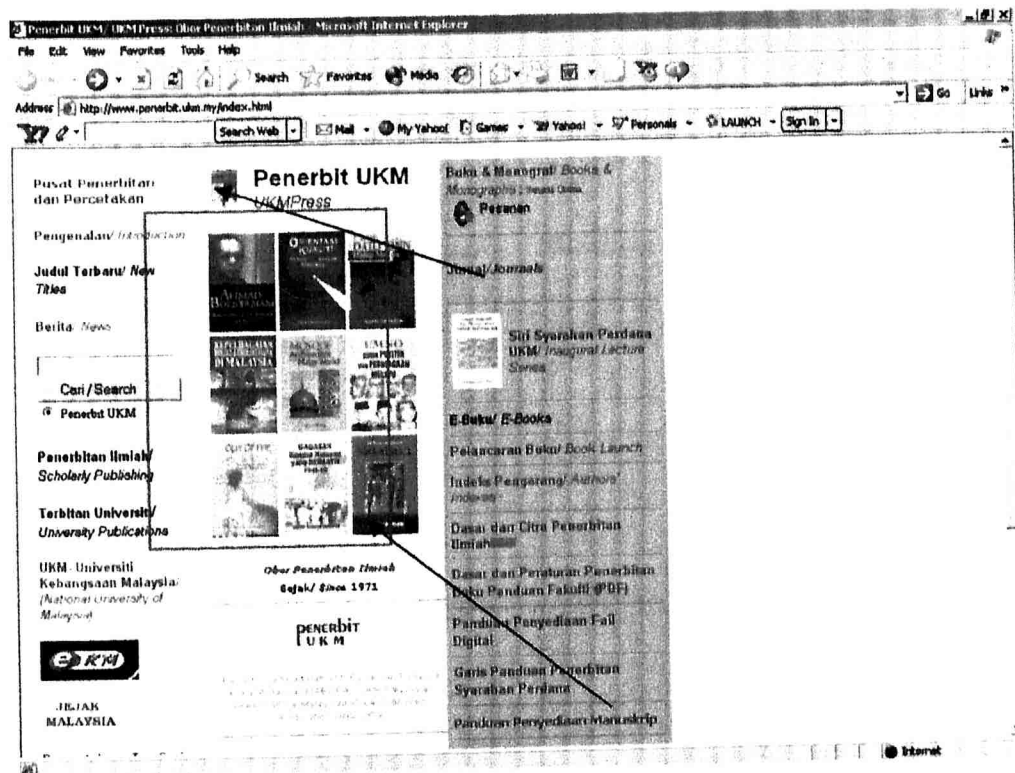


**Rajah 6.6 Penggunaan Muka Huruf Arial pada Katalog Buku Penerbit UTM**

Selain warna dan jenis tulisan, grafik ialah satu lagi elemen reka letak yang harus diberi perhatian dalam perekaan laman web. Untuk menggunakan grafik dalam laman web, dua perkara yang harus dipertimbangkan ialah:

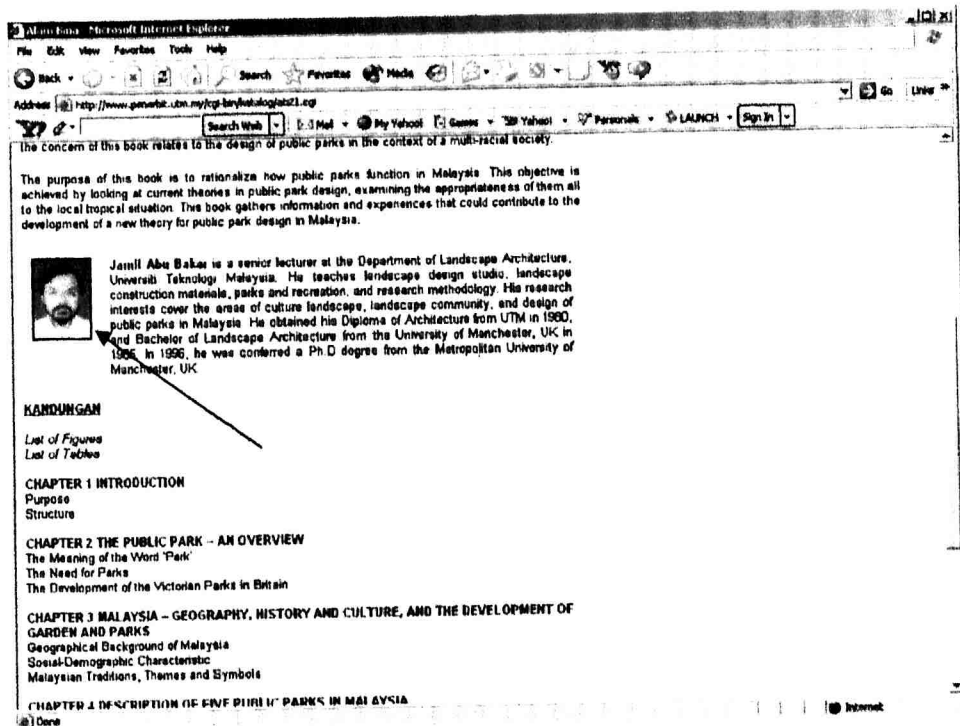
- Memilih grafik
- Menyesuaikan grafik

Walau bagaimanapun, grafik yang digunakan perlu seimbang dengan teks dan tidak terlalu berat agar laman web tersebut mudah diakses oleh pengguna. Ini kerana laman web akan terus dilayari sekiranya proses muat turun fail yang dipaparkan dalam laman web tersebut tidak mengambil masa yang lama. Memandangkan laman-laman web penerbit universiti dibangunkan dengan tujuan memasarkan buku-buku ilmiah, maka penggunaan grafik yang banyak dan keterlaluan tidak diperlukan. Unsur grafik yang dapat dilihat dalam setiap laman web penerbit hanyalah visual kulit buku serta logo dalam format jpeg dan gif seperti yang terdapat dalam laman web penerbit UKM berikut.



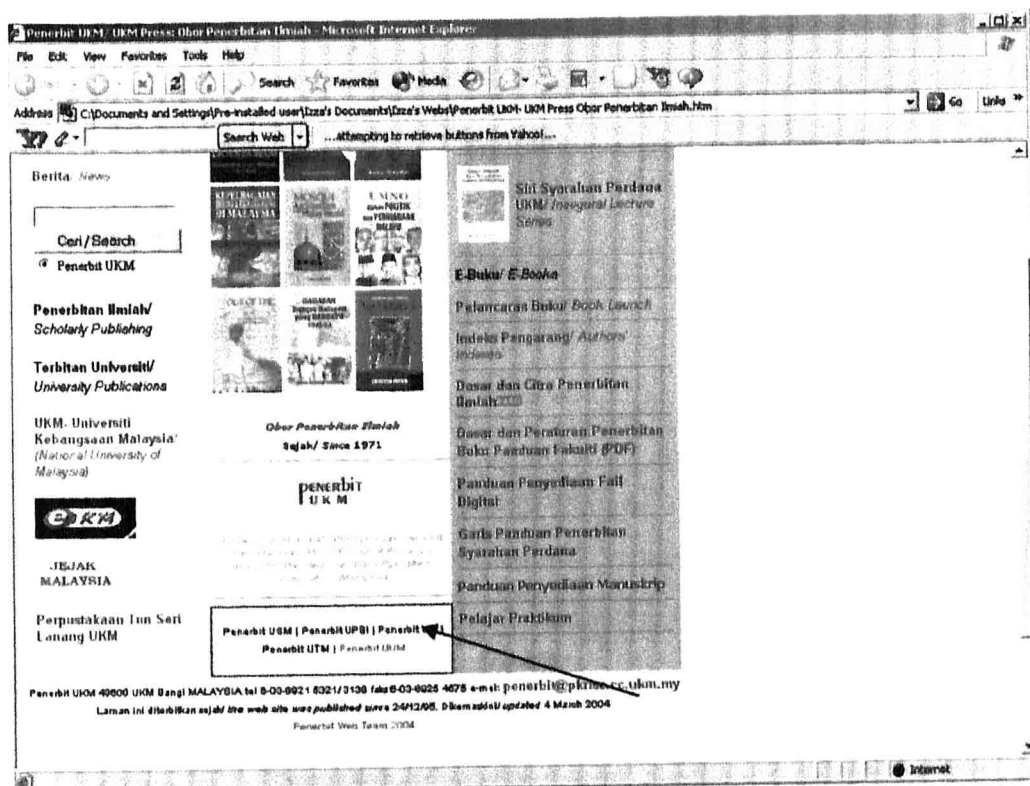
**Rajah 6.7 Logo dan Visual Kulit Buku dalam Laman Web Penerbit UKM**

Selain itu, gambar pengarang adalah unsur grafik yang dapat ditemui dalam laman web penerbit. Paparan gambar pengarang sebagai grafik dalam laman web penerbit UTM dapat dilihat pada halaman katalog buku penerbit. Rajah 6.8 di bawah adalah paparan gambar pengarang buku yang digunakan sebagai grafik dalam laman web penerbit UTM.



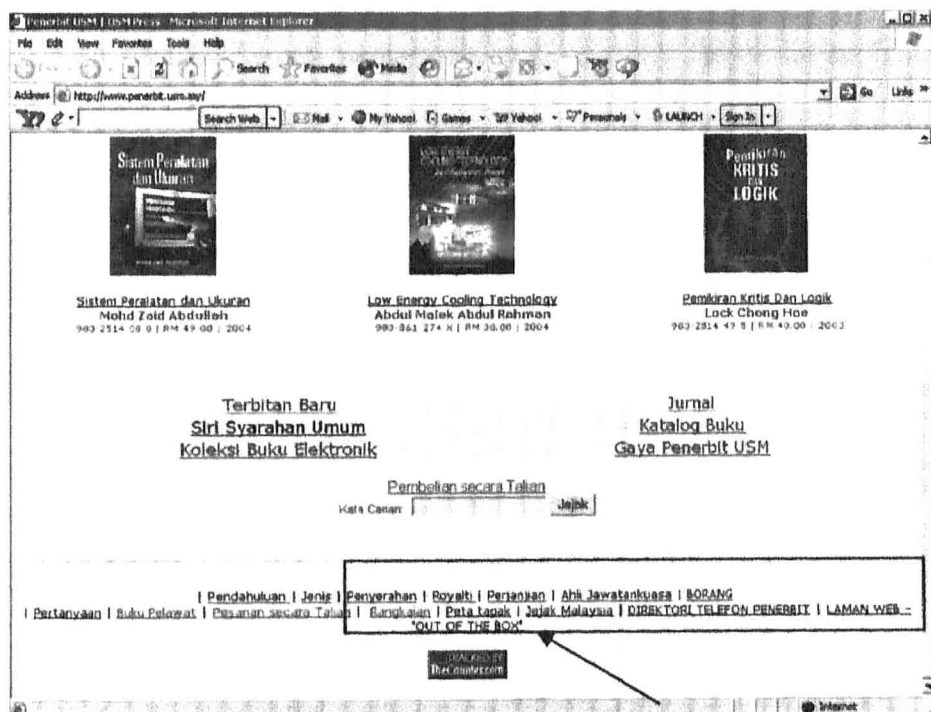
**Rajah 6.8 Gambar Pengarang dalam Laman Web Penerbit UTM**

Elemen reka letak terakhir yang dikaji dalam laman web penerbit ini ialah kemudahan pautan (*link*) di antara laman web penerbit dengan laman-laman lain yang relevan. Berdasarkan analisis yang dilakukan, didapati empat daripada lima laman web penerbit yang dikaji ada mempunyai kemudahan pautan dengan laman-laman web penerbit universiti yang lain serta laman-laman web organisasi lain. Penerbit UKM contohnya menyediakan kemudahan pautan dengan laman web penerbit UTM, penerbit UM, penerbit USM dan juga penerbit UUM seperti yang ditunjukkan oleh anak panah dalam rajah 6.9 berikut.



**Rajah 6.9 Kemudahan pautan dalam laman web penerbit UKM**

Selain laman web penerbit UKM, laman web penerbit universiti yang ada menyediakan kemudahan pautan ini ialah laman web penerbit USM yang menyediakan kemudahan pautan ke laman web 'Jejak Malaysia' dan juga laman web "Out of The Box" seperti yang dipaparkan dalam rajah 6.10 berikut.



**Rajah 6.10 Kemudahan pautan dalam laman web penerbit USM**

## 6.2 Isi Kandungan Laman Web

Isi kandungan laman web ialah aspek utama yang perlu diberikan perhatian. Sesebuah laman web yang dibangunkan perlu dilengkapi dengan maklumat-maklumat khusus tentang produk yang dipasarkan. Setiap maklumat yang dimuatkan dalam sesebuah laman web penerbit adalah elemen pemasaran yang sama seperti yang digunakan dalam pemasaran konvensional. Jadual 6.1 berikut

menunjukkan elemen-elemen pemasaran yang terdapat dalam laman-laman web penerbit universiti di Malaysia.

| Elemen-elemen Pemasaran                       | Penerbit-penerbit Universiti |     |                  |      |     |
|-----------------------------------------------|------------------------------|-----|------------------|------|-----|
|                                               | UM                           | UKM | USM              | UPSI | UTM |
| Latar Belakang Organisasi                     | ✓                            | ✓   | ✓                | ✓    | ✓   |
| Katalog Umum                                  | ✓                            | ✓   | ✓                | ✓    | ✓   |
| Katalog ikut Bidang                           | ✓                            | -   | ✓                | -    | ✓   |
| Carian:                                       |                              |     |                  |      |     |
| Tajuk                                         | -                            | -   | ✓                | -    | ✓   |
| Pengarang                                     | -                            | ✓   | ✓                | -    | ✓   |
| ISBN                                          | -                            | ✓   | -                | -    | ✓   |
| Harga:                                        |                              |     |                  |      |     |
| Ringgit Malaysia (RM)                         | ✓                            | ✓   | ✓                | ✓    | ✓   |
| US Dollar (USD)                               | -                            | -   | ✓                | -    | -   |
| Pound Sterling (£)                            | -                            | -   | -                | -    | -   |
| Nombor ISBN                                   | ✓                            | ✓   | ✓                | -    | ✓   |
| Nama Pengarang/Indeks Pengarang               | ✓                            | ✓   | ✓                | ✓    | ✓   |
| Sinopsis                                      | ✓                            | -   | ✓                | ✓    | ✓   |
| Visual Kulit                                  | ✓                            | ✓   | ✓                | ✓    | ✓   |
| Isi Kandungan                                 | ✓                            | -   | -                | -    | ✓   |
| Borang Pesanan                                | ✓                            | -   | ✓                | -    | ✓   |
| Cara Pembayaran:                              |                              |     |                  |      |     |
| Online                                        | -                            | -   | -                | -    | -   |
| Konvensional                                  | ✓                            | -   | ✓                | ✓    | ✓   |
| Ulasan Pembaca                                | -                            | -   | -                | -    | -   |
| Forum/ Buku Pelawat                           | -                            | -   | ✓                | -    | -   |
| FAQ                                           |                              | -   | ✓                | -    | -   |
| Update Laman web (Sekurang-kurangnya sebulan) | ✓                            | ✓   | Tidak dipaparkan | ✓    | ✓   |

(Diadaptasi dan diubahsuai daripada Amazon.com dan Barnes & Noble)

**Jadual 6.1 Elemen-elemen Pemasaran Dalam Laman Web Penerbit-Penerbit Universiti di Malaysia**

Berdasarkan jadual 6.1 di atas, didapati bahawa elemen latar belakang organisasi adalah maklumat utama yang dimuatkan dalam setiap laman web penerbit. Di antara maklumat yang terkandung dalam ruangan ini ialah:

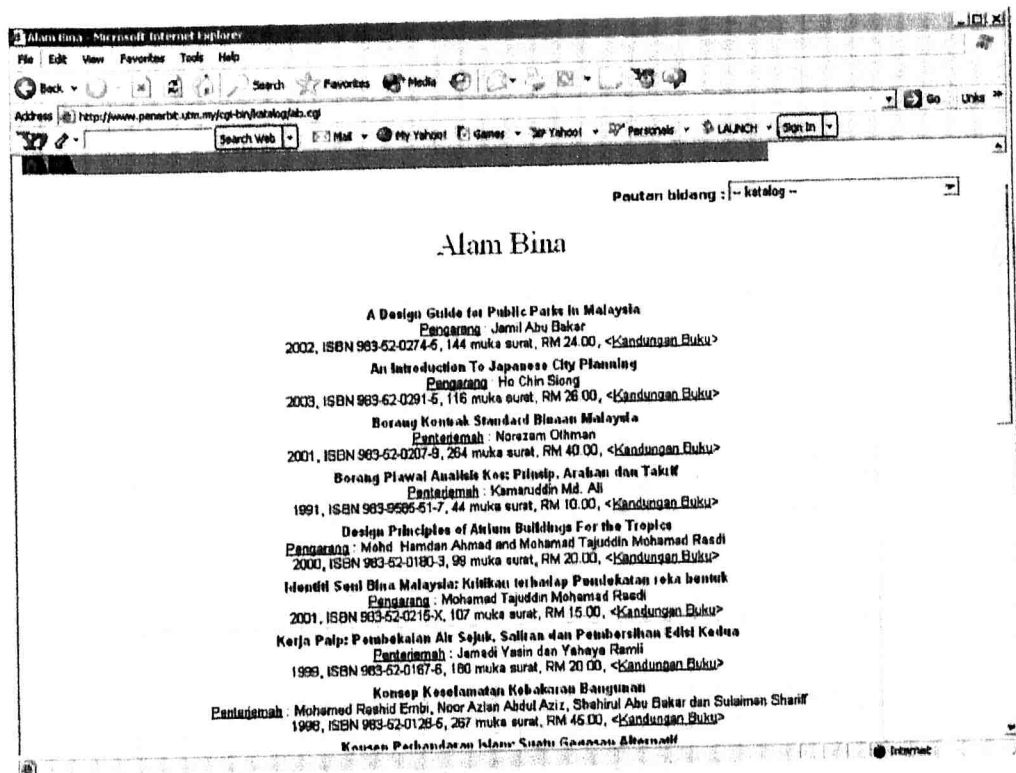
- I. Objektif dan dasar penerbit
- II. Piagam pelanggan
- III. Struktur pentadbiran

Maklumat tentang latar belakang penerbit ini dimuatkan bertujuan untuk memberikan gambaran kepada para pelanggan tentang tradisi atau amalan yang digunakan oleh penerbit. Biasanya, penerbit besar dan punya tradisi sahaja yang memuatkan maklumat latar belakang organisasi mereka dalam laman web yang dibangunkan. Sejarah yang panjang membuktikan ketahanan penerbit dalam mengharungi masa baik dan buruk serta bagaimana usaha mereka untuk maju. Mereka menerbitkan pelbagai judul yang ada di antaranya mungkin yang terbaik serta menepati cita rasa khalayak pembaca. Maklumat-maklumat seperti ini akan dimuatkan dalam ruangan ini dan dengan adanya paparan maklumat latar belakang penerbit mampu merangsang pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Elemen pemasaran seterusnya ialah katalog. Paparan katalog membolehkan pengguna mendapat maklumat berkenaan buku-buku yang dipasarkan dalam laman

web penerbit serta memudahkan pengguna untuk membuat tempahan. Terdapat dua jenis katalog yang biasa digunakan dalam laman web iaitu katalog umum dan katalog mengikut bidang. Katalog umum biasanya memaparkan judul-judul yang terdapat dalam laman web secara bebas dan lebih meluas manakala katalog ikut bidang pula ialah paparan judul mengikut bidang-bidang tertentu. Dalam laman-laman web penerbit yang dikaji, paparan katalog buku secara umum biasanya dapat dilihat pada ruangan terbitan terkini iaitu satu ruangan yang memaparkan judul-judul yang baru diterbitkan lengkap dengan visual kulit. Contoh dapat dilihat dalam laman web penerbit UPSI (rujuk lampiran 2).

Menerusi paparan katalog mengikut bidang pula, setiap judul yang diterbitkan akan diklasifikasikan mengikut bidang-bidang pengajian tertentu seperti agama, sains sosial, ekonomi, pengurusan, kejuruteraan dan sebagainya. Rajah 6.12 berikut ialah contoh paparan katalog buku ikut bidang yang terdapat dalam laman web penerbit UTM.



**Rajah 6.12 Katalog Ikut Bidang dalam Laman Web Penerbit UTM**

Seterusnya, elemen pemasaran yang dipaparkan dalam laman web penerbit yang dikaji ialah elemen 'carian'. Peletakan elemen 'carian' ini pada laman web perlu untuk 'memandu' pengguna mencari judul-judul yang diperlukan dengan cepat dan pantas. Menerusi enjin 'carian' yang disediakan, pengguna boleh mencari judul yang diinginkan dengan menaip kata kunci tertentu sama ada tajuk buku, nama pengarang ataupun nombor ISBN (*Indeks Serial Book Number*). Sekiranya kata kunci yang ditaip itu betul atau menyamai mana-mana dokumen, paparan lengkap

tentang judul yang dipilih akan terpampang pada skrin komputer pengguna. Laman-laman web penerbit universiti yang menyediakan kemudahan ini laman web penerbit UTM, penerbit USM dan juga penerbit UKM. Laman web penerbit UTM contohnya menyediakan kemudahan carian untuk para pengguna dengan menggunakan nama pengarang atau judul buku.

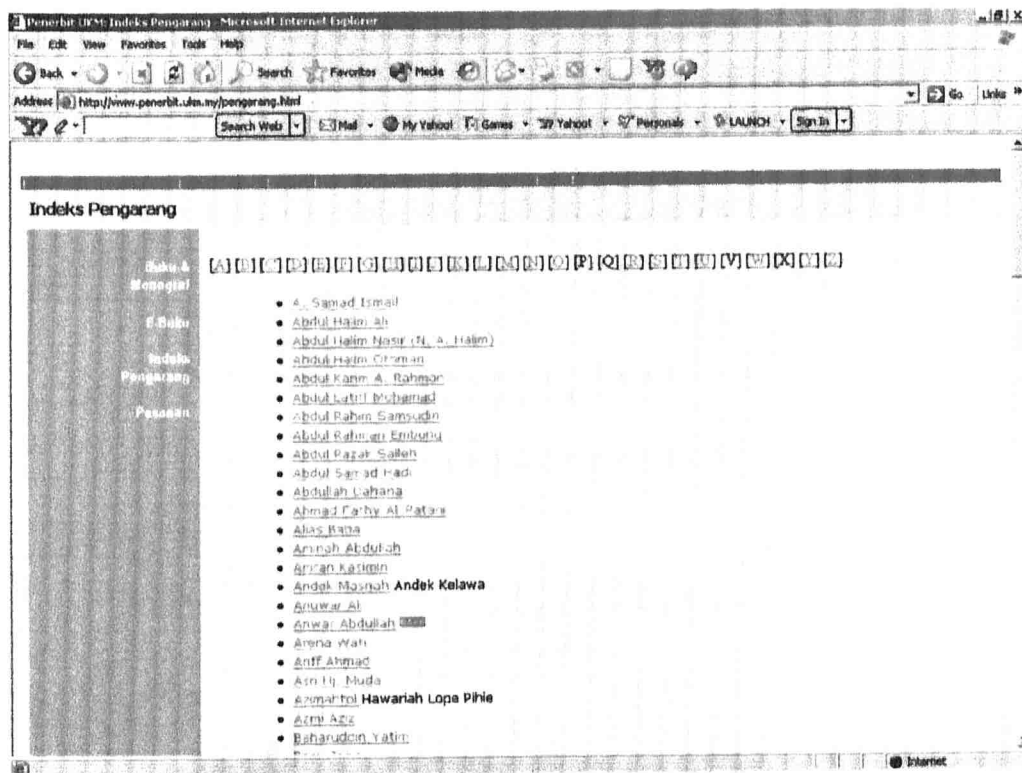
Tidak kira apa jua bentuk perniagaan yang dijalankan, meletak dan meragakan tanda harga untuk produk-produk yang dipasarkan adalah elemen pemasaran utama yang perlu diberi perhatian oleh pengeluar. Begitu juga halnya dalam pemasaran buku menerusi laman web ini. Setiap buku yang dipasarkan menerusi web wajar diletakkan tanda harga bagi memudahkan proses pesanan dan pembayaran dilakukan. Daripada jadual, didapati kesemua laman web penerbit yang dikaji ada memaparkan elemen harga untuk setiap buku yang dipasarkan. Segala urusanniaga yang dijalankan oleh semua penerbit menggunakan mata wang Ringgit Malaysia (RM). Walau bagaimanapun, penerbit USM didapati menggunakan Dollar Amerika untuk jurnal yang diterbitkan.

Paparan nombor ISBN untuk setiap judul yang dipasarkan menerusi laman web perlu diletakkan. Selain harga, perletakan nombor ISBN buku dalam laman web penerbit selain memudahkan pengguna dapat dijadikan sebagai rujukan. Ini kerana

pengguna yang melayari laman web untuk mencari judul yang diperlukan mungkin tidak dapat mengingat judul buku tersebut dengan tepat. Justeru, mereka masih boleh mendapatkan buku tersebut dengan mengingat nombor ISBNnya. Malah, dengan mengetahui nombor ISBN sesebuah buku juga membolehkan pengguna mendapatkan buku tersebut pada masa akan datang sekiranya diperlukan. Kecuali laman web penerbit UPSI, laman web penerbit-penerbit lain ada memaparkan elemen ini dalam laman web mereka.

Selain harga dan juga nombor ISBN, elemen utama lain yang perlu diberi perhatian oleh penerbit apabila memasarkan buku menerusi laman web ialah nama pengarang. Tidak lengkap pemasaran sesebuah buku itu jika nama pengarang tidak disertakan. Ini kerana paparan nama pengarang terutamanya pengarang yang sudah mempunyai nama akan mempengaruhi jualan buku-buku penerbit. Sama seperti elemen harga dan nombor ISBN, dengan mengetahui nama pengarang sesebuah buku dapat membantu pelanggan mencarinya menerusi laman web penerbit. Malah terdapat juga sesetengah laman web penerbit ada dilengkapi dengan indeks pengarang. Pada halaman yang mengandungi indeks pengarang ini, nama pengarang-pengarang buku akan disusun mengikut urutan abjad. Sekiranya seorang pengguna ingin mendapat buku yang ditulis oleh seseorang pengarang, apa yang perlu dilakukan ialah mengklik pada namanya dan kemudian enjin carian akan

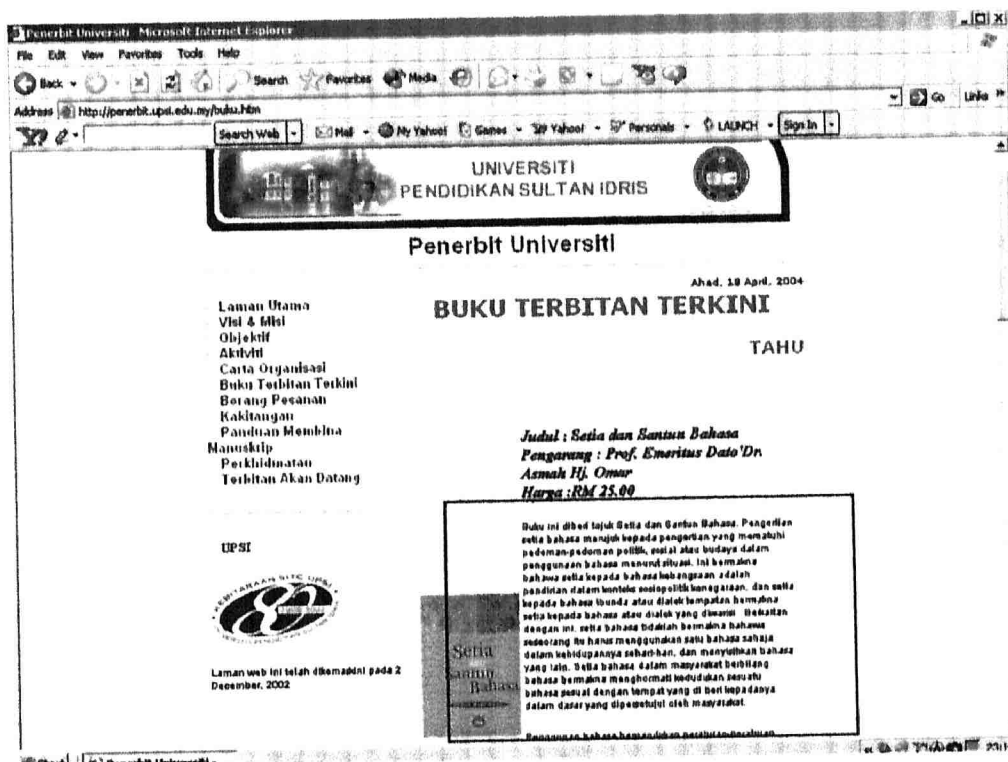
membawa pengguna ke halaman lain yang mengandungi judul-judul hasil tulisan penulis tersebut seperti dalam paparan rajah 6.13 di bawah.



**Rajah 6.13 Indeks Pengarang dalam Laman Web Penerbit UKM**

Sinopsis buku adalah elemen seterusnya yang ada terdapat dalam laman web penerbit universiti di Malaysia. Paparan tentang sinopsis buku ini dapat memberikan gambaran yang lebih jelas kepada pengguna tentang kandungan sesebuah buku sebagai maklumat tambahan untuk merangsang pengguna untuk

membelinya. Kadang kala, pengguna berminat untuk membeli sesebuah buku itu apabila mereka tertarik dengan sinopsis yang diberikan tentang buku tersebut. Laman web penerbit yang ada memaparkan sinopsis buku ini ialah laman web penerbit UPSI seperti yang dilihat dalam rajah 6.14 berikut.



**Rajah 6.14 Sinopsis Buku dalam Laman Web Penerbit UPSI**

Elemen pemasaran seterusnya yang dipaparkan dalam laman web penerbit ialah visual kulit dan isi kandungan. Paparan visual kulit buku ini penting kerana ia

mewakili keseluruhan isi kandungan sesebuah buku yang dipasarkan. Ilustrasi yang menarik pada kulit buku akan menarik perhatian pembaca untuk mengetahui isi kandungan buku tersebut. Kreativiti dan aspirasi yang dihasilkan menerusi kulit buku bukan sahaja mempunyai nilai seni malah nilai komersil. Justeru, dengan adanya paparan visual kulit buku yang dipasarkan dalam laman web penerbit dapat merangsang pembeli untuk membelinya. Sementara itu, paparan isi kandungan pula dapat memberi maklumat kepada pembaca tentang kandungan yang dimuatkan dalam judul yang dipasarkan mengikut bab-bab tertentu. Daripada kajian, didapati kesemua laman web penerbit ada meletakkan visual kulit buku yang dipasarkan manakala untuk paparan isi kandungan buku pula dapat dilihat dalam laman web penerbit UTM (rujuk lampiran 3).

Memandangkan pemasaran menerusi laman web membolehkan pengguna membuat pesanan buku secara terus kepada penerbit, maka elemen pemasaran seterusnya yang perlu ada dalam laman web penerbit ialah borang pesanan. Penyediaan borang pesanan ini memudahkan pengguna untuk membuat tempahan bagi buku-buku yang dikehendaki serta kuantiti yang diperlukan. Kebiasaannya, dalam borang pesanan yang disediakan, panduan pesanan serta cara pembayaran akan diberikan. Pengguna hanya perlu mengisi mengisi borang tersebut dengan melengkapkan segala maklumat yang diperlukan sebelum menghantarnya kepada penerbit

menggunakan mesin faksimili atau e-mel. Perletakan borang pesanan ini boleh didapati dalam laman web penerbit UTM, penerbit USM dan juga penerbit UM (rujuk lampiran 4 dan lampiran 5). Meskipun pesanan buku boleh dibuat oleh pengguna menerusi laman web penerbit, namun untuk pembayaran pengguna perlu menggunakan salah satu daripada kaedah berikut, iaitu:

- Cek
- Bank draf
- Kiriman wang
- Wang pos

Kaedah pembayaran ini digunakan kerana kemudahan bayaran menggunakan kad kredit yang lazimnya digunakan oleh penerbit-penerbit luar dan swasta tidak disediakan. Menurut penerbit UM, polisi universiti menetapkan bahawa segala akaun setiap jabatan dikendalikan sepenuhnya oleh Bendahari Universiti terbabit. Disebabkan itulah, maka penerbit tidak menyediakan kemudahan bayaran menggunakan kredit kerana sukar untuk ditentukan sama ada bayaran tersebut untuk penerbit atau sebaliknya.

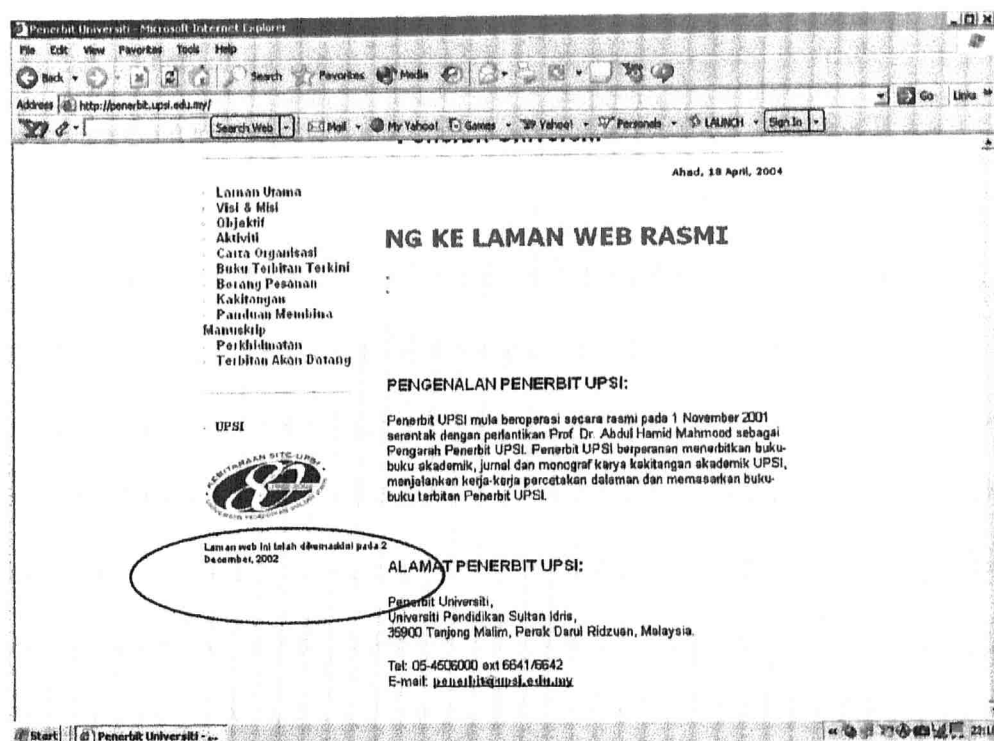
Sementara itu, dalam laman web penerbit UKM dan UPSI tidak disediakan borang pesanan kerana kedua-dua penerbit ini tidak memasarkan buku-buku terbitan

mereka menerusi laman web. Sebaliknya, laman web kedua-dua penerbit ini hanya berfungsi sebagai promosi untuk buku-buku yang diterbitkan dan sekiranya pelanggan berminat untuk membeli, mereka perlu membelinya terus daripada koperasi universiti atau menghantar e-mel kepada penerbit dengan memberikan judul yang dikehendaki berserta dengan kuantitinya.

Laman web penerbit USM satu-satunya laman web penerbit yang ada menyediakan ruangan pertanyaan dan buku pelawat. Kedua-dua ruangan yang diwujudkan ini membolehkan pelanggan yang melayari laman web penerbit USM mengemukakan pelbagai soalan dan kemusykilan mereka kepada penerbit. Selain mengemukakan soalan, menerusi ruangan yang sama, para pengguna juga berpeluang memberikan komen mereka kepada penerbit berkaitan dengan perkhidmatan dan perekaan laman web penerbit serta buku-buku yang dipasarkan. Maklumat serta komen yang diberikan oleh para pengguna ini sedikit sebanyak dapat membantu penerbit mempertingkatkan lagi kualiti perkhidmatan mereka untuk kepuasan para pelanggan.

Laman web yang baik ialah laman web yang sering dikemaskinikan. Kemas kini laman web ini boleh dilakukan mengikut penerbit. Ada yang melakukannya setiap kali judul terbaru diterbitkan, ada yang mengemas kini laman web mereka sebulan

sekali, setahun sekali dan sebagainya mengikut keperluan masing-masing. Kebiasaannya, pada setiap laman web ada dinyatakan tarikh terakhir laman web tersebut dikemas kini. Daripada kajian, didapati bahawa ada di antara laman web penerbit yang dikaji sudah agak lama tidak dikemas kini. Laman web penerbit UPSI contohnya sudah terlalu lama tidak dikemas kini. Kali terakhir laman web ini dikemas kini ialah pada 2 Disember 2002 seperti dalam paparan rajah 6.18 di bawah ini.



**Rajah 6.18 Kemas Kini Laman Web UPSI**