

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 KESIMPULAN**

Dari penelitian yang telah dilakukan dalam perancangan *e-commerce* pada CV. Satya Motorindo Jambi, dapat diambil kesimpulan - kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem yang berjalan pada CV. Satya Motorindo dalam sisi promosi, masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut dan memakan waktu yang lama dari jangkauan wilayah promosi yang kecil. Promosi dan penjualan produk-produk yang didistribusikan oleh perusahaan hanya mencakup wilayah sekitar CV. Satya Motorindo Jambi atau dari orang yang mengetahui saja. Serta keterbatasan informasi dari produk apa saja yang dijual kepada pelanggan sehingga menyebabkan sulitnya meningkatkan penjualan pada CV. Satya Motorindo Jambi karena tidak mencakup seluruh daerah pelosok Indonesia, dan keterbatasan informasi mengenai produk apa saja yang dijual kepada pelanggan dan tersedia atau tidaknya barang yang dicari.
2. Penelitian ini menghasilkan sebuah sistem *e-commerce* yang dapat mempermudah CV. Satya Motorindo Jambi dalam memperluas wilayah promosi dan mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi secara *online* sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Sistem ini diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada CV. Satya Motorindo Jambi dalam memberikan informasi secara lengkap melalui *website* secara *up-to-date*.

## 6.2 SARAN

Adapun saran-saran yang berguna untuk perkembangan lebih lanjut dari sistem yang diusulkan adalah :

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan *website e-commerce* ini dapat menambah grafik atau diagram yang dapat menampilkan data pembelian dan penjualan sebagai data perbandingan.
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan *website e-commerce* ini dapat menambah fitur sistem rating pada penilaian tiap produk.
3. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya ditambahkan sistem rekomendasi produk dan juga dapat dikembangkan menjadi sistem *e-commerce* berbasis *mobile*.