

BAB VI

PENUTUP

6.1 KESIMPULAN

Dari penelitian yang telah dilakukan dalam perancangan *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan *online* pada Parfume Shop Jambi, dapat diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem yang berjalan pada Parfume Shop Jambi untuk promosi yang menggunakan brosur dan penjualan yang menunggu datangnya pelanggan atau melalui telepon untuk memesan produk ke perusahaan sehingga ditemukan kekurangan yaitu jumlah penjualan yang sulit untuk meningkat dan sebatas hanya menunggu pesanan dari pelanggan yang dapat ke toko atau melalui telepon, dan belum adanya sarana untuk menjelaskan secara detail produk yang ditawarkan kepada pelanggan sehingga sering terjadi kesalahan informasi mengenai produk yang akan dibeli
2. Penelitian ini menghasilkan *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan *online* yang bisa mempermudah Parfume Shop Jambi dalam memperluas wilayah promosi dan mempermudah pelanggan dalam memesan produk secara *online* sehingga dapat meningkatkan omset penjualan,
3. Sistem yang baru memberikan kemudahan kepada Parfume Shop Jambi dalam memberikan informasi secara lengkap melalui *website* secara *up-to-date*

4. *Website* ini nantinya akan digunakan pelanggan seperti, mencari informasi produk secara detail, menanyakan pertanyaan, memberikan saran/kritik, diskusi, memesan produk, memilih ekspedisi pengiriman, dan mengkonfirmasi pembayaran pesanan.

6.2 SARAN

Setelah melakukan penelitian mengenai *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan *online* pada Parfume Shop Jambi, maka penulis mencoba memberikan saran-saran diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk pengembangan lebih lanjut, diharapkan *website e-commerce* ini dapat menyediakan fitur untuk memberikan harga promo ataupun diskon disaat ada event tertentu.
2. Perlunya untuk pengembangan dan pemeliharaan yang lebih baik lagi terhadap sistem yang telah dibuat terutama untuk pengaturan mengenai jaringan keamanan pada sistem dan dapat melakukan *back up* data.