

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1 KESIMPULAN**

Dari penelitian yang telah dilakukan dalam perancangan sistem *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk pada NewBag, dapat diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut :

1. Sistem yang berjalan pada NewBag untuk promosi yang menggunakan brosur dan penjualan yang menunggu datangnya pelanggan atau melalui telepon untuk memesan produk ke perusahaan sehingga ditemukan kekurangan yaitu jangkauan wilayah promosi yang kecil dan membutuhkan biaya yang cukup besar serta sulitnya untuk meningkatkan omset penjualan perusahaan.
2. Penelitian ini menghasilkan sebuah aplikasi sistem *e-commerce* yang bisa mempermudah NewBag dalam memperluas wilayah promosi dan dapat menjelaskan produk – produk yang ditawarkan secara detail baik dari nama produk, detail, harga dan gambar, mempermudah pelanggan dalam memesan produk secara *online*, memilih ekspedisi pengiriman produk, dan dapat mengkonfirmasi pembayaran sehingga tidak perlu datang ke tempat untuk membeli produk dan pelanggan dapat langsung berinteraksi secara langsung melalui *website* dengan adanya fitur forum.

## 6.2 SARAN

Setelah melakukan penelitian mengenai sistem *e-commerce* sebagai media promosi dan penjualan produk pada NewBag, maka penulis mencoba memberikan saran-saran diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk pihak NewBag, diharapkan sistem dapat diimplementasikan dan perlu juga diberikan pelatihan untuk admin agar sistem *e-commerce* ini dapat berjalan sesuai dengan harapan dari perusahaan
2. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan *website e-commerce* ini dapat dikembangkan dengan menyediakan fitur – fitur video dalam mempromosikan produk – produknya sehingga menjadi lebih menarik pelanggan