

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Proses produksi songkok pada PT. Songkok Awing masih dilakukan dengan cara manual, dengan menggunakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak terlepas dari kesalahan – kesalahan seperti tidak teliti, kecerobohan, kurangnya konsentrasi, kelelahan, dan kurangnya disiplin, serta rasa tanggung jawab yang mengakibatkan terjadinya produk yang tidak sesuai standar perusahaan, sangat beresiko menimbulkan cacat produk. Dengan adanya strategi inovasi yang diterapkan akan memperbaiki produk dengan cara produksi Songkok dengan modern menggunakan alat produksi yang baru dan canggih serta dengan tambahan alat untuk membordir songkok polos akan menambah nilai jual serta kualitas yang ada. Inovasi produk yang dilakukan oleh PT. Songkok Awing yaitu mengganti bagian dalam songkok yang dulunya menggunakan kertas karton beralih menggunakan bahan kain yang kaku dan keras sebagai pengganti kertas. Serta melakukan pengembangan produk dan menciptakan produk baru, dengan cara tidak menghilangkan produk lama namun memodifikasi produk lama tersebut menjadi produk baru yang lebih inovatif.
2. Garansi Produk yang dilakukan PT. Songkok disini dilakukan dengan syarat adanya ketidaksesuaian produk seperti kerusakan karena cacat pada produk atau salah ukuran serta kesalahan pada merk yang dibeli.

Garansi produk yang diterapkan PT. Songkok Awing dalam meningkatkan Penjualan adalah dengan memberikan Garansi jika produk yang dijual ada kerusakan atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka bisa ditukar kembali dengan yang baru yang sesuai dan layak pakai. Garansi Produk yang dilakukan PT. Songkok Awing juga memiliki syarat harus ada video unboxing produk saat produk diterima konsumen dan juga garansi produk ini hanya berlaku 3 hari saja.

3. Dalam meningkatkan penjualan produk, PT. Songkok Awing memperhatikan beberapa aspek penting dalam melakukan inovasi produk, yaitu perubahan pada desain, inovasi teknis dan kreativitas. Serta Garansi Produk ini sangat berharga sebab dengan adanya garansi, selain menjamin kualitas produk tersebut juga mempengaruhi harga jual dan minat pembelian suatu produk. Berdasarkan data penjualan PT. Songkok Awing juga mengalami peningkatan dalam penjualan dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 22,2%, di tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 36%.

B. Saran

1. Perusahaan harus terus berinovasi serta bergaransi dan memenuhi permintaan pasar terhadap produk berkualitas tinggi yang dihasilkan oleh PT. Songkok Awing.
2. PT. Songkok Awing harus dapat mempertahankan atau meningkatkan keunggulan-keunggulan yang sudah dimiliki untuk dapat meningkatkan tingkat penjualan.

