

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan

1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1.1

Sertifikasi Halal PT. Soka Cipta Niaga

Sumber : Data Internal Perusahaan, 2018

PT. Soka Cipta Niaga adalah perusahaan yang memproduksi kaos kaki dengan merek SOKA yang cukup ternama di Indonesia maupun di luar negeri. Perusahaan ini didirikan di Bandung, tepatnya di Komplek Perkantoran Puteraco Gading Regency Blok B1 No. 11 – 12 Kel. Cisarenten Endah Kec. Arcamanik Soekarno-Hatta. Bandung 40292. PT. Soka Cipta Niaga didirikan tanggal 11 November 2011 pada saat itu berbadan hukum Perseroan Terbatas, yakni berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas PT. Soka Cipta Niaga yang dibuat dihadapan notaris Gina Yulianti, S.H di Bandung.

PT. Soka Cipta Niaga merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan dan distribusi di Indonesia dengan produk kaos kaki yang memiliki merek dagang SOKA, dimana merek dagang tersebut kuat dan diakui pasar global, didukung oleh teknologi, ilmu pengetahuan dan manajemen yang prima.

Kaos kaki SOKA juga merupakan kaos kaki yang memiliki sertifikat Halal pertama di Indonesia, dengan memiliki 20 macam warna dan motif.

Seiring berjalannya waktu, PT. Soka Cipta Niaga mengalami perkembangan pesat, dengan jaringan luas dari mulai Aceh sampai Papua, nasional maupun internasional, dan online maupun offline kini telah menjadi leader di segmen kaos kaki muslimah lingkungan bisnis perusahaan kaos kaki ini terbentuk dari beberapa faktor, yaitu kondisi wilayah, kebijakan pemerintah, tingkat persaingan dan perubahan – perubahan yang terjadi di dalam maupun di luar negeri. Kaos kaki yang diproduksi oleh PT. Soka Cipta Niaga telah melakukan ekspor barang ke beberapa negara tetangga seperti Malaysia, Singapore, dan Brunei Darussalam.

Sistem distribusi yang di gunakan oleh PT. Soka Cipta Niaga yaitu B2B dan B2C Business to Business (B2B) adalah bisnis yang dilakukan oleh orang atau pihak yang saling memiliki kepentingan bisnis, atau bisa juga disebut bisnis antar perusahaan. Serta Business to Consumers (B2C) adalah jenis bisnis yang dilakukan antara pelaku bisnis dengan konsumen, seperti antara produsen yang menjual dan menawarkan produknya ke konsumen umum secara online maupun offline, PT. Soka Cipta Niaga telah memiliki Website sendiri yang bisa dikunjungi melalui www.soka.id. (sumber : data internal perusahaan, 2018)

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi yang dibuat oleh PT. Soka Cipta Niaga sebagai landasan kerja bagi para pegawainya, yaitu :

a. Visi

Menjadi perusahaan kaos kaki no 1 di Indonesia

b. Misi

- 1) Menciptakan loyalitas terhadap perusahaan
- 2) Membangun *Culture Good Corporate Governance*
- 3) Menerapkan manajemen berstandar internasional
- 4) Membangun nilai-nilai rohani

- 5) Mendukung konsep dan praktek *Go Green*
- 6) Memberi manfaat bagi *Stakeholder*

1.1.3 Budaya Perusahaan

Budaya kerja perusahaan merupakan tuntutan perilaku insan PT. Soka Cipta Niaga, yang terdiri dari :

- a. *Wish* (keinginan)
- b. *Innovative* (inovatif)
- c. *Noticeable* (menarik)
- d. *Wide* (luas)
- e. *Infinity* (tak terbatas)
- f. *Nascent* (berkembang)

1.1.4 Logo Perusahaan dan Makna Logo



PT. SOKA CIPTA NIAGA

Gambar 1.2

Logo PT. Soka Cipta Niaga

Sumber : www.soka.co.id, 2018

Secara umum konfigurasi logo PT. Soka Cipta Niaga mencerminkan citra positif sebuah perusahaan yang mempunyai visi dan misi yang jauh kedepan, sehingga menjadikan PT. Soka Cipta Niaga sebagai salah satu perusahaan yang cukup terkemuka dibidangnya.

Bentuk utama konfigurasi logo PT. Soka Cipta Niaga adalah bentuk visualisasi inisial huruf O dan bentuk visual grafis Bunga Soka dari sudut pandang

1.1.6 Produk PT. Soka Cipta Niaga

PT. Soka Cipta Niaga memiliki berbagai varian produk untuk menyesuaikan minat konsumen, berikut ini merupakan beberapa jenis produk kaos kaki di PT. Soka Cipta Niaga :

Tabel 1.1
Produk PT. Soka Cipta Niaga

Kategori Produk	Nama Produk	Gambar
Soka basic	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soka original 2. Soka wudhu 3. Soka jempol pendek 4. Soka jempol panjang 	
Soka essential	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soka essential flowers 2. Soka essential combination 3. Soka essential polkadot 4. Soka essential vintage 5. Soka essential tribal 6. Soka essential mega mendung 7. Soka essential square 	

	<ol style="list-style-type: none"> 8. Soka essential butterfly 9. Soka essential variant 10. Soka essential zebra 11. Soka essential parang 12. Soka essential rose 13. Soka essential pakis 14. Soka essential jasmine 15. Soka essential henna 16. Soka essential aztec 17. Soka essential sakura 18. Soka essential orchid 19. Soka essential batik classic 	
<p>Soka internasional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Stocking anti licin 2. Original plan 3. Jempol plan 4. Original ethnic 5. Jempol ethnic 	

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Unisock 7. Everyday package 	
Soka Hybrid	<ol style="list-style-type: none"> 1. El kido 2. Soka school 3. Aqua series 4. Black sole 5. Sneakers series 6. Soka scandish 7. Soka daily 8. Mensocks 9. Joven series 	
Lainnya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Legging wudhu 2. Inear 3. Hand sock 4. Smart gloves 5. Yasa Printing 	

Sumber : www.sokasocks.com, 2018

1.2 Latar Belakang

Perkembangan perekonomian Indonesia terus mengalami peningkatan yang pada akhirnya berdampak pada persaingan di berbagai industri, dimana dari data yang diperoleh bahwa pertumbuhan PDB triwulanan meningkat dari 5,06% pada triwulan III menjadi 5,19% pada triwulan IV tahun 2017. (sumber : www.bps.go.id).

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia baik dari bidang industri tekstil, industri makanan dan minuman, industri logam, industri barang elektronik, dan industri lainnya terus mengalami perkembangan pesat. (sumber : www.kemenperin.go.id)

Menghadapi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi dan juga permintaan konsumen yang berubah-ubah, menuntut perusahaan untuk mencari solusi dalam mengatasi permasalahan tersebut dengan terus menciptakan ide atau strategi baru. Dalam jurnal Hidayat, R dan Lutfie, H (2017) Ketatnya persaingan bisnis membuat banyak perusahaan berpikir keras untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat sehingga produknya tetap diminati oleh konsumen, tetapi ada beberapa perusahaan yang lebih suka menggunakan strategi untuk berinovasi dalam produknya serta mengejar perubahan strategi untuk perubahan konsumen

Di Indonesia ada banyak produsen kaos kaki, salah satunya adalah PT Soka Cipta Niaga. PT Soka Cipta Niaga terbilang perusahaan pendatang baru karena berdiri pada tahun 2011. PT. Soka Cipta Niaga merupakan satu-satunya produsen kaos kaki yang memiliki label halal dengan berbagai macam jenis kaos kaki, sebagai perusahaan pendatang baru, PT Soka mempunyai pesaing dari merek lain yang sudah terlebih dahulu memasuki pasar Indonesia. Dibawah ini adalah perusahaan-perusahaan yang menjadi pesaing dari PT Soka Cipta Niaga :

Tabel 1.2
Direktori Perusahaan Industri Kaos Kaki

No	Perusahaan	Komoditi
1	Aneka Produksi Nusa Jaya Gg Slamet I No 6-8 Kel Babakan Surabaya, Bandung, Jawa Barat. Telp 022-7206396	Kaos Kaki
2	Cipta Kerta Margasemesta, PT Jl. Mangga Ubi No. 25, Jakarta Barat, DKI Jakarta. Telp 021-6197268	Kaos Kaki
3	Cipta, UD Jl. Kl Yos Sudarso 347b, Medan, Sumatera	Kaos Kaki Nilon

	Utara. Telp 061-6610202	
4	Dewi Plampitan X/50, Surabaya, Jawa Timur. Telp 5342205	Kaos Kaki
5	Gumze Socks Indonesia, PT Jln Mh Tamrin Blok A1, Bekasi, Jawa Barat. Telp 0218972880	Kaos Kaki
6	Indosox Mills, PT Kbn Cakung Blok. F, Jakarta Utara, DKI Jakarta. Telp 021-4403015	Kaos kaki, Sarung Tangan
7	Jaman Sempna Gemilang, PT Jl. Padamulya Iv/21, Jakarta Barat, DKI Jakarta. Telp 021-6302214	Kaos Kaki
8	Kapasindo Prima, PT Smp 122 No. 88a, Jakarta Utara, DKI Jakarta. Telp 021-5405027-28	Kaos Kaki
9	Laksana Jaya Gg Laksana I No. 20, Bandung, Jawa Barat. Telp 7072233	Kaos Kaki
10	Laksana Metal Industry Jl Kiaracandong Gg Laksana Ii No.20, Bandung, Jawa Barat. Telp 022-7272740	Kaos Kaki Dewasa dan Anak
11	Marel Sukses Pratama, PT Jl. Baru Mulungan Gondang Panen Rt/05/28, Sleman, D.I. Yogyakarta. Telp 027486208	Kaos Kaki
12	Megatex Indotama Desa Walahar, Karawang, Jawa Barat	Kaos Kaki

13	Multi Megah Mandiri Kamal Muara ix No.26 rt/03/02, Jakarta Utara, DKI Jakarta. Telp 021-5553902	Kaos Kaki
14	Ongki Konfeksi Duri Selatan I Raya No.37, Jakarta Barat, DKI Jakarta. Telp 021-6386233	Kaos Kaki
15	Pacific Sock Knitting Factory Jl 17 Agustus I No 2 Bandung, Jawa Barat. Telp 022-7301829	Kaos Kaki
16	Persada, UD Jl. Ledoksari Utara No. 99, Semarang, Jawa Tengah. Telp 024-6924545	Kaos Kaki
17	Persada, UD Dk Pakintelan, Semarang, Jawa Tengah. Telp 024-6924400	Kaos Kaki
18	Roda Mas Kaosindotex Kayu Besar V Blok T no. 1, Jakarta Barat, DKI Jakarta. Telp 021 5552223-5	Perajut Kaos Kaki
19	Siliwangi Knitting Factory, PT Petak Buntek No.85 A/93, Jakarta Utara, DKI Jakarta. Telp 021-6660140	Kaos Kaki nylon
20	Sumber Pemb Ekonomi Semesta Jl. Dayeuh Luhur 38 Desa Waru Doyong, Sukabumi, Jawa Barat. Telp 0266-224704	Kaos Kaki

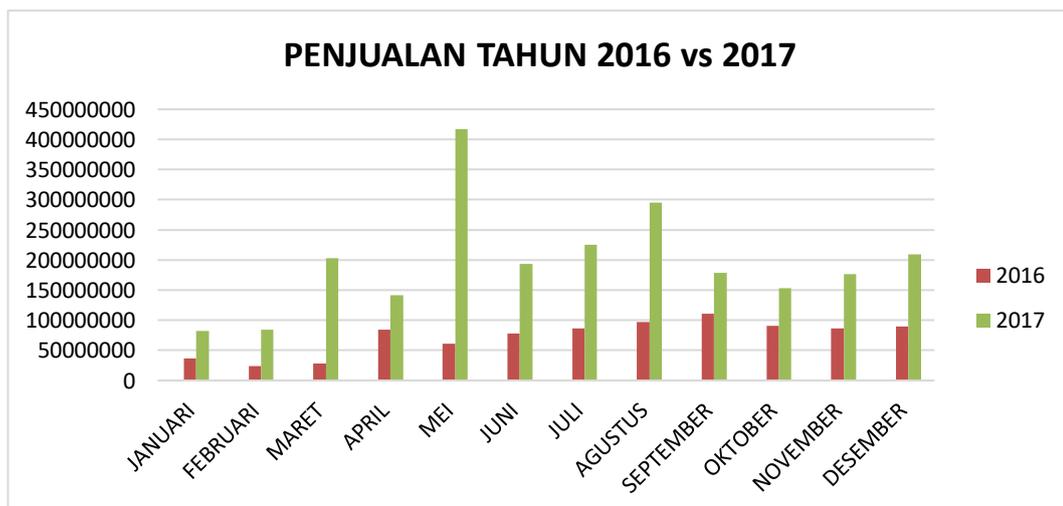
21	Wintai Garment, PT Jl. Raya Rancaekek Majalaya No 389 Ds Solokanjeruk, Bandung, Jawa Barat. Telp 5950566	Kaos Kaki
22	Yau Shuen Indonesia, PT Jl. Industri Kroncong Km. 1 Tangerang, Banten Telp. 021-5900871	Kaos Kaki

Sumber : www.kemenperin.go.id, 2018

Dilihat dari data tersebut terdapat banyaknya pesaing dari PT. Soka Cipta Niaga sehingga perusahaan perlu meningkatkan strategi pemasaran agar selalu mengembangkan ide dan berinovasi untuk memenangkan persaingan. Dalam Hidayat, R (2015) Saat ini merupakan sebuah era marketing yang modern berubahnya pasar menjadi 3.0. ini memacu para produsen untuk tetap melakukan inovasi, agar tetap konsisten ditengah persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam melaksanakan pemasaran yang baik perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen sehingga produk yang ditawarkan sesuai dengan permintaan konsumen.

Tabel 1.3

Penjualan Kaos Kaki Soka Tahun 2016 dan 2017



Sumber : Data Internal Perusahaan, 2018

Dari tabel diatas dapat kita lihat bahwa penjualan kaos kaki di PT. Soka Cipta Niaga mengalami perubahan tiap tahunnya, kadang kala mengalami peningkatan dan terkadang mengalami penurunan, sehingga perlunya peningkatan strategi agar perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang cukup untuk menutupi biaya produksi.

Menurut Kotler dan Keller (2009:374) dalam Sulistya (2013), perusahaan harus mengembangkan produk baru. Pengembangan produk baru membentuk masa depan perusahaan. Produk harus diciptakan untuk mempertahankan atau membangun penjualan. Perusahaan dapat menambah produk baru melalui akuisisi atau pengembangan produk baru. Tujuan mengembangkan produk baru adalah untuk mengimplementasikan strategi produk yang sesuai dengan permintaan pasar dengan keuntungan yang kompetitif.

Inovasi adalah produk yang dibuat atau penciptaan produk yang memiliki nilai tambah (Dhewanto, dkk. 2014:4). Sedangkan inovasi produk menurut *Business Dictionary* bukan hanya merupakan sebuah pengembangan produk, namun inovasi produk juga dapat berupa pengenalan produk baru, mengonsept ulang dalam rangka meningkatkan barang atau jasa yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. (Dhewanto, dkk. 2015:105).

PT. Soka Cipta Niaga berusaha untuk melakukan sebuah inovasi produk yang diharapkan dapat diterima dan sebagai suatu terobosan baru pada produk itu sendiri baik dalam segi desain, fungsi ataupun bentuk dengan berusaha untuk menciptakan produk kaos kaki sebagai suatu pemenuhan gaya hidup atau lifestyle. Inovasi produk yang dilakukan PT. Soka Cipta Niaga salah satunya adalah kaos kaki wudhu, dilihat dari target konsumen PT. Soka Cipta Niaga itu sendiri adalah muslim sehingga perusahaan berusaha untuk menciptakan suatu produk yang dapat memberikan fungsi produk bagi konsumen yaitu dengan membuat kaos kaki wudhu. Selain itu perusahaan juga selalu menawarkan produk dengan desain, motif dan warna yang baru setiap tahunnya yang diharapkan dapat dijadikan style dalam sehari-hari. Dengan kualitas dan inovasi produk yang ditawarkan

diharapkan dapat menjadikan PT. Soka Cipta Niaga sebagai perusahaan kaos kaki no 1 pilihan konsumen di Indonesia sesuai dengan visi perusahaan.

Dengan adanya inovasi diharapkan dapat memenuhi permintaan pasar yang selalu berubah-ubah tiap waktunya, sehingga perusahaan dapat tetap eksis dan memiliki keunggulan bersaing. Keberhasilan dalam melakukan inovasi produk tidak lepas dari bagaimana perusahaan dapat memahami selera dari konsumennya sehingga inovasi produk yang dilakukan sesuai dengan keinginan konsumen.

Dengan mempertimbangkan pentingnya untuk melakukan inovasi produk dalam menghadapi persaingan, maka penelitian ini akan menelaah lebih lanjut mengenai kegiatan inovasi produk di PT. Soka Cipta Niaga, sehingga penelitian ini diberi judul “TINJAUAN MENGENAI INOVASI PRODUK PADA PT. SOKA CIPTA NIAGA BANDUNG TAHUN 2018”

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah berdasarkan latar belakang di atas adalah bagaimana proses penciptaan inovasi produk yang dilakukan PT. Soka Cipta Niaga Bandung ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses penciptaan inovasi produk yang dilakukan PT. Soka Cipta Niaga Bandung

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memenuhi nilai kegunaan penelitian yang ditunjukkan bagi :

1.5.1 Aspek Akademis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang luas dalam bidang inovasi produk. Serta bermanfaat untuk melengkapi bacaan atau referensi penelitian-penelitian sebelumnya mengenai inovasi produk.

1.5.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat dijadikan masukan dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan perusahaan dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang, dengan informasi yang dihasilkan dapat diimplementasikan dalam menyusun strategi perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum mengenai objek studi penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan diadakannya penelitian, ruang lingkup penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dikemukakan dengan jelas mengenai hasil kajian pustaka yang terkait dengan masalah yang akan diteliti. Bab ini meliputi uraian tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi objek penelitian, hasil analisis dan pengolahan data beserta pembahasannya, yang disajikan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan lingkup penelitian serta konsisten dengan tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain.