

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi Indonesia di berbagai bidang industri terus mengalami perkembangan pesat, PDB triwulanan meningkat dari 5,06% pada triwulan III menjadi 5,19% pada triwulan IV tahun 2017. (*sumber* : www.bps.go.id). PT Soka Cipta Niaga merupakan salah satu produsen kaos kaki di Indonesia dengan merek dagang SOKA dan merupakan satu-satunya produsen kaos kaki yang memiliki label halal, menghadapi persaingan yang makin kompetitif, lingkungan bisnis yang tidak dapat diprediksi dan juga permintaan konsumen yang berubah-ubah, menuntut perusahaan untuk meningkatkan strategi pemasaran, PT. Soka Cipta Niaga berusaha menciptakan sebuah inovasi produk dalam usaha meningkatkan strategi pemasaran, yang bertujuan agar konsumen tidak bosan dengan produk yang ditawarkan dan juga sebagai keunggulan bersaing perusahaan.

Jenis penelitian ini adalah metode deskriptif. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data dalam penelitian ini dengan melakukan reduksi data, mendisplay data, dan membuat kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah PT Soka Cipta Niaga sudah melakukan inovasi produk dengan baik. strategi utama dalam penciptaan inovasi produk , PT. Soka Cipta Niaga aktif melakukan inovasi produk tiap tahunnya baik dari segi kualitas, varian, desain, rancangan ataupun teknologi, yang diharapkan agar inovasi produk yang ditawarkan diminati konsumen dan dapat meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Pemasaran, Strategi Pemasaran, Inovasi Produk