

INOVASI PRODUK TELA KRENYES



EKO JULANDA SIDABUTAR

19.D1.0213

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2025

INOVASI PRODUK TELA KRENYES

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata



EKO JULANDA SIDABUTAR

19.D1.0213

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2025

ABSTRAK

Usaha Tela Krenyes juga mengalami kendala terhadap produk yang dibuat dan dipasarkan. konsumen mengatakan bahwa produk yang dijual kerenyahan nya tidak merata sehingga konsumen kurang meminati produk Tela Krenyes. Berdasarkan dari keluhan konsumen, pelaku usaha menetapkan ide untuk melakukan inovasi terhadap produk Tela Krenyes. Inovasi yang dilakukan dengan mengubah bentuk dari produk sehingga dapat mengatasi keluhan tentang kerenyahan yang tidak merata. Objek penelitian adalah usaha Tela Krenyes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. sampel penelitian adalah pemilik, mitra dan konsumen. Penelitian mengandalkan data primer sebagai sumber informasi kunci. metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mendistribusikan kuesioner. Analisis data lebih banyak bersifat uraian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. penelitian ini menggunakan 6 tahapan dalam melakukan inovasi pada produk usaha Tela Krenyes. Bentuk stick menjadi preferensi konsumen yang paling diminati dan penambahan varian rasa. Responden kurang puas dengan kualitas produk berbentuk bulat. Responden memberikan tanggapan yang positif terhadap produk yang baru di inovasi. Tela Krenyes siap untuk melaksanakan inovasi produk. Seluruh responden merasa bahwa produk Tela Krenyes sudah sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Inovasi diikuti dengan strategi distribusi dan promosi konsisten. Tela Krenyes berhasil melalui berbagai tahapan inovasi produk, mulai dari identifikasi masalah konsumen hingga proses komersialisasi. Poin penting yang ditemukan terkait tekstur produk, bentuk stick dipandang solusi yang efektif. Inovasi berupa penambahan varian rasa dan varian ukuran kemasan produk juga dianggap penting oleh konsumen. Pemilik usaha optimis inovasi-inovasi tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk, kepuasan pelanggan dan memenuhi permintaan konsumen.

Kata kunci : Inovasi produk