

**PENGEMBANGAN PRODUK KETAN SUSU MEREK MOOTAN DI
SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana pada Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik
Soegijapranata Semarang



Gabriele Calista

20.D1.0010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

TAHUN 2025/2026

**PENGEMBANGAN PRODUK KETAN SUSU MEREK MOOTAN DI
SEMARANG**

SKRIPSI

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



Gabriele Calista

20.D1.0010

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

SEMARANG

TAHUN 2025/2026

ABSTRAK

Mootan merupakan usaha kuliner yang menyediakan produk Ketan Susu. Melihat banyaknya pesaing Ketan Susu terutama di daerah Semarang yang memiliki banyak kesamaan tiap penyajian produknya membuat Mootan ingin menciptakan nilai yang berbeda pada produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi produk ketan susu buah pada bisnis Mootan di Semarang sebagai upaya peningkatan penjualan dan pengembangan usaha. Latar belakang penelitian didasari oleh tingginya minat masyarakat terhadap jajanan tradisional yang dikemas secara modern serta adanya peluang untuk mengombinasikan ketan dengan tambahan buah sebagai varian baru. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang meliputi teknik observasi, kuesioner, analisis data primer serta metode kualitatif deskriptif guna mengetahui preferensi konsumen dan potensi pemasaran dengan mencari 30 responden dengan tahapan yang meliputi Idea Generation, Opportunity Recognition, Idea Evaluation, Development dan _Commercialization . Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi ketan susu buah memiliki prospek positif karena dinilai menarik, dan sesuai dengan selera masyarakat. Inovasi ini mampu meningkatkan nilai jual dan daya saing bisnis Mootan dibandingkan pesaing. Kesimpulannya, pengembangan ketan susu buah layak untuk dikomersialisasikan dan dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat posisi usaha ketan susu di pasar kuliner Semarang.

Kata Kunci : Mootan, inovasi produk, ketan susu buah, preferensi konsumen, pengembangan usaha, Semarang, bisnis kuliner.

ABSTRACT

Mootan is a culinary business that provides sticky rice with milk (ketan susu). Considering the large number of competitors in Semarang offering similar products with little variation in presentation, Mootan seeks to create a unique value in its product. This study aims to develop an innovative fruit sticky rice with milk product at Mootan in Semarang as an effort to increase sales and expand the business. The background of the research is based on the high public interest in traditional snacks packaged in a modern way, as well as the opportunity to combine sticky rice with fruit as a new variant. The research employed data collection methods including observation, questionnaires, primary data analysis, and descriptive qualitative methods to identify consumer preferences and market potential. A total of 30 respondents were involved through several stages consisting of Idea Generation, Opportunity Recognition, Idea Evaluation, Development, and Commercialization. The results show that the fruit sticky rice with milk innovation has positive prospects as it is considered attractive and aligns with consumer preferences. This innovation is able to increase the selling value and competitiveness of Mootan compared to its competitors. In conclusion, the development of fruit sticky rice with milk is feasible for commercialization and can serve as an effective strategy to strengthen the position of sticky rice with milk businesses in Semarang's culinary market.

Keywords: Mootan, product innovation, fruit sticky rice with milk, consumer preference, business development, Semarang, culinary business.