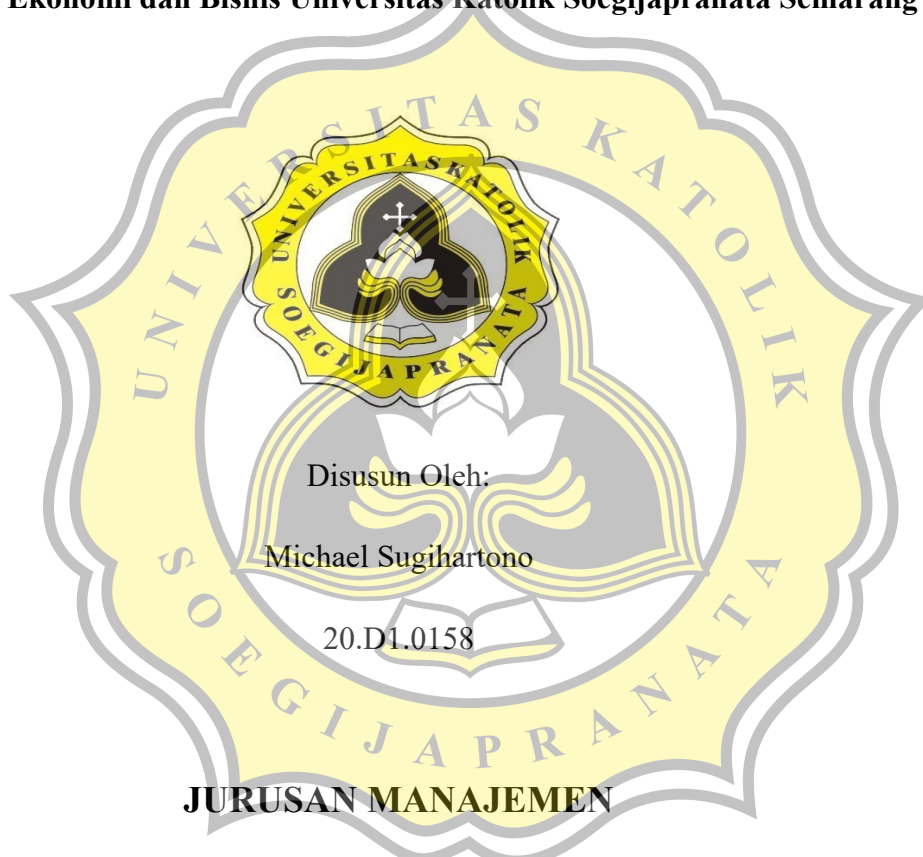


INOVASI RASA PADA YENNI'S DONAT KENTANG SEMARANG

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) pada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang**



Disusun Oleh:

Michael Sugihartono

20.D1.0158

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui inovasi rasa yang tepat bagi *Yenni's Donat Kentang* Semarang agar dapat meningkatkan daya saing dan minat beli konsumen. Latar belakang pada penelitian ini melihat dari kondisi usaha mempunyai varian rasa terbatas dan dinilai konsumen kurang variatif. Proses inovasi dilakukan melalui lima tahapan: *idea generation*, *opportunity recognition*, *idea evaluation*, *development*, dan *commercialization*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa varian rasa *Cinnamon White Chocolate* dan *Pistachio* merupakan dua pilihan rasa yang paling diminati konsumen. Kedua varian tersebut dinilai layak dikembangkan berdasarkan pertimbangan bahan baku, biaya produksi, serta hasil uji coba rasa kepada konsumen. Dengan demikian, inovasi rasa ini diharapkan dapat memperluas pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat posisi *Yenni's Donat Kentang* dalam persaingan industri makanan di Semarang.

Kata kunci: inovasi produk, kewirausahaan, varian rasa, donat kentang, pengembangan usaha.

