

**PENGEMBANGAN BISNIS GUDEG JOGJA “KONDANG RAOS” DENGAN
KONSEP KEMASAN VACUUM**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh studi pada

Program Diploma III Seni Kuliner



Disusun Oleh :

ROSALINA ZULIA AZIZA

Nomor Induk : 2022406088

PROGRAM STUDI SENI KULINER

JURUSAN HOSPITALITI

POLITEKNIK PARIWISATA NHI BANDUNG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PENGEMBANGAN BISNIS GUDEG JOGJA "KONDANG RAOS" DENGAN
KONSEP KEMASAN VACUUM**

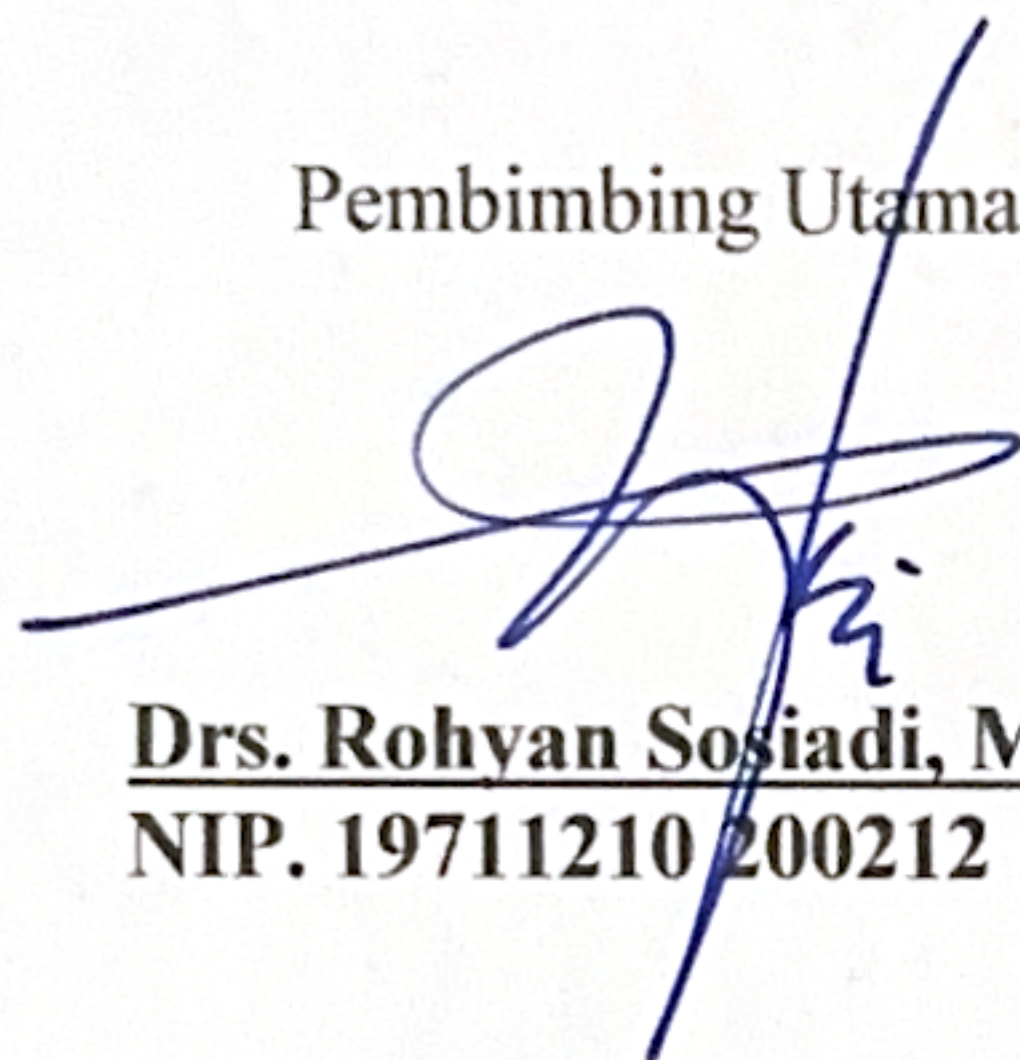
NAMA : ROSALINA ZULIA AZIZA

NIM : 2022406088

JURUSAN : HOSPITALITI

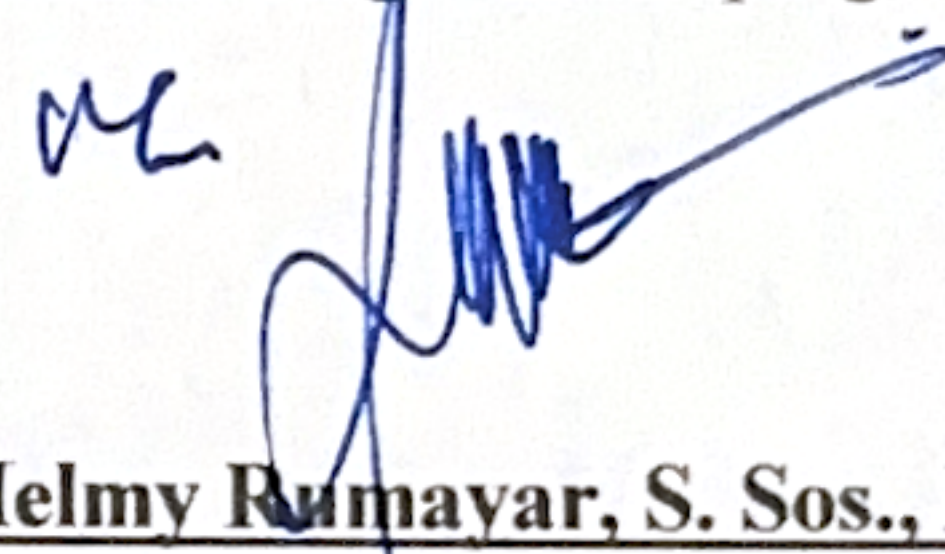
PROGRAM STUDI : SENI KULINER

Pembimbing Utama,



Drs. Rohyan Sosiadi, M.Pd.
NIP. 19711210 200212 1 008

Pembimbing Pendamping,



Christian Helmy Rumayar, S. Sos., MM.Par.
NIP. 19691228 200212 1 001

Bandung, 04 November 2025

Mengetahui,

Kabag. Administrasi Akademik Kemahasiswaan dan Kerjasama,



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par.,CHF.

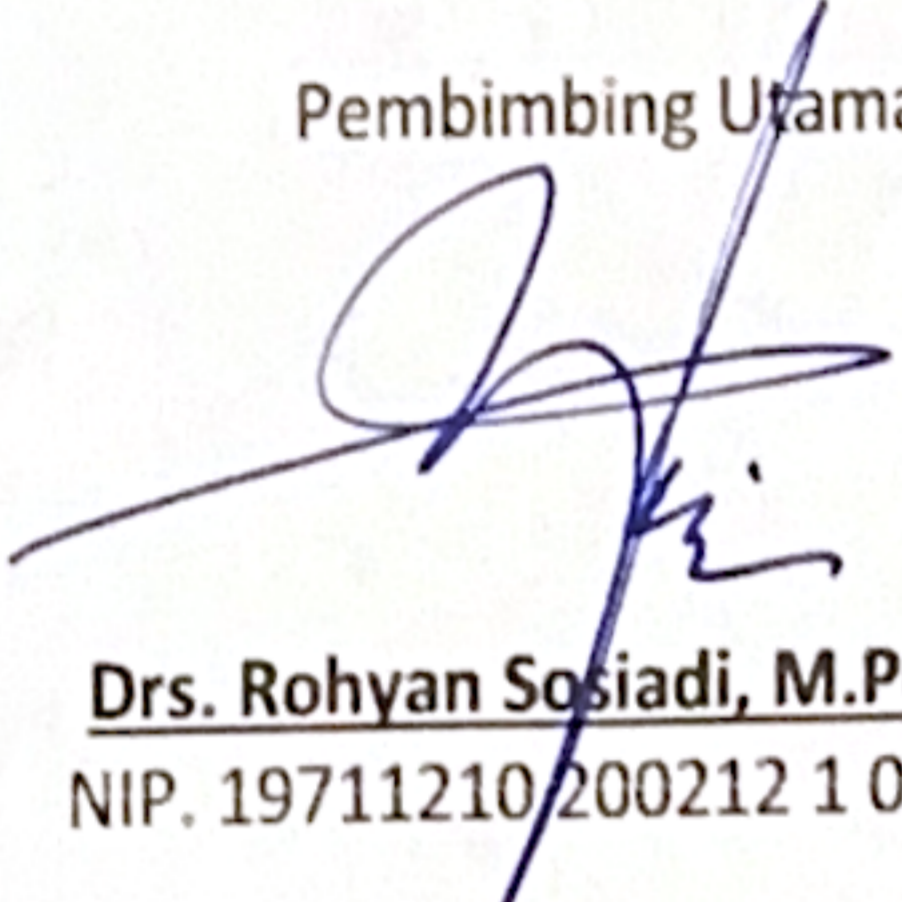
NIP. 19710316 199603 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGEMBANGAN BISNIS GUDEG JOJGA "KONDANG RAOS" DENGAN KONSEP KEMASAN VACCUM

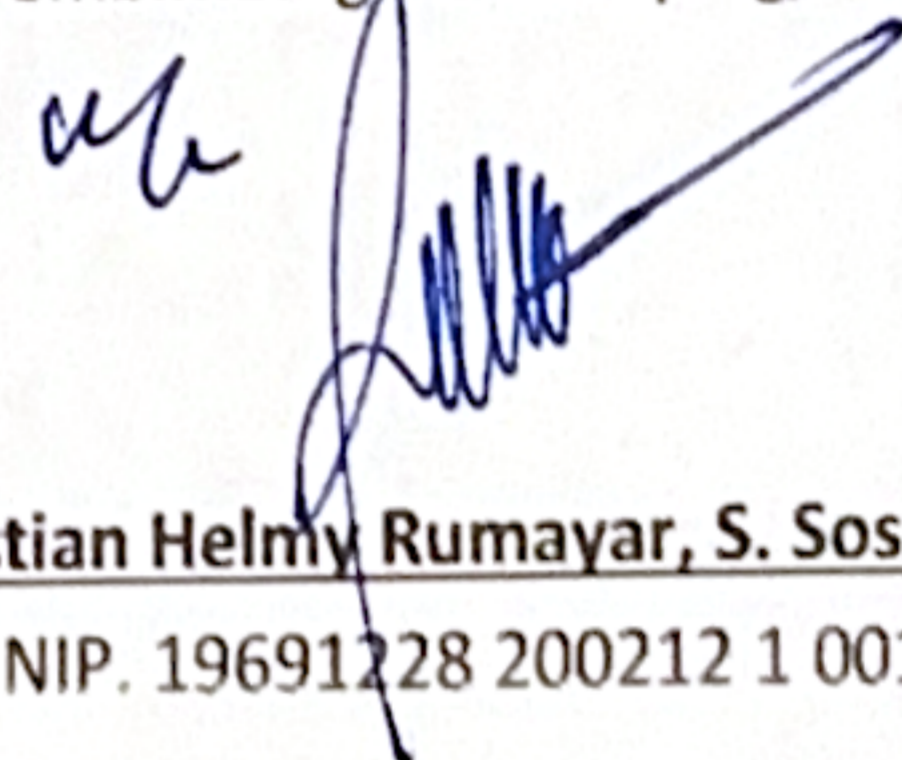
NAMA : ROSALINA ZULIA AZIZA
NIM : 2022406088
JURUSAN : HOSPITALITI
PROGRAM STUDI : SENI KULINER

Pembimbing Utama,



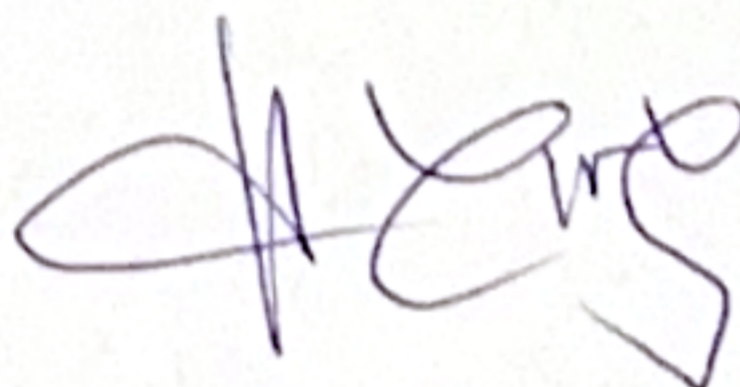
Drs. Rohyan Sosiadi, M.Pd.
NIP. 19711210 200212 1 008

Pembimbing Pendamping,




Christian Helmy Rumayar, S. Sos., MM.Par.
NIP. 19691228 200212 1 001

Penguji I,



Nur Komariah S.Sos., MM.
NIP. 19660606 199303 2 001

Penguji II,

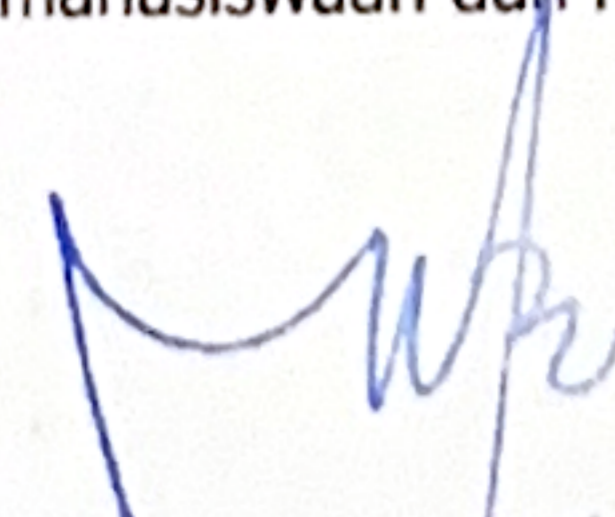


Irfansyah, SE., MM.
NIP. 19820107 202421 1 001

Bandung, 11 Desember 2025

Mengetahui,


Kepala Bagian Administrasi Akademik
Kemahasiswaan dan Kerjasama



Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., MM.Par., CHE.
NIP. 19710316 199603 2 001

Menyetujui,

Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung



Dr. Anwari Masatip, M.M.Par., CEE.
NIP. 19750415 200212 1 00

PERNYATAAN MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rosalina Zulia Aziza
Tempat/Tanggal Lahir : Purwakarta, 1 Juli 2004
NIM : 2022406088
Program Studi : Seni Kuliner
Jurusan : Hospitaliti

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Tugas Akhir/Proyek Akhir yang berjudul:
PENGEMBANGAN BISNIS GUDEG JOGJA "KONDANG RAOS" DENGAN KONSEP KEMASAN VACUUM
ini adalah merupakan hasil karya dan hasil penelitian saya sendiri, bukan merupakan hasil penjiplakan, pengutipan, penyusunan oleh orang atau pihak lain atau cara-cara lain yang tidak sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung dan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
2. Dalam Tugas Akhir/Proyek Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang atau pihak lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan sumber, nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, apabila dalam naskah Tugas Akhir/Proyek Akhir ini ditemukan adanya pelanggaran atas apa yang saya nyatakan di atas, atau pelanggaran atas etika keilmuan, dan/atau ada klaim terhadap keaslian naskah ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Pariwisata NHI Bandung ini serta peraturan-peraturan terkait lainnya.
4. Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bandung, 17 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Rosalina Zulia Aziza

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul: **“Pengembangan Bisnis Gudeg Jogja ‘Kondang Raos’ dengan Konsep Kemasan Vaccum”**. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma III Seni Kuliner (SKU) di Politeknik Pariwisata NHI Bandung (PPNHIB).

Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah mendukung secara moral, spiritual, maupun material. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Anwari Masatip, MM.Par., CEE., selaku Direktur Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
2. Ibu Ni Gusti Made Kerti Utami, BA., M.M.Par., CHE., selaku Kepala Bagian Administrasi Akademik, Kemahasiswaan, dan Kerja Sama.
3. Bapak Pudin Saepudin, SST.Par., M.P.Par., CHE., selaku Ketua Jurusan Hospitaliti Politeknik Pariwisata NHI Bandung.
4. Bapak Rusna Purnama, A.Md., S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Seni Kuliner.
5. Bapak Drs. Rohyan Sosiadi, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Utama.
6. Bapak Christian Helmy Rumayar, S. Sos., MM.Par., selaku Dosen Pembimbing Pendamping.

7. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, serta kasih sayang tanpa henti.
8. Rekan-rekan mahasiswa pada Program Studi Seni Kuliner Kelas6A Angkatan 2022 yang telah berjuang bersama selama tiga tahun menempuh pendidikan di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih belum sempurna dan memiliki berbagai keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, lembaga pendidikan, serta pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Bandung, 10 November 2025

Rosalina Zulia Aziza

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
EXECUTIVE SUMMARY	viii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Bisnis.....	1
1.1.1 Deskripsi Bisnis.....	1
1.1.2 Deskripsi Logo dan Nama.....	4
1.1.3 Identitas Bisnis	6
1.2 Visi dan Misi	8
1.2.1 Visi	8
1.2.2 Misi.....	9
1.3 Gambaran Umum Model Bisnis	10
1.4 SWOT <i>Analysis</i>	10
1.4.1 <i>Strengths</i> (Kekuatan).....	11
1.4.2 <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	11
1.4.3 <i>Opportunities</i> (Peluang)	12
1.4.4 <i>Threats</i> (Ancaman).....	12
1.5 Spesifikasi Produk/Jasa.....	16
1.6 Jenis/Badan Usaha	16
1.7 Aspek Legalitas.....	17
BAB II	20
PRODUK.....	20
2.1 Daftar dan Deskripsi Produk.....	20
2.2 Rencana Pengembangan Produk.....	22
2.3 Analisa Keunggulan Produk	23
2.4 Penyajian dan Kemasan Produk	25
2.5 Mekanisme Quality Check.....	26
BAB III.....	29

RENCANA PEMASARAN	29
3.1 Laporan Penjualan dan Pasar Saat Ini (Segmen, Target, Positioning).....	29
3.1.1 Segmentasi Pasar.....	30
3.1.2 <i>Targeting</i>	31
3.1.3 <i>Positioning</i>	32
3.2 Rencana Pengembangan Pasar Baru (Segmen, Target, dan Positioning)	32
3.2.1 Segmen.....	33
3.2.2 Target.....	35
3.2.3 <i>Positioning</i>	36
3.3 Validasi Produk – <i>Market Fit</i>	36
3.4 Kompetitor	38
3.5 Program Promosi	39
3.6 Media Promosi.....	40
3.7 Proyeksi Penjualan.....	41
BAB IV.....	43
ASPEK SDM DAN OPERASIONAL	43
4.1 Identitas Owner.....	43
4.2 Struktur Organisasi	43
4.3 <i>Job Analysis</i> dan <i>Job Description</i>	45
4.4 <i>Manning Budget/Anggaran Tenaga Kerja</i>	47
4.5 <i>Location, Facility, & Equipment</i>	47
4.6 <i>Service Scape (LayoutFlow)</i>	51
4.7 <i>Action Plan & Report</i>	52
BAB V	54
ASPEK KEUANGAN.....	54
5.1 Metode Pencatatan Akuntansi.....	54
5.1.1 <i>Cash Basis (One Shoot Project)</i>	54
5.1.2 <i>Accrual Basis (Going Concern)</i>	55
5.2 <i>Capital Expenditure (Identifikasi Initial Investment)</i>	55
5.2.1 <i>Tangible Investment</i>	56
5.2.2 <i>Intangible Investment</i>	58
5.2.3 <i>Working Capital</i>	59

5.3 Penentuan Titik Impas dan Laba yang Diharapkan	60
5.3.1 <i>Variabel Cost</i>	61
5.3.2 <i>Fixed Cost</i>	61
5.3.3 <i>Mixed Cost</i>	62
5.3.4 <i>Break Event Point (BEP)</i>	62
5.3.5 <i>Cost Volume Profit</i>	64
5.4 Identifikasi <i>Cash Inflow & Outflow</i>	64
5.4.1 <i>Operating Budget</i>	66
5.4.2 <i>Cash Flow Projection</i>	68
5.4.3 Pengaruh Makro Ekonomi	70
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Matriks SWOT.....	13
Tabel 2. 1 Produk Kondang Raos.....	21
Tabel 2. 2 Pengembangan Produk Kondang Raos.....	26
Tabel 3. 1 Penjualan Kondang Raos 3 tahun.....	29
Tabel 3. 2 Survey Anailis Produk Kondang Raos	37
Tabel 3. 3 Data Kompetitor Kondang Raos.....	38
Tabel 3. 4 Program Promosi Kondang Raos.....	40
Tabel 3. 5 Proyeksi Penjualan.....	42
Tabel 4. 1 Jobdesk Struktur Organisasi.....	46
Tabel 4. 2 Anggaran Tenaga Kerja Kondang Raos.....	47
Tabel 4. 3 Daftar Peralatan Kondang Raos.....	49
Tabel 4. 4 Action Plan Kondang Raos	53
Tabel 5. 1 Tangible Investment Kondang Raos.....	57
Tabel 5. 2 Intangible Kondang Raos	59
Tabel 5. 3 Working Capital Table Kondang Raos.....	60
Tabel 5. 4 Variabel Cost Kondang Raos	61
Tabel 5. 5 Fixed Cost Kondang Raos	62
Tabel 5. 6 Mixed Cost Kondang Raos	62
Tabel 5. 7 BEP Kondang Raos	63
Tabel 5. 8 Cost Volume Profit Kondang Raos	64
Tabel 5. 9 Income Statement Kondang Raos.....	67
Tabel 5. 10 Cash Flow Projection Kondang Raos	68
Tabel 5. 11 PayBack Period.....	69
Tabel 5. 12 Risk-Free Return.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Bisnis Kondang Raos	4
Gambar 1.2 Lokasi Kondang Raos.....	6
Gambar 1.3 Business Model Canvas Kondang Raos	10
Gambar 1.4 NIB Kondang Raos.....	19
Gambar 3. 1 Kuesioner segmen Geografik (Pekerjaan).....	34
Gambar 3. 2 Kuesioner Segmen Demografik (Usia).....	35
Gambar 3. 3 Kuesioner Segmen Psikografik (Jenis Kelamin)	35
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	44
Gambar 4. 2 Denah Operasional Kondang Raos	52

EXECUTIVE SUMMARY

Nama : Kondang Raos

Lokasi : Perum Oesman Singawinata, Blok B4 No.7 Jl. Veteran,
Kelurahan Nagri Kaler, Kecamatan Purwakarta, Jawa Barat.

Logo :



Deskripsi singkat :

Kondang Raos merupakan usaha kuliner yang berdiri sejak tahun 2001 dan berfokus pada penyediaan makanan khas Jawa. Selama lebih dari dua dekade, usaha ini telah menghasilkan berbagai produk seperti gudeg, krecek, ayam opor, serta baceman (tahu dan tempe), yang diolah dengan resep turun-temurun dan mempertahankan cita rasa autentik khas rumahan.

Seiring berkembangnya kebutuhan konsumen terhadap makanan praktis dan tahan lama, pada tahun 2025 Kondang Raos mulai mengembangkan lini produk baru berupa *Gudeg Frozen Kondang Raos*. Pengembangan ini dilakukan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, menghadirkan produk tradisional yang mudah disajikan namun tetap mempertahankan kualitas rasa, serta menjawab tren permintaan terhadap produk makanan siap saji yang higienis dan modern

DAFTAR PUSTAKA

- Aberoumand, A., & Baesi, F. (2020). *Effects of vacuum packaging in freezer on oxidative spoilage indexes of fish *Lethrinus atkinsoni**. *Food Science & Nutrition*, 8(8), 4145–4150. <https://doi.org/10.1002/fsn3.1704>
- BPS Jawa Barat. (2023). Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata—Tabel Statistik. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjIwIzI=/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-objek-wisata.html>
- Brealey, R. A. (with Myers, S. C., Allen, F., & Edmans, A.). (2022). *Principles of corporate finance* (Fourteenth edition). McGraw-Hill Education.
- Crick, J. M., Crick, D., & Chaudhry, S. (2023). *Staying alive: Coopetition and competitor oriented behaviour from a pre- to post COVID-19 pandemic era*. *Industrial Marketing Management*, 113, 58–73. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.05.017>
- DeMarzo, P. M., & Harford, J. V. T. (Eds.). (2019). *Fundamentals of Corporate Finance, Global Edition* (4. Auflage). Pearson Education, Limited.
- Hidayat, R. S. (2019). Analisis Pengendalian Kualitas Dengan Metode Statistical Process Control (SPC) Dalam Upaya Mengurangi Tingkat Kecacatan Produk Pada PT. GAYA PANTES SEMESTAMA. 3(3).
- Kotler & Keller. (2016). *The Evolution From Pre-Academic Marketing Thought To The New Paradigm Of Entrepreneurial Marketing*. 21(2).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15. ed). Pearson.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics* (Ninth edition). Cengage.

- Mufti, D. (2023). Perbaikan Tata Letak Fasilitas dan Pola Aliran Material pada Usaha Kecil Menengah dengan Metode Triangular Flow Diagram. *Jurnal Rekayasa Sistem Industri*, 12(2), 201–212.
<https://doi.org/10.26593/jrsi.v12i2.6183.201-212>
- Pane, H., Rivai, A., & Sodikin, A. (2018). *Effect Of Employee Empowerment And Job Characteristic To Organizational Performance Through Organizational Citizenship Behavior At PT. KEMINDO INTERNASIONAL*. 4(4).
- Putri, S., & Mubarak, H. (2023). *Analysis of the Role of Packaging in Increasing Product Marketing for Family Berkah Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)*.
- Rachmawati. (2020). Analisis Penggunaan Metode Pencatatan Cash Basis dan Accrual Basis Pada Transaksi-transaksi di Bank Syariah. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 9(1).
<https://doi.org/10.24235/amwal.v9i1.1371>
- Rangkuti, F. (2015). Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratnawati, A. (2017). *RatnawatiAyu2017*.
- Rentsen, E., Chuluundorj, B., & Natsagdorj, T. (2023). Optimization Approach to Constrained Break Even Points with Respect to Price. *iBusiness*, 15(03), 183–191. <https://doi.org/10.4236/ib.2023.153014>
- Sharma, R., & Ghoshal, G. (2018). *Emerging trends in food packaging*. *Nutrition & Food Science*, 48(5), 764–779. <https://doi.org/10.1108/NFS-02-2018-0051>

- Suryana. (2013). Kewirausahaan Kiat Dan Proses Meju Sukses | *PDF*.
<https://id.scribd.com/document/388106227/Kewirausahaan-Kiat-Dan-Proses-Meju-Sukses?>
- Tihani Nafa Az Zahro & Sentot Imam Wahjono. (2024). *Struktur Organisasi di Organisasi Bisnis Digital*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.26197.23529>
- Tojiri, Y. (2023). Product Differentiation Strategy for Organizational Financial Profitability: Enhancing Market Share and Profitability- A Comprehensive Literature Review. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 856–876. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v6i2.821>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20. (2008). *UU Nomor 20 Tahun 2008*.
- Wardhana, A. (2024). Visi, Misi, Tujuan, dan Nilai-Nilai Perusahaan. Strategi dan Kebijakan Bisnis di Era Digital. Eureka Media Aksara.
https://www.researchgate.net/publication/382064381_Visi_Misi_Tujuan_Dan_Nilai-Nilai_Perusahaan