

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK RISOLES PADA
BISNIS KULINER LOKAL DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada
Program Studi S1-Kewirausahaan



disusun oleh:

Muhammad Rifqi Pratama

21.92.0325

**PROGRAM STUDI SARJANA KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK RISOLES PADA BISNIS KULINER LOKAL DI KOTA YOGYAKARTA

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada
Program Studi S1-Kewirausahaan



disusun oleh:

Muhammad Rifqi Pratama

21.92.0325

**PROGRAM STUDI SARJANA KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK RISOLES PADA BISNIS KULINER LOKAL DI KOTA YOGYAKARTA

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Rifqi Pratama

21.92.0325

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 9 Februari 2026

Dosen Pembimbing,


Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M

NIK. 190302663

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK RISOLES PADA BISNIS KULINER LOKAL DI KOTA YOGYAKARTA

yang disusun dan diajukan oleh

Muhammad Rifqi Pratama

21.92.0325

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Suvatmi, S.E., M.M.

NIK. 190302019

Narwanto Nurcahyo, S.H, M.M.

NIK. 190302581

Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

NIK. 190302663

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan

Tanggal 19 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. P.hd.

NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Muhammad Rifqi Pratama

NIM : 21.92.0325

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

Strategi Pengembangan Usaha Produk Risoles Pada Bisnis Kuliner Lokal di Kota Yogyakarta

Dosen Pembimbing : Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 19 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Muhammad Rifqi Pratama

KATA PENGANTAR

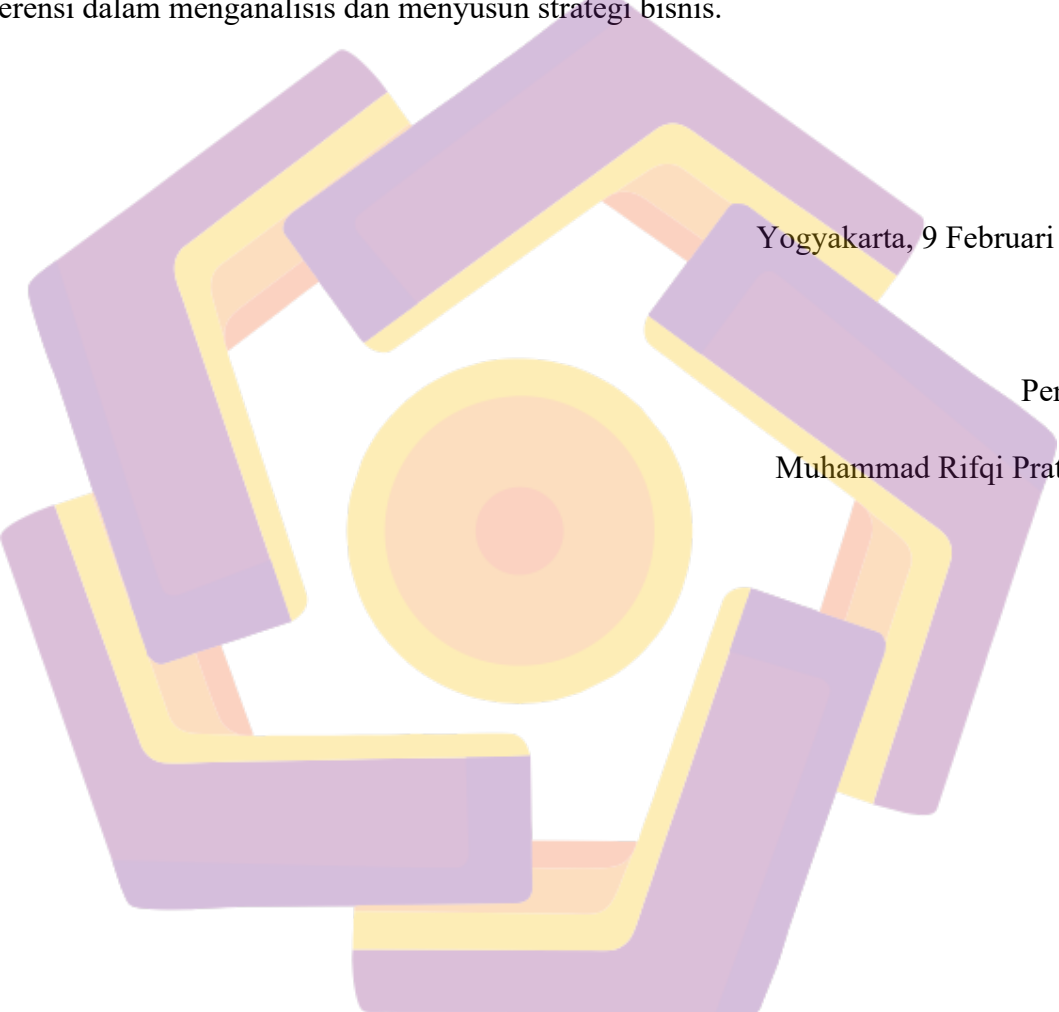
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT dengan ucapan Alhamdulillah Rabbil Alamin. Atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Produk Risoles Pada Bisnis Kuliner Lokal di Kota Yogyakarta” sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana pada Program Studi S1 Kewirausahaan, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Prof. Dr. M. Suyanto, M.M.**, selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta, atas dukungan dan fasilitas yang diberikan dalam proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
2. **Bapak Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan arahan dan motivasi dalam pengembangan usaha dan penulisan skripsi ini
3. **Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A.**, selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan, atas segala ilmu, inspirasi, serta bimbingan akademik yang sangat bermanfaat.
4. **Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.** selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang dengan sabar memberikan arahan, masukan, dan bimbingan hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
5. **Seluruh Dosen Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta**, yang telah berbagi ilmu dan pengalaman selama masa studi.
6. **Agus Sutrisno dan Yuli Pamungkasari**, orang tua penulis yang telah memberikan dukungan moral, doa yang tak terhingga, serta dukungan finansial yang memungkinkan penulis menyelesaikan studi tanpa hambatan berarti.
7. **Seluruh keluarga besar penulis** yang turut memberikan doa dan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
8. **Sahabat dan teman-teman penulis**, yang selalu memberikan semangat, pengingat, dan doa dalam setiap langkah perjalanan ini.

9. Diri sendiri, yang tetap istiqomah dan berjuang hingga skripsi ini selesai dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta mahasiswa Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta sebagai referensi dalam menganalisis dan menyusun strategi bisnis.



Yogyakarta, 9 Februari 2025

Penulis,
Muhammad Rifqi Pratama

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
COVER.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan	4
1.2.1 Solusi.....	4
1.2.2 Nilai.....	6
1.3 <i>Noble Purpose</i>	6
1.4 Visi dan Misi.....	7
1.5 Logo Bisnis	7
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	8
2.1 Sejarah Bisnis.....	8
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan.....	9
2.3 Produk dan Inovasi Produk.....	11
2.4 Ukuran Pasar	13
2.4.1 TAM (<i>Total Addressable Market</i>)	13

2.4.2	SAM (<i>Serviceable Available Market</i>).....	14
2.4.3	SOM (<i>Serviceable Obtainable Market</i>).....	15
2.5	Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	15
2.6	Strategi Pengelolaan Bisnis.....	18
2.6.1	Strategi Pemasaran.....	18
2.6.1.1	<i>Product</i>	18
2.6.1.2	<i>Price</i>	18
2.6.1.3	<i>Place</i>	18
2.6.1.4	<i>Promotion</i>	19
2.6.2	Strategi Operasional dan Produksi.....	20
2.6.2.1	Bahan Baku.....	20
2.6.2.2	Proses Produksi.....	23
2.6.2.3	<i>Packaging dan Labeling</i>	24
2.6.2.4	<i>Proses Quality Control</i>	25
2.6.3	Strategi Sumber Daya Manusia (SDM)	25
2.6.3.1	Bagan Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
2.6.3.2	Job Deskripsi dan Tanggung Jawab Organisasi Perusahaan	26
2.6.3.3	Sistem Penggajian Tenaga Kerja.....	27
2.6.3.4	Proses Rekrutmen Tenaga Kerja	28
2.6.4	Strategi Keuangan.....	28
2.6.4.1	Bukti Transaksi.....	28
BAB III	RENCANA PENGEMBANGAN.....	30
3.1	Analisis SWOT	30
3.2	Strategi SWOT.....	32
3.3	Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	32

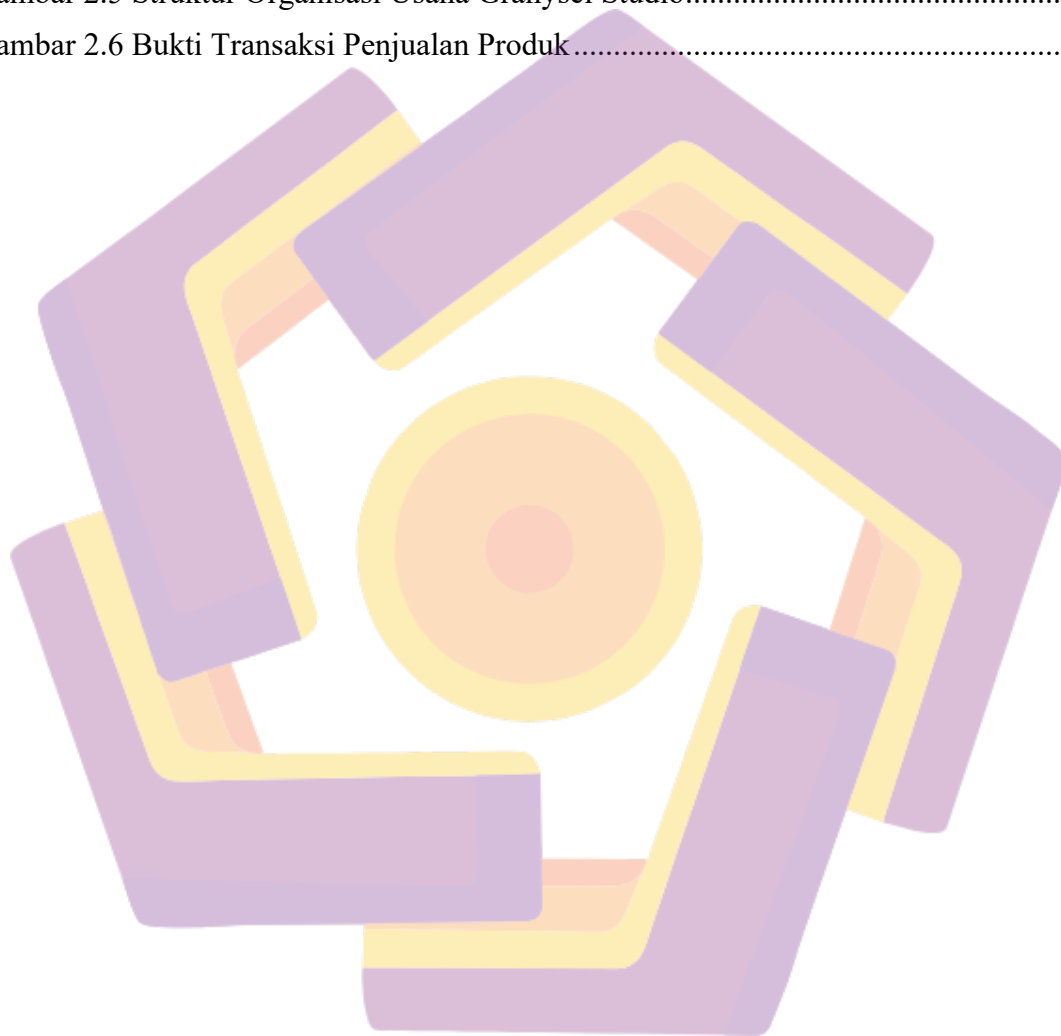
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	35
4.1 Neraca	35
4.2 Laporan Laba/Rugi	36
4.3 Arus Kas.....	37
4.4 BEP (<i>Break Even Point</i>)	38
4.4.1 Perhitungan BEP Produk	39
4.5 Proyeksi Keuangan	41
4.5.1 Proyeksi Pendapatan Bulanan.....	42
4.5.2 Proyeksi Biaya Bulanan.....	43
4.5.3 Proyeksi Laba/Rugi Bulanan (1 Tahun)	43
BAB V PENUTUP.....	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Permasalahan Konsumen	2
Tabel 2.1 Produk dan Inovasi Produk.....	12
Tabel 2.2 Jumlah Penduduk D.I.Yogyakarta Tahun 2024.....	14
Tabel 2.3 Jumlah Penduduk Kabupaten Sleman, Kota Yogyakarta, dan Kabupaten Bantul Tahun 2024	14
Tabel 2.4 Analisis Pesaing.....	15
Tabel 2.5 Saluran Pemasaran MongumiFood (<i>Place</i>).....	18
Tabel 2.6 Bahan Baku Pembuatan Kulit Risoles	21
Tabel 2.7 Bahan Baku Pembuatan Isian Risoles.....	22
Tabel 3.1 Analisis SWOT Usaha MongumiFood	31
Tabel 3.2 Strategi SWOT Usaha MongumiFood.....	32
Tabel 3.3 Rencana Pengembangan Jangka Pendek	33
Tabel 3.4 Rencana Pengembangan Jangka Pendek	33
Tabel 4.1 Rincian Laporan Neraca MongumiFood 2025	35
Tabel 4.2 Rincian Laporan Laba/Rugi MongumiFood 2025.....	36
Tabel 4.3 Rincian Arus Kas MongumiFood 2025	38
Tabel 4.4 Perhitungan Dasar BEP	39
Tabel 4.5 BEP Unit (<i>Premium Package</i>).....	39
Tabel 4.6 BEP Unit (<i>Supreme Package</i>).....	39
Tabel 4.7 Pendapatan Penjualan Produk (6 Bulan)	40
Tabel 4.8 Perhitungan HPP.....	41
Tabel 4.9 Proyeksi Pendapatan Keuangan Januari–Juni 2026.....	41
Tabel 4.10 Proyeksi Pendapatan Bulanan.....	42
Tabel 4.11 Proyeksi Biaya Bulanan.....	43
Tabel 4.12 Proyeksi Laba/Rugi Bulanan (1 Tahun)	43

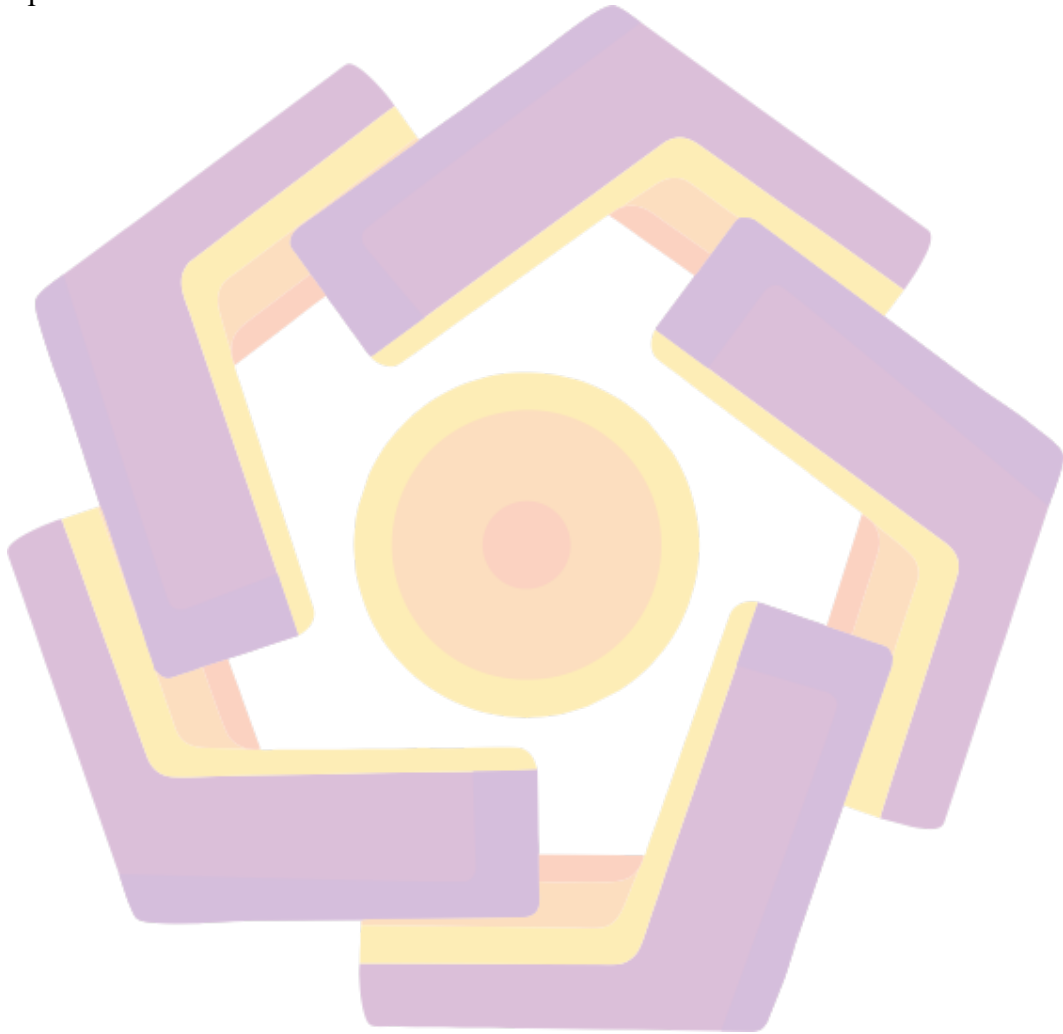
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> Usaha MongumiFood.....	10
Gambar 2.2 Usia Responden.....	19
Gambar 2.3 Platform Online Food Order	20
Gambar 2.4 Bagan Alur Operasional Usaha Mongumi Food.....	23
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Usaha Granysei Studio.....	26
Gambar 2.6 Bukti Transaksi Penjualan Produk.....	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sosial Media Instagram	48
Lampiran 2 Sosial Media TikTok	48
Lampiran 3 Dokumentasi Pembeli.....	49
Lampiran 4 Dokumentasi Produksi Produk	50
Lampiran 5 Sertifikat NIB	51



INTISARI

MongumiFood adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner dengan fokus pada produksi dan penjualan risol premium. Usaha ini berkomitmen untuk menyediakan risol berkualitas tinggi dengan bahan-bahan segar, sehat, dan tanpa pengawet, yang ditujukan untuk semua kalangan.

Usaha ini terletak di Pasar Kolombo Jalan jakal KM 7, MongumiFood memproduksi berbagai varian risol, termasuk rasa klasik seperti daging asap keju, ragout ayam, dan varian inovatif seperti risol cokelat pisang. Produk MongumiFood dikenal karena cita rasanya yang lezat, kulit risol yang renyah, dan isi yang melimpah.

Strategi pemasaran MongumiFood memanfaatkan media sosial seperti Instagram, WhatsApp, dan marketplace online untuk mempromosikan produk dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Sistem pre-order digunakan untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga dan meminimalkan limbah.

Dalam pengembangannya, MongumiFood menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi, serta pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk merancang strategi bisnis yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, MongumiFood mampu terus meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan.

Visi MongumiFood adalah menjadi brand risol lokal terkemuka yang dikenal karena kualitas dan inovasi. Dengan strategi yang tepat, usaha ini berkomitmen untuk memberikan kontribusi pada perekonomian lokal melalui pemberdayaan komunitas dan pengembangan produk yang kompetitif.

Kata Kunci: Risol Premium, Analisis SWOT, Business Model Canvas, MongumiFood

ABSTRACT

MongumiFood is a micro, small and medium enterprise (MSME) engaged in the culinary sector with a focus on the production and sale of premium risol. This business is committed to providing high-quality risol with fresh, healthy, and preservative-free ingredients, aimed at all groups.

The place at Pasar Kolombo Jalan Jakal KM. 7 , MongumiFood manufactures a variety of risol variants, including classic flavors such as cheese bacon, chicken ragout, and innovative variants such as banana chocolate risol. MongumiFood products are known for their delicious taste, crispy risol skin, and abundant filling.

MongumiFood's marketing strategy leverages social media such as Instagram, WhatsApp, and online marketplaces to promote products and reach more customers. A pre-order system is used to ensure product quality is maintained and waste is minimized.

In its development, MongumiFood uses SWOT analysis to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced, as well as the Business Model Canvas (BMC) approach to design sustainable business strategies. With this approach, MongumiFood is able to continuously improve product quality, expand market reach, and create added value for customers.

MongumiFood's vision is to become a leading local risol brand known for its quality and innovation. With the right strategy, this venture is committed to contributing to the local economy through community empowerment and competitive product development.

Keywords : *Risol Premium, SWOT Analysis, Business Model Canvas, MongumiFood*