**Proposal Usaha Burger “H-Burger”**

**BAB 1 : Pendahuluan**

**Latar Belakang**

Burger adalah salah satu makanan favorit banyak orang. Hanya saja tidak semua orang berani untuk mengkonsumsi burger tanpa rasa khawatir. Seperti mereka yang memiliki penyakit tertentu yang mana tidak boleh mengonsumsi fast food termasuk burger karena kandungan nutrisi nya yang tidak seimbang dan cenderung tinggi kalori.

Hal inilah yang mendorong H-Burger (Healthy Burger) ingin menampilkan sajian burger dengan versi yang lebih sehat sehingga bisa dikonsumsi oleh semua orang termasuk mereka yang biasanya  menghindari burger reguler yang banyak dijual dipasaran.

Kedepannya diharapkan H-Burger mampu menarik banyak konsumen mengingat kesadaran masyarakat yang semakin tinggi akan pentingnya menjaga kesehatan. Burger dengan konsep baru ini pun juga belum memiliki banyak kompetitor sehingga diharapkan bisa menjadi salah satu pelopor burger sehat untuk masyarakat.

Adapun untuk pemilihan lokasi H-Burger akan sangat cocok bila dijual di wilayah pusat kota seperti di mall dengan lingkungan orang orang yang memiliki mobilitas tinggi yang ingin tetap dapat menikmati makanan sehat yang praktis.

Dengan perencanaan strategi penjualan yang matang, diharapkan usaha burger sehat H-Burger mampu menghasilkan keuntungan yang memuaskan. Selain itu hal yang tidak kalah penting adalah manajemen risiko dimana ini adalah usaha burger dengan konsep baru yang harus dikenalkan kepada masyarakat.

**Konsep Usaha**

Konsep  usaha burger “H-Burger” adalah outlet makanan yang menjual aneka varian burger dengan komposisi bahan yang lebih sehat seperti sayur organik, ayam organik, beef organik, patty nabati yang terbuat dari kedelai, dan juga bun yang terbuat dari gandum utuh.

**Visi Misi**

Visi Misi H-Burger adalah menyajikan makanan sehat dalam bentuk makanan favorit banyak orang yaitu burger. Sehingga H-Burger dapat dinikmati oleh siapa saja termasuk mereka yang sedang diet.

**BAB 2 : Analisa SWOT**

**Strength**

Burger yang disajikan oleh H-Burger rendah kalori, rendah lemak, dan rendah kolesterol namun tetap enak dan mengenyangkan untuk dikonsumsi bahkan oleh orang yang sedang diet.

Tidak seperti kebanyakan burger yang dijual oleh kompetitor yang memiliki kandungan kalori yang cukup tinggi sehingga tidak boleh dikonsumsi oleh mereka yang sedang menjaga pola makan sehat / diet.

**Weakness**

Harga akan relatif sedikit lebih mahal dibanding kompetitor yang menjual burger reguler. Karena bagaimanapun juga bahan bahan yang digunakan adalah bahan bahan organik berkualitas yang memiliki harga cukup tinggi dibanding biasanya.

**Opportunity**

Kompetitor burger sehat yang rendah lemak, kalori, dan kolesterol belum sebanyak kompetitor burger biasanya. Sedangkan kebutuhan makanan cepat saji yang sehat semakin meningkat seiring dengan meningkatnya tingkat kesadaran masyarakat untuk hidup sehat.

**Threat**

Harus mampu menampilkan rasa yang tidak kalah nikmat dengan kompetitor burger sehat serupa. Selain itu penentuan harga juga harus diperhatikan agar konsumen memilih H-Burger sebagai sajian burger sehat favoritnya. Jika rasa dan harga tidak mampu memenuhi ekspektasi konsumen maka H-Burger akan ditinggalkan konsumen.

**BAB 3 : Rencana Usaha**

* **Nama Usaha :** H-Burger (Eij Burger) / Healthy Burger
* **Produk yang Dihasilkan :** Burger sehat rendah lemak, kolesterol, dan kalori yang dapat dikonsumsi saat diet.
* **Harga :**

1. Healthy Egg Burger : Rp 45.000.
2. Healthy Cheese Burger : Rp 65.000
3. Healthy Chicken Burger : Rp 60.000
4. Healthy Beef Burger : Rp 75.000
5. Super Healthy Burger : Rp 48.000

* **Target Market :**

Target market H-Burger utamanya adalah mereka usia produktif antara awal 20 an hingga akhir 40 an yang ingin menjaga pola hidup sehat dan menjaga berat badan / bentuk tubuh ideal, dengan penghasilan di atas 5 juta.

* **Strategi Pemasaran :**

Promosi dilakukan melalui social media yang memiliki growth dan engagement yang cukup tinggi seperti Instagram dan TikTok, dengan menghadirkan konten konten menarik yang dibantu oleh influencer yang mempunyai concern terhadap kesehatan dan gaya hidup sehat, memberikan penawaran diskon yang menarik, memasang banner dan baliho di advertising space yang terdapat di mall dan tengah kota.

* **Sistem Usaha :**

Sistem usaha yang digunakan oleh H-Burger adalah penjualan langsung di outlet yang melayani dine in dan take away. Selain itu H-Burger juga bekerja sama dengan aplikasi delivery makanan yang populer dan banyak digunakan oleh masyarakat saat ini.

* **Sistem Pembagian Hasil :**

Kami menjual 25 % saham H-Burger seharga Rp 25.000.000. Adapun bagi hasil akan dihitung berdasarkan persentase kepemilikan saham dikalikan dengan profit bulanan H-Burger.

**BAB 4 : Analisa Keuangan**

**Modal**

Peralatan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Peralatan** | **Harga** |
| 1 | Kompor | Rp 2.000.000 |
| 2 | Tabung LPG | Rp 513.000 |
| 3 | Pan & Utensils | Rp 1.000.000 |
| 4 | Peralatan Makan | Rp 1.000.000 |
| 5 | Mesin Kasir + Komputer | Rp 2.500.000 |

Sewa Tempat

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Biaya** |
| 1 | Sewa Tempat | Rp 25.000.000 |
| 2 | Renovasi Tempat | Rp 15.000.000 |

Karyawan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No** | **Keterangan** | **Biaya** |
| **1** | **Manager (SPV)** | **Rp 6.000.000** |
| 2 | Chef | Rp 5.000.000 |
| 3 | Cashier | Rp 4.900.000 |
| 4 | Waiter | Rp 4.800.000 |
| 5 | Helper | Rp 4.500.000 |

**Total gaji karyawan H-Burger setiap bulannya adalah Rp 25.700.000**

Bahan Baku

Harga yang ditampilkan adalah harga per sajian burger

|  |  |
| --- | --- |
| **Bahan** | **Harga** |
| Roti Bun Gandum | Rp 20.000 |
| Feta Cheese | Rp 8.000 |
| Selada Organik | Rp 1.000 |
| Beef Organik | Rp 35.000 |
| Ayam Organik | Rp 15.000 |
| Tepung Gluten Free | Rp 2.000 |
| Patty Kedelai | Rp 5.000 |
| Telur Ayam Omega | Rp 5.000 |
| Paprika Organik | Rp 1.000 |
| Tomat Organik | Rp 1.000 |
| Zucchini Organik | Rp 500 |
| Aneka Dressing Low Calorie | Rp 1.500 |
| Butter Low Fat | Rp 2.000 |

Operasional Outlet

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan** | **Harga** |
| Listrik | Rp 2.500.000 |
| Air | Rp 1.500.000 |
| Gas LPG | Rp 1.500.000 |
| Lain lain (packaging, stc) | Rp 1.200.000 |

Total Biaya Operasional setiap bulannya adalah Rp 6.700.000

Promosi

|  |  |
| --- | --- |
| Keterangan | Harga |
| Social Media Management / tahun | Rp 2.500.000 |
| Banner, Baliho, Katalog | Rp 1.000.000 |

**Harga Pokok Produksi**

**Harga Dasar**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Produk** | **HPP** | **Harga Jual** | **Keuntungan** |
| Healthy Egg Burger | Rp 32.000 | Rp 45.000 | Rp 13.000 |
| Healthy Cheese Burger | Rp 52.000 | Rp 65.000 | Rp 13.000 |
| Healthy Chicken Burger | Rp 44.000 | Rp 60.000 | Rp 16.000 |
| Healthy Beef Burger | Rp 62.000 | Rp 75.000 | Rp 13.000 |
| Super Healthy Burger | Rp 32.000 | Rp 48.000 | Rp 16.000 |

**Perkiraan Keuntungan**

Target penjualan adalah 200 porsi per hari.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Produk** | **Target Penjualan / hari** | **Keuntungan Kotor / hari** |
| Healthy Egg Burger | 20 | Rp 260.000 |
| Healthy Cheese Burger | 40 | Rp 520.000 |
| Healthy Chicken Burger | 50 | Rp 800.000 |
| Healthy Beef Burger | 60 | Rp 780.000 |
| Super Healthy Burger | 30 | Rp 480.000 |

Total Keuntungan Kotor per harinya adalah Rp 2.840.000

Total Keuntungan Kotor per bulannya adalah Rp 2.840.000 x 30 = Rp 85.200.000

**Estimasi Balik Modal**

|  |  |
| --- | --- |
| **Keterangan** | **Nominal** |
| Keuntungan Kotor  per bulan | Rp 85.200.000 |
| Biaya Operasional + Gaji Karyawan | Rp 31.900.000 |
| Profit Bulanan | Rp 53.100.000 |

Sehingga estimasi balik modal adalah sekitar kurang dari 3 bulan.

**BAB 5 : Penutup**

Bisnis makanan sehat seperti H-Burger yang mengadopsi konsep fast food dengan menu burger, yang hadir dengan komposisi bahan yang lebih sehat harusnya mampu menarik minat masyarakat luas untuk mencobanya.

Meskipun harganya sedikit lebih mahal namun masih cukup terjangkau karena menggunakan sayur sayuran yang ditanam di garden H-Burger sendiri dengan sistem hidroponik.

Selain itu mengingat kompetitor burger dengan konsep serupa belum terlalu banyak, peluang untuk menarik minat masyarakat akan jauh lebih besar dan berpotensi memberikan keuntungan.

Adapun kemungkinan kendala kurang pedulinya masyarakat dengan burger sehat akan coba diatasi dengan cara pengenalan produk melalui social media dengan penyajian konten konten menarik tentang H-Burger.

Dengan begitu kami berharap anda bisa bekerja sama dengan kami sebagai investor yang akan mempercayakan sejumlah dananya untuk dikelola oleh H-Burger dan membawa H-Burger menjadi brand burger yang terus berkembang lebih besar lagi.