

PROPOSAL USAHA

"DAPUR RASA NUSANTARA"

Usaha Kuliner Makanan Rumahan Sehat & Frozen Food

Disusun sebagai dokumen perencanaan bisnis untuk pengajuan kerja sama, kemitraan, dan
permodalan usaha

Diajukan oleh:

[Nama Pemilik / Nama Tim]

[Nama Usaha] — [Alamat Usaha]

No. HP/WA: [08xx-xxxx-xxxx] | Email: [nama@email.com]

[Kota], [Bulan Tahun]

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN.....	3
BAB II PROFIL USAHA	6
BAB III ASPEK PRODUK	8
BAB IV ASPEK PASAR DAN PEMASARAN	11
BAB V ASPEK OPERASIONAL	13
BAB VI ASPEK MANAJEMEN DAN SUMBER DAYA MANUSIA	15
BAB VII ASPEK KEUANGAN	17
BAB VIII ANALISIS RISIKO (SWOT)	20
BAB IX PENUTUP	22

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia memiliki kekayaan kuliner yang sangat beragam, mulai dari makanan tradisional hingga inovasi modern yang terus berkembang mengikuti selera masyarakat. Seiring meningkatnya mobilitas dan kesibukan masyarakat perkotaan, permintaan terhadap makanan yang praktis, higienis, bergizi, dan tetap memiliki cita rasa khas rumahan semakin meningkat. Kondisi ini membuka peluang usaha di bidang kuliner, khususnya makanan siap saji dan frozen food yang dapat dikonsumsi kapan saja dengan proses penyajian yang mudah.

"Dapur Rasa Nusantara" hadir sebagai usaha kuliner rumahan yang menawarkan aneka masakan tradisional Indonesia dan produk frozen food (makanan beku) dengan bahan baku berkualitas, tanpa bahan pengawet berbahaya, serta dikemas secara higienis dan modern. Usaha ini dirancang untuk menjangkau pasar rumah tangga, pekerja kantoran, mahasiswa, hingga reseller yang ingin menjual kembali produk dengan sistem kemitraan.

1.2 Visi Usaha

Menjadi usaha kuliner rumahan terpercaya yang menghadirkan cita rasa autentik Nusantara dengan standar kualitas dan higienitas terbaik, serta mampu berkembang menjadi jaringan usaha yang dikenal luas di tingkat lokal maupun nasional.

1.3 Misi Usaha

- Menyediakan produk makanan dengan bahan baku pilihan, higienis, dan bercita rasa konsisten.
- Mengutamakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan melalui pelayanan yang ramah dan responsif.
- Mengembangkan inovasi menu secara berkelanjutan mengikuti tren dan kebutuhan pasar.
- Membuka peluang kemitraan dan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar.
- Menerapkan sistem manajemen usaha yang tertib, transparan, dan berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang.

1.4 Tujuan Usaha

1. Memperoleh keuntungan yang berkelanjutan melalui penjualan produk makanan berkualitas.
2. Membangun citra merek (brand) yang dikenal dan dipercaya oleh masyarakat.
3. Memperluas jangkauan pemasaran melalui kanal online dan offline.
4. Menciptakan lapangan kerja baru bagi tenaga kerja lokal.
5. Menjadi salah satu pelaku UMKM kuliner yang berkontribusi terhadap perekonomian daerah.

1.5 Manfaat Usaha

Selain manfaat ekonomi bagi pemilik dan karyawan, usaha ini diharapkan memberi manfaat sosial berupa pemberdayaan tenaga kerja lokal (khususnya ibu rumah tangga dan pemuda sekitar lokasi usaha), serta manfaat bagi konsumen berupa akses terhadap makanan sehat, praktis, dan terjangkau.

BAB II

PROFIL USAHA

2.1 Identitas Usaha

Nama Usaha	: Dapur Rasa Nusantara
Bidang Usaha	: Kuliner — Makanan Rumahan & Frozen Food
Jenis Produk	: Ayam & aneka lauk siap saji, frozen food, catering harian
Pemilik Usaha	: [Nama Pemilik]
Alamat Usaha	: [Alamat Lengkap Usaha]
No. Kontak	: [08xx-xxxx-xxxx]
Media Sosial	: Instagram/TikTok/Shopee: @dapurrasanusantara
Tahun Berdiri	: [Tahun]

2.2 Logo dan Konsep Usaha

Usaha ini mengusung konsep dapur rumahan modern dengan sentuhan cita rasa tradisional. Kemasan produk didesain sederhana namun higienis dan informatif, mencantumkan komposisi, tanggal produksi, dan cara penyajian, sehingga membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk.

2.3 Legalitas Usaha

- Nomor Induk Berusaha (NIB) — [dalam proses/terlampir]
- Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) — [dalam proses/terlampir]
- Sertifikasi Halal MUI — [dalam proses/terlampir]
- Izin usaha mikro kecil dari kelurahan/kecamatan setempat

BAB III

ASPEK PRODUK

3.1 Deskripsi Produk

Produk unggulan usaha ini terdiri atas tiga kategori utama: (1) makanan siap santap harian, (2) produk frozen food yang dapat disimpan dan dimasak sewaktu-waktu, dan (3) layanan katering untuk acara maupun kebutuhan kantor. Seluruh produk diolah dari bahan segar pilihan dan diproses secara higienis di dapur produksi utama.

3.2 Daftar Menu dan Harga

Kategori	Nama Produk	Kemasan	Harga (Rp)
Siap Santap	Ayam Geprek Sambal Bawang	Box	18.000
Siap Santap	Nasi Rendang Daging	Box	22.000
Siap Santap	Paket Nasi Ayam Bakar	Box	20.000
Frozen Food	Nugget Ayam Homemade	250 gr	25.000
Frozen Food	Bakso Sapi Premium	500 gr (isi 20)	35.000
Frozen Food	Dimsum Ayam Udang	10 pcs	28.000
Frozen Food	Rendang Beku Siap Masak	250 gr	40.000
Katering	Paket Katering Harian (kantor)	per porsi	17.000
Katering	Paket Nasi Kotak Acara	per box (min. 20)	23.000

3.3 Keunggulan Produk

- Menggunakan bahan baku segar tanpa pengawet dan pewarna buatan.
- Proses produksi higienis mengikuti standar keamanan pangan.
- Cita rasa khas rumahan dengan resep konsisten.
- Kemasan food grade, aman untuk penyimpanan beku maupun microwave.
- Harga kompetitif dengan porsi yang mengenyangkan.

3.4 Proses Produksi Singkat

1. Pemilihan dan penyortiran bahan baku segar dari pemasok terpercaya.
2. Pencucian, pemotongan, dan pengolahan bahan sesuai resep standar.

3. Proses memasak/pematangan dengan kontrol suhu dan waktu.
4. Pendinginan dan pengemasan (untuk produk frozen food menggunakan vacuum sealer).
5. Pelabelan (nama produk, komposisi, tanggal produksi, dan masa simpan).
6. Penyimpanan pada freezer/chiller sebelum didistribusikan.

BAB IV

ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

4.1 Segmentation, Targeting, Positioning (STP)

Segmentasi	: Masyarakat perkotaan usia 18–50 tahun, keluarga, pekerja kantoran, mahasiswa, dan reseller/UMKM lain.
Targeting	: Rumah tangga yang menginginkan makanan praktis bergizi, serta pelaku usaha kecil yang membutuhkan pasokan frozen food untuk dijual kembali.
Positioning	: Produk makanan rumahan sehat, higienis, dan terjangkau dengan cita rasa otentik Nusantara — "Rasa Rumah, Praktis di Tangan Anda."

4.2 Analisis Pasar dan Pesaing

Permintaan pasar terhadap makanan siap saji dan frozen food terus meningkat, didorong oleh gaya hidup masyarakat urban yang menginginkan efisiensi waktu tanpa mengorbankan kualitas gizi. Pesaing pada segmen ini umumnya berasal dari usaha rumahan sejenis serta merek frozen food skala nasional. Untuk bersaing, usaha ini menonjolkan keunggulan pada rasa autentik, harga kompetitif, dan kedekatan dengan pelanggan melalui pelayanan yang responsif di media sosial.

4.3 Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix 4P)

Product	: Variasi menu makanan siap saji dan frozen food dengan kualitas terjaga, kemasan menarik, serta label informatif.
Price	: Harga ditetapkan dengan strategi cost-plus pricing, kompetitif terhadap pasar, serta tersedia paket bundling dan harga khusus reseller.
Place	: Penjualan langsung dari dapur produksi, marketplace (Shopee, TikTok Shop), aplikasi pesan-antar (GoFood, GrabFood), dan gerai mitra reseller.
Promotion	: Promosi melalui Instagram dan TikTok, endorsement mikro-influencer lokal, promo bundling, member/loyalty program, serta program referral pelanggan.

4.4 Strategi Penjualan

- Membuka pre-order harian melalui WhatsApp Business dan media sosial.
- Menjalinkan kemitraan dengan reseller dengan sistem harga khusus.
- Mengikuti bazar UMKM dan event kuliner lokal untuk memperluas eksposur merek.
- Menyediakan layanan langganan catering harian untuk kantor dan kos-kosan.

BAB V

ASPEK OPERASIONAL

5.1 Lokasi Usaha

Kegiatan produksi berpusat di dapur produksi yang berlokasi di [alamat produksi], dipilih karena kemudahan akses bahan baku, kedekatan dengan area target pasar, serta ketersediaan ruang untuk penyimpanan dan pengemasan produk.

5.2 Sarana dan Prasarana

- Peralatan masak (kompor, wajan besar, panci, alat pengukus)
- Freezer dan chiller penyimpanan bahan baku maupun produk jadi
- Mesin vacuum sealer untuk pengemasan frozen food
- Peralatan kebersihan dan sanitasi dapur
- Kendaraan operasional untuk distribusi (motor box)
- Perangkat pencatatan transaksi (kasir digital/aplikasi pembukuan sederhana)

5.3 Alur Operasional Harian

1. Pengadaan bahan baku dari pemasok setiap pagi.
2. Proses produksi dan pengemasan sesuai jadwal menu harian.
3. Quality control produk sebelum didistribusikan.
4. Pengantaran pesanan dan penitipan ke mitra reseller/outlet.
5. Pencatatan transaksi dan rekap stok di akhir hari.

5.4 Standar Keamanan Pangan

Seluruh proses produksi menerapkan prinsip kebersihan dan keamanan pangan (food safety), meliputi penggunaan sarung tangan dan penutup kepala saat produksi, pemisahan alat masak untuk bahan mentah dan matang, serta pengawasan suhu penyimpanan produk beku secara berkala.

BAB VI

ASPEK MANAJEMEN DAN SUMBER DAYA MANUSIA

6.1 Struktur Organisasi

Pada tahap awal, usaha dikelola secara sederhana dengan struktur organisasi sebagai berikut, dan akan disesuaikan seiring perkembangan skala usaha.

Jabatan	Jumlah	Tugas Utama
Pemilik/Manajer Usaha	1 orang	Mengelola keuangan, strategi, dan pengambilan keputusan usaha
Kepala Produksi/Koki	1 orang	Mengawasi proses memasak dan menjaga standar rasa serta kualitas
Staf Produksi	2 orang	Membantu proses memasak, pengemasan, dan pelabelan produk
Staf Pemasaran & Admin	1 orang	Mengelola media sosial, pesanan online, dan layanan pelanggan
Kurir/Distribusi	1 orang	Mengantar pesanan dan menyalurkan produk ke mitra reseller

6.2 Sistem Rekrutmen dan Pengembangan SDM

Tenaga kerja diutamakan berasal dari masyarakat sekitar lokasi usaha untuk mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Pelatihan dasar mengenai standar produksi, kebersihan, dan pelayanan pelanggan diberikan kepada setiap karyawan baru sebelum mulai bertugas.

BAB VII

ASPEK KEUANGAN

7.1 Kebutuhan Modal Awal

Modal awal usaha terdiri atas modal investasi (peralatan tetap) dan modal kerja (bahan baku dan operasional bulan pertama), dengan rincian sebagai berikut.

A. Modal Investasi (Peralatan)

No	Uraian	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Kompore gas 2 tungku + tabung	2	Rp 350.000	Rp 700.000
2	Freezer box (200L)	1	Rp 3.500.000	Rp 3.500.000
3	Chiller kecil	1	Rp 2.500.000	Rp 2.500.000
4	Mesin vacuum sealer	1	Rp 850.000	Rp 850.000
5	Peralatan masak (wajan, panci, dll.)	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
6	Etalase/rak penyimpanan	1	Rp 1.200.000	Rp 1.200.000
7	Peralatan kebersihan & APD	1	Rp 500.000	Rp 500.000
	Subtotal Modal Investasi			Rp 10.750.000

B. Modal Kerja (Bulan Pertama)

No	Uraian	Jumlah	Harga Satuan	Total
1	Bahan baku ayam, daging, sayur (1 bulan)	1	Rp 8.000.000	Rp 8.000.000
2	Bumbu dan bahan pelengkap	1	Rp 2.000.000	Rp 2.000.000
3	Kemasan (box, plastik vacuum, label)	1	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
4	Gas & listrik produksi	1	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
5	Biaya pemasaran & promosi	1	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
6	Biaya transportasi/distribusi	1	Rp 800.000	Rp 800.000
	Subtotal Modal Kerja			Rp 14.300.000

TOTAL KEBUTUHAN MODAL AWAL: Rp 25.050.000

7.2 Proyeksi Pendapatan dan Laba Rugi Bulanan

Estimasi disusun berdasarkan asumsi rata-rata harga jual per porsi Rp 24.000, dengan target penjualan 60 porsi per hari selama 26 hari kerja per bulan.

Komponen	Perhitungan	Jumlah (Rp)
Omzet Penjualan	24.000 x 60 porsi x 26 hari	Rp 37.440.000
Harga Pokok Penjualan (HPP)	± 55% dari omzet	Rp 20.592.000
Laba Kotor	Omzet – HPP	Rp 16.848.000
Biaya Operasional	Gaji staf, gas/listrik, promosi, transport	Rp 5.800.000
Laba Bersih per Bulan	Laba Kotor – Biaya Operasional	Rp 11.048.000

7.3 Break Event Point (BEP) dan Payback Period

Berdasarkan proyeksi di atas, usaha diperkirakan mencapai titik impas (BEP) dalam waktu sekitar 2 bulan operasional, dengan asumsi target penjualan tercapai secara konsisten. Perhitungan ini bersifat estimasi awal dan dapat disesuaikan berdasarkan kondisi pasar aktual.

BEP (unit) = Biaya Operasional Bulanan ÷ (Harga Jual per Porsi – Biaya Variabel per Porsi), dengan hasil perhitungan menunjukkan usaha perlu menjual sekitar 537 porsi per bulan untuk mencapai titik impas.

7.4 Sumber Permodalan

- Modal pribadi/tabungan pemilik: [nominal/persentase]
- Pinjaman modal usaha (bank/koperasi/investor mitra): [nominal/persentase]
- Dana hibah/program pembinaan UMKM (jika tersedia): [nominal/persentase]

BAB VIII

ANALISIS RISIKO (SWOT)

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
● Rasa khas rumahan dengan resep konsisten ● Harga terjangkau dan kompetitif ● Bahan baku segar tanpa pengawet	● Kapasitas produksi masih terbatas ● Brand belum dikenal luas ● Ketergantungan pada tenaga kerja terbatas
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
● Tren belanja online dan frozen food meningkat ● Peluang kemitraan/reseller yang luas ● Dukungan program pembinaan UMKM	● Persaingan usaha kuliner sejenis cukup ketat ● Fluktuasi harga bahan baku ● Perubahan selera dan tren konsumen

BAB IX

PENUTUP

Proposal ini disusun sebagai gambaran rencana usaha "Dapur Rasa Nusantara" secara menyeluruh, mencakup aspek produk, pasar, operasional, manajemen, hingga keuangan. Dengan perencanaan yang matang serta komitmen terhadap kualitas dan pelayanan, usaha ini diyakini memiliki prospek yang baik untuk berkembang secara berkelanjutan.

Besar harapan kami agar proposal ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkenan menjalin kerja sama, baik dalam bentuk permodalan, kemitraan, maupun dukungan pengembangan usaha lainnya. Atas perhatian dan kerja samanya, kami ucapkan terima kasih.

[Kota], [Tanggal Bulan Tahun]

Hormat kami,

([Nama Pemilik])

Pemilik Usaha