

**LAPORAN *CREATIVE MENU*  
DAN *BUSINESS PLAN AND*  
*ENTREPRENEUR***

**KUE *MONT BLANC* KLEPON**



**Disusun oleh:**

**Gizella Vanessa Pinontoan**

**22110002**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER  
AKADEMI SAGES  
2025**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**LAPORAN *CREATIVE MENU***  
***BUSINESS PLAN AND ENTREPRENEUR***

Nama : Gizella Vanessa Pinontoan  
NIM : 22110002  
Judul : Laporan *Creative Menu* dan *Business Plan and Entrepreneur* Kue  
*Mont Blanc Klepon*

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku melalui Ujian *Creative Menu* dan *Business Plan and Entrepreneur*, pada hari Rabu, tanggal 11 Juni 2025

Surabaya, 19 Juni 2025

Disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing,



**Ivy Dian P. Prabowo., S. TP., M.P**  
NIDN. 0703049302

Disahkan oleh:  
Ketua Program Studi,



**Ivy Dian P. Prabowo., S. TP., M.P.**  
NIDN. 0703049302

Diuji oleh:  
Ketua Penguji,



**Mahmudi, M.Par**  
NIDN. 0722127903

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gizella Vanessa Pinontoan

NIM : 22110002

Program Studi : *Business Plan and Entrepreneur*

Judul : Laporan *Creative Menu* dan *Business Plan and Entrepreneur* Kue  
*Klepon Mont Blanc*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan *Creative Menu* dan *Business Plan and Entrepreneur* yang telah disusun sebagai syarat untuk memenuhi mata kuliah *Creative Menu* dan *Business Plan and Entrepreneur* pada Program studi Diploma Tiga Seni Kuliner Akademi Sages merupakan karya ilmiah sendiri.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya indikasi plagiat dalam karya ilmiah ini, saya bersedia menerima hukuman/sangsi sesuai ketentuan dan peraturan yang berlaku, yaitu mengulang pelaksanaan magang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawan dan kesadaran, serta tidak dipaksakan oleh pihak manapun.

Surabaya,

19 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Gizella Vanessa Pinontoan

22110002

# LAPORAN *CREATIVE MENU*

*“MONT BLANC KLEPON”*



**Disusun oleh:**

**Gizella Vanessa Pinontoan**

**22110002**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER  
AKADEMI SAGES  
2024**

## KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera,

Dalam dunia kuliner yang luas dan beragam, kita sering kali menemukan inovasi yang mengejutkan, menciptakan perpaduan unik antara cita rasa dan tradisi. Laporan ini berjudul “Laporan Creative Menu Klepon *Mont Blanc*”, adalah perjalanan kuliner yang menggabungkan keindahan budaya kuliner Indonesia dengan kehalusan cita rasa Prancis. Kami memahami betapa pentingnya kreativitas dalam menciptakan hidangan yang menggugah selera, dan melalui laporan ini, kami akan memperkenalkan Anda pada kue Klepon *Mont Blanc* yang tak hanya lezat tetapi juga menghadirkan elemen kreatif yang memukau.

Dalam laporan ini, kamu akan memandu Anda melalui Sejarah, bahan-bahan, proses pembuatan dari Kue Klepon *Mont Blanc*. Anda akan menemukan bagaimana dua budaya kuliner yang berbeda dapat Bersatu dalam hidangan yang memukau dan merangkul kreativitas dalam memasak. Mari kita menjelajahi dunia cita rasa yang penuh dengan kejutan, dan semoga laporan ini menjadi sumber inspirasi untuk menciptakan menu Klepon *Mont Blanc* yang kreatif dan tak terlupakan.

Terima kasih atas ketertarikan Anda dalam kuliner kreatif, dan selamat menikmati perjalanan kami melalui Kue Klepon *Mont Blanc* yang luar biasa ini.

Surabaya, 19 Juni 2025

Gizella Vanessa Pinontoan

## ABSTRAK

Klepon merupakan jajanan tradisional Indonesia yang umumnya terbuat dari tepung ketan putih yang dibentuk seperti bola-bola kecil dengan isi gula merah dan ditaburi parutan kelapa. Kue Klepon memiliki tekstur yang kenyal, padat, manis dan tidak memiliki daya simpan yang lama. *Mont Blanc* atau *Mont-Blanc aux marrons* adalah makanan penutup berupa *purée* kastanye manis dalam bentuk bihun, yang di atasnya diberi krim kocok. Itu dibuat di Paris abad kesembilan belas. Namanya berasal dari Mont Blanc, karena hidangannya menyerupai gunung yang tertutup salju. Bahan yang digunakan untuk membuat Klepon *Mont Blanc* ialah *unsalted butter*, garam, *icing sugar*, tepung almond, maizena, telur, ekstrak vanila, tepung rendah protein, santan, air, tepung beras, gula, gula merah, susu kental manis, daun pandan, daun suji, bubuk *whip cream*, serta *topping* berupa parutan kelapa parut kering. Tahapan dalam membuat, yang pertama ialah buat adonan *Pâte Sablée*, kemudian dicetak dan dioven 160°C selama 15 menit. Lalu mencampurkan semua bahan untuk membuat bubur sumsum, memblender daun pandan dan daun suji yang di ambil airnya untuk membuat krim, dan membuat karamel gula merah. Rasa cenderung rasa gula merah, gurih dan rasa pandan alami. Penggabungan rasa tradisional dari Indonesia dan Prancis menciptakan keharmonisan untuk dinikmati.

Kata kunci: Klepon, *Mont Blanc*, Karamel Gula Merah, Bubur Sumsum, Krim Pandan.

## **ABSTRACT**

*Klepon is a traditional Indonesian snack which is generally made from white sticky rice flour which is formed into small balls filled with brown sugar and sprinkled with grated coconut. Klepon cake has a chewy, dense, sweet texture and does not have a long shelf life. Mont Blanc or Mont-Blanc aux marrons is a dessert of sweet chestnut purée in the form of vermicelli, topped with whipped cream. It was created in nineteenth century Paris. The name comes from Mont Blanc, because the dish resembles a snow-capped mountain. The ingredients used to make Klepon Mont Blanc are unsalted butter, salt, icing sugar, almond flour, cornstarch, eggs, vanilla extract, low protein flour, coconut milk, water, rice flour, sugar, brown sugar, sweetened condensed milk, pandan leaves, suji leaves, whip cream powder, and topping in the form of dry grated coconut. The first step in making it is to make the Pâte Sablée dough, then mold it and bake it in the oven at 160°C for 15 minutes. Then mix all the ingredients to make rice pudding, blend pandan leaves and suji leaves from which the water is taken to make cream, and make brown sugar caramel. The flavors tend to be brown sugar, savory and natural pandan flavors. The combination of traditional flavors from Indonesia and France creates harmony to be enjoyed.*

*Keywords: Klepon, Mont Blanc, Brown Sugar Caramel, Rice Pudding, Pandan Cream.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Keuntungan untuk Konsumen .....	3
1.3 Keuntungan untuk Produsen .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Sejarah <i>Mont Blanc</i> .....	6
2.2 Sejarah Klepon .....	6
2.3 Bahan .....	7
2.3.1 Sejarah Daun Pandan dan Daun Suji .....	8
2.3.2 Sejarah Tepung Beras .....	9
2.3.3 Sejarah Gula Merah.....	
<b>BAB III PENGOLAHAN PRODUK .....</b>	<b>10</b>
3.1 Bahan-bahan .....	10
A. <i>Pâte Sablée</i> .....	10
B. Bubur Sumsum.....	10
C. Karamel Gula Merah.....	10
D. Pandan Krim .....	10
3.2 Peralatan.....	11
3.3 Tahapan Pembuatan .....	14
A. <i>Pâte Sablée</i> .....	14
B. Bubur Sumsum.....	15
C. Karamel Gula Merah.....	15
D. Pandan Krim .....	16
E. Penyajian Akhir.....	17
3.4 Karakteristik Produk .....	18
3.5 Kemasan Produk .....	18
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>20</b>
4.1 Kesimpulan .....	20
4.2 Saran .....	20
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>22</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Hand Mixer</i> .....	11
Gambar 3.2 <i>Mixing Bowl</i> .....	11
Gambar 3.3 <i>Spatula</i> .....	11
Gambar 3.4 <i>Rolling Pin</i> .....	11
Gambar 3.5 <i>Oven</i> .....	11
Gambar 3.6 <i>Tray &amp; Cooling Rack</i> .....	11
Gambar 3.7 <i>Perforated Mat</i> .....	12
Gambar 3.8 <i>Perforated Tart Ring</i> .....	12
Gambar 3.9 <i>Hand Gloves</i> .....	12
Gambar 3.10 <i>Sput Rumpit</i> .....	12
Gambar 3.11 <i>Piping Bag</i> .....	12
Gambar 3.12 <i>Paring Knife</i> .....	12
Gambar 3.13 <i>Baking Paper</i> .....	13
Gambar 3.14 <i>Strainer</i> .....	13
Gambar 3.15 <i>Sifter</i> .....	13
Gambar 3.16 <i>Sauce Pan</i> .....	13
Gambar 3.17 <i>Balloon Whisk</i> .....	13
Gambar 3.18 <i>Creamy Method</i> .....	14
Gambar 3.19 <i>Adonan Pâte Sablée</i> .....	14
Gambar 3.20 <i>Pâte Sablée siap di Oven</i> .....	14
Gambar 3.21 <i>Pâte Sablée</i> .....	15
Gambar 3.22 <i>Bubur Sumsum</i> .....	15
Gambar 3.23 <i>Penuangan SKM</i> .....	15
Gambar 3.24 <i>Memasukkan Butter</i> .....	16
Gambar 3.25 <i>Karamel Gula Merah</i> .....	16
Gambar 3.26 <i>Pandan Paste</i> .....	16
Gambar 3.27 <i>Klepon Mont Blanc</i> .....	17
Gambar 3.28 <i>Kemasan Produk</i> .....	19
Gambar 3.29 <i>Logo</i> .....	19

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Sejarah kue Klepon yang berasal dari Indonesia memadukan ketan yang manis dengan gula kelapa cair, memberikan sentuhan tradisional yang autentik. Klepon, sebuah kue tradisional Indonesia, memiliki akar yang kuat dalam Sejarah dan tradisi makanan Indonesia. Kue ini telah ada selama berabad-abad dan telah menjadi bagian penting dari hidangan tradisional dalam berbagai acara, dari perayaan besar hingga upacara keagamaan. Klepon umumnya terbuat dari adonan ketan yang manis dan lengket, yang memberikan rasa yang unik dan lezat. Namun, apa yang membuat klepon begitu istimewa adalah inti cairnya yang manis, yang terbuat dari gula kelapa cair. Ini adalah elemen kunci yang membedakan Klepon dari kue-kue tradisional lainnya di Indonesia.

Pilihan Klepon dalam konteks laporan ini tidak hanya didasarkan pada sejarahnya yang mendalam, tetapi juga pada rasa yang autentik dan unik yang dimilikinya. Gula kelapa cair yang digunakan sebagai inti Klepon memberikan sentuhan manis yang khas dari Indonesia, yang dikenal di seluruh dunia. Ini menciptakan hubungan emosional dengan orang-orang yang tumbuh dengan rasa ini sebagai bagian dari budaya mereka.

Pilihan ini juga mencerminkan dorongan untuk menjaga warisan kuliner tradisional sambil memberikan *twist* kreatif yang menginspirasi. Dalam menggabungkan Klepon dengan *Mont Blanc*, kita tidak hanya meresapi rasa tradisional tetapi juga menghormati dan merayakan budaya kuliner Indonesia. Ini adalah bentuk penghargaan terhadap akar-akar kita dan upaya untuk membagikan kekayaan kuliner Indonesia dengan dunia.

Disisi lain, *Mont Blanc* yang berasal dari Prancis merupakan hidangan penutup yang terkenal dengan lapisan krim kastanye yang lembut. *Mont Blanc*, atau “Gunung Putih” dalam Bahasa Prancis yang kaya. Dikatakan bahwa *Mont Blanc* pertama kali diperkenalkan oleh seorang koki

Prancis terkenal pada abad ke-17, yang terinspirasi oleh pemandangan gunung bersalju di Pegunungan Alpen. Hidangan ini awalnya diciptakan untuk merayakan keindahan musim dingin, dan segera menjadi favorit di kalangan para pecinta kuliner Prancis.

*Mont Blanc* terdiri dari lapisan krim kastanye yang lembut dan kenyal, yang disajikan di atas kue tartlet yang rapuh. Kelembutan krim kastanye yang khas adalah hasil dari penggunaan kastanye asli yang diolah dengan hati-hati. Kastanye merupakan symbol musim gugur yang penting di Prancis, dan *Mont Blanc* adalah cara untuk memperingati panen kastanye yang melimpah. Selama berabad-abad, hidangan ini telah menjadi salah satu ikon kuliner Prancis yang tak tergantikan. Penikahan dua budaya kuliner ini adalah manifestasi dari bagaimana kuliner adalah Bahasa *universal* yang menghubungkan orang dari berbagai latar belakang.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah mencoba menggali Sejarah dan asal-usul dari masing-masing hidangan ini. Jurnal “*Klepon: Sweet Indonesian Rice Cake with Liquid Palm Sugar Core*” oleh Hapsari, dkk (2018) membahas aspek Sejarah dan kandungan gizi dari klepon. Sementara itu, jurnal “*Mont Blanc: The Great Forgotten Classic*” oleh Cheftalk (2019) menguraikan Sejarah *Mont Blanc* yang menarik. Dalam laporan ini, kita akan mencoba menggabungkan pengetahuan ini untuk menciptakan latar belakang yang lebih kaya tentang Kue Klepon *Mont Blanc*.

Kue Klepon *Mont Blanc* adalah salah satu inovasi kuliner yang menarik perhatian pecinta makanan di seluruh dunia. Penggabungan antara Klepon Itradisional Indonesia yang lezat dengan Kue *Mont Blanc* klasik Prancis yang elegan telah menciptakan menu yang menggoda lidah dan mata. Laporan ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dan memahami asal-usul, perkembangan, serta nilai kreaif dari Kue Klepon *Mont Blanc* yang unik ini.

Kue klepon *Mont Blanc* bukan hanya tentang rasa yang lezat, tetapi juga mengundang kita untuk merenungkan konsep kreativitas dalam dunia kuliner. Ini menciptakan ruang untuk eksperimen dengan rasa dan tekstur yang menghasilkan hidangan baru yang menarik. Oleh karena itu, laporan

ini akan mengeksplorasi proses pembuatan, bahan-bahan esensial yang dibutuhkan, serta variasi yang mungkin ada dalam hidangan ini.

Kreativitas dalam kuliner adalah elemen kunci yang membawa inovasi dan inspirasi. Laporan ini akan mengundang Anda untuk mengeksplorasi potensi kreatif dalam menciptakan menu Klepon *Mont Blanc* yang unik dan memukau. Melalui pemahaman mendalam tentang asal-usul dan perkembangan hidangan ini, kita dapat menciptakan menu yang menghormati tradisi sambil membuka pintu bagi eksperimen kuliner yang lebih lanjut.

## **1.2 Keuntungan untuk Konsumen**

Salah satu keuntungan utama yang dinikmati oleh konsumen ketika mencicipi Kue Klepon *Mont Blanc* adalah pengalaman rasa yang benar-benar unik. Dalam dunia kuliner yang penuh variasi, Kue Klepon *Mont Blanc* menonjol sebagai hidangan yang menggabungkan dua budaya kuliner yang berbeda dengan cara yang menarik. Konsumen tidak hanya mendapatkan kesempatan untuk mengeksplorasi perpaduan tak terduga antara cita rasa gula kelapa khas Indonesia dan krim kelapa yang lembut, tetapi juga merasakan bagaimana elemen-elemen ini bersatu dalam satu gigitan yang memikat.

Kue Klepon *Mont Blanc* juga mewakili Langkah maju dalam dunia kuliner. Sebagai versi modern dari jajanan pasar tradisional Klepon, hidangan ini menghadirkan klepon ke tingkat berikutnya dengan tampilan dan presentasi yang lebih elegan. Ini adalah contoh bagaimana kuliner tradisional dapat diromantisasi menjadi hidangan penutup yang elegan, yang sesuai dengan selera konsumen masa kini yang mencari kombinasi antara keaslian dan inovasi.

Selain dari sisi rasa, Kue Klepon *Mont Blanc* juga menghadirkan keuntungan lain dalam bentuk estetika visual. Tampilan yang memukau dengan lapisan warna hijau yang khas dari Klepon yang kontras dengan coklat muda lembutnya krim kelapa menciptakan hidangan yang cantik secara visual. Ini bukan hanya makanan yang menggugah selera, tetapi juga

karya seni kuliner yang dapat dinikmati oleh mata sebelum pertama kali mencicipinya.

Dalam rangkaian keuntungan yang ditawarkan oleh Kue Klepon *Mont Blanc*, menjadi jelas bahwa hidangan ini adalah lebih dari sekadar makanan. Ini adalah pengalaman kuliner dan apresiasi terhadap dunia kuliner yang beragam. Dalam laporan ini, kita akan mengeksplorasi lebih lanjut mengenai rahasia di balik pembuatan hidangan ini, sehingga konsumen dapat menikmatinya dengan lebih baik dan mengapresiasi karya budaya kuliner yang ada.

### **1.3 Keuntungan untuk Produsen**

Saat kita menggali lebih dalam tentang Kue Klepon *Mont Blanc*, tidak hanya konsumen yang mendapatkan keuntungan, tetapi produsen makanan juga menikmati sejumlah manfaat yang signifikan. Keuntungan utama bagi produsen adalah potensi untuk menciptakan menu unik yang membedakan mereka dari pesaing. Dalam dunia kuliner yang kompetitif, kemampuan untuk menawarkan hidangan eksklusif seperti Kue Klepon *Mont Blanc* dapat menarik perhatian pelanggan dan memberikan daya Tarik tambahan bagi bisnis.

Selain itu, Kue Klepon *Mont Blanc* menggunakan bahan-bahan yang umumnya tersedia dan relative terjangkau. Ini menciptakan kesempatan bagi produsen untuk mengontrol biaya produksi, yang pada gilirannya dapat meningkatkan profitabilitas. Dalam era di mana biaya operasional menjadi perhatian utama, memiliki hidangan kreatif dengan bahan-bahan yang ekonomis adalah keunggulan yang patut dicari.

Kue Klepon *Mont Blanc* juga mengizinkan produsen untuk mengeksplorasi berbagai bahan baku lokal. Meningkatnya permintaan untuk hidangan yang menghormati budaya lokal telah menjadi tren di dunia kuliner, dan Kue Klepon *Mont Blanc* adalah contoh sempurna dari bagaimana dapat menciptakan citra yang berkesan dengan menggunakan bahan-bahan lokal. Yang berarti produsen dapat mendukung petani lokal dan berkontribusi pada ekonomi lokal sambil memenuhi kebutuhan pangan.

Selain dari segi citra dan *branding*, Kue Klepon *Mont Blanc* juga memberikan peluang untuk eksperimen menu. Produsen dapat menciptakan variasi yang berbeda dari hidangan ini, misalnya dengan menambahkan rasa atau kestur tambahan, sehingga menghasilkan menu yang unik dan menarik bagi pelanggan yang ingin mencoba sesuatu yang berbeda. Dengan berinovasi dalam menu, produsen dapat terus mempertahankan minat pelanggan.

Dalam laporan ini, kita akan mempertimbangkan lebih dalam tentang potensi dan manfaat yang dapat dinikmati oleh produsen yang ingin menggabungkan Kue Klepon *Mont Blanc* dalam menu mereka. Dengan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana hidangan ini dapat memberikan keunggulan kompetitif, produsen dapat mengambil langkah yang tepat menuju kesuksesan dalam bisnis kuliner.

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Sejarah *Mont Blanc*

*Mont Blanc*, sebuah masterpiece kuliner dari Perancis, merayakan sejarah panjangnya yang terukir dalam gemuruh waktu. Ditemukan di kota Grenoble pada abad ke-17 oleh koki terkenal *François Louis Cailler*, *Mont Blanc* segera menjadi symbol kekayaan kuliner Prancis. Apresiasi global terhadap hidangan ini meningkat dengan pesat, melewati zaman dan mengukir namanya di dunia. Tertulis dengan detail dalam *Larousse Gastronomique (1938)*, *Mont Blanc* bukan hanya sekedar kue; ia adalah manifestasi dari kreativitas dan keahlian dalam seni memasak Prancis yang mendunia.

*Larousse Gastronomique*, buku klasik yang membahas segala hal tentang kuliner, memberikan perspektif mendalam tentang kehadiran *Mont Blanc* dalam kultur kuliner Prancis. Di dalamnya, kita mungkin menemukan betapa karya ini berkembang dari hidangan local menjadi kuliner *haute cuisine*, menandakan prestasi dan eksplorasi tak terbatas dalam rasa dan presentasi.

Sejarah *Mont Blanc* seperti yang tercatat dalam *Larousse Gastronomique (1938)* adalah perjalanan rasa dan aroma, membawa kita melalui waktu hingga ke esensi klasiknya yang tetap abadi, melalui kisah ini, *Mont Blanc* terus mengukir jejaknya di dunia kuliner, menjadi warisan yang dihargai oleh para pecinta makanan dari berbagai belahan dunia. [ *Larousse Gastronomique (1938)*.]

### 2.2 Sejarah Klepon

Bulat, hijau, bertaburan kelapa, dan berisi gula merah cair. Itulah klepon, makanan tradisional yang cukup digemari oleh banyak orang. Dalam kelompok jajanan pasar, klepon cukup populer sebab rasanya yang manis, harganya murah dan mudah dicari di pasar-pasar tradisional.

Dalam buku “*Indisch leven in Nederland*” (2006) milik *J M Meulenhoff*, klepon telah diperkenalkan imigran Indonesia ke Belanda sejak 1950-an. Klepon ini kemudian mulai tersedia di berbagai restoran Belanda. Bahkan, distribusinya sudah masuk ke toko dan supermarket di seluruh negeri. Sedangkan berdasarkan *Taste Atlas*, klepon memang berasal dari Jawa, tetapi juga tersedia di Sumatera dan Sulawesi dengan nama *onde-onde* atau buah melaka di Malaysia.

Berdasarkan buku *Belajar dari Makanan Tradisional Jawa* (2017) dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, klepon merupakan lambing kesederhanaan. Berdasarkan proses pembuatan dan isinya, makanan ini juga dimaknai sebagai proses perjuangan yang tidak selalu mudah. Tapi, akan berbuah hasil yang manis pada waktunya.

Hal ini karena semua bahan klepon sangat mudah didapatkan dan tidak membutuhkan bahan yang *njlimet*. Cara membuatnya pun tidak membutuhkan keahlian khusus. Jika dikaitkan dengan kehidupan, kesederhanaan berarti menghindarkan seseorang dari menghamburkan harta.

Rasa manis di dalam klepon melambangkan kebaikan hati seseorang walaupun tidak terlihat dari luar. Sementara itu, baluran kelapa pada klepon mengingatkan adanya tahapan untuk mencapai kebahagiaan. Maksudnya, untuk mendapatkan kelapa, kamu harus membersihkan kulit luar kelapa, sabutnya, hingga batoknya. Dan, membuat klepon pun membutuhkan kesabaran. Warna hijau pada klepon yang berasal dari daun pandan juga memiliki makna tersendiri yaitu kesejahteraan dan kesuburan.

## **2.3 Bahan**

### **2.3.1 Sejarah Daun Pandan dan Daun Suji**

Pandan wangi (atau biasa disebut pandansaja) adalah jenis tumbuhan monokotil dari famili Pandanaceae yang memiliki daun beraroma wangi yang khas. Daunnya merupakan komponen penting dalam tradisi masakan Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Beberapa varietas memiliki tepi daun yang bergerigi.<sup>1</sup> Di beberapa daerah, tanaman ini dikenal dengan berbagai nama antara lain: Pandan Rampe, Pandan Wangi (Jawa);

Seuke Bangu, Pandan Jau, Pandan Bebau, Pandan Rempai (Sumatera); Pondang, Pondan, Ponda, Pondago (Sulawesi); Kelamoni, Haomoni, Kekermoni, Ormon Foni, Pondak, Pondaki, Pudaka (Maluku); Pandan Arrum (Bali), Bonak (Nusa Tenggara).<sup>2</sup>

Daun suji (*Pleomele angustifolia*) banyak digunakan sebagai bahan pewarna hijau pada makanan, kue-kue tradisional dan minuman seperti untuk pewarna hijau pada es cendol. Selain memberikan pewarna hijau, daun suji juga memberikan aroma harum yang khas.

Di Maluku, dekoksi dari akar tanaman suji digunakan untuk mengatasi gonorrhoe, daunnya digunakan sebagai obat luar untuk mengatasi beriberi dan getah daun digunakan untuk menebalkan rambut. Daunnya juga digunakan untuk mewarnai minyak sayur dan menghijaukan makanan serta getah daunnya digunakan sebagai zat warna untuk mengecat. pucuk yang direbus dari tanaman *Pleomele angustifolia* dimakan sebagai sayuran. Tanaman ini terkenal sebagai tanaman hias dan sebagai tanaman pagar.

Daun *Pleomele angustifolia* juga berkhasiat sebagai obat beri-beri dan akarnya sebagai obatkencing nanah. Untuk obat beri-beri dipakai + 20 gram daun segar *Pleomele angustifolia*, dicuci, direbus dengan 1 gelas air selama 15 menit, setelah dingin disaring. Hasil saringan diminum sekaligus. (ritariata, 2010)

### **2.3.2 Sejarah Tepung Beras**

Tepung beras adalah tepung yang dibuat dari beras yang ditumbuk atau digiling, tepung beras tidak sama dengan pati beras yang dibuat dengan merendam beras dalam larutan alkali. Tepung beras dapat dijadikan pengganti dari tepung gandum bagi penderita intoleransi gluten karena tepung beras tidak mengandung gluten. [*Alden, Lori (1996).*]

### **2.3.3 Sejarah Gula Merah**

Gula merah, juga dikenal sebagai gula kelapa atau jenang kelapa, telah menjadi bagian integral dari budaya kuliner di banyak wilayah tropis, terutama di Asia Tenggara. Gula merah diproduksi dari nira kelapa atau nira

aren, cairan manis yang diperoleh dari batang bunga kelapa atau pohon aren. Proses pembuatan gula merah melibatkan pemasakan nira hingga menjadi kental dan kemudian diolah menjadi bentuk yang lebih padat, seperti blok atau butiran, setelah mengalami pendinginan.

Sejarah penggunaan gula merah dapat ditelusuri kembali ribuan tahun, dengan bukti penggunaannya dalam berbagai tradisi kuliner dan obat tradisional. Gula merah memiliki peran yang signifikan dalam masakan Asia Tenggara, India, dan daerah-daerah tropis lainnya. Penggunaannya sangat beragam, mencakup pembuatan kue tradisional, minuman, saus, hingga campuran bumbu untuk hidangan gurih dan manis.

**BAB III**  
**PENGOLAHAN PRODUK**

**3.1 Bahan-Bahan**

**A. *Pâte Sablée***

- 100 g Unsalted Butter
- Sejumput garam
- 40 g Icing Sugar
- 20 g Almond Powder
- 30 g Corn Starch
- 36 g Telur
- 2 tetes Vanilla Paste
- 170 g Tepung Kunci Biru

**B. Bubur Sumsum**

- 200 g Santan Kara
- 400 g air
- 55 g Tepung Beras
- 5 g Maizena
- 26 g Gula
- 2 g Garam

**C. Karamel Gula Merah**

- 80 g Gula Merah Makassar
- 72 g Air
- 120 g Susu Kental Manis
- 48 g *Unsalted Butter*
- 2 butir Kuning Telur

**D. Pandan Krim**

- 10 lembar Daun Pandan
- 8 lembar Daun Suji
- 100 g Air
- 90 g bubuk *Whip Cream*

### 3.2 Peralatan

*Hand Mixer*



**Gambar 3.1 Hand Mixer**

*Mixing Bowl*



**Gambar 3.2 Mixing Bowl**

*Spatula*



**Gambar 3.3 Spatula**

*Rolling Pin*



**Gambar 3.4 Rolling Pin**

*Oven*



**Gambar 3.5 Oven**

*Tray & Cooling Rack*



**Gambar 3.6 Tray & Cooling Rack**

*Perforated Mat*



**Gambar 3.7 Perforated Mat**

*Perforated Tart Ring*



**Gambar 3.8 Perforated Tart Ring**

*Hand Gloves*



**Gambar 3.9 Hand Gloves**

*Sprit Rumpit*



**Gambar 3.10 Sprit Rumpit**

*Piping bag*



**Gambar 3.11 Piping Bag**

*Paring Knife*



**Gambar 3.12 Paring knife**

*Baking Paper*



**Gambar 3.13 Baking Paper**

*Strainer*



**Gambar 3.14 Strainer**

*Sifter*



**Gambar 3.15 Sifter**

*Sauce Pan*



**Gambar 3.16 Sauce Pan**

*Balloon Whisk*



**Gambar 3.17 Balloon Whisk**

### 3.3 Tahapan Pembuatan

#### A. *Pâte Sablée*

1. Di bowl sedang, kocok *unsalted butter* dan garam dengan *hand mixer* kecepatan sedang sampai pucat, lalu masukkan campuran *icing sugar*, *almond powder*, maizena.



**Gambar 3.18 Creamy**

#### *Method*

2. Tambahkan telur sedikit demi sedikit selagi di *mix*, lalu masukkan tepung kedalam adonan.



**Gambar 3.19 Adonan *Pâte Sablée***

3. Gilas adonan hingga ketebalan 2mm/3mm di antara *baking paper*, dan masukkan ke dalam kulkas selama 2 jam.
4. Potong adonan menjadi strip dan cakram. dan letakkan di atas *tray* & *cooling rack* yang sudah di lapisi dengan *perforated mat*.



**Gambar 3.20 *Pâte Sablée* siap di oven**

5. Untuk ketebalan 2mm oven dengan suhu 160°C selama 15 menit.  
Untuk ketebalan 3mm oven dengan suhu 170°C selama 15 menit.  
Setel kipas oven ke level 3. *Pâte Sablée* siap di gunakan.



**Gambar 3.21 *Pâte Sablée***

**B. Bubur Sumsum**

1. Sampur semua bahan dalam panci. Didihkan dengan api sedang, aduk terus. Selagi masih panas masukkan ke dalam piping bag



**Gambar 3.22 Bubur Sumsum**

**C. Karamel Gula Merah**

1. Didihkan gula merah dan air, kalau sudah banyak gelembungnya, tuang susu kental manis sambil di aduk.



**Gambar 3.23 penuangan SKM**

2. Tambahkan mentega kedalam panci



**Gambar 3.24 Memasukkan Mentega**

3. Terakhir, diwadah yang berbeda dengan kuning telurnya aduk dengan sedikit karamelnya, lalu, masukkan kembali ke panci.



**Gambar 3.25 Karamel Gula Merah**

#### **D. Pandan Krim**

1. Blender daun suji dan daun pandan dengan air. Lalu masukkan kedalam kulkas dan biarkan dingin selama 3 jam.



**Gambar 3.26 Pandan *Paste***

2. Kocok pandan paste dengan bubuk whip krim dan masukkan ke dalam piping bag dan spuit rumput.

**E. Penyajian Akhir**



**Gambar 3.27 Klepon *Mont Blanc***

### 3.4 Karakteristik Produk

- a. Penampilan: dari luar berwarna hijau daun dan coklat muda. Diatasnya ada taburan kelapa kering.
- b. Aroma: kue mengeluarkan aroma daun pandan, bau harum dari kelapa dan aroma manis dari karamel.
- c. Rasa: rasa utamanya adalah rasa pandan di tambah lagi dengan sentuhan kelapa asli yang di keringkan. Ada rasa gurih dari bubur sumsum dan rasa manis dari karamel gula merahnya.
- d. Tekstur: kue ini memiliki tekstur *crunchy, soft, smooth, dan creamy*.

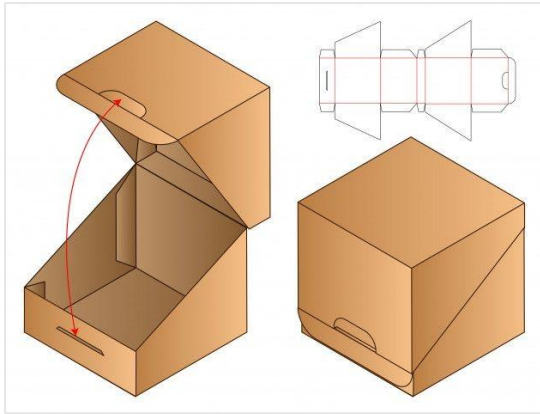
### 3.5 Kemasan Produk

Kemasan produk Klepon Mont Blanc dari toko Etoiles didesain dengan sangat hati-hati untuk memberikan kesan elegan dan sesuai dengan tema toko. Box berbentuk kubus dengan ukuran 10 x 10 x 10 cm memberikan tampilan yang kompak dan mudah dipegang. Bahan karton berkualitas tinggi yang digunakan untuk kemasan ini memberikan perlindungan optimal terhadap isi di dalamnya.

Desain box menonjolkan elemen estetika dengan adanya potongan diagonal pada bagian tutupnya yang memperlihatkan perhatian terhadap detail. Potongan diagonal ini memberikan nuansa modern dan unik pada box, sekaligus berfungsi sebagai akses untuk membuka dan menutup box dengan mudah.

Warna kemasan dipilih sesuai dengan tema dari toko Etoiles, mengusung kesan simpel namun menarik. Palet warna yang dipilih mungkin mencerminkan identitas merek atau tema khusus dari produk Klepon Mont Blanc tersebut, sejalan dengan keseluruhan konsep desain toko.

Selain sebagai wadah yang aman untuk produk, kemasan ini juga berperan dalam memberikan pengalaman visual yang positif kepada pelanggan. Kombinasi antara fungsionalitas, keamanan, dan desain estetis membuat kemasan Klepon Mont Blanc menjadi sebuah elemen yang memperkaya nilai produk dan menciptakan daya tarik di pasar.



**Gambar 3.28 Kemasan Produk**



**Gambar 3.29 Logo**

## BAB IV

### PENUTUP

#### 4.1 Kesimpulan

Dari seluruh analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa menu Klepon *Mont Blanc* dari *Etoiles Patisserie* memiliki potensi besar untuk debut dan memikat hati pelanggan. Penggabungan keunikan rasa tradisional klepon Indonesia dengan sentuhan elegan dan rasa krim pandandari *Mont Blanc* menciptakan harmoni yang menarik untuk dinikmati. Penggunaan bahan-bahan berkualitas tinggi dan perhatian terhadap detail dalam proses produksi dan presentasi produk diharapkan dapat memberikan pengalaman kuliner yang istimewa bagi konsumen.

Keunikan Klepon *Mont Blanc* tidak hanya terletak pada rasa dan konsep kuliner yang inovatif, tetapi juga pada desain kemasan yang mencerminkan identitas *Etoiles Patisserie*. Dengan kemasan yang menawan, diharapkan produk ini dapat mencuri perhatian di pasaran dan memperkuat citra merk toko.

#### 4.2 Saran

1. **Pengembangan Varian Produk:** Sebagai saran pertama, *Etoiles Patisserie* dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan varian produk Klepon Mont Blanc dengan ragam rasa dan ukuran. Hal ini dapat memberikan variasi kepada pelanggan dan meningkatkan daya tarik produk.
2. **Strategi Pemasaran Kreatif:** Untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing di pasar, *Etoiles* dapat mengimplementasikan strategi pemasaran yang kreatif, seperti kolaborasi dengan influencer kuliner atau penyelenggaraan acara promosi. Hal ini dapat membantu menjangkau target pasar yang lebih luas.
3. **Implementasi Program Loyalitas:** Menerapkan program loyalitas atau member dapat menjadi langkah yang efektif untuk mempertahankan

pelanggan. Dengan memberikan reward atau diskon khusus kepada pelanggan setia, *Etoiles Patisserie* dapat membangun hubungan jangka panjang dengan konsumennya.

## DAFTAR PUSAKA

Larousse Gastronomique (1938), oleh Prosper Montagné  
[https://archive.org/details/laroussegastrono0000mont\\_w7s3/page/n1113/mode/2up](https://archive.org/details/laroussegastrono0000mont_w7s3/page/n1113/mode/2up), diakses pada 14 Desember 2023.

Indisch leven in Nederland (2006), oleh JM Meulenhoff  
<https://klasika.kompas.id/baca/mengenal-makna-dan-sejarah-klepon/>, diakses pada 14 Desember 2023.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau  
<https://repository.uin-suska.ac.id/6061/3/BAB%20II.pdf>, diakses pada 14 Desember 2023.

Alden, Lori (1996). "Cook's Thesaurus: Rice"  
[https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Tepung\\_beras](https://p2k.stekom.ac.id/ensiklopedia/Tepung_beras), diakses pada 16 desember 2023

*Loc.cit*

Weni, Ery. "*Pengaruh Ekstrak Pandan Wangi (Pandanus amaryllifolius roxb.) 6 mg/grb terhadap waktu Induksi tidur dan lama waktutidur Mencit balb/c yang diinduksi thiopental 0,546 mg/20mgbb*" Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro Semarang. 2009

Hadiwiyoto, S. (2003). Gula Aren, Tanaman Berkhasiat Obat dan Sumber Pangan Alternatif. Penebar Swadaya.

Permatasari, R. (2016). Pengolahan Gula Aren. Kanisius.

Purwanto, Y. A. (2017). The Potential of Traditional Indonesian Plants as a Source of Functional Foods. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 101, No. 1, p. 012105). IOP Publishing.



***BUSINESS PLAN AND  
ENTREPRENEUR  
“MONT BLANC KLEPON”***



**Disusun oleh:  
Gizella Vanessa Pinontoan  
22110002**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA SENI KULINER  
AKADEMI SAGES  
2025**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penyusun panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga *Bussiness Plan and Entrepreneurship* yang berjudul *Mont Blanc* Klepon ini dapat terselesaikan. Laporan ini dibuat untuk memenuhi tugas mata kuliah *Business plan and Entrepreneurship* yang telah diberikan. Melalui laporan ini, penulisan mengharapkan agar laporan ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Miss Ivy Dian Puspitasari P. S.T.P, M.P selaku dosen pembimbing pada mata kuliah *Business Plan and Entrepreneurship*.
2. Chef Tjhing Man Lie, S.H. selaku dosen pembimbing Baking Pastry yang telah memberikan banyak ilmu dan arahan selama proses pembuatan produk.
3. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat tanpa henti dalam menyelesaikan laporan ini

Terlepas dari itu semua, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekuangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahanya. Oleh karena itu, dengan tangan terbuka penulis menerima segala saran dan kritik dari pembaca adar penulis dapat memperbaiki laporan ini.

Surabaya, 19 Juni 2025

Gizella Vanessa Pinontoan

## ABSTRAK

Laporan ini mengangkat perencanaan bisnis produk inovatif bernama *Mont Blanc* Klepon, yang merupakan perpaduan antara kue tradisional Indonesia, klepon, dengan dessert klasik Prancis, *Mont Blanc*. Produk ini memadukan cita rasa khas Indonesia seperti pandan, gula merah, dan bubur sumsum dengan elemen kuliner Eropa dengan penyajiannya yang elegan, menciptakan hidangan fusion yang unik. Target pasar utama adalah pecinta kuliner premium dari kalangan ekonomi menengah ke atas yang menghargai inovasi dan estetika makanan. Rencana bisnis mencakup analisis pasar, strategi pemasaran, perencanaan sumber daya manusia, operasional, serta analisis keuangan. Dengan harga jual Rp50.000 per porsi, proyeksi penjualan mencapai 704 unit per bulan dengan titik impas pada penjualan 570 unit. *Mont Blanc* Klepon menunjukkan potensi bisnis yang menjanjikan melalui pendekatan kreatif terhadap warisan kuliner dan strategi pemasaran digital yang adaptif.

Kata kunci: *Mont Blanc* Klepon, harga jual, BEP.

## **ABSTRACT**

*This business plan presents an innovative product called Mont Blanc Klepon, a fusion of Indonesian traditional dessert klepon with the classic French Mont Blanc pastry. The product combines authentic Indonesian flavors such as pandan, palm sugar, and coconut with refined European elements and elegant presentation. Aimed at culinary enthusiasts and the premium dessert market within the upper-middle economic class, this venture highlights the potential of cross-cultural gastronomy. The business strategy includes detailed market analysis, marketing and operational plans, human resource planning, and financial projections. With a selling price of IDR 50,000 per serving and a breakeven point at 570 units per month, Mont Blanc Klepon demonstrates a promising opportunity through culinary creativity and strong brand positioning.*

*Keywords: Mont Blanc Klepon, selling price, BEP*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>.....</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.4 Latar Belakang .....	1
1.5 Produk .....	3
1.6 Keunggulan Produk.....	3
1.7 Visi dan Misi .....	4
1.8 Tujuan Manfaat .....	4
<b>BAB II ANALISA TARGET PASAR .....</b>	<b>5</b>
2.4 Target Market .....	5
2.5 Kompetitor .....	5
2.6 Analisa Kompetitif.....	7
2.7 Analisa SWOT .....	9
<b>BAB III RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>11</b>
3.5 Owner dan Koki Utama .....	11
3.6 Kompensasi Pemilik .....	11
<b>BAB IV RENCANA OPERASIONAL.....</b>	<b>13</b>
4.3 Pengadaan Bahan Baku.....	13
4.4 Pengolahan Bahan Baku .....	13
4.5 Kemasan Produk .....	13
4.6 Pemasaran dan Proses Order.....	14
4.7 Pendistribusian ke Konsumen Akhir.....	15
<b>BAB V RENCANA MARKETING .....</b>	<b>16</b>
5.1 Harga .....	16
5.2 Produk .....	16
5.3 Tempat.....	16
5.4 Promosi .....	16
<b>BAB VI RENCANA FINANSIAL .....</b>	<b>17</b>
6.1 Rincian Budget Awal .....	17
6.1.1 Peralatan yang Dibutuhkan .....	17
6.1.2 <i>Variable Cost</i> .....	18
6.1.3 <i>Operational Cost</i> .....	19
6.1.4 Anggaran Eksekutif Bisnis.....	19
6.1.5 <i>Break Even Point</i> .....	20

<b>BAB VII LAPORAN PENJUALAN .....</b>	<b>21</b>
7.1 Rekapitulasi Pengeluaran .....	21
7.2 Rekapitulasi Pendapatan .....	22
7.3 Keuntungan .....	23
7.4 Evaluasi Marketing .....	23
7.5 Ulasan Hasil Penjualan .....	23
7.6 Pemecah Masalah.....	23
<b>BAB V RENCANA MARKETING .....</b>	<b>25</b>
8.1 Kesimpulan .....	25
8.2 Saran .....	25
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>26</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Mont Blanc</i> Klepon .....	3
Gambar 1.2 Kemasan Box .....	11
Gambar 1.3 Logo .....	12

## DAFTAR TABEL

Tabel 6.1 Tabel Perhitungan Modal dan Penyusutan .....	14
Tabel 6.2 <i>Variable Cost</i> .....	15
Tabel 6.3 <i>Operational Cost</i> .....	16
Tabel 7.1 Tabel Rekapitulasi Pengeluaran .....	18
Tabel 7.2 Tabel rekapitulasi Penjualan.....	19
Tabel 7.3 Tabel Evaluasi Marketing.....	19

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. HASIL NOTA PEMBELIAN.....	27
LAMPIRAN 2. HASIL PENJUALAN.....	28

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sejarah kue Klepon yang berasal dari Indonesia memadukan ketan yang manis dengan gula kelapa cair, memberikan sentuhan tradisional yang autentik. Klepon, sebuah kue tradisional Indonesia, memiliki akar yang kuat dalam Sejarah dan tradisi makanan Indonesia. Kue ini telah ada selama berabad-abad dan telah menjadi bagian penting dari hidangan tradisional dalam berbagai acara, dari perayaan besar hingga upacara keagamaan. Klepon umumnya terbuat dari adonan ketan yang manis dan lengket, yang memberikan rasa yang unik dan lezat. Namun, apa yang membuat klepon begitu istimewa adalah inti cairnya yang manis, yang terbuat dari gula kelapa cair. Ini adalah elemen kunci yang membedakan Klepon dari kue-kue tradisional lainnya di Indonesia.

Pilihan Klepon dalam konteks laporan ini tidak hanya didasarkan pada sejarahnya yang mendalam, tetapi juga pada rasa yang autentik dan unik yang dimilikinya. Gula kelapa cair yang digunakan sebagai inti Klepon memberikan sentuhan manis yang khas dari Indonesia, yang dikenal di seluruh dunia. Ini menciptakan hubungan emosional dengan orang-orang yang tumbuh dengan rasa ini sebagai bagian dari budaya mereka.

Pilihan ini juga mencerminkan dorongan untuk menjaga warisan kuliner tradisional sambil memberikan *twist* kreatif yang menginspirasi. Dalam menggabungkan Klepon dengan *Mont Blanc*, kita tidak hanya meresapi rasa tradisional tetapi juga menghormati dan merayakan budaya kuliner Indonesia. Ini adalah bentuk penghargaan terhadap akar-akar kita dan upaya untuk membagikan kekayaan kuliner Indonesia dengan dunia.

Disisi lain, *Mont Blanc* yang berasal dari Prancis merupakan hidangan penutup yang terkenal dengan lapisan krim kastanye yang lembut. *Mont Blanc*, atau “Gunung Putih” dalam Bahasa Prancis yang kaya. Dikatakan bahwa *Mont Blanc* pertama kali diperkenalkan oleh seorang koki Prancis terkenal pada abad ke-17, yang terinspirasi oleh pemandangan gunung bersalju di Pegunungan

Alpen. Hidangan ini awalnya diciptakan untuk merayakan keindahan musim dingin, dan segera menjadi favorit di kalangan para pecinta kuliner Prancis.

*Mont Blanc* terdiri dari lapisan krim kastanye yang lembut dan kenyal, yang disajikan di atas kue tartlet yang rapuh. Kelembutan krim kastanye yang khas adalah hasil dari penggunaan kastanye asli yang diolah dengan hati-hati. Kastanye merupakan symbol musim gugur yang penting di Prancis, dan *Mont Blanc* adalah cara untuk memperingati panen kastanye yang melimpah. Selama berabad-abad, hidangan ini telah menjadi salah satu ikon kuliner Prancis yang tak tergantikan. Penikahan dua budaya kuliner ini adalah manifestasi dari bagaimana kuliner adalah Bahasa *universal* yang menghubungkan orang dari berbagai latar belakang.

Kue *Mont Blanc* Klepon adalah salah satu inovasi kuliner yang menarik perhatian pecinta makanan di seluruh dunia. Penggabungan antara Klepon Itradisional Indonesia yang lezat dengan Kue *Mont Blanc* klasik Prancis yang elegan telah menciptakan menu yang menggoda lidah dan mata. Laporan ini bertujuan untuk menggali lebih dalam dan memahami asal-usul, perkembangan, serta nilai kreaif dari Kue *Mont Blanc* Klepon yang unik ini.

Kue *Mont Blanc* Klepon bukan hanya tentang rasa yang lezat, tetapi juga mengundang kita untuk merenungkan konsep kreativitas dalam dunia kuliner. Ini menciptakan ruang untuk eksperimen dengan rasa dan tekstur yang menghasilkan hidangan baru yang menarik. Oleh karena itu, laporan ini akan mengeksplorasi proses pembuatan, bahan-bahan esensial yang dibutuhkan, serta variasi yang mungkin ada dalam hidangan ini.

Kreativitas dalam kuliner adalah elemen kunci yang membawa inovasi dan inspirasi. Laporan ini akan mengundang Anda untuk mengeksplorasi potensi kreatif dalam menciptakan menu *Mont Blanc* Klepon yang unik dan memukau. Melalui pemahaman mendalam tentang asal-usul dan perkembangan hidangan ini, kita dapat menciptakan menu yang menghormati tradisi sambil membuka pintu bagi eksperimen kuliner yang lebih lanjut.

## 1.2 Produk

- e. Penampilan: dari luar berwarna hijau daun dan coklat muda. Diatasnya ada taburan kelapa kering.
- f. Aroma: kue mengeluarkan aroma daun pandan, bau harum dari kelapa dan aroma manis dari karamel.
- g. Rasa: rasa utamanya adalah rasa pandan di tambah lagi dengan sentuhan kelapa asli yang di keringkan. Ada rasa gurih dari bubur sumsum dan rasa manis dari karamel gula merahnya.
- h. Tekstur: kue ini memiliki tekstur *crunchy, soft, smooth, dan creamy*.



Gambar 1.1 *Mont Blanc* Klepon

## 1.3 Keunggulan Produk

*Mont Blanc* Klepon, menyajikan kombinasi inovatif antara cita rasa autentik klepon Indonesia dengan kelezatan *Mont Blanc* Prancis, menghadirkan pengalaman kuliner yang memukau dengan sentuhan modern dan harmoni rasa yang unik.

Produk *Mont Blanc* Klepon adalah kombinasi antara rasa tradisional klepon Indonesia dengan sentuhan modern dan kelezatan *Mont Blanc* Prancis. Keharmonian rasa yang disajikan di setiap piringnya: Paduan yang sempurna antara kelembutan pandan krim *Mont Blanc*, kelembutan bubur sumsum dan *balancenya* rasa manis dan asin. Kekreativitasan kuliner: inovasi dalam dunial kuliner dengan menggabungkan dua budaya kuliner yang berbeda namun serasi dalam satu hidangan yang menarik. Ketertarikan daya visual: penampilan menarik dnegan panduan warna dan tekstur yang mencolok, mengundang selera dan memikat mata setiap pengunjung. Pengalaman dua kultur sekaligus: merangkul keanekaragaman budaya

dengan menyatukan cita rasa tradisional Indonesia dan gaya kue Prancis yang elegan dalam satu produk.

#### **1.4 Visi dan Misi**

Menjadi destinasi utama bagi pecinta kuliner yang menghargai kualitas dan inovasi, serta menjadi pusat inspirasi dalam dunia kuliner dengan menyajikan pengalaman unik dan memukau bagi setiap pelanggan. Dengan adanya visi kami, kami juga memerlukan misi untuk mencapai visi tersebut:

- a. Menyajikan produk berkualitas tinggi: Menghadirkan produk-produk berkualitas tinggi dengan menggunakan bahan-bahan terbaik dan Teknik pembuatan yang canggih untuk memastikan kepuasan pelanggan.
- b. Inovasi berkelanjutan: terus mengembangkan dan menghadirkan inovasi baru dalam produk dan layanan kami untuk memenuhi selera pelanggan yang selalu berubah dan memberikan pengalaman yang berkesan.
- c. Pelayanan prima: memberikan pelayanan pelanggan yang prima dengan keramahan, kejujuran, dan profesionalisme untuk menciptakan hubungan yang langgeng dan memajukan komunitas lokal melalui kemitraan dengan produsen local, mendukung acara-acara komunitas, dan memberdayakan Masyarakat sekitar.

#### **1.5 Tujuan dan Manfaat**

Tujuan: Menjadi pusat inspirasi dalam menciptakan tren baru dalam industry kuliner.

Manfaat: Menjadi pemimpin dalam inovasi kuliner: dengan menjadi pusat inspirasi dalam menciptakan tren baru dalam industry kuliner, *etoiles* akan memperkuat citra mereknya sebagai tempat untuk menemukan produk dan pengalaman kuliner yang unik dan berbeda.

## **BAB II**

### **ANALISA TARGET PASAR**

#### **2.1 Target Market**

Target market untuk Etoiles adalah mereka yang memiliki minat dalam pengalaman kuliner yang unik. Kami menargetkan dua segmen utama, yaitu:

- a. Pecinta Kuliner: segmen ini terdiri dari individu yang senang mencari pengalaman kuliner baru dan unik. Mereka adalah pecinta makanan yang ingin mencoba sesuatu yang berbeda dan menarik. Mereka cenderung terbuka terhadap inovasi dan kreativitas dalam makanan, dan mencari produk yang memberikan pengalaman sensori yang baru.
- b. Pasar Kue Premium: segmen ini terdiri dari merek yang menghargai kualitas dan kesempurnaan dalam produk makanan untuk produk-produk berkualitas tinggi dan bercita rasa unik. Segmen ini biasanya terdiri dari profesional muda, keluarga muda, dan pasangan yang mencari makanan ringan mewah untuk dinikmati sendiri atau sebagai hadiah khusus orang yang dicintai.
- c. Perekonomian Menengah Keatas: Segmen ini mencakup individu atau keluarga dengan daya beli yang cukup tinggi dan gaya hidup modern. Mereka cenderung tidak hanya mencari makanan yang enak, tetapi juga memperhatikan nilai estetika, kualitas bahan, dan citra merek. Konsumen dalam kategori ini bersedia membayar lebih untuk produk kuliner yang menawarkan pengalaman eksklusif dan bernilai.

Dengan menargetkan segmen ini, Etoiles berusaha untuk menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan konsumen yang mencari produk kuliner premium dan berbeda dari yang lain.

#### **2.2 Kompetitor**

Etoiles akan bersaing dengan sejumlah competitor di pasar makanan penutup dan kue kreatif. Berikut adalah beberapa competitor utama yang berpotensi dan alasan mengapa mereka dianggap sebagai pesaing bisnis:

- a. Almond Tree: Almond Tree dikenal karena menyajikan kue-kue premium dengan desain yang elegan. Mereka memiliki pangsa pasar yang solid di kalangan pecinta kue mewah.
- b. Magnolia Bakery: Magnolia Bakery, terkenal di Amerika Serikat, menyajikan kue-kue dengan cita rasa klasik yang sangat diminati oleh konsumen. Mereka dapat menjadi pesaing dalam pangsa pasar yang menghargai keaslian cita rasa.
- c. Boulangerie La Parisienne: Boulangerie La Parisienne adalah sebuah kafe dan toko roti yang terkenal dengan kualitas roti artisanal dan suasana klasik Paris yang autentik. Boulangerie La Parisienne dikenal karena menyajikan aneka macam kue, roti, dan kue-kue khas Prancis yang berkualitas tinggi.
- d. Sweets & Treats Delights: Sweets & Treats Delights adalah toko roti online terkemuka yang terkenal dengan kue-kue premium dan kreasi manis yang unik. Mereka menawarkan pengalaman belanja online yang mudah dan menyajikan produk-produk berkualitas tinggi.
- e. Ladurée: Ladurée adalah merek terkenal asal Prancis yang terkenal dengan makaron eksklusif mereka. Keunikan dan kualitas produk mereka menjadi pesaing yang serius di pasar kue premium

Kompetitor-kompetitor ini dianggap sebagai pesaing bisnis karena mereka menawarkan produk atau layanan serupa kepada pasar yang sama, yaitu konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang unik dan berkualitas tinggi. Dengan reputasi yang solid dan jangkauan pasar yang luas, mereka menjadi tantangan langsung bagi Etoiles dalam merebut pangsa pasar dan mempertahankan pelanggan.

## 2.3 Analisa Kompetitif

Berdasarkan kompetitor-kompetitor yang telah disebutkan sebelumnya, berikut adalah analisis lebih mendalam mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk mereka:

### 1. Almond Tree Patisserie:

#### **Kekuatan:**

- a. Menyajikan berbagai kue dan pastry premium dengan bahan berkualitas tinggi.
- b. Memiliki reputasi yang baik dalam hal kualitas dan rasa produk.
- c. Pengalaman pelanggan yang menyenangkan dengan suasana toko yang elegan dan layanan yang ramah.

#### **Kelemahan:**

- a. Harga produk cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan pesaing.
- b. Tidak memiliki kemudahan pemesanan online, yang dapat membatasi jangkauan pasar.

### 2. Magnolia Bakery:

#### **Kekuatan:**

- a. Terkenal dengan cupcakes dan kue-kue klasik Amerika yang lezat.
- b. Mempunyai branding yang kuat dan banyak penggemar setia.
- c. Kehadiran global dengan banyak cabang di berbagai negara.

#### **Kelemahan:**

- a. Produk cenderung kurang beragam dibandingkan dengan pesaing.
- b. Harga produk di atas rata-rata. Sehingga mungkin tidak terjangkau bagi sebagian pelanggan.

### 3. Café Boulangerie La Parisienne:

#### **Kekuatan:**

- a. Menyajikan berbagai roti dan kue khas Prancis yang autentik.
- b. Suasana toko yang nyaman dan atmosfer Prancis yang mengundang.
- c. Kualitas bahan baku yang tinggi dan Teknik pembuatan yang terpercaya.

**Kelemahan:**

- a. Harga produk cenderung lebih tinggi karena kualitas dan keaslian produk.
- b. Terbatasnya jangkauan pasar karena lokasi fisik toko yang hanya ada di beberapa kota besar.

4. Bakery Online “Sweets & Treats Delights”:

**Kekuatan:**

- a. Kemudahan berbelanja online yang menyediakan aksesibilitas bagi pelanggan di mana saja.
- b. Berbagai pilihan produk yang dapat disesuaikan dengan preferensi pelanggan.
- c. System pengiriman yang efisien dan dapat diandalkan.

**Kelemahan:**

- a. Kurangnya interaksi langsung dengan pelanggan, yang dapat mengurangi pengalaman pembeli.
- b. Potensi keterlambatan pengiriman atau kerusakan produk selama pengiriman.

5. Patisserie Ladurée:

**Kekuatan:**

- a. Terkenal dengan kue-kue macaron khas Prancis yang berkualitas tinggi.
- b. Citra merek yang mewah dan eksklusif, menarik bagi pelanggan premium.
- c. Pengalaman toko yang elegan dan mewah bagi pelanggan.

**Kelemahan:**

- a. Harga produk yang mewah dan eksklusif, sehingga mungkin tidak terjangkau bagi sebagian besar pelanggan.
- b. Terbatasnya variasi produk dibandingkan dengan pesaing Klain di segmen harga yang lebih rendah.

**2.4 Analisa SWOT**

*Kekuatan (Strengths):*

- a. Unik: Mont Blanc Klepon menggabungkan cita rasa tradisional klepon dengan nuansa modern dari Mont Blanc, menciptakan produk yang unik dan menarik bagi pelanggan.
- b. Kualitas: bahan baku yang digunakan adalah bahan-bahan berkualitas seperti unsalted butter Anchor, gula merah Makassar, dan santan kara, memastikan rasa yang autentik dan konsistensi produk yang tinggi.
- c. Branding: nama toko “Etoiles Patisserie” memberikan kesan eksklusif dan mewah, menarik pelanggan yang mencari pengalaman kuliner yang istimewa.

*Kelemahan (Weaknesses):*

- a. Keterbatasan Produksi: karena bahan-bahan berkualitas tinggi dan proses produksi yang rumit, mungkin sulit untuk memenuhi permintaan yang tinggi atau untuk memperluas jangkauan pasar.
- b. Harga tinggi: biaya bahan baku yang berkualitas tinggi dan proses produksi yang rumit dapat membuat harga jual produk relative tinggi, membatasi beli bagi sebagian konsumen.
- c. Ketergantungan pada pasar Niche: produk ini mungkin lebih diminati oleh konsum dengan selera dan anggaran yang khusus, membatasi potensi pasar yang lebih luas.

*Peluang (Opportunities):*

- a. Ekspansi Produk: mengembangkan variasi rasa atau ukuran produk dapat menarik pelanggan bari dan memperluas pangsa pasar.

- b. Pemasaran Digital: memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas produk kepada konsumen potensial yang lebih luas.
- c. Kolaborasi dan Kemitraan:
- d. Bermitra dengan restoran atau kafe local untuk menyediakan produk *Mont Blanc* Klepon sebagai bagian dari menu mereka dapat membuka peluang baru untuk pemasaran dan distribusi.

*Ancaman (Threats):*

- a. Persaingan: persaingan dengan produk-produk sejenis dari pesaing seperti Almon Tree Patisserie, Pagnolia Bakery, dan Laduree dapat mengurangi pangsa pasar dan membatasi pertumbuhan bisnis.
- b. Perubahan selera konsumen: perubahan tren atau preferensi konsumen terhadap makanan dan kue dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk *Mont Blanc* Klepon.
- c. Factor Eksternal: risiko eksternal seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan regulasi pemerintah, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat memengaruhi ketersediaan bahan baku dan biaya operasional, serta daya beli konsumen.

## **BAB III**

### **RENCANA SUMBER DAYA MANUSIA**

#### **3.1 Owner dan Koki Utama**

1. Bertanggung jawab atas manajemen keseluruhan operasi harian bisnis, termasuk perencanaan, produksi, pemasaran, dan layanan pelanggan.
2. Merancang menu dan memproduksi *Mont Blanc* Klepon.
3. Memastikan kualitas dan konsistensi produk sesuai dengan standar yang ditetapkan.
4. Mengelola stok bahan baku, mengawasi pembelian, dan mengelola persediaan agar tetap optimal.
5. Menjaga kebersihan dan sanitasi di area dapur dan seluruh fasilitas produksi.
6. Mengawasi proses produksi dan memastikan keamanan pangan selama setiap tahap produksi.
7. Menjalankan promosi dan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas.

#### **3.2 Kompensasi Pemilik**

Sebagai pemilik dan koki utama *Mont Blanc* Klepon, owner akan menerima kompensasi dari hasil usaha sendiri. Berikut adalah penjelasan tentang kompensasi owner:

- a) Pendapatan dari Penjualan:
  1. Pendapatan utama owner berasal dari hasil penjualan *Mont Blanc* Klepon yang di produksi dan di jual.
  2. Owner akan menerima keseluruhan pendapatan bersih dari penjualan, setelah memperhitungkan semua biaya produksi, operasional, dan lainnya.
- b) Gaji pribadi:
  1. Owner dapat menetapkan gaji pribadi sebagai kompensasi atas peran owner dalam operasional bisnis.

2. Kompensasi ini merupakan bagian dari biaya operasional bisnis dan akan mempengaruhi profitabilitas dan kelangsungan bisnis secara keseluruhan.

## **BAB IV**

### **RENCANA OPERASIONAL**

#### **4.1 Pengadaan Bahan Baku**

- a) Identifikasi dan pilih pemasok bahan baku berkualitas, termasuk tepung, telur, gula, dan bahan-bahan lainnya.
- b) Melakukan pembelian bahan baku secara rutin sesuai dengan kebutuhan produksi.

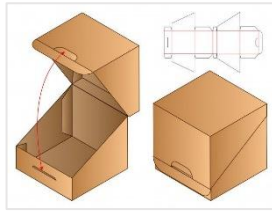
#### **4.2 Pengolahan Bahan Baku**

- a) Persiapkan bahan baku dan perlengkapan lainnya dengan benar dan menjamin tidak ada yang tertinggal agar proses pembuatan dilakukan dengan maksimal.
- b) Proses pengolahan:
  - 1. Melakukan pembuatan *pâte sablée* lalu di oven diatas perforated mat dengan suhu 160°C selama 15 menit.
  - 2. Pembuatan bubur sumsum sebelum dingin dan masukkan kedalam pipping bag.
  - 3. Memasak caramel gula merah, dituang ke *pâte sablée* yang sudah jadi dan oven lagi selama 2 menit.
  - 4. Setelah dingin, cetak bubur sumsum diatas caramel seperti gunung.
  - 5. Mencampurkan bahan untuk membuat krim pandan. Gunakan spuit rumput untuk membentuk mie diatas bubur sumsum yang sudah dingin.

#### **4.3 Kemasan produk**

- a) Siapkan kemasan berupa box yang sesuai dengan ukuran produk.
- b) Letakkan *Mont Blanc* Klepon yang telah selesai di produksi dalam kemasan dengan rapi dan higienis.
- c) Memastikan setiap kemasan dilengkapi dengan label produk yang mencantumkan informasi penting seperti mana produk, tanggal kadaluarsa, dan komposisi bahan.

d) Kemasan:



Gambar 1.2 Kemasan box

e) Label:



Gambar 1.3 Logo

#### 4.4 Pemasaran dan Proses Order

- a) Proses pemesanan untuk *Mont Blanc* Klepon akan dilakukan melalui system pre-order, di mana pelanggan dapat melakukan pemesanan sebelumnya untuk produk yang akan diproduksi pada waktu yang ditentukan.
- b) Pelanggan dapat melakukan pre-order melalui platform online seperti situs web resmi, media sosial, atau aplikasi pemesanan makanan. Selain itu, juga akan disediakan nomor kontak untuk melakukan pemesanan melalui pesan teks atau telepon.
- c) Setiap periode pre-order akan diumumkan sebelumnya, dan pelanggan akan diberikan informasi terkait jadwal produksi dan pengiriman.
- d) Setelah melakukan pre-order, pelanggan akan diminta untuk melakukan pembayaran terlebih dahulu untuk mengkonfirmasi pesanan mereka.
- e) Pada hari pengiriman yang telah ditentukan, *Mont Blanc* Klepon akan disiapkan sesuai dengan pesanan pelanggan dan dikirim atau

disediakan untuk pengambilan sesuai dengan preferensi pelanggan.

#### **4.5 Pendistribusian ke Konsumen Akhir**

- a) Pengiriman: produk dikirim langsung ke customer bisa melalui penjualan langsung di toko atau melalui layanan pengiriman.
- b) Memastikan pengiriman dilakukan dengan aman dan tepat waktu untuk menjaga kualitas produk.

## **BAB V**

### **RENCANA MARKETING**

#### **5.1 Harga**

Penetapan harga produk *Mont Blanc* Klepon akan didasarkan pada perhitungan biaya produksi, keuntungan yang diinginkan, dan harga pasar yang kompetitif. Dengan mempertimbangkan markup pricing sebesar 68% dari HPP, harga jual per porsi *Mont Blanc* Klepon ditetapkan sebesar Rp. 45.000.

#### **5.2 Produk**

*Mont Blanc* Klepon adalah produk unggulan yang menawarkan kombinasi unik antara tradisi klepon Indonesia dengan sentuhan modern dari *Mont Blanc* Prancis. Kelebihan produk ini termasuk rasa autentik klepon yang lezat, tekstur yang crispy dan kenyal, dan presentasi yang menarik dalam kemasan box eksklusif.

#### **5.3 Tempat**

Lokasi utama operasional *Etoiles Patisserie*, tempat produksi *Mont Blanc* Klepon, terletak strategis di pusat kota yang mudah diakses oleh pengunjung. Sebagai Langkah selanjutnya, akan dilakukan ekspansi ke area strategis lainnya seperti pusat perbelanjaan, pusat kuliner, dan Kawasan wisata untuk menjangkau lebih banyak pelanggan potensial.

#### **5.4 Promosi**

Strategi promosi akan mencakup kampanye pemasaran secara online, akan dilakukann promosi melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok dengan konten yang menarik dan mengundang interaksi. Selain itu, akan dilakukan program promosi seperti diskon pembelian pertama, paket promosi untuk acara special, dan Kerjasama dengan influencer kuliner untuk meningkatkan eksposur merek. Secara offline, promosi akan dilakukan melalui pameran kuliner, Kerjasama dengan restoran dan kafe local, dan distribusi brosur di area strategis. Desain brosur yang menarik akan digunakan untuk meningkatkan kesadaran dan minat konsumen terhadap produk *Mont Blanc* Klepon.

**BAB VI**  
**RENCANA FINANSIAL**

**6.1 Rincian Budget Awal**

**6.1.1. Peralatan yang Dibutuhkan**

Table 6.1 Tabel Perhitungan Modal dan Penyusutan

No	Nama	Jumlah barang	Harga satuan (Rp.)	Total harga (Rp.)	Umur ekonomis (tahun)	Penyusutan per tahun (Rp.)	Penyusutan Perbulan (Rp.)
1	Hand mixer	2	880,000	1.760.000	3	586.667	48.889
2	Bowl	6	29,700	178.200	5	35.640	2.970
3	Spatula	3	19,500,	58.500	4	14.625	1.219
4	Rolling pin	1	50,999	50.999	6	8.500	708
5	Oven	1	10.000.000	10.000.000	7	1.428.571	119.047
6	Tray	2	185,000	370.000	3	123.333	10.278
7	Mat	2	29,900	59.800	2	29.900	2.492
8	Tart ring 5 cm	10	30,000	300.000	5	60.000	5.000
9	Hand gloves	1	50,600	50.600	3	16.867	1.406
10	Sput rumput	1	8,800	8.800	2	4.400	367
11	Piping bag	1	13,500	13.500	3	4.500	357
12	Paring knife	1	120,645	120.645	5	24.129	2.011
13	Baking paper	1	12,300	12.300	3	4.100	342
14	Strainer	1	40,060	40.060	4	10.015	835
15	Shifter flour	1	37,521	37.521	5	7.504	635
16	Sauce pan	2	109,900	219.800	4	54.950	4.579
17	Balloon whisk	2	24,225	48.450	5	9.690	808
18	Scale	1	300.000	300.000	2	150.000	12.500
19	Gas tabung	1	160.000	160.000	0	0	0
<b>Total</b>			<b>12.127.550</b>	<b>13.759.175</b>	<b>-</b>	<b>2.523.391</b>	<b>214.443</b>

### 6.1.2 Variable Cost

Tabel 6.2 Variable Cost

no	Nama barang	Jumlah barang	Harga satuan (Rp.)	Harga per produksi (Rp.)	Total harga per Bulan (Rp.)
1	Bahan Baku:				
	a) Unsalted butter	100 g	247.350/kg	24.730	4.352.480
	b) Garam	2 g	24.900/320g	25	4.400
	c) Icing Sugar	40 g	38.500/kg	1.550	272.800
	d) Almond Powder	20 g	85.000/500g	3.400	598.400
	e) Corn Starch	30 g	14.500/kg	450	79.200
	f) Telur	36 g	32.999/kg	1.200	211.200
	g) Vanilla Paste	4 g	37.100/100ml	1.500	264.000
	h) Tepung Kunci	170 g	12.800/kg	2.200	387.200
	i) Santan Kara	400 g	32.300/ltr	12.920	2.273.920
	j) Air	800 ml	45.000/galon	1.895	333.250
	k) Tepung Beras	110 g	8.400/500g	1.848	325.248
	l) Gula	52 g	14.500/kg	754	132.704
	m) Gula Merah	160 g	18.000/500g	5.760	1.013.760
	n) SKM	240 g	15.900/327g	11.500	2.024.000
	o) Daun Pandan	20 lembar	250/lembar	5.000	880.000
	p) Daun Suji	16 lembar	300/lembar	4.800	844.800
	q) Bubuk Whip Cream	180 g	80.000/kg	14.400	2.534.400
2	Bahan Taburan:				
	a) Kelapa Parut	10 g	25.000/500g	500	88.000
	b) Gold Leaf	5 g	35.000/100g	1.750	308.000
3	Bahan Tambahan:				
	a) Kemasan	20 pcs	220.000/20pcs	11.000	220.000
	b) Pipping Bag	3 pcs	13.500/50pcs	810	142.560
<b>Total</b>	-	-	-	<b>109.492</b>	<b>19.270.592</b>

**\*1x produksi 4 box**

**1 bulan 176 produksi per bulan**

### 6.1.3 Operational Cost

Tabel 6.3 Operational Cost

No	Komponen	Biaya per bulan (Rp.)
1	Listrik dan Air	500.000
2	Gas	20.000
3	Media Sosial	1.000.000
4	2 Karyawan	7.480.000
Total		9.000.000

1. *Investment* Rp. 12.127.550
2. *Variable Cost* Rp. 19.270.592/bulan
3. *Operational Cost* Rp. 9.000.000/bulan
4. *Depreciation Cost* Rp. 214.443/bulan

Jadi, total *Capital Budget* Rp. 40.612.585

### 6.1.4 Anggaran Eksekutif Bisnis

#### a. Fixed Cost

depreciation cost + operational cost

$$214.443 + 9.000.000 = \text{Rp } 9.214.443/\text{bulan}$$

#### b. Cost per unit

HPP = (Fixed Cost + Variable Cost) / total unit

$$\text{HPP} = (9.214.443 + 19.270.592) : (4 \times 176)$$

$$\text{HPP} = 28.485.035 : 704$$

$$\text{HPP} = 40.461 \sim 40.500$$

#### c. Price per unit

$$23,5\% \text{ dari HPP} = 9.517 \sim 9.500$$

Maka, price per unit adalah **Rp. 50.000**

#### d. Sold Unit (quantity)

proyeksi penjualan **704** box per bulan

#### e. Sales Volume

Sold unit total x price per unit

$$704 \times 50.000 = \text{Rp. } 35.200.000$$

**f. Cost Of Sales**

Cost per unit x unit total sold

$$40.500 \times 704 = \mathbf{Rp. 28.512.000}$$

**g. Gross Margin**

Sales volume – cost of sales

$$35.200.000 - 28.512.000 = \mathbf{Rp. 6.688.000}$$
 per bulan

**h. Net profit**

Karena rangkaian produksi dan penjualan semua dilakukan oleh owner sendiri, maka nett profit yang dihasilkan sama dengan gross margin yaitu Rp. 6.688.000

**6.1.5. Break Even Point**

BEP = cost of sales : price per unit

$$\text{BEP} = \text{Rp } 28.512.000 : 50.000$$

$$\text{BEP} = 570$$

Jadi, bisnis ini akan mengalami BEP ketika dapat menjual 570 box per bulan.

**BAB VII**  
**LAPORAN PENJUALAN**

**7.1 Rekapitulasi Pengeluaran**

Table 7.1 Rekapitulasi Pengeluaran

No	Keterangan	Nama barang	Jumlah (unit/buah)	Harga satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
<b>1</b>	<b>Investment</b>	a. Hand mixer	2	880.000	1.760.000
		2) Bowl	6	29.700	178.200
		3) Spatula	3	19.500	58.500
		4) Rolling pin	1	50.999	50.999
		5) Oven	1	10.000.000	10.000.000
		6) Tray	2	185.000	370.000
		7) Perforated Mat	2	29.900	59.800
		8) Tart ring 5 cm	24	1.525	36.600
		9) Hand Gloves	1	50.600	50.600
		10) Spuit Rumput	1	8.800	8.800
		11) Pipping Bag	1	13.500	13.500
		12) Paring Knife	1	160.645	160.645
		13) Baking Paper	1	12.300	12.300
		14) Strainer	1	40.060	40.060
		15) Shifter	1	37.521	37.521
		16) Sauce Pan	2	109.900	219.800
		17) Ballon Whisk	2	24.225	48.450
		18) Scale	1	300.000	300.000
		19) Gas Tabung	1	160.000	160.000
<b>TOTAL INVESTMENT (Rp.)</b>				<b>12.114.175</b>	<b>13.565.775</b>
				<b>Ket: Depresiasi /hari: Rp. 10.722</b> <b>Depresiasi untuk 3 hari Rp. 32.166</b>	
<b>2</b>	<b>Operasional</b>	1) Listrik dan air			75.000
		2) Gas			3.000
		3) Sosial Media			0

No	Keterangan	Nama Barang	Jumlah (unit/buah)	Harga satuan (Rp)	Total Harga (Rp)
3	<b>Production</b>	1) unsalted butter	300 g	247.350/kg	74.190
		2) garam	6 g	24.900/320g	75
		3) icing sugar	120 g	38.500/kg	4.650
		4) almond powder	60 g	85.500/500g	10.200
		5) corn starch	90 g	14.500/kg	1.350
		6) telur	108 g	32.999/kg	3.600
		7) vanilla paste	12 g	37.100/100ml	4.500
		8) tepung kunci	510 g	12.800/kg	6.600
		9) santan kara	400 g	32.300/ltr	13.000
		10) air	800 ml	45.000/gallon	1.200
		11) tepung beras	110 g	8.400/500g	1.900
		12) gula	52 g	14.500/kg	800
		13) gula merah	240 g	18.000/500g	8.640
		14) SKM	360 g	15.000/370ml	14.595
		15) daun pandan	30 lembar	250/lembar	7.500
		16) daun suji	24 lembar	300/lembar	7.200
		17) bubuk whip cream	270 g	80.000/kg	21.600
		18) kelapa parut kering	20 g	25.000/500g	1.000
		19) gold leaf	20 g	35.000/100g	7.000
		20) kemasan box lubang 4	20 pc	220.000/20pcs	220.000
		21) wadah mooncake	80 pc	100.000/100pcs	80.000
		22) pipping bag	12 pc	13.500/50pcs	3.240
<b>TOTAL PRODUCTION (Rp.)</b>					<b>490.840</b>
<b>TOTAL (Rp.)</b>					<b>601.006</b>

## 7.2 Rekapitulasi Pendapatan

Table 7.2 Rekapitulasi pendapatan

No	Tanggal	Jumlah Produk	Harga Total (Rp.)
1	8 Juni 2024	12 box	600.000
2	9 Juni 2024	3 box	150.000
3	10 Juni 2024	5 box	250.000
<b>TOTAL (Rp.)</b>			<b>1.000.000</b>

Jadi, total biaya pemasukan periode Juni 2024 adalah Rp.1.000.000,

### 7.3 Keuntungan

Keuntungan yang diperoleh adalah Rp. 1.000.000 – Rp. 601.006 = Rp. 398.994 (tercapai 20 box dalam 1x produksi)

### 7.4 evaluasi Marketing

Tabel 7.3 Evaluasi Marketing

Rencana Pemasaran	Sudah Berjalan/Belum	Keterangan
1) Promosi melalui mulut ke mulut	sudah	Hasilnya memuaskan
2) Promosi melalui akus sosial media	belum	Karena belum membuat akun, foto produk, buat postingan, dan harga terlalu mahal.

### 7.5 Ulasan Hasil Penjualan

Produk *Mont Blanc* Klepon kami telah menerima sambutan yang sangat positif dari para pelanggan. Mereka sangat menyukai rasa unik dan kelezatan dari klepon kami, yang berpadu sempurna dengan bubur sumsum yang tidak terlalu manis. Menurut mereka, tekstur klepon yang empuk dan crispy sangat memuaskan, serta dapat dinikmati bersama-sama. Sausnya yang melimpah, bubur sumsumnya yang gurih, dan krimnya yang memiliki rasa pandan asli menambah kesempurnaan cita rasa.

Namun, beberapa pelanggan mengomentari harga produk yang dianggap mahal di harga Rp 56.000 per box yang berisi satu kue berukuran 8 cm. Menanggapi hal ini, kami memberikan diskon Rp 6.000 per box untuk memberikan nilai lebih kepada pelanggan kami. Hasil dari ulasan-ulasan ini menunjukkan bahwa *Mont Blanc* Klepon

kami sangat memuaskan dan berhasil menarik perhatian banyak orang. Kami akan terus berupaya mempertahankan kualitas dan meningkatkan pengalaman pelanggan untuk menjaga kepuasan mereka.

### 7.6 Pemecahan Masalah

Menanggapi masalah harga yang dianggap tinggi oleh beberapa pelanggan, kami memutuskan untuk menurunkan harga menjadi Rp 50.000 per box yang

berisi empat kue berukuran 5 cm. Dengan pemotongan harga ini, kami berhasil menarik lebih banyak pelanggan yang tertarik untuk mencoba produk kami. Langkah ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk *Mont Blanc* Klepon kami, tetapi juga memperluas basis pelanggan kami. Hasilnya, kami melihat peningkatan penjualan dan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

## **BAB VIII**

### **PENUTUP**

#### **8.1 Kesimpulan**

Keimpulan pembuatan “*Mont Blanc* Klepon” memiliki peluang untuk bisnis. Modal yang di perlukan untuk bisnis ini yaitu Rp. 27.252.513 dengan proyeksi keuntungan dalam satu bulan adalah Rp. 22.680.000, dengan penjualan 840 box. Dengan menjual 20 box, hasil penjualan yang dilakukan selama 3 hari dapat terjual 20 box dan menghasilkan keuntungan Rp. 398.994.

#### **8.2 Saran**

Pengembangan kue Mont Blanc adalah sejenis kue tradisional dari Perancis dan kedepannya akan menambah varian isian dan macam yaitu membuat kue tradisional Indonesia dan beragam rasa yang belum ada dan variasi lainnya yang sudah pernah ada, dan mulai menyiapkan cara untuk bisa di jual mulai dalam kota hingga keluar kota sehingga diharapkan mampu menambah minat beli masyarakat.

## DAFTAR PUSAKA

Loc.cit

[https://en.wikipedia.org/wiki/Mont\\_Blanc\\_\(dessert\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mont_Blanc_(dessert))

Larousse Gastronomique (1938), oleh Prosper Montagné  
[https://archive.org/details/laroussegastrono0000mont\\_w7s3/page/n1113/mode/2up](https://archive.org/details/laroussegastrono0000mont_w7s3/page/n1113/mode/2up), diakses pada 14 Desember 2023.

Permatasari, R. (2016). Pengolahan Gula Aren. Makassar.

Larousse Gastronomique (1938), oleh Prosper Montagné  
[https://archive.org/details/laroussegastrono0000mont\\_w7s3/page/n1113/mode/2up](https://archive.org/details/laroussegastrono0000mont_w7s3/page/n1113/mode/2up), diakses pada 14 Desember 2023.

LAMPIRAN 1 HASIL NOTA PEMBELIAN

**Pelangi** Sidoarjo, ..... 20 .....

Raya Wisma Tropodo AB - 8  
 Waru - Sidoarjo  
 Telp. 0851 0135 3755

Kepada Yang Terhormat :  
 Tuan .....  
 Toko .....

**Nota No. 001335**

Banyaknya	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
	Garam		24.700
	Tepung Mugar		36.870
	Mentol Powder		85.800
	Corn Starch		14.500
	Telur		32.999
	Toffee Vanilla		39.600
	Tepung Kelapa		12.600
	Santan Kental		32.300
Tanda Terima,	PERHATIAN Barang-barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan / ditukar	Jumlah Rp.	

---

**Nota No. 001336**

Banyaknya	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
	Aqua		45.000
	Tepung Beras		8.400
	Gula		19.000
	Gula Merah		10.000
	SKM		15.000
	Dauru Bندان		7500
	Dauru bayi		7.200
	Hiyam Putih (Vanilla Powder)		80.000
Tanda Terima,	PERHATIAN Barang-barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan / ditukar	Jumlah Rp.	

---

**Nota No. 001337**

Banyaknya	NAMA BARANG	HARGA	JUMLAH
	Anchor Unsalted Butter		247.350
	Kelapa Parut kering		28.000
	Gold Leaf		38.000
	Box 4 Lumpang		220.000
	Wadah Muncake		100.000
	Piping Bag		13.500
Tanda Terima,	PERHATIAN Barang-barang yang sudah dibeli tidak dapat dikembalikan / ditukar	Jumlah Rp.	1.115.049

**LAMPIRAN 2 HASIL PENJUALAN**







→ Forwarded  
m-Transfer :  
BERHASIL  
09/06/2024 19:42:16  
Ke 5065379225  
GIZELLA VANESSA PINONTOA  
Rp. 500,000.00  
Ref 148230952  
7:43 PM





**Transfer Berhasil**  
**IDR 150,000.00**

**Detail Transaksi**  
Tanggal Transaksi  
**11 Jun 2024 07:40:07**  
Nama Penerima  
**GIZELLA VANESSA PINONTOA**  
Rekening Tujuan  
**506 - 537 - 9225**  
Dari Rekening  
**726 - 0\*\* - \*\*58**  
Nominal  
**IDR 150,000.00**  
Berita  
**Monica 3 box**  
Jenis Transfer  
**Transfer sekarang**  
No. Referensi  
**35C61828-5451-4BCA-AC35-D3D8A0A6F17B**