



Journal of Human And Education
Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 431-437
E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876
Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pelatihan Pembuatan *Whipped Cream* Alternatif di UMKM *Catering* Tangerang Selatan (UCTS)

Indria Widyawan¹, Patricia Shielline², Ivana Valencia Erwen³

Universitas Matana

Email: indria.widyawan@matanauniversity.ac.id

Abstrak

Sebagai tulang punggung ekonomi lokal, UMKM berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Kegiatan ini bertujuan mengembangkan wawasan, serta ide-ide baru dalam menciptakan produk makanan yang menggunakan krim kocok dengan alternatif bahan dasar yang lebih murah. Pelatihan cara pembuatan *whipped cream* alternatif telah dilaksanakan dengan harapan bahwa masyarakat dapat mengembangkan produk, khususnya pada bidang usaha makanan dan dekorasi kue dengan meminimalkan biaya produksi. Setelah dilaksanakannya pelatihan yang melibatkan *pre test*, kemudian penyampaian materi, dilanjutkan dengan aktivitas pelatihan dan di akhiri dengan *post test*, masyarakat memperoleh pemahaman tentang metode untuk membuat alternatif *whipped cream*, serta memahami cara perhitungan biaya produksi sehingga masyarakat juga dapat mengembangkan kreativitas melalui peningkatan daya saing produk menggunakan bahan lokal yang mudah diperoleh. Melalui pelatihan ini juga, masyarakat yang tergabung dalam komunitas UCTS dapat memiliki pemahaman terkait jenis *cream*, dan meluruskan pemahaman masyarakat yang sebelumnya kurang tepat perihal *whipped cream*.

Kata Kunci: *Dekorasi Kue, Krim Alternatif, Krim Kocok*

Abstract

As the backbone of the local economy, MSMEs contribute significantly to overall economic growth. This activity aims to expand knowledge and generate innovative ideas for creating food products utilizing whipped cream made from more cost-effective alternative ingredients. A training program on the production of alternative whipped cream was implemented with the aim of enabling participants to develop food products and cake decorating while minimizing production costs. The training, which employed a combination of pre-tests, material delivery, hands-on practice, and post-tests, resulted in participants gaining an understanding of the alternative whipped cream production method. Additionally, they learned to calculate production costs, enhancing their ability to innovate and improve product competitiveness by using locally available materials. Through this training, community members involved in the UCTS community also gained insights into different types of creams and rectified previous misconceptions about whipped cream.

Keyword: *Alternative Cream, Cake Decoration, Whipped Cream*

PENDAHULUAN

Sebagai penggerak ekonomi lokal, UMKM memiliki peran krusial terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Aladin et al., 2021; Qadisyah et al., 2023). Terutama bagi perekonomian di negara yang masih berkembang, UMKM memiliki peran signifikan (Hanggraeni, 2021). Keberadaan UMKM di berbagai pelosok negeri mendistribusikan pendapatan secara merata dan mendorong pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah. Menurut data Kemenko Perekonomian, sebanyak 60,5% Produk Domestik Bruto (PDB) berasal dari UMKM yang juga memberikan kontribusi sebesar 96,9% dalam penyerapan tenaga nasional (Limanseto, 2022). Jumlah UMKM mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi (Rachman, 2016) dan kemandirian dalam perkembangan masyarakat (Vinatra, 2023).

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah sektor UMKM terbesar (Cay & Irnawati, 2020). Berdasarkan informasi yang diambil dari data Disperindag Kota Tangerang Selatan, terdapat kurang lebih 1.507 UMKM dari beragam sektor industri, sementara 26.000 UKM sebagian besar bergerak di sektor kuliner. UCTS (UMKM Catering Tangerang Selatan) merupakan salah satu contoh usaha kecil dan menengah yang turut berkontribusi pada perekonomian Kota Tangerang Selatan. Pembentukan UCTS didirikan untuk mengoptimalkan peluang di bidang usaha catering, kemudian dirancang untuk menyelaraskan visi dan misi dari para pelaku UMKM di Tangerang Selatan demi mendorong kesejahteraan bersama, terlebih bagi para pelaku UMKM. Keberadaan UMKM juga berdampak dalam memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar. UMKM cenderung mengalami kesulitan dalam hal menetapkan kapasitas produksi dan harga produk maupun jasa yang dijual. Hal ini salah satunya disebabkan oleh asal sumber bahan baku yang berbeda. Proses distribusi berpengaruh pada biaya akhir, bahkan kualitas dari suatu produk.

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sebagai bentuk upaya pemberdayaan masyarakat dengan tujuan memberikan edukasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM Catering Tangerang Selatan dalam hal pengembangan produk inovatif. Inovasi produk merujuk pada usaha yang dilakukan sebagai upaya dalam memperbaiki, memperbarui, meningkatkan, dan mengembangkan produk yang dihasilkan (Putra, 2022).

Pengembangan inovasi dapat menjadi aset berharga untuk mendorong kemajuan ekonomi suatu daerah. SDM yang terampil dan berdaya saing menjadi kunci dalam meningkatkan produktivitas dan inovasi dalam berbagai bidang usaha (Ghina et al., 2024). Terlebih dalam era perkembangan yang pesat, seluruh industri bersaing dengan berbagai

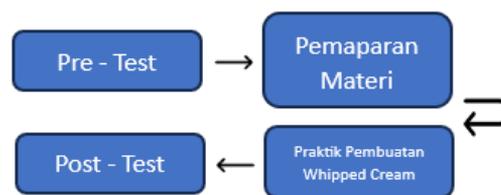
sektor lainnya sehingga perlu strategi pengembangan agar daya saing industri meningkat (Agustian et al., 2020).

Tujuan dilaksanakannya PKM ini adalah (1) untuk mengedukasi masyarakat mengenai produk alternatif *whipped cream* sebagai inovasi produk yang dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan ide berjualan yang bisa dinikmati masyarakat dan memiliki nilai daya saing, (2) untuk mengedukasi masyarakat agar memiliki keterampilan dalam mengembangkan inovasi produk tanpa terhalang keterbatasan pada akses bahan premium, (3) mengedukasi masyarakat agar dapat menghitung *food cost* untuk memperoleh keuntungan.

Sejalan dengan tujuan tersebut, Program Studi Pariwisata Universitas Matana melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul: Pelatihan Pembuatan *Whipped Cream* Alternatif di UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS) dengan tujuan membantu masyarakat pelaku UMKM di Tangerang Selatan dalam peningkatan kualitas produk dan pengembangan ide inovasi melalui pemaparan materi dan pelatihan yang praktis dan aplikatif.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pelatihan cara pembuatan *Whipped Cream* Alternatif diikuti oleh masyarakat yang tergabung dalam komunitas UCTS (UMKM *Catering* Tangerang Selatan) dengan jumlah 14 peserta. Tahapan yang dilakukan dicantumkan pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Kegiatan

Alur pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pemaparan materi yang dilanjutkan dengan praktik menggunakan peralatan sederhana seperti *mixer*, sendok, dan mangkuk. Materi yang disampaikan di antaranya berupa penjelasan singkat mengenai produk, metode pembuatan, penjelasan standar resep, dan cara menghitung biaya produksi.

Sebelum pelaksanaan kegiatan, peserta terlebih dahulu mengikuti *pre test*, sementara *post test* dilakukan di akhir setelah kegiatan selesai sebagai tolak ukur efektivitas dan keberhasilan dari program pelatihan yang telah dilaksanakan. *Pre test* dilakukan untuk mengetahui pemahaman peserta yang terlibat terhadap materi yang akan disampaikan. Sedangkan *post test* dilakukan di akhir kegiatan untuk mengetahui pemahaman yang diperoleh peserta setelah penyampaian materi, baik berupa teori maupun praktik yang sudah dilaksanakan secara langsung. Manfaat utama dari pelaksanaan tes ini adalah memungkinkan perbandingan pengetahuan peserta dengan mengevaluasi pengetahuan peserta secara konsisten pada sebelum dan sesudah dengan menggunakan alat yang sama pada partisipan yang sama (William & Hita, 2019).

Bahan-Bahan dan Cara Pembuatan

Pada tahap persiapan pelatihan pembuatan *whipped cream* alternatif, perlu beberapa bahan dan peralatan, di antaranya:

Tabel 1. Alat

No	Nama Alat
1	Mangkuk
2	Sendok
3	Mixer

Tabel 2. Bahan

No	Komposisi	Takaran
1	Susu bubuk	75gr
2	Kental manis	90gr
3	SP	7gr
4	Air es	Sesuai selera

Cara Pembuatan:

1. Campurkan susu bubuk dan kental manis dengan sedikit air es.
2. Masukkan SP, aduk dengan mixer pada kecepatan tinggi hingga mengembang dan membentuk krim.

Penggunaan bahan dapat menyesuaikan selera dan kebutuhan. Jumlah takaran antara air es dan SP dapat mempengaruhi tekstur krim. Semakin banyak jumlah SP yang digunakan akan menghasilkan tekstur krim yang padat, sedangkan jumlah takaran air es yang semakin banyak akan membuat tekstur krim semakin cair. Begitu juga dengan rasa krim dapat menyesuaikan dengan penggunaan kental manis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pelatihan yang dilaksanakan melalui kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan edukasi dan pelatihan kepada anggota komunitas UMKM Catering Tangerang Selatan dalam pengembangan produk inovatif, khususnya pembuatan *whipped cream* alternatif, serta untuk mengembangkan keterampilan dalam meningkatkan daya saing produk menggunakan bahan baku yang ekonomis dan mudah diperoleh.

Whipped cream atau krim kocok merupakan krim yang terbuat dari kandungan lemak sebesar 30% atau lebih yang dapat dikocok hingga menjadi busa. Biasa digunakan sebagai bagian dari bahan pelengkap atau isian pada hidangan penutup (Gisslen, 2017). Pelatihan ini diharapkan dapat mengembangkan kreativitas masyarakat pelaku UMKM dalam melihat peluang berjualan dengan inovasi produk alternatif *Whipped Cream*. Peserta yang semula belum memiliki pemahaman yang memadai tentang *Whipped Cream* menjadi lebih paham, dapat dilihat dari hasil *Pre Test* dan *Post Test* yang menampilkan perbedaan pasca penjelasan materi dan praktikum.

Tabel 3. Hasil *Pre-Test*

No	Materi Pelatihan	Persentase
1	Pengetahuan tentang <i>whipped cream</i>	92,9%
2	Pengetahuan terhadap alternatif <i>whipped cream</i>	35,7%
3	Pengetahuan mengenai bahan membuat alternatif <i>whipped cream</i>	35,7%

Berdasarkan perolehan data saat *pre-test* diketahui bahwa 92,9% partisipan menyatakan bahwa telah mengetahui perihal *whipped cream*. Namun, ketika masing-masing partisipan diminta penjelasan terkait *whipped cream*, diketahui bahwa penjelasan yang diberikan masyarakat menunjukkan bahwa terdapat mispersepsi terhadap *whipped cream*. Definisi *whipped cream* yang dijelaskan menurut pemahaman para partisipan merupakan *butter cream*, yaitu jenis krim dengan bahan dasar yang berbeda. Sebanyak 64,3% partisipan belum mengetahui bahwa terdapat alternatif dalam pembuatan *whipped cream* dengan bahan-bahan yang sederhana dan mudah diperoleh.

Dari data tersebut dapat dilihat bahwa pengetahuan partisipan mengenai *whipped cream* dan pembuatan alternatif *whipped cream* masih terbatas. Oleh karena itu, diperlukan pemaparan materi dan pelatihan agar pelaksanaan praktik dapat berjalan sesuai dengan sasaran yang telah ditetapkan.

Tabel 4. Materi Pelatihan

No	Materi Pelatihan
1	Penjelasan tentang <i>whipped cream</i>
2	Penjelasan alat dan bahan yang diperlukan
3	Perhitungan biaya bahan baku

Penyampaian materi dalam pelatihan ini kemudian dilanjutkan dengan praktik cara pembuatan *whipped cream* alternatif. Setelah selesai proses pembuatan, peserta kemudian mengisi *post-test* sebagai tolak ukur peningkatan pemahaman topik dari para peserta.



Gambar 2. Pemaparan Materi Pelatihan



Gambar 3. Praktikum Pembuatan *Whipped Cream* Alternatif

Tabel 5. Hasil *Post-Test*

No	Materi Pelatihan	Persentase
1	Pengetahuan tentang <i>whipped cream</i>	100%
2	Pengetahuan terhadap alternatif <i>whipped cream</i>	92,9%
3	Pengetahuan mengenai bahan membuat alternatif <i>whipped cream</i>	100%

Hasil *post-test* menunjukkan peningkatan pengetahuan partisipan mengenai *whipped cream*. Melalui pemaparan materi dan praktik langsung tentang pembuatan *whipped cream* alternatif juga telah berhasil mengembangkan pengetahuan partisipan mengenai pembuatan alternatif *whipped cream* dengan bahan sederhana. Capaian dari pelatihan ini yakni adalah peserta telah memahami akan adanya peluang menciptakan produk inovasi dengan memanfaatkan *whipped cream* alternatif. Peserta diharapkan dapat memahami dan menguasai metode dan tahapan pembuatan produk ini dan cara perhitungan yang perlu digunakan nantinya. Penjelasan materi dan praktik yang sudah dilaksanakan juga diharapkan dapat memotivasi peserta untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing dari produk mereka.

SIMPULAN

Setelah dilaksanakannya Pengabdian Kepada Masyarakat di UMKM Catering Tangerang Selatan (UCTS), peserta telah mendapatkan ide untuk memanfaatkan alternatif whipped cream sebagai pengganti whipped cream untuk isian pada pembuatan sando (roti lapis ala Jepang) dan dekorasi kue. Partisipan juga terdorong untuk mengembangkan varian produk yang dijual, terutama pada partisipan yang memiliki usaha catering dengan pertimbangan perhitungan biaya bahan baku yang terjangkau. Partisipan juga dibekali pengetahuan mengenai penyesuaian penggunaan masing-masing bahan terhadap tekstur akhir krim, serta metode penyimpanan dan daya tahan simpannya. Sebagian besar partisipan termotivasi untuk mencoba sendiri untuk menentukan testur yang pas bagi kebutuhan produk masing-masing. Adapun rekomendasi sebagai tindak lanjut dari pelatihan pembuatan whipped cream alternatif ini yaitu bahwa partisipan perlu pelatihan lanjutan mengenai pemanfaatan whipped cream alternatif ini. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan dapat mengembangkan kreativitas para pelaku UMKM, khususnya UCTS dalam berinovasi dengan modal ekonomis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, E., Mutiara, I., & Rozi, A. (2020). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 5(2), 257. <https://doi.org/10.33087/jmas.v5i2.192>
- Aladin, A., Dewata, E., Sari, Y., & Aryani, Y. A. (2021). The Role of Small and Medium Enterprises (SMES) and Economic Growth in Indonesia: The VECM Analysis. *Proceedings of the 4th Forum in Research, Science, and Technology (FIRST-T3-20)*, 1, 95–99. <https://doi.org/10.2991/ahsseh.k.210122.017>
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi pemasaran e-commerce untuk meningkatkan volume penjualan (studi kasus UMKM di Kota Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri*, 4(2), 160–170.
- Ghina, A., Anggraini, L. D., & Pebriani, R. A. (2024). Pengabdian masyarakat : membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 1956–1974.
- Gisslen, W. (2017). *Professional Baking* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Hanggraeni, D. (2021). *Strategi bisnis dan manajemen risiko dalam pengembangan UMKM di Indonesia*. PT. Penerbit IPB Press.
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Ekon.Go.Id. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Putra, R. O. P. (2022). Pentingnya branding dan inovasi produk untuk pengembangan bisnis olahan tempe pada Desa Petung Kecamatan Bangsalsari Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.19184/jpma.v1i1.31412>
- Qadisyah, M., Hasanah, A., Hanum, H., & Harahap, N. (2023). Peran UMKM Dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Deli Serdang. *Manivest: Jurnal Manajemen, Ekonomi, Kewirausahaan, Dan Investasi*, 1(2), 159–168. <https://doi.org/10.37832/manivest.v1i2.58>
- Rachman, S. (2016). Analisis pengaruh perkembangan Usaha Kecil dan Menengah sektor manufaktur terhadap pertumbuhan ekonomi di Kota Makassar. *Jurnal Ad'ministrare*, 3(2), 71. <https://doi.org/10.26858/ja.v3i2.2567>
- Vinatra, S. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan

Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1-08.
<https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>

William, & Hita. (2019). Mengukur tingkat pemahaman pelatihan PowerPoint menggunakan Quasi-Experiment One-Group Pretest-Posttest. *JSM STMIK Mikroskil*, 20(1), 71-80.