

EDUKASI KEPADA MASYARAKAT TENTANG PROSES PEMBUATAN CHICKEN CHEESE BALL DAN STRATEGI PEMASARANNYA

**Aulia Ayu¹, Naswa Mar'atus², Shella Wulandari³, Mellyana Herawati⁴, Cantika Ratna Wati⁵,
Unna Ria Safitri⁶**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Boyolali

Email : 1auliaayudamayanti@gmail.com,

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat Desa Kedung Mulyo RT 05/RW 04, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali, dalam mengolah daging ayam menjadi produk inovatif chicken cheese ball serta memperkenalkan strategi pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi presentasi, demonstrasi pembuatan produk, dan pelatihan pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa masyarakat memperoleh pemahaman baru mengenai proses pembuatan chicken cheese ball yang bernilai gizi tinggi dan berpotensi sebagai usaha mikro berbasis pangan lokal. Selain itu, pelatihan digital marketing meningkatkan literasi dan motivasi masyarakat untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi produk secara lebih luas dan efektif. Kegiatan ini diharapkan menjadi dasar pengembangan usaha mikro, mendorong kemandirian pangan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.

Kata kunci : Edukasi, Strategi. Pemasaran

ABSTRACT

This community service activity aims to enhance the knowledge and skills of the residents of Kedung Mulyo Village RT 05/RW 04, Kemusu District, Boyolali Regency, in processing chicken meat into the innovative product chicken cheese ball and introducing digital marketing strategies. The methods employed include presentations, hands-on product demonstrations, and digital marketing training using platforms such as Instagram, Facebook, WhatsApp, and TikTok. The results show that the community gained new insights into the production process of nutritious chicken cheese balls, which have the potential to become micro-enterprises based on local food resources. Furthermore, digital marketing training improved the community's literacy and motivation to utilize social media as an effective and broader promotional tool. This activity is expected to lay the foundation for micro-business development, promote food self-sufficiency, and improve the welfare of the village community.

Keywords : Education, Strategy, Marketing

PENDAHULUAN

Pangan termasuk dalam keperluan primer yang wajib tercukupi bagi seluruh manusia setiap saat. Untuk diversifikasi, kita dapat mengoptimalkan penggunaan sumber makanan, terutama makanan lokal (Putri dkk., 2017). Untuk mendukung meningkatnya kesadaran akan pentingnya asupan protein dari daging ayam, perlu disediakan berbagai macam olahan daging ayam yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Salah satu olahan yang memiliki cita rasa lezat dan keunikan tersendiri adalah chicken cheese ball. (Rahmawati, 2023).

Dalam konteks pengabdian masyarakat, partisipasi mahasiswa dalam pembuatan produk kreatif yang didasarkan pada potensi lokal dapat menghasilkan nilai tambahan melalui penggunaan teknologi dan pendekatan ilmiah yang tepat. Maka dari itu, pengabdian ini yang memiliki tujuan untuk mengembangkan mutu pangan berbasis daging ayam melalui upaya diversifikasi produk menjadi olahan chicken cheese ball, yang meningkatkan kreativitas mahasiswa melalui proses pengolahan yang sederhana namun menciptakan produk yang luar biasa, memiliki nilai jual yang tinggi, dan aman dikonsumsi oleh segala usia. Selain itu, hasilnya diharapkan dapat menjadi dasar untuk pengembangan usaha mikro yang memanfaatkan potensi pangan lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Manusia dapat melakukan banyak hal dengan strategi digital marketing. Untuk memasarkan barang dan jasa digital, berbagai strategi dibuat. Tujuannya jelas yaitu untuk membantu proses pembelian produk yang diinginkan lebih mudah bagi pelanggan. Di era sekarang masyarakat terbiasa berbelanja online karena sudah menjadi gaya hidup masyarakat untuk kemudahan dalam berbelanja dan berbagai promo menarik menjadi faktor pendorong masyarakat untuk berbelanja melalui platform online.

Pergeseran dari model pemasaran konvensional ke pemasaran digital adalah salah satu transformasi yang paling menonjol. Pelaku usaha mikro, terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Kedungmulyo RT 05/ RW 04, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali, memiliki peluang besar untuk menggunakan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing, meningkatkan jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan literasi digital, namun, adalah salah satu hambatan utama yang menghalangi pemaksimalan potensi tersebut. Banyak pemilik bisnis mikrodidesain tidak tahu cara menggunakan strategi pemasaran digital, platform e-commerce, dan media sosial. Usaha mikro seperti produksi makanan rumahan, kerajinan tangan, dan hasil pertanian dan perkebunan lokal adalah bisnis utama desa masyarakat ini. Sayangnya, beberapa hambatan utama bagi kemajuan bisnis mereka adalah keterbatasan akses informasi, kurangnya pelatihan, dan kurangnya pemahaman tentang penggunaan media digital (Malau dkk., t.t.).

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan presentasi dan demonstrasi. Manfaat daging ayam, kandungan gizi, cara membuat chicken cheese ball, dan strategi pemasarannya dibahas dalam presentasi, dan demonstrasi dengan melakukan proses pembuatan setelah diberikan langkah-langkahnya. Pembuatan dilaksanakan pada tanggal 8 Mei 2025 yang dilakukan di Desa Kedung Mulyo RT 05/RW 04, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali dengan metode kualitatif atau pengumpulan data berupa wawancara, dokumentasi, dan observasi langsung.

LANDASAN TEORITIS

a. Produk Pengolahan Pangan

Pangan fungsional didefinisikan oleh Pusat Makanan Fungsional (FFC) Sebagai produk pangan alami maupun olahan yang memiliki kandungan larutan aktif, jika dikonsumsi dengan takaran yang tepat, efektif, dan aman untuk dikonsumsi, dapat memberikan manfaat kesehatan yang telah terbukti secara klinis dan tercatat dengan baik, khususnya dalam pencegahan, pengelolaan, atau pengobatan penyakit kronis maupun gejalanya. Menurut European Commission (EU) Concerted Action on Functional Food Science in Europe (FUFOS), pangan fungsional adalah makanan yang bermanfaat bagi satu atau lebih fungsi tubuh selain dampak nutrisi yang dapat meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan dan/atau mengurangi kemungkinan penyakit ketika dikonsumsi dalam pola makan seimbang (Europ) Makanan yang telah melalui proses pengolahan fisik, kimia, atau biologi dari bahan mentah menjadi makanan siap makan dengan tujuan meningkatkan rasa, daya simpan, dan nilai yang disebut produk olahan pangan (Susanto & Kristiningrum, 2021).

b. Konsumen

Konsumen merupakan individu yang dalam kepentingan pribadinya memanfaatkan barang dan jasa yang terdapat di masyarakat, tanpa tujuan untuk diperjualbelikan. Dengan demikian, sebagian besar konsumen berperan sebagai konsumen puncak dari produk atau layanan tersebut. (Nisantika & Putu Egi Santika Maharani, 2021).

c. Daging Ayam

Salah satu daging yang paling penting untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat adalah daging ayam, karena banyak mengandung protein dan berbagai senyawa berbeda seperti lemak, mineral, dan vitamin yang diperlukan untuk metabolisme yang lancar. Ayam bukanlah hal asing bagi masyarakat Indonesia, makanan ini dapat ditemukan aktivitas sehari-hari, daging ayam adalah satu dari sekian sumber makanan yang umum dikonsumsi. Namun demikian, Di Indonesia daging ayam yang dikonsumsi masih terhitung rendah jika dibandingkan dengan negara-negara tetangga. (Sadewo dkk., 2017).

d. Keju

Keju adalah produk susu yang dihasilkan dari proses pengentalan atau koagulasi protein susu (kasein), yang sering dibantu oleh enzim atau bakteri, seperti rennet, untuk menggumpalkan susu. Gumpalan ini kemudian dipisahkan dari whey, atau cairan susu, dan dapat diproses untuk menghasilkan berbagai jenis keju dengan dimasak atau tanpa dimasak.

e. Manfaat Daging Ayam dan Keju

Banyak orang menyukai chicken chees ball, terutama di kalangan anak-anak dan orang dewasa. Chicken cheese ball, yang terbuat dari daging ayam dengan isian keju, memiliki banyak manfaat, seperti vitamin B3, yang membantu metabolisme energi, menjaga kesehatan kulit, sistem saraf, dan sistem pencernaan. Satu porsi 100 gram dada ayam mengandung lebih dari 50% kebutuhan niasin Anda setiap hari. Keju, terutama jenis cheddar, parmesan, dan mozzarella, mengandung protein yang mudah dicerna yang dapat membantu pertumbuhan otot, perbaikan jaringan tubuh, dan produksi enzim dan hormon.

f. Kandungan Gizi Chicken Cheese Ball

Tabel 1.0 Kandungan Gizi Chicken Cheese Ball

Komponen Nutrisi	Perkiraan Kandungan	Sumber Utama
Kalori	220–280 kkal	Ayam, keju, minyak (jika digoreng)
Protein	14–18 gram	Daging ayam, keju
Lemak total	12–18 gram	Keju, minyak, ayam
Lemak jenuh	5–8 gram	Keju
Karbohidrat	15–25 gram	Tepung tapioka
Serat	<1 gram	Tepung tapioka
Kalsium	150–250 mg	Keju
Zat Besi	0.5–1.2 mg	Ayam
Natrium (Garam)	300–500 mg	Keju, bumbu
Vitamin B3 (Niasin)	6–8 mg	Daging ayam
Vitamin B12	0.5–1 mcg	Ayam, keju
Vitamin A	100–200 IU	Keju

Komposisi Umum (jika diracik manual) :

Dada ayam cincang : 80%

Keju quick melt : 5%

Tepung tapioka : 10–20%

Bumbu (garam, merica, bawang) : sedikit

Minyak goreng : menyerap sekitar 5–8 gram lemak per 100 gram saat digoreng

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada tanggal 8 Mei 2025 di rumah Bapak Slamet di Desa Kedung Mulyo RT 05/ RW 04, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali. Adapun sesi pelaksanaan meliputi pengenalan produk chicken cheese ball, persiapan alat dan bahan, prosedur pembuatan, serta rencana strategi pemasaran yang kami lakukan sebagai berikut :

1. Pengenalan Produk

Chicken cheese ball merupakan camilan yang terbuat dari daging ayam giling yang dibentuk bulat, dicampur dengan keju, lalu digoreng. Produk ini tidak hanya nikmat, tetapi memiliki kandungan gizi yang tinggi, khususnya sebagai sumber protein hewani. Pemanfaatan produk ini dengan menggunakan daging ayam lokal memiliki peran penting dalam mendorong hilirisasi bahan pangan lokal serta mendukung upaya kemandirian pangan di masyarakat.

2. Alat dan Bahan

Kami menggunakan peralatan berupa wajan penggorengan, kompor, gas, pisau, talenan, wadah, soutil, blender, wadah packaging, dan saus cup. Bahan yang digunakan berupa ayam dada filet 2 kg, putih telur 3 butir, tepung tapioka 12 sdm, Tepung terigu 5 sdm, keju quick melt, tepung panir 500 g, saus tiram 5 sdm, bawang putih 5 siung, garam 1 sdm, penyedap 1 sdm, lada bubuk.

3. Prosedur Pembuatan

- a. Siapkan alat dan bahan yang akan digunakan.
- b. Haluskan 5 siung bawang putih.
- c. Dada ayam fillet 2 kg dibagi menjadi dua bagian, sebagian dihaluskan menggunakan copper dan sebagian dicincang halus untuk memberikan tekstur.
- d. Setelah itu, keduanya dicampur menjadi satu di dalam wadah dan ditambahkan tepung tapioka 12 sdm, saus tiram 5 sdm, bawang putih yang sudah dihaluskan, garam 1 sdm, penyedap 1 sdm, lada bubuk, dan tambahkan 3 butir putih telur.
- e. Lalu diaduk hingga tercampur rata.
- f. Setelah tercampur dengan baik, bentuk adonan menjadi bola, pipihkan, dan isi dengan keju quick melt secukupnya.
- g. Untuk baluran atau perekat buat adonan dengan mencampur tepung terigu dan kuning telur sisa yang tidak terpakai pada adonan ayam, dan tambahkan air secukupnya.
- h. Kemudian adonan ayam yang telah diisi keju tersebut dicelupkan ke perekat yang telah dibuat kemudian balurkan ke tepung panir, lakukan ulang sebanyak dua kali.
- i. Adonan yang sudah jadi bisa langsung digoreng menggunakan api kecil atau disimpan ke dalam freezer.

4. Rencana Strategi Pemasaran

Tim pelaksana pengabdian memperkenalkan tentang digital marketing, konsep digital marketing, tujuan, sifat dan karakteristik mengembangkan usaha mikro berbasis online kepada masyarakat Desa Kedung Mulyo. Kegiatan peningkatan literasi digital marketing ini untuk membangun karakter pada masyarakat untuk mengembangkan usaha mikro meliputi bagaimana merencanakan suatu usaha (businessplan) dan berbagai macam jenis peluang usaha. Sebelum menyampaikan materi tentang digital marketing kami berupaya menciptakan suasana yang akrab dengan melibatkan beberapa masyarakat Desa Kedung Mulyo. Suasana yang dinamis tidak akan membosankan tentunya akan berpengaruh positif pada proses penyampaian materi yang diikuti oleh masyarakat Desa Kedung Mulyo. Setelah tercipta suasana yang kondusif, kemudian dilakukan pelatihan motivasi agar para peserta memiliki motivasi, khususnya motivasi menjadi pengusaha yang sukses.

Mensosialisasikan dan memperkenalkan konsep berwirausaha melalui digital marketing. Materi tentang perencanaan bisnis (businessplan) cukup menarik perhatian peserta. Materi lainnya adalah pengenalan usaha mikro berbasis online banyak pelaku UMKM di Desa Kedung Mulyo yang sudah memiliki akun Instagram, Facebook, Whatsapp, dan Tiktok tetapi belum mengerti bagaimana cara memaksimalkan penggunaannya untuk menarik perhatian pelanggan. Kegiatan sosialisasi diadakan kepada masyarakat Desa Kedung Mulyo RT 05/RW 04, Kecamatan Kemusu, Kabupaten Boyolali karena masih banyak masyarakat yang kurang memiliki pengetahuan tentang digital marketing dan terbatas pemahamannya tentang informasi berwirausaha berbasis online. Tata cara yang kami lakukan dalam memperkenalkan strategi pemasara melalui platfrom yaitu :

- a. Memperkenalkan aplikasi yang akan di gunakan dalam strategi digital marketing contohnya Instagram, Facebook, Whatsap, dan Tiktok. Hal pertama yang harus dilakukan adalah memiliki akun dari aplikasi tersebut.
- b. Menentukan target pemasaran apakah kalangan anak-anak, reaja atau orang dewasa.

- c. Memberi pemahaman tentang bagaimana tata cara memasarkan dengan efektif melalui platform digital.
- d. Memberikan informasi tentang bagaimana mempromosikan produk atau jasa melalui aplikasi digital dengan tujuan menjangkau target yang lebih luas, cepat, dan efisien.
- e. Memberi pengarahan atau ide ke masyarakat terkait pembuatan konten promosi yang akan di posting melalui platform untuk membagikan konten menarik bagi pelanggan.
- f. Memberikan motivasi bahwa pemasaran digital marketing bisa memudahkan untuk pemasaran yang lebih efisien.



Gambar 1.0 masyarakat Desa Kedung Mulyo



Gambar 1.1 penjelasan tentang strategi pemasaran

KESIMPULAN

Kegiatan ini berhasil memberikan edukasi kepada masyarakat tentang proses pembuatan chicken cheese ball sebagai salah satu bentuk diversifikasi olahan pangan berbasis daging ayam lokal. Produk ini tidak hanya memiliki cita rasa yang lezat, tetapi juga kandungan gizi yang tinggi, terutama protein, sehingga bermanfaat untuk kesehatan masyarakat dari segala usia. Proses pembuatan yang sederhana dan bahan yang mudah didapat membuat produk ini berpotensi dikembangkan sebagai usaha mikro berbasis pangan lokal. Kegiatan ini mendorong kreativitas masyarakat, khususnya mahasiswa dan pelaku UMKM, dalam menciptakan produk pangan inovatif yang bernilai jual tinggi. Melalui pelatihan langsung, masyarakat memperoleh pengetahuan praktis yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam pengembangan usaha rumahan.

Sosialisasi dan pelatihan tentang strategi pemasaran digital memberikan pemahaman baru kepada masyarakat mengenai pentingnya penggunaan platform digital seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan TikTok untuk memasarkan produk secara lebih luas, efisien, dan efektif. Masyarakat juga dibekali cara membuat konten promosi yang menarik serta motivasi untuk memanfaatkan peluang bisnis online demi meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi lokal. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan usaha mikro yang memanfaatkan potensi pangan lokal, sehingga berkontribusi pada kemandirian pangan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa.

Masyarakat diharapkan dapat terus mengembangkan variasi produk olahan berbasis daging ayam dan keju, baik dari segi rasa, bentuk, maupun kemasan, untuk menarik minat konsumen yang lebih luas. Inovasi resep dan diversifikasi produk sangat penting agar usaha tetap kompetitif di pasar. Disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan secara berkala, tidak hanya terkait pembuatan produk, tetapi juga manajemen usaha, pengelolaan keuangan, dan pengembangan strategi pemasaran digital. Pendampingan intensif dari pihak kampus atau instansi terkait akan sangat membantu pelaku usaha mikro dalam menghadapi tantangan bisnis. Masyarakat perlu terus belajar dan mengasah keterampilan dalam menggunakan berbagai platform digital untuk pemasaran, termasuk teknik pembuatan konten kreatif, analisis pasar, dan pemanfaatan fitur-fitur promosi yang tersedia di media sosial. Kolaborasi dengan pelaku UMKM lain dan komunitas digital juga dapat memperluas jaringan pemasaran.

Perlu dilakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap perkembangan usaha mikro yang telah berjalan. Hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi, mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran, serta memberikan solusi yang tepat agar usaha dapat tumbuh secara berkelanjutan. Diharapkan adanya dukungan berkelanjutan dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, dan stakeholder terkait dalam bentuk fasilitasi pelatihan, akses permodalan, dan promosi produk lokal agar usaha mikro berbasis pangan semakin berkembang dan berdaya saing tinggi

DAFTAR PUSTAKA

- Malau, J. U., Soleh, A., Febliansa, M. R., & Hardinata, D. (t.t.). *Peningkatan Literasi Digital Marketing Dalam Mengembangkan Usaha Mikro Berbasis Online Bagi Masyarakat Desa Bukit Makmur Kecamatan Pinang Raya Kabupaten Bengkulu Utara*.
- Nisantika, R., & Putu Egi Santika Maharani, N. L. (2021). Penyelesaian Sengketa Konsumen Oleh Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK). *Jurnal Locus Delicti*, 2(1), 49–59. <https://doi.org/10.23887/jld.v2i1.458>
- Putri, J. C. S., Haryanti, S., & Izzati, M. (2017). *PENGARUH LAMA PENYIMPANAN TERHADAP PERUBAHAN MORFOLOGI DAN KANDUNGAN GIZI PADA*. 6(1).
- Rahmawati, N. (2023). Pelatihan Diversifikasi Olahan Daging Ayam Menjadi Dimsum Pada Civitas Akademika Universitas Islam Kadiiri. *Jurnal ABDIRAJA*, 6(2), 69–74. <https://doi.org/10.24929/adr.v6i2.2733>
- Sadewo, M. G., Windarto, A. P., & Hartama, D. (2017). *PENERAPAN DATAMINING PADA POPULASI DAGING AYAM RAS PEDAGING DI INDONESIA BERDASARKAN PROVINSI MENGGUNAKAN K-MEANS CLUSTERING*.

InfoTekJar (Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan), 2(1), 60–67.

<https://doi.org/10.30743/infotekjar.v2i1.164>

Susanto, D. A., & Kristiningrum, E. (2021). PENGEMBANGAN STANDAR NASIONAL INDONESIA (SNI) DEFINISI PANGAN FUNGSIONAL. *Jurnal Standardisasi*, 23(1), 53. <https://doi.org/10.31153/js.v23i1.851>