

Membangun Desa Sehat Dan Sejahtera Melalui Pencegahan Stunting Dan Branding Desa Berbasis OVOP

Building Healthy And Prosperous Villages Through Stunting Prevention And Ovop-Based Village Branding

Reda Afifah Nuriman¹, Syifa Nafisa Zahira², Dewi Lia Lestari³, Jeni Destiani⁴, Wulan Mustika Sari⁵

¹²³⁴⁵Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia,

Narahubung: Dewi Lia Lestari, email: dewi10121519@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel	ABSTRAK
Riwayat Artikel: Diajukan: Diterima: Diterbitkan:	<p>MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) adalah program yang mengabdikan diri kepada masyarakat dengan memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa di lingkungan masyarakat.</p> <p>Kegiatan ini di lakukan di desa Bojongloa, Kecamatan rancaekek, Kabupaten Bandung, yang mayoritas penduduknya bekerja di sektor perdagangan, sektor pertanian, dan industri. Desa ini memiliki potensi UMKM yang dikenal seperti UMKM Ibu Dedah serta kesenian lokal yang berharga seperti kesenian Badawang.</p> <p>Program utamanya adalah pencegahan stunting yang didefinisikan sebagai kondisi tinggi badan, berat badan yang kurang menurut usia karena kekurangan nutrisi. Melalui sosialisasi dan pelatihan posyandu program ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang stunting.</p> <p>Program ini mengembangkan program untuk mencegah stunting, menerapkan one village one product (OVOP) dan mengadakan kampanye branding desa. Kegiatan ini ditujukan kepada masyarakat Desa Bojongloa dan berlangsung selama dua bulan dari tanggal 31 november 2024 sampai dengan 31 januari 2025.</p> <p>Hasil yang diharapkan dari program ini meliputi peningkatan kesadaran masyarakat tentang stunting, pembuatan produk UMKM lokal yang terstandarisasi serta promosi di media sosial dan kampanye branding untuk mendorong masyarakat untuk lebih terlibat dalam branding UMKM dan kesenian lokal. Di harapkan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Bojongloa akan meningkat serta memberikan dampak positif sebagai hasil program ini.</p>
Kata Kunci: MBKM Stunting OVOP Kampanye Branding	<p><i>A B S T R A C T</i></p> <p><i>MBKM (Independent Learning Independent Campus) is a program that devotes itself to the community by providing learning experiences to students in the community. This activity was carried out in Bojongloa village, Rancaekek District, Bandung Regency, where the majority of the population works in the trade, agriculture, and industrial sectors. This village has the potential for known UMKM such</i></p>
Keywords: MBKM Stunting OVOP Branding Campaigns	

This work is licensed under a

as Mrs. Dedah UMKM and valuable local arts such as Badawang art.

The main program is stunting prevention which is defined as a condition of height, weight loss according to age due to nutritional deficiencies. Through socialization and posyandu training, this program aims to increase public awareness about stunting.

This program develops programs to prevent stunting, implements one village one product (OVOP) and holds village branding campaigns. This activity is aimed at the people of Bojongloa Village and lasts for two months from November 31, 2024 to January 31, 2025.

The expected results of this program include increasing public awareness about stunting, making standardized local UMKM products as well as promotions on social media and branding campaigns to encourage the community to be more involved in UMKM branding and local arts. It is hoped that the health and welfare of the people of Bojongloa Village will increase and have a positive impact as a result of this program

e – ISSN: 3063-9336

p – ISSN: xxxx-xxxx

©2024 DigiAction, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Program MBKM merupakan salah satu bentuk kegiatan yang memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah-tengah masyarakat di luar kampus. Sekaligus sebagai proses pembelajaran serta bentuk pengabdian mahasiswa kepada masyarakat banyak. Program ini tidak hanya memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa, tetapi juga mendukung pembangunan masyarakat desa. MBKM pada Kelompok 183 bertempat di Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung. Penduduk desa Bojongloa mayoritas bekerja di bidang pertanian, perkebunan, perdagangan, dan buruh pabrik. Dengan masyarakat bekerja sebagai pedagang, desa ini memiliki potensi dalam hal UMKM yang sudah cukup terkenal oleh masyarakat yaitu UMKM milik Ibu Dedah dengan produk aliagrem, rengginang, dan sagon, meskipun produk-produk yang dimiliki Ibu Dedah berkualitas tinggi dan telah diakui, namun masih saja ada tantangan yang dihadapi yaitu terbatasnya akses pasar dan kurangnya inovasi. Saat ini kegiatan dalam promosi bisa dilakukan melalui media sosial karena dirasa paling efektif dalam menyebarkan informasi secara cepat dengan jangkauan luas. Promosi dengan menggunakan media sosial semakin berkembang dengan hadirnya berbagai macam media yang digunakan oleh pelaku bisnis ataupun UMKM (Nandaryani, 2021)

Tidak hanya dalam UMKM, desa Bojongloa ini memiliki kesenian yaitu badawang yang cukup potensial dan banyak dikenal masyarakat, seperti halnya UMKM milik Ibu Dedah, meskipun kesenian ini sudah banyak dikenal masyarakat namun masih saja ada tantangan yang dihadapi yaitu masih banyak masyarakat dari luar desa yang belum mengenal kesenian ini.

Program ini tidak hanya terfokus pada branding desa dan OVOP, namun ada pada program utama, yaitu pencegahan stunting di Desa Bojongloa. Stunting adalah pendek atau sangat pendek berdasarkan panjang \ tinggi badan menurut usia yang kurang dari -2 standar deviasi (SD) pada kurva pertumbuhan WHO yang terjadi dikarenakan asupan nutrisi yang tidak bergizi dalam 1000 HPK (WHO, 2020), selain itu dapat dikarenakan oleh sanitasi kurang baik, dan kurangnya pengetahuan ibu mengenai stunting (“STRATEGI PENINGKATAN PROGRAM PENANGANAN STUNTING,” 2024). Dengan bertujuan meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang stunting serta pencegahannya melalui sosialisasi pencegahan stunting kepada masyarakat Desa Bojongloa, melakukan pelatihan bagi kader posyandu tentang deteksi dini melalui peningkatan kapasitas kader posyandu (revitalisasi posyandu) yang dilakukan oleh seckam (sekretaris kecamatan). Menurut Bruce J. Cohen, sosialisasi adalah proses dimana seseorang mempelajari norma-norma dan nilai-nilai yang ada di masyarakat. Tujuannya adalah agar individu tersebut dapat berintegrasi ke dalam masyarakat. (Aris 2022). Tujuan dari program MBKM ini yaitu pencegahan pada stunting dan pengembangan UMKM dan Kesenian melalui sosialisasi yang efektif, pelatihan posyandu, dan kampanye branding desa serta produk lokal.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan program MBKM di Desa Bojongloa di rancang untuk mencapai tujuan pencegahan stunting dan pengembangan UMKM melalui pendekatan partisipatif. Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada masyarakat yang telah diuraikan pada sebelumnya, maka dalam Program MBKM dilakukan dengan beberapa metode yang dapat membantu dalam penyelesaian masalah yang ada yaitu dengan melakukan metode pendidikan masyarakat yaitu penyuluhan terkait program pencegahan stunting, program One Village One Product (OVOP) dan kampanye branding desa. Pengabdian Kepada Masyarakat ini berlokasi di Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung yang di selenggarakan selama 2 bulan mulai tanggal 31 November hingga 31 Januari 2025. Sasaran dalam kegiatan program ini adalah masyarakat Desa Bojongloa, Kecamatan Rancaekek, Kabupaten Bandung.

Melalui program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, adapun target capaian yang berhasil direalisasikan adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan ibu tentang stunting dan partisipasi dalam sosialisasi pencegahan stunting.
2. Terciptanya produk lokal pada UMKM yang terstandarisasi, peningkatan jumlah UMKM yang berpartisipasi dan siap bersaing di pasar global, melalui promosi media sosial.
3. Promosi yang efektif melalui media sosial dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan branding Kesenian Badawang.

Kami juga menggunakan metode evaluasi dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap perubahan masyarakat setelah kegiatan penyuluhan dilakukan, serta mengevaluasi peningkatan kapasitas UMKM melalui branding produk, dan mengevaluasi perkembangan dari kesenian Badawang melalui kampanye branding.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program MBKM di Desa Bojongloa menghasilkan beberapa capaian yang signifikan Terdapat tiga program dalam kegiatan MBKM ini yaitu sosialisasi pencegahan stunting serta melakukan pemahaman terhadap pihak pelaku UMKM dan kesenian terkait kampanye branding. Berikut adalah hasil yang diperoleh serta pembahasan mengenai dampaknya terhadap masyarakat:

1. Peningkatan pengetahuan masyarakat tentang stunting dan peningkatan kapasitas kader posyandu

Setelah mengikuti kegiatan, 80% masyarakat mengatakan mereka lebih memahami tentang stunting dan pentingnya gizi seimbang sebelum dan sesudah sosialisasi. Peningkatan pengetahuan ini menunjukkan bahwa sosialisasi efektif dalam menyampaikan informasi. Dengan peningkatan kesadaran tentang pentingnya nutrisi selama 1000 hari pertama kehidupan (HPK) diharapkan risiko stunting dimasa depan akan berkurang.

18 kader posyandu yang dilatih menunjukkan peningkatan keterampilan dalam melacak pertumbuhan anak dan mengajarkan mereka tentang gizi, dan 90 % dari mereka mampu menemukan masalah gizi sejak dini. Kader posyandu mengatakan lebih percaya diri untuk memberi tahu orang tua tentang cara mencegah stunting. Kader posyandu mendapatkan pengetahuan yang lebih baik dan keterampilan praktis sebagai hasil dari pelatihan yang mereka terima. Di harapkan bahwa dengan peningkatan kapasitas kader posyandu, layanan kesehatan di tingkat desa akan menjadi lebih efisien yang akan membantu menurunkan angka stunting di Desa Bojongloa.

2. Pengembangan dan pemasaran produk UMKM

UMKM berhasil membuat video promosi dan dapat menggunakan media sosial untuk kepentingan promosi dengan lebih baik. Kampanye branding efektif meningkatkan visibilitas produk lokal. UMKM milik Ibu Dedah yang berada di Desa Bojongloa dapat bersaing lebih baik di pasar dengan dukungan dalam pemasaran dan pelatihan. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan usaha kecil dan menengah (UMKM) dan untuk memperkuat ekonomi lokal.

3. Pengembangan Kesenian Badawang

Kesenian Badawang juga berhasil membuat video promosi dan dapat menggunakan media sosial untuk kepentingan promosi dengan lebih baik. Kampanye branding efektif meningkatkan visibilitas produk lokal. Kesenian Badawang yang berada di Desa Bojongloa dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat yang berada diluar desa.

Dari hal tersebut masyarakat menunjukkan keinginan untuk menerapkan pengetahuan yang di dapat dalam kehidupan sehari hari dan beberapa ibu mulai mengajarkan anak anak mereka cara makan sehat. Kader posyandu berencana untuk melakukan sosialisasi gizi dan pemantauan pertumbuhan anak secara teratur. Dampak jangka panjang dari program ini di harapkan dapat menurunkan angka stunting di Desa Bojongloa, selain itu masyarakat diharapkan dapat menjaga kesehatan anak anak dengan lebih baik dengan kesadaran lebih tinggi dan dukungan dari kader posyandu.

Secara keseluruhan, Program MBKM Desa Bojongloa berhasil mencapai tujuan dalam meningkatkan pengetahuan tentang pencegahan stunting dan mengembangkan potensi UMKM serta kesenian Badawang. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kerja sama antara mahasiswa, masyarakat dan pemangku kepentingan lokal dapat menghasilkan perubahan positif yang berkelanjutan. Program ini diharapkan dapat berfungsi sebagai model untuk pengembangan ekonomi lokal dan pencegahan stunting di daerah lain.

3.1 Kegiatan 1 Kunjungan posyandu setiap RW dalam membantu ibu PKK

Kami ikut serta dalam kegiatan posyandu dengan membantu ibu PKK dalam penimbangan, pengukuran tinggi badan, pengukuran kepala dan lengan pada anak anak balita, lansia dan ibu hamil.



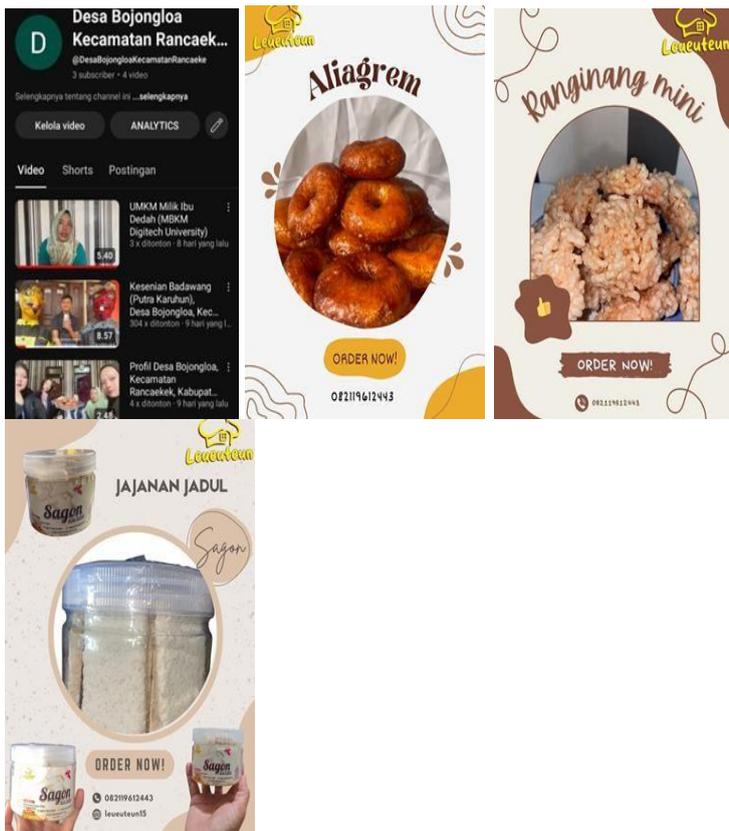
3.2 Kegiatan 2 Sosialisasi dan collecting data pencegahan stunting.

Kami melakukan sosialisasi kepada para ibu dalam bagaimana cara mencegah stunting pada anak. Melakukan collecting data dengan menanyakan kepada para ibu PKK di setiap RW nya.



3.3 Kegiatan 3 OVOP

Kami membantu pelaku UMKM dengan membuatkan sebuah video dalam pengembangan, pemasaran produk UMKM dan meningkatkan potensi kesenian



3.4 Kegiatan 4 Kampanye Branding

Kami membantu pelaku UMKM dan kesenian badawang Putra Karuhun dengan membuat video dalam meningkatkan penjualan serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengenal akan kesenian badawang.





3.5 Kegiatan 5 Pengisian kuisisioner dalam mendata anak sehat.

Kami melakukan wawancara secara langsung kepada para ibu dalam pengisian kuisisioner data anak sehat.



4. Simpulan

Program MBKM Desa Bojongloa berhasil mencapai tujuan pencegahan stunting dan pengembangan UMKM melalui sosialisasi yang efektif, pelatihan posyandu, dan kampanye branding desa serta produk lokal. Salah satu hasil penting dalam program ini adalah peningkatan pengetahuan dan kesadaran tentang stunting dan pentingnya gizi seimbang. Di harapkan, ini akan mengurangi risiko stunting di kalangan anak-anak.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada semua pihak yang sudah membantu sehingga kegiatan MBKM bisa terselenggara dengan baik. Ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Teknologi Digital, Ketua Program Studi Manajemen S1, Dosen Pembimbing Lapangan, Kepala Desa Bojongloa beserta jajaran, pihak pelaku UMKM, pihak kesenian putra karuhun badawang, pihak Kader PKK, serta masyarakat Desa Bojongloa yang telah berperan untuk berjalannya kegiatan MBKM.

6. Daftar Pustaka

- Hadi., B(2023). Kemendikbudristek: MBKM berdampak positif bagi ekonomi dan kompetensi. Diakses pada 03 Februari 2025, dari <https://www.antaraneews.com/berita/3697743/kemendikbudristek-mbkm-berdampak-positif-bagi-ekonomi-dan-kompetensi>
- IHC Teleded.(2021). Stunting, Apa Itu. Diakses pada 20 Februari 2025, <https://teleded.ihc.id/artikel-detail-901-Stunting,-Apa-Itu.html>
- Julita, J., Alfatah, D., & Faridah, F. (2025). EFEKTIVITAS SOSIALISASI DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM MENGHADAPI PILKADA 2024 KOTA BENGKULU. *Jurnal STIA Bengkulu : Committe to Administration for Education Quality*, 11(1), 11–20. <https://doi.org/10.56135/jsb.v11i1.205>
- Laporan kegiatan lapangan Kuliah kerja nyata tematik (2023). Diakses dari <https://repositori.almaata.ac.id/267/3/LPJ%20KKN-T%20Kelompok%206.pdf>

- Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instagram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 4(2), 239-252. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>
- Nandaryani, ni wayan et all. (2021). ANALISIS DESAIN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI STRATEGI PROMOSI @SAYURBOXBALI. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 4(1), 407–415. <https://doi.org/10.36080/kvs.v2i1.6>
- STRATEGI PENINGKATAN PROGRAM PENANGANAN STUNTING. (2024). *Jurnal Analisis Finansial Dan Manajemen*, 5(3), 18–22.