

Pencegahan Stunting dan Optimalisasi Pemasaran UMKM Desa Pasirhuni dalam Meningkatkan Jangkauan Pasar Melalui Digitalisasi

Stunting Prevention and Optimization Of Marketing Of Pasirhuni Village MSME in Increasing Market Reach Through Digitalization

Aldy Santo Hegiarto¹, Ghulam Jibrani², Dini Panca Tri Utami³, Andika Putra Wijaya⁴,
Salma Kamilah⁵.

^{1,2,3,4,5} Universitas Teknologi Digital, Bandung, Indonesia

Narahubung: Ghulam Jibrani, email: ghulam10121458@digitechuniversity.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel:

Diajukan: 18/02/2025

Diterima: 25/02/2025

Diterbitkan: 31/03/2025

Kata Kunci:

MBKM Mandiri Membangun Desa

Pencegahan Stunting

UMKM

Pemasaran

Digitalisasi

ABSTRAK

Stunting atau kondisi gagal tumbuh pada anak menjadi perhatian utama pemerintah, termasuk di Desa Pasirhuni, Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung. Faktor utama penyebabnya adalah kurangnya pemahaman masyarakat tentang gizi seimbang. Selain itu, UMKM di desa Pasirhuni juga menghadapi tantangan dalam pemasaran, di mana mayoritas masih menggunakan metode konvensional seperti menitipkan produk di pasar dan warung, tanpa memanfaatkan teknologi digital. Program MBKM ini bertujuan untuk memberikan edukasi tentang pencegahan stunting serta meningkatkan daya saing UMKM melalui digitalisasi pemasaran. Metode yang digunakan meliputi survei awal, sosialisasi dan workshop tentang gizi serta pemasaran digital, pendampingan dalam implementasi strategi pemasaran berbasis e-commerce, serta monitoring dan evaluasi program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat tentang gizi dalam mencegah stunting serta meningkatnya keterampilan UMKM dalam pemasaran digital. Diharapkan program ini dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pencegahan stunting serta membantu UMKM memperluas jangkauan pasar, sehingga berdampak pada kesejahteraan ekonomi desa secara keseluruhan.

ABSTRACT

Stunting or failure to thrive in children is a major concern for the government, including in Pasirhuni Village, Cimaung.. The main contributing factor is the public's lack of understanding about balanced nutrition. Apart from that, MSMEs in this village also face challenges in marketing, where the majority still use conventional methods such as leaving products in markets and stalls, without utilizing digital technology. This program aims to provide education about stunting prevention and increase the competitiveness of MSMEs through marketing digitalization. The methods used include initial surveys, outreach and workshops on nutrition and digital marketing, assistance in implementing e-commerce-based marketing strategies, as well as program monitoring and evaluation. The results of the activity show an increase in public understanding about nutrition in preventing stunting as well as an increase in MSME skills in digital marketing. It is hoped that this program can increase public awareness of stunting prevention and help MSMEs expand their market reach, thereby having an impact on the overall economic welfare of the village.

Keywords:

MBKM Mandiri Building Villages

Stunting Prevention

MSMEs

Marketing

Digitalization

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

[International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

<https://doi.org/10.1016/digiaction>

e – ISSN: 3063-9336

p – ISSN: xxxx-xxxx

©2024 DigiAction, All rights reserved.

1. Pendahuluan

Desa Pasirhuni merupakan salah satu desa di Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung, yang terbentuk dari hasil pemekaran Kecamatan Banjaran pada tahun 1987. Desa ini terletak di daerah pegunungan bagian selatan Kota Bandung, tepatnya di kaki Gunung Malabar dan Gunung Puntang. Secara geografis, Desa Pasirhuni berbatasan dengan Desa Pasirmulya di sebelah timur, Desa Cimaung di sebelah barat, Desa Jagabaya di sebelah utara, dan Desa Campakamulya di sebelah selatan. Sebagian besar masyarakat Desa Pasirhuni bekerja sebagai petani dan pelaku usaha industri rumahan. Potensi ekonomi desa ini cukup besar, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hampir di setiap RW terdapat pelaku UMKM yang menghasilkan berbagai produk olahan, seperti sistik buah dan sayur, kircim ubi, sentra tahu, ubi kremes, serta sebring bulot (SBL). Para pelaku usaha ini telah memiliki legalitas produk, namun masih menghadapi kendala dalam memasarkan produknya secara luas.

Di era digital saat ini, pemasaran mengalami pergeseran dari metode konvensional (offline) menuju pemasaran berbasis digital (online) (Mustajab, dkk., 2020). Berbagai platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, OLX, dan Blibli menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbelanja secara online (Telset.id, 2025). Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM di Desa Pasirhuni yang belum mampu memanfaatkan teknologi ini secara optimal akibat keterbatasan dalam mengelola media sosial, kurangnya perangkat yang memadai, serta kesulitan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Oleh karena itu, program ini hadir untuk memberikan edukasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran digital guna memperluas jangkauan pasar mereka.

Selain membantu UMKM dalam pemasaran digital, program ini juga mencakup sosialisasi terkait stunting, yaitu kondisi gagal tumbuh pada anak akibat kurangnya asupan gizi dalam jangka panjang. Stunting menjadi perhatian utama pemerintah karena dapat berdampak pada kesehatan, kecerdasan, serta produktivitas anak di masa depan. Oleh karena itu, kami akan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pola makan sehat, pentingnya gizi seimbang, serta cara pencegahan stunting melalui penyuluhan yang melibatkan berbagai pihak, termasuk kader kesehatan desa.

Dengan adanya edukasi dan pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang lebih luas, serta masyarakat memiliki kesadaran yang lebih tinggi dalam menjaga kesehatan dan gizi anak-anak, sehingga kesejahteraan sosial dan ekonomi Desa Pasirhuni dapat meningkat secara berkelanjutan.

2. Metode Pelaksanaan

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Membangun Desa ini dilaksanakan mulai 30 November 2024 hingga 31 Januari 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui dua fokus utama, yaitu optimalisasi pemasaran digital bagi UMKM dan sosialisasi pencegahan stunting di Desa Pasirhuni, Kecamatan Cimaung dengan pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa berperan sebagai fasilitator dalam membantu masyarakat memahami dan mengimplementasikan strategi yang diberikan.

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan program ini meliputi:

1) Survei Awal

Kegiatan diawali dengan survei lapangan untuk mengidentifikasi kondisi UMKM serta tingkat pemahaman masyarakat mengenai gizi dan stunting. Survei dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung.

2) Sosialisasi dan Workshop

Setelah survei, dilakukan sosialisasi dan workshop yang mencakup dua materi utama, yaitu pemasaran digital untuk pelaku UMKM dan pencegahan stunting bagi masyarakat. Kegiatan ini melibatkan pemateri yang ahli di bidangnya agar peserta mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.

3) Pendampingan dan Implementasi

Tim mahasiswa mendampingi pelaku UMKM dalam mengaplikasikan strategi pemasaran digital, seperti pembuatan akun e-commerce, pembuatan konten sebagai sarana promosi, membantu

membuatkan desain produk, serta teknik branding produk. Selain itu, mahasiswa juga akan melakukan edukasi langsung kepada masyarakat mengenai pola makan sehat dan gizi seimbang untuk mencegah stunting.

4) Bimbingan dan Evaluasi

Setelah implementasi, dilakukan bimbingan dan evaluasi terhadap UMKM dan masyarakat untuk mengetahui hambatan yang dialami serta mencari solusi terbaik. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi dan pemantauan perkembangan yang telah dicapai.

5) Monitoring dan Tindak Lanjut

Tahap akhir dari program ini adalah monitoring keberlanjutan implementasi strategi pemasaran digital oleh UMKM serta penerapan pola makan sehat oleh masyarakat. Tim mahasiswa akan mengevaluasi efektivitas program dan memberikan rekomendasi untuk keberlanjutan kegiatan setelah program MBKM selesai.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam melaksanakan kegiatan MBKM, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan berdasarkan konsep POAC (*Planning, Organizing, Actuating, and Controlling*). Tahapan ini mencakup perencanaan kegiatan, pengorganisasian sumber daya, pelaksanaan program, serta evaluasi hasil yang telah dicapai. Program ini difokuskan pada dua program kerja, yaitu:

3.1. Pencegahan Stunting

Dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pencegahan stunting, tim MBKM secara rutin mengadakan sosialisasi di Posyandu. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada ibu hamil dan orang tua balita mengenai pentingnya gizi seimbang dalam tumbuh kembang anak. Materi yang disampaikan mencakup pentingnya ASI eksklusif, pemberian makanan pendamping ASI (MPASI) yang bergizi, serta pola makan sehat bagi anak-anak usia dini. Selain sosialisasi, tim MBKM juga melakukan pendataan balita dan collecting data anak sehat, yang mencakup pencatatan berat badan, tinggi badan, serta status gizi anak-anak di desa. Kegiatan ini dilakukan bersama para kader kesehatan desa guna memastikan bahwa data yang diperoleh akurat dan dapat digunakan sebagai dasar untuk program tindak lanjut.

3.2. Edukasi Kewirausahaan

Selain program kesehatan, tim MBKM juga mengadakan workshop edukasi kewirausahaan bagi para pelaku UMKM di Desa Pasirhuni. Workshop ini bertema "Optimalisasi Pemasaran UMKM Desa Pasirhuni dalam Meningkatkan Jangkauan Pasar melalui Digitalisasi", yang bertujuan untuk membantu UMKM memahami dan menerapkan strategi pemasaran berbasis digital agar produk mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Kegiatan ini dihadiri oleh pelaku UMKM, perangkat desa, serta masyarakat yang tertarik untuk belajar tentang digital marketing. Workshop dipandu oleh seorang dosen yang juga merupakan pengusaha, sehingga peserta tidak hanya mendapatkan teori tetapi juga pengalaman praktis dalam menjalankan bisnis berbasis digital. Materi yang disampaikan meliputi cara membuat akun di platform e-commerce, strategi pemasaran media sosial, serta teknik branding produk agar lebih menarik bagi konsumen. Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM mendapatkan wawasan dan keterampilan baru yang dapat mereka aplikasikan dalam bisnis mereka. Dengan adanya pendampingan lanjutan dari tim MBKM, diharapkan UMKM Desa Pasirhuni dapat lebih mandiri dalam menjalankan pemasaran digital dan meningkatkan daya saing produknya di pasar yang lebih luas.

4. Simpulan

Kelompok 58 MBKM Mandiri Membangun Desa telah berhasil melaksanakan serangkaian program kerja di Desa Pasirhuni, yang mencakup pencegahan stunting dan edukasi kewirausahaan bagi UMKM. Melalui sosialisasi di Posyandu, pendataan balita, workshop pemasaran digital, program ini telah memberikan pemahaman dan keterampilan baru bagi masyarakat. Dengan pendampingan yang telah dilakukan, pelaku UMKM mulai

memahami strategi pemasaran digital, sementara masyarakat semakin menyadari pentingnya gizi seimbang dalam mencegah stunting. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi awal dari perubahan yang lebih berkelanjutan, dengan dukungan berbagai pihak untuk terus mengembangkan program serupa di masa mendatang.

5. Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Universitas Teknologi Digital yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk melaksanakan program MBKM Mandiri Membangun Desa di Desa Pasirhuni, Kecamatan Cimaung, Kabupaten Bandung. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Rektor Universitas Teknologi Digital, Ketua Program Studi Manajemen S1 dan Akuntansi S1, serta Dosen Pendamping Lapangan (DPL) yang telah membimbing dan mengarahkan kami selama pelaksanaan program ini. Kami juga berterima kasih kepada Kepala Desa Pasirhuni, para kader desa, pelaku UMKM, serta seluruh masyarakat Desa Pasirhuni yang telah menerima dan mendukung kegiatan ini dengan antusias. Semoga ilmu dan pengalaman yang didapatkan melalui program ini dapat bermanfaat serta memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat Desa Pasirhuni.

6. Referensi

Desa Pasirhuni. Profil Desa Tahun 2023. Dokumentasi Resmi Desa Pasirhuni

Mustajab, W., Yacub, R. 2020. Analisis pengaruh pemasaran digital (digital marketing) terhadap brand awerness pada e-commerce. Jurnal manajemen P-ISSN 1421-6613 E-ISSN 2527-4570

Redaksi T. 10 Aplikasi Belanja Online Terbaik 2024, Banyak Promo Menarik! Telset. Published September 26, 2024. Accessed February 14, 2025. <https://telset.id/apps/aplikasi-belanja-online-terbaik/>.