



Memperkuat Kemampuan Digital Melalui Pelatihan dan FGD: Inovasi dan Strategi dalam Pemasaran dan Produksi Konten

Andinna Ananda Yusuff ¹, Yani Kamasturyani ², Sri Nurcahyati ³, Fardhoni ⁴, Citra Setyo Dwi Andhini ⁵,
Muhammad Rizki ⁶, Dimas Dwi Rianto ⁷, Dimas Suryaputra ⁸, Muhamad Septian Ardiansyah Yudhono ⁹

^{1,2,3,5} Fakultas Ilmu Kesehatan Institut Teknologi dan Kesehatan Mahardika, Cirebon, Indonesia

^{4,6,7,8,9} Fakultas Teknik Institut Teknologi dan Kesehatan Mahardika, Cirebon, Indonesia

e-mail: andinna.ay@mahardika.ac.id ¹, yani@mahardika.ac.id ², srinur@mahardika.ac.id ³,
fardhoni@mahardika.ac.id ⁴, citra@mahardika.ac.id ⁵, 623c0011@mahardika.ac.id ⁶,
623c0004@mahardika.ac.id ⁷, 623c0005@mahardika.ac.id ⁸, 623c0007@mahardika.ac.id ⁹

ABSTRACT

This research explores the initiatives of Cirebon City, West Java, Indonesia, in addressing the problem of stunting, which is a growth disorder in children due to malnutrition, through the empowerment of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). With a focus on integrating public health and local economic development, this research uses demonstration and observation methods to train MSMEs in the use of digital media. These activities include training in content writing, graphic design, video production, digital marketing strategies, and the use of SEO technology and social media. The main objective is to increase awareness and knowledge about stunting and strengthen the digital skills of MSMEs for health and nutrition promotion.

KEYWORD:

Content Production, Marketing Strategy, Innovation

ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi inisiatif Kota Cirebon, Jawa Barat, Indonesia, dalam mengatasi masalah stunting, yakni gangguan pertumbuhan pada anak akibat kekurangan gizi, melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan fokus pada integrasi antara kesehatan publik dan pembangunan ekonomi lokal, penelitian ini menggunakan metode demonstrasi dan observasi untuk melatih UMKM dalam penggunaan media digital. Kegiatan ini meliputi pelatihan dalam penulisan konten, desain grafis, produksi video, strategi digital marketing, dan penggunaan teknologi SEO dan media sosial. Tujuan utamanya adalah meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang stunting serta memperkuat keahlian digital UMKM untuk promosi kesehatan dan nutrisi.

KATA KUNCI

Produksi Konten, Strategi Pemasaran, Inovasi

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:
Diterima: 20 Desember 2023
Direvisi: 28 Desember 2023
Disetujui: 2 Januari 2024

CORRESPONDING AUTHOR

Andinna Ananda Yusuff
Institut Teknologi dan Kesehatan Mahardika
Cirebon
andinna.ay@mahardika.ac.id

PENDAHULUAN

Dalam dinamika globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, perubahan perilaku pemasaran dari konvensional ke digital tidak diimbangi oleh keberadaan pelaku UMKM dalam menggunakan digital marketing, padahal UMKM dipercaya mampu memacu perekonomian Indonesia. UMKM di Cirebon berada di ambang peluang besar untuk berkembang dan melakukan inovasi. Menyadari hal ini, Institut Mahardika Cirebon mengambil inisiatif dengan program pembinaan yang komprehensif, bertujuan untuk mengatasi tantangan yang menghambat UMKM dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka di pasar.

Program Pembinaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berbasis Kemitraan Tahun 2023 yang berjudul "Transformasi Digital dalam Edukasi Kesehatan dan Inovasi Produk Nutrisi" merupakan inisiatif kolaboratif antara Institut Mahardika dan mitra UMKM untuk memerangi masalah stunting di Cirebon. Latar

belakang program ini berakar pada urgensi peningkatan kualitas kesehatan masyarakat melalui penerapan teknologi digital dan pengetahuan nutrisi yang tepat.

Program ini, yang dirancang untuk memberdayakan mitra spesifik, Khalifa Digital Indonesia dan AMMFA, menawarkan solusi yang disesuaikan untuk memperkuat posisi mereka di pasar lokal dan regional. Dengan pendekatan yang berbasis pada analisis mendalam, program ini bertujuan untuk membantu UMKM mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang serta mengatasi tantangan operasional dan pasar yang mereka hadapi.

Dengan fokus pada edukasi kesehatan dan pengembangan produk yang bernilai gizi tinggi, program ini dirancang untuk membangun kapasitas UMKM dalam mengintegrasikan inovasi digital ke dalam praktik bisnis mereka, sekaligus mendorong penyebaran informasi kesehatan yang efektif. Kegiatan program meliputi Fokus Grup Diskusi (FGD), pelatihan, dan riset yang ditujukan untuk membekali UMKM dengan kemampuan yang diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan kontribusi mereka terhadap kesehatan masyarakat.

Untuk Khalifa Digital Indonesia, yang bergerak di bidang produksi konten edukasi kesehatan, program ini menghadirkan workshop produksi konten berkualitas dan pelatihan digital marketing untuk meningkatkan keterampilan teknis dan visibilitas online. Ini akan membantu mereka menyebarkan informasi kesehatan yang benar ke audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efektif dan menarik.

Sementara itu, AMMFA, yang fokus pada produksi makanan sehat dan nutrisi, diberikan workshop standar produksi dan mutu, serta pendidikan masyarakat tentang pentingnya nutrisi. Strategi distribusi yang efektif dan program peningkatan produk juga termasuk dalam solusi untuk membantu AMMFA memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas produk mereka.

Dengan implementasi program yang dirancang secara khusus ini, kedua UMKM diharapkan tidak hanya meningkatkan produksi dan distribusi produk mereka, tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar. Program ini merefleksikan komitmen Institut Mahardika terhadap pemberdayaan UMKM melalui edukasi, teknologi, dan kolaborasi strategis, menunjukkan upaya bersama untuk mencapai kemajuan ekonomi dan kesehatan yang berkelanjutan.

Dengan komitmen untuk memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Cirebon, program ini mempunyai serangkaian tujuan dan sasaran yang dirancang untuk menginisiasi transformasi berkelanjutan. Berikut adalah tujuan dan sasaran yang kami tetapkan:

Tujuan

1. Penguatan Kapasitas: Untuk mengembangkan kapabilitas dan meningkatkan daya saing UMKM Khalifa Digital Indonesia dan AMMFA dalam lingkup pasar yang lebih luas.
2. Transfer Pengetahuan: Untuk menyediakan platform pengetahuan dan keterampilan yang akan mendorong produksi konten edukasi dan makanan yang berkualitas dan bernutrisi.
3. Perluasan Jaringan Pemasaran: Untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan efektif dari kanal digital dan tradisional, sehingga meningkatkan visibilitas dan akses pasar.
4. Inovasi Produk: Untuk mendorong inovasi dalam pengembangan produk yang menyesuaikan dengan tren kesehatan dan preferensi konsumen saat ini.

Sasaran

1. Kualitas Konten Edukasi: Mewujudkan tim Khalifa Digital Indonesia yang terampil dalam menghasilkan konten edukasi kesehatan yang menarik dan informatif.
2. Standar Mutu Makanan: Menjadikan AMMFA sebagai produsen makanan yang tidak hanya memenuhi tetapi melebihi standar mutu dan keamanan makanan.
3. Kesadaran Masyarakat: Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya makanan sehat dan gizi yang baik melalui inisiatif edukasi yang efektif.
4. Strategi Distribusi Efektif: Mengembangkan strategi distribusi yang efisien untuk UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas, dengan fokus khusus pada pemasaran digital.

METODE

Untuk menggali bagaimana digitalisasi mempengaruhi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), penelitian ini dirancang dengan mengintegrasikan metode demonstrasi dan observasi. Prosesnya dimulai dengan sesi pelatihan yang terstruktur, di mana para peserta, yang terdiri dari mahasiswa Institut Teknologi dan Kesehatan Mahardika, pemilik dan karyawan UMKM, diperkenalkan pada konsep-konsep dasar media digital. Demonstrasi ini dilakukan melalui serangkaian modul pelatihan yang mencakup presentasi interaktif, video tutorial, dan simulasi penggunaan alat digital. Fokus utama dari modul ini adalah untuk menunjukkan secara praktis penggunaan efektif media sosial, platform e-commerce, dan sistem pembayaran online, dengan penekanan pada manfaat strategis serta pengenalan terhadap risiko dan tantangan yang mungkin dihadapi.

Seiring dengan sesi demonstrasi, tim peneliti melakukan observasi partisipatif, mengikuti peserta saat mereka berinteraksi dengan teknologi baru dan menerapkannya dalam skenario bisnis yang realistis. Observasi ini tidak

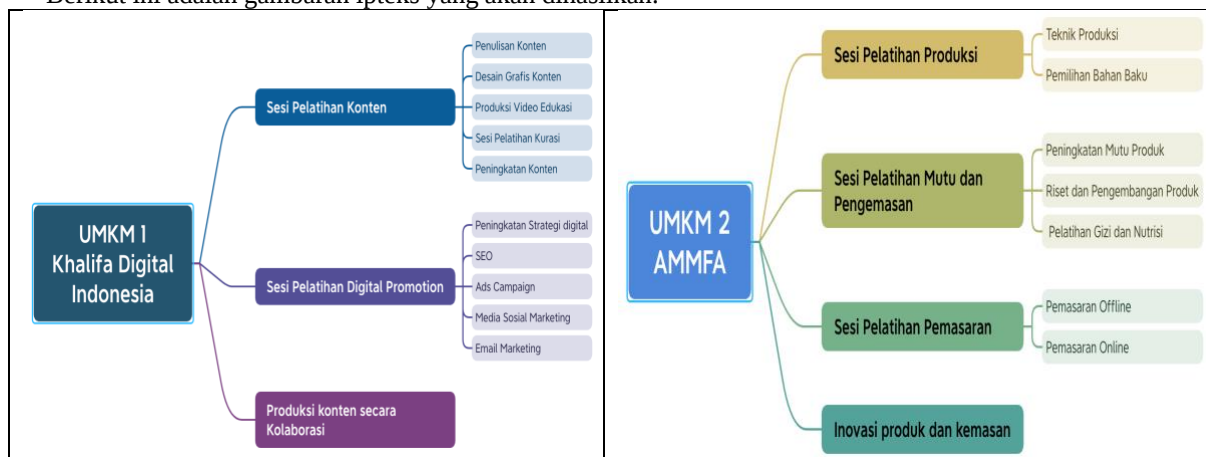
hanya memungkinkan peneliti untuk merekam proses belajar dan adaptasi peserta tetapi juga untuk menangkap tantangan spontan dan solusi kreatif yang mereka kembangkan. Dengan kegiatan yang akan berlangsung di sebuah lokasi yang telah dipilih untuk memudahkan akses dan partisipasi maksimal dari UMKM.

Program pemberdayaan UMKM ini akan dilaksanakan dengan pendekatan kolaboratif antara Institut Mahardika Cirebon, Khalifa Digital Indonesia, dan AMMFA. Selama periode pelaksanaan, akan ada serangkaian aktivitas yang dirancang untuk mencapai luaran yang telah ditentukan.

Mekanisme Pelaksanaan:

1. FGD: Ini akan menjadi titik awal di mana semua pihak berkumpul untuk mendiskusikan dan memvalidasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM. FGD ini juga akan memastikan bahwa solusi yang diajukan sesuai dengan kebutuhan mitra.
 - a. Luaran: Dokumen validasi permasalahan dan rekomendasi solusi
 - b. Pembiayaan: Biaya penyelenggaraan FGD (venue, konsumsi, peralatan)
 - c. Peran: Dosen dan tim pengusul memfasilitasi, mitra memberikan input, mahasiswa mendokumentasikan, narasumber memberikan wawasan profesional.
2. Pelatihan dan Workshop: Sesuai dengan analisis kebutuhan, kedua mitra akan menerima pelatihan yang sesuai, seperti digital marketing untuk Khalifa Digital dan standar produksi untuk AMMFA.
 - a. Luaran: Sertifikat pelatihan, dokumen strategi
 - b. Pembiayaan: Biaya penyelenggaraan pelatihan (pembicara, materi, venue)
 - c. Peran: Dosen dan narasumber sebagai fasilitator pelatihan, tim pengusul dan mitra aktif dalam pelatihan, mahasiswa sebagai peserta dan dokumentasi
3. Implementasi Solusi: Setelah pelatihan, mitra akan mulai menerapkan solusi dengan dukungan dari dosen, tim pengusul, dan mahasiswa. Hal ini bisa berupa produksi konten baru atau pengembangan produk.
 - a. Luaran: Konten/produk baru
 - b. Pembiayaan: Biaya produksi, biaya promosi
 - c. Peran: Dosen sebagai konsultan, tim pengusul sebagai fasilitator, mitra sebagai pelaksana, mahasiswa sebagai asisten

Berikut ini adalah gambaran ipteks yang akan dihasilkan:



Gambar 1 Gambaran IPTEK yang dihasilkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Kegiatan

Program pembinaan UMKM telah berhasil mengimplementasikan rangkaian kegiatan pembinaan yang secara signifikan meningkatkan kualitas dan efektivitas UMKM Khalifa dan AMMFA. Melalui FGD Peningkatan Konten dan sesi pelatihan yang relevan, Khalifa berhasil memproduksi beragam materi edukasi kesehatan yang tidak hanya menarik tapi juga informatif, sesuai dengan kebutuhan informasi kesehatan masa kini. Hal ini tercermin dari konten yang dikurasi dan video edukasi yang telah diproduksi, diukur melalui indikator seperti jumlah artikel dan video yang diterbitkan.

Di sisi lain, AMMFA fokus pada pengembangan produk makanan ringan yang bergizi, dengan kegiatan seperti Pelatihan Pemilihan Bahan Baku dan Pelatihan Teknik Produksi, yang berujung pada penciptaan produk yang tidak hanya sehat tapi juga bertahan lama. Penerapan pengetahuan dari sesi seperti Pelatihan Gizi dan Nutrisi telah meningkatkan kesadaran publik tentang gizi, khususnya dalam pencegahan stunting, sesuai dengan tujuan program.

Efektivitas strategi pemasaran untuk kedua UMKM ini juga ditingkatkan melalui sesi seperti Pelatihan Pemasaran Online dan Offline, yang terbukti dengan perluasan jaringan distribusi dan peningkatan kehadiran online. Ini membantu mengoptimalkan penjualan dan memperkuat branding mereka di pasar yang kompetitif.

Setiap keluaran dari kegiatan tersebut terukur dan berdampak, memenuhi indikator yang telah ditentukan, membuktikan keberhasilan program dalam memberdayakan UMKM untuk menghadapi pasar modern. Pelaksanaan kegiatan ini menjadi bukti dari komitmen program dalam mendukung perkembangan UMKM melalui inovasi dan pendekatan strategis yang berkelanjutan.

Berikut ini adalah keluaran yang dicapai dari hasil kegiatan ini:

Tabel 1 Luaran yang dicapai

No	Kegiatan	Indikator Capaian	Keluaran yang dicapai	Ketercapaian
1	FGD Peningkatan Konten	Diskusi dengan 5 narasumber	Feedback dan rekomendasi untuk peningkatan konten	Tercapai 100 %
2	Sesi Pelatihan Penulisan Konten	5 artikel edukasi kesehatan	Artikel edukasi kesehatan berkualitas	Tercapai 100 %
3	Sesi Pelatihan Desain Grafis Konten	5 desain grafis edukasi	Desain grafis edukasi menarik	Tercapai 100 %
4	Sesi Pelatihan Produksi Video Edukasi	1 video edukasi kesehatan	Video edukasi kesehatan berkualitas	Tercapai 100 %
5	Sesi Pelatihan Kurasi Konten	2 konten dikurasi	Konten kurasi berkualitas	Tercapai 100 %
6	FGD Strategi Digital Marketing	FGD dengan narasumber	Feedback dan rekomendasi untuk strategi digital marketing	Tercapai 100 %
7	Sesi Pelatihan SEO	Peningkatan ranking di mesin pencari	Peningkatan visibilitas website	Tercapai 100 %
8	Sesi Pelatihan Ads Campaign	Kampanye iklan yang efektif	Peningkatan trafik situs	Tercapai 100 %
9	Sesi Pelatihan Media Sosial Marketing	1 kampanye media sosial	Peningkatan engagement di media sosial	Tercapai 100 %
10	Sesi Pelatihan Email Marketing	1 kampanye email	Peningkatan engagement melalui email	Tercapai 100 %
11	Produksi Konten Bersama	1 konten kolaborasi	Konten kolaborasi dengan Institusi	Tercapai 100 %
12	FGD Peningkatan Mutu Produk	FGD dengan narasumber	Feedback dan rekomendasi untuk peningkatan mutu produk	Tercapai 100 %
13	Sesi Pelatihan Teknik Produksi	Peningkatan teknik produksi	Produk berkualitas tinggi	Tercapai 100 %
14	Sesi Pelatihan Pemilihan Bahan Baku	Penggunaan bahan baku berkualitas	Produk yang lebih tahan lama dan sehat	Tercapai 100 %
15	Sesi Pelatihan Pengemasan	Penggunaan dan desain kemasan	Produk dengan kemasan yang aman dan menarik minat konsumen	Tercapai 100 %
16	FGD Strategi Edukasi	FGD dengan narasumber	Feedback dan rekomendasi untuk strategi edukasi masyarakat	Tercapai 100 %

No	Kegiatan	Indikator Capaian	Keluaran yang dicapai	Ketercapaian
17	Sesi Pelatihan Pemasaran Offline	Peningkatan jaringan distribusi offline	Ekspansi ke outlet baru	Tercapai 100 %
18	Sesi Pelatihan Pemasaran Online	Pembuatan situs web/akun media sosial	Online presence dan peningkatan penjualan online	Tercapai 100 %
19	Sesi Pelatihan Gizi dan Nutrisi	Edukasi kepada masyarakat	Peningkatan kesadaran masyarakat akan gizi dan nutrisi terutama pencegahan stunting	Tercapai 100 %
20	Sesi Riset dan Pengembangan Produk	Pengembangan 1 produk nutrisi baru	Peluncuran produk nutrisi baru	Tercapai 100 %

Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan yang dilakukan.

Tabel 2 Dokumentasi Kegiatan

Kegiatan	Dokumentasi
Pembukaan	
FGD Peningkatan Konten	
Pelatihan Penulisan Konten	
Pelatihan Desain Grafis Konten	

Pelatihan Produksi Video Edukasi	 
Pelatihan Kurasi Konten	 
FGD Strategi Digital Marketing	 
Pelatihan SEO	 
Pelatihan Ads Campaign	 
Pelatihan Media Sosial Marketing	 
Pelatihan Email Marketing	 

Produksi Konten Bersama		
FGD Peningkatan Mutu Produk		
Pelatihan Teknik Produksi		
Pelatihan Pemilihan Bahan Baku		
Pelatihan Pengemasan		
FGD Strategi Edukasi		
Pelatihan Pemasaran Offline		

Pelatihan Pemasaran Online	 
Pelatihan Gizi dan Nutrisi	 
Riset dan Pengembangan Produk	 

2. Kontribusi Program

Program pembinaan UMKM ini juga memberikan kontribusi yang berarti terhadap sektor ekonomi dan sosial. Dalam sektor ekonomi, program ini mendukung pertumbuhan UMKM dengan meningkatkan daya saing dan keterampilan bisnis, yang berdampak pada penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi lokal. Dari sisi sosial, program ini memperkuat jaringan masyarakat dengan meningkatkan kesejahteraan melalui akses ke produk dan layanan kesehatan yang lebih baik. Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM dapat menjadi katalisator untuk pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan serta peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Tabel 3 Kontribusi Terhadap Sektor Lain

Sektor	Kontribusi Program
Pendidikan	• Integrasi teori dan praktik industri • Integrasi kurikulum dalam pembelajaran • Pelaksanaan MBKM • Menjadi kontribusi bahan penelitian dosen dan mahasiswa • Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat oleh dosen dan mahasiswa
Kesehatan	• Edukasi gizi dan gaya hidup sehat • peningkatan kesadaran kesehatan
Teknologi	• Adopsi strategi digital • inovasi dalam produksi konten digital
Ekonomi	• Peningkatan daya saing UMKM • pertumbuhan ekonomi lokal
Sosial	• Peningkatan kesejahteraan masyarakat • akses ke layanan kesehatan • peningkatan kesadaran masyarakat

3. Kendala dan Hambatan Kegiatan

Kendala dan permasalahan dalam pelaksanaan program pembinaan UMKM untuk Khalifa Digital mencakup berbagai aspek, mulai dari variasi kemampuan peserta hingga keterbatasan sumber daya. Dalam FGD Peningkatan Konten, tantangan utama adalah mengidentifikasi penyebab stunting dan mengembangkan konten yang menarik dan efektif. Sesi Pelatihan Penulisan Konten menghadapi kendala dalam menyamakan tingkat pembelajaran peserta dan menemukan sumber yang kredibel. Di Pelatihan Desain Grafis Konten, peserta mengalami kesulitan dalam menyederhanakan informasi kesehatan yang rumit menjadi desain yang mudah dipahami.

Untuk AMMFA, kendala dan permasalahan dalam pelaksanaan program mencakup berbagai tantangan dari penyesuaian materi edukasi hingga pemasaran produk. Dalam FGD Peningkatan Mutu Produk, tantangan utamanya adalah menyesuaikan materi edukasi untuk audiens yang beragam dan memastikan keterlibatan audiens yang tinggi. Pelatihan Teknik Produksi menghadapi kendala dalam ketersediaan bahan baku berkualitas dan standarisasi proses pengolahan. Di Pelatihan Pemilihan Bahan Baku, konsistensi dan kualitas bahan baku menjadi isu utama, sementara Pelatihan Pengemasan fokus pada tantangan terkait kesadaran tren konsumen dan desain kemasan.

4. Solusi/Tindak Lanjut

Untuk mengatasi kendala tersebut, program edukasi stunting telah merencanakan beberapa solusi, seperti:

1. Pengembangan konten edukasi: Mengembangkan konten edukasi dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, dan video, dengan fokus pada produk anti-stunting.
2. Kampanye kesadaran: Melakukan kampanye kesadaran melalui media sosial, pelatihan, dan kerjasama dengan UMKM dan lembaga terkait.
3. Membentuk kemitraan: Membentuk kemitraan dengan pihak-pihak terkait, termasuk UMKM binaan Institut Mahardika, untuk mendukung program edukasi.
4. Menyediakan materi pelatihan: Menyediakan materi pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat kemampuan peserta.
5. Memberikan sesi tambahan: Memberikan sesi tambahan atau bimbingan individu bagi peserta yang memerlukan lebih banyak bantuan.
6. Mengadakan sesi khusus: Mengadakan sesi khusus untuk membahas studi kasus nyata dan mendorong kerja sama antara peserta dengan latar belakang desain grafis dan kesehatan yang berbeda.
7. Memberikan akses ke tutorial online: Memberikan akses ke tutorial online dan sesi tambahan untuk praktik mandiri setelah pelatihan.
8. Pemberian software berbayar: Memberikan software berbayar secara trial yang dapat digunakan sampai pelatihan selesai.
9. Menyesuaikan jadwal pelatihan: Menyesuaikan jadwal pelatihan untuk mengalokasikan lebih banyak waktu bagi sesi pengeditan

KESIMPULAN

Penelitian ini fokus pada upaya Kota Cirebon, Jawa Barat, dalam menghadapi tantangan kesehatan publik yang serius, yaitu stunting, melalui pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Stunting, sebuah kondisi yang ditandai dengan gangguan pertumbuhan pada anak-anak akibat kekurangan gizi, menjadi perhatian utama. Dalam konteks ini, UMKM di Cirebon diidentifikasi sebagai katalis potensial dalam strategi pencegahan stunting dan disertakan dalam rangkaian pelatihan yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam bidang digital.

Pelatihan yang dilaksanakan mencakup berbagai topik penting seperti penulisan konten, desain grafis, produksi video, strategi pemasaran digital, dan penggunaan alat digital seperti SEO dan media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah dua lipat. Pertama, untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan UMKM tentang stunting dan dampaknya terhadap masyarakat. Kedua, untuk memberdayakan UMKM dalam menggunakan platform digital, tidak hanya untuk meningkatkan visibilitas dan pertumbuhan bisnis mereka, tetapi juga untuk menyebarkan informasi penting tentang kesehatan dan nutrisi, khususnya dalam konteks pencegahan stunting.

Hasilnya menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan digital peserta, mengindikasikan efektivitas pelatihan. Namun, studi ini juga mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi UMKM dalam perjalanan digitalisasi mereka. Tantangan ini termasuk kesulitan dalam mengoptimalkan SEO, tantangan dalam menganalisis dan memanfaatkan data digital secara efektif, serta adaptasi dengan teknologi yang cepat berubah. Meskipun demikian, peningkatan keterampilan digital ini penting, tidak hanya untuk pertumbuhan bisnis tetapi juga untuk kontribusi mereka dalam pencegahan stunting.

Inisiatif ini mencerminkan sebuah pendekatan holistik dan berkelanjutan dalam menangani masalah stunting. Dengan mengintegrasikan upaya pencegahan stunting ke dalam pembangunan ekonomi lokal melalui UMKM, Kota Cirebon menunjukkan bagaimana sinergi antara kesehatan publik dan ekonomi dapat menciptakan dampak positif yang lebih luas. Pendekatan ini memberikan manfaat ganda: meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat, sekaligus memperkuat ekonomi lokal melalui pemberdayaan UMKM. Melalui kegiatan ini, UMKM di Cirebon tidak hanya tumbuh sebagai entitas ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang berkontribusi pada perbaikan kesehatan masyarakat. Ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara sektor kesehatan dan ekonomi dalam menghadapi tantangan sosial kontemporer.

REFERENSI

- Abdullah, A., Baso, A. B. A. N., Ilham, I., & Sulkifli, S. (2023). Digital Marketing, Inovasi Produk Dan Sosial Capital Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus Pada UMKM Produk Koral dan Ikan Hias). *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v3i2.122>
- Ahmad, I. M., Renjaan, D., & Habsyi, F. (2023). PELATIHAN INOVASI PRODUK OLAHAN BUAH PALA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KOMPETENSI KEWIRAUSAHAAN UMKM DI KOTA TERNATE. *Abdimas Galuh*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i1.10117>
- Andhini, C. S. D., Nurfajriyani, I., Sadiya, H., & Khairiyah, F. N. (2022). Upaya Pencegahan Stunting melalui Peningkatan Pengetahuan Ibu di Puskesmas Pulasaren Kota Cirebon. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i4.1185>
- Annisa, F., Purwana, D., & Fidhyallah, N. F. (2023). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Bidang Kuliner di Kecamatan Koja. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0401.22>
- Arista, S. W., & Indayani, L. (2023). *Digital Marketing Analysis And Marketing Strategy In Increasing MSMEs Sales Volume: Analisis Digital Marketing Dan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan UMKM*. <https://doi.org/10.21070/ups.1021>
- Ervan Budi Wiranto. (2021). *Si Apik: Piranti Lunak yang Mendukung Kemajuan UMKM Indonesia*. undefined. <https://pppk.kemenkeu.go.id/in/post/si-apik:-piranti-lunak-yang-mendukung-kemajuan-umkm-indonesia>
- Hidayati, R., Muslikh, M., Sari, I., & Sekarsari, M. (2023). Pendampingan Digital Marketing Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM di Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat: Pendampingan Digital Marketing Bagi UMKM di Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat. *Journal of Entrepreneurship and Community Innovations (JECI)*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.33476/jeci.v2i1.49>
- Indri Susanti, W., Puji Widodo, A., Achadi Nugraheni, S., & Konsentrasi Sistem Informasi Manajemen Kesehatan Program Studi Magister Ilmu, M. (2019). Pengembangan Sistem Informasi Pencatatan dan Pelaporan Status Gizi Balita Stunting di Kelurahan Gajah Mungkur. *Jurnal Manajemen Kesehatan Indonesia*, 7(1), 67–74. <https://doi.org/10.14710/JMKI.7.1.2019.67-74>
- Kusumawati, D. A., & Saputri, P. L. (2023). Digital Transformation: Peran Digital Skill Dan E-Readiness Pada UMKM. *Performance: Jurnal Personalia, Financial, Operasional, Marketing Dan Sistem Informasi*, 30(1), Article 1. <https://doi.org/10.32424/1.jp.2023.30.1.7849>
- Mustaqim, M. (2016). PRINSIP SYARIAH DALAM MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA (Studi atas Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia UMKM di Kudus). *JURNAL PENELITIAN*, 10(2). <https://doi.org/10.21043/jupe.v10i2.1817>
- Naim, S., Antesty, S., & Hasibuan, R. P. (2023). MENDUKUNG INOVASI PRODUK DAN KREATIVITAS DALAM BISNIS UMKM: PELATIHAN PENGEMBANGAN PRODUK BERKUALITAS. *Eastasouth Journal of Impactive Community Services*, 1(03), Article 03. <https://doi.org/10.58812/ejimcs.v1i03.132>
- Pandanwangi, A., Widowati, W., & Zakaria, T. M. (2023). PENDAMPINGAN DALAM PELATIHAN PRODUK FRUTOPIA HASIL INOVASI METODE LIOFILISASI DI UMKM ARUMA SUKAJADI BANDUNG. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.38048/jailcb.v4i2.1444>
- Putri, A. A., Rohmah, M., Emmawati, A., Andriyani, Y., & Rahmadi, A. (2023). Penerapan CPPB-IRT dan sistem jaminan produk halal sebagai upaya peningkatan mutu dan kehalalan produk UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19633>
- Redy, M., Saputra, E. N., Hidayatullah, M. N., Rachmawati, R., Hamzah, M., & Zainurrafiqi. (2023). PENGGUNAAN MEDIA PEMASARAN SEBAGAI BENTUK INOVASI DAN PENGEMBANGAN PRODUK UMKM. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 51–60. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v1i1.2742>
- Saepuloh, A., Suryani, Y., & Halimah, H. (2023). PENDAMPINGAN UMKM SALE PISANG MELALUI STRATEGI REPACKAGING, REBRANDING, DAN DIGITAL MARKETING: PENDAMPINGAN UMKM SALE PISANG MELALUI STRATEGI REPACKAGING, REBRANDING, DAN DIGITAL

- MARKETING. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.19498>
- Satriadi, T., Yuniarti, Y., Syamani, S., Susilawati, S., & Payung, D. (2023). Diversifikasi Produk Olahan Sayur Pada UMKM Haifa. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.20527/ilung.v3i1.8719>
- Tyas, M. W., & Sari, D. K. (2023). *The Effect of Digital Marketing, Customer Relationship Marketing and Competitive Advantage in Improving the Marketing Performance of Leather MSMEs in Sidoarjo: Pengaruh Digital Marketing, Customer Relationship Marketing dan Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kulit di Sidoarjo*. <https://doi.org/10.21070/ups.3288>
- William, A. A., Oktaviani, R., & Matthew, S. (2023). PENGARUH ORIENTASI PASAR DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA PEMASARAN UMKM KOTA BEKASI DI RAWALUMBU. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i1.270>
- Yusuff, A. A., & Fardhoni. (2022). Aplikasi Rekam Medis Kesehatan Balita dalam Menentukan Kesehatan Balita di Rw 002 Sicalung. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/jatisi/article/view/3167>
- Yusuff, A.A., Fardhoni, F., Permana, I.S., Herawati, T. and Nuraeni, I.I., 2023. Pengenalan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Kebonbaru Kecamatan Kejaksan. <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsa/article/view/1356>