

Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Bisnis Sosial sebagai Upaya Pencegahan Stunting di Desa Dersalam Kudus

(Implementation of Appropriate Technology in Social Enterprises as an Effort to Prevent Stunting in Dersalam Kudus)

Dina Lusianti^{1*}, Keke Fahira², Vikha Asri³

Universitas Muria Kudus, Jawa Tengah, Indonesia^{1,2,3}

dina.lusianti@umk.ac.id¹, keke.tamara@umk.ac.id², vikha.indira@umk.ac.id³



Riwayat Artikel:

Diterima pada 07 Oktober 2025

Revisi 1 pada 21 Oktober 2025

Revisi 2 pada 11 November 2025

Revisi 3 pada 22 November 2025

Disetujui pada 02 Desember 2025

Abstract

Purpose: This community service activity aims to empower women in Desa Dersalam, Kudus, by improving their skills in healthy food production and digital marketing as part of a social business that supports stunting prevention. The program is designed to help partners produce healthy food efficiently and promote their products through digital platforms.

Methodology/Approach: The activity was conducted in Desa Dersalam and involved members of the Wanita Berdaya group. Several tools were used to support the training process, including an Air Fryer, Slow Juicer, and Chopper. The training was carried out through hands-on practice, demonstrations, mentoring, and social business workshops.

Results/Findings: The program achieved several key outcomes. In digital marketing, ten participants actively promoted their products through social media, created at least three promotional contents each month, and successfully developed logos and brand identities ready for use.

Conclusions: The use of appropriate technology has proven to improve efficiency, product quality, and hygiene in social business activities. Overall, this program supports community empowerment and makes a concrete contribution to stunting prevention efforts through increased knowledge, improved practices, and sustainable skill development.

Limitations: The program faces a limitation in sustaining the mentoring phase, as some participants are not yet consistent in continuing production and digital marketing without intensive supervision.

Contributions: Significant contributions include strengthening women's capacity through appropriate technology and digital marketing, which supports family economic empowerment and community-based stunting prevention efforts in Dersalam, Kudus, Central Java.

Keywords: *Appropriate Technology, Marketing, Operations, Stunting, Women*

How to Cite: Lusianti, D., Fahira, K., Asri, V. (2026). Penerapan Teknologi Tepat Guna pada Bisnis Sosial sebagai Upaya Pencegahan Stunting di Desa Dersalam Kudus. *Yumary: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 129-139.

1. Pendahuluan

Desa Dersalam berada di Kecamatan Bae, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Dengan penduduk sejumlah 7.983 jiwa, terdiri dari 3.942 laki-laki dan 4.041 perempuan. Struktur sosial masyarakatnya masih didominasi oleh pola kehidupan pedesaan dengan ikatan sosial yang kuat, namun terdapat tantangan dalam aspek ekonomi, terutama bagi ibu rumah tangga yang tidak produktif secara ekonomi. Sebagian besar penduduknya bekerja di sektor pertanian, perdagangan kecil, serta industri rumah tangga. Tidak semua keluarga memiliki pendapatan yang stabil, sehingga beberapa kelompok rentan, terutama ibu rumah tangga tanpa penghasilan, mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan gizi keluarga. Ketimpangan ekonomi ini berkontribusi pada tingginya risiko stunting, karena banyak keluarga kesulitan menyediakan pangan bergizi bagi anak-anak mereka ([Al-Maraghi, Manurung, & Mubarak, 2025](#)).

Data stunting di desa Dersalam di Kabupaten Kudus Provinsi Jawa Tengah menunjukkan bahwa dari 1.200 keluarga, terdapat 300 keluarga berisiko stunting. Dari 500 balita yang ada, 50 di antaranya mengalami stunting, dengan rincian 20 balita sangat pendek dan 30 balita pendek. Meskipun angka stunting di Kabupaten Kudus secara keseluruhan mengalami penurunan signifikan, mencapai 3,75% pada tahun 2024 ([Iswari & Hartati, 2022](#)), kondisi di Desa Dersalam masih membutuhkan perhatian serius. Faktor ekonomi keluarga menjadi salah satu penyebab angka stunting, terutama di rumah tangga dengan pendapatan rendah dan ibu yang tidak memiliki kemandirian ekonomi.

Ibu rumah tangga yang tidak memiliki penghasilan sendiri, bergantung sepenuhnya pada pendapatan suami dapat berdampak pada ketidakstabilan ekonomi yang akhirnya berdampak pada kurangnya akses terhadap makanan bergizi bagi anak-anak mereka, yang berujung pada peningkatan risiko stunting. Minimnya literasi gizi dan kesadaran akan pentingnya pola makan sehat juga dapat memperparah kondisi tersebut ([Kurniawan, Latifah, Fanaqi, & Margani, 2024](#); [Suarayasa, Miranti, & Wandira, 2024](#)). Sebagian besar ibu rumah tangga di desa Dersalam sebenarnya memiliki keterampilan dalam produksi olahan makanan. Gambar 1 memperlihatkan kesiapan Ibu-ibu rumah tangga di Desa Dersalam dalam berkegiatan mengolah makanan. Kemampuan ini hanya terbatas untuk konsumsi kalangan terbatas dan belum mampu dikembangkan menjadi sebuah usaha secara mandiri karena kurangnya literasi bisnis, akses modal, serta strategi pemasaran yang efektif. Dengan kurang adanya fasilitas ekonomi kreatif, perempuan di Desa Dersalam kehilangan peluang untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam sektor ekonomi produktif.

Merujuk pada fenomena yang terjadi, pemberdayaan perempuan dalam bisnis sosial menjadi pendekatan strategis ([Shaheen, Khan, and Middlebrough, 2024](#)) untuk mengatasi permasalahan ekonomi ibu rumah tangga dan sekaligus mendukung upaya pencegahan stunting. Dengan meningkatkan kapasitas perempuan dalam operasional bisnis, *branding*, dan strategi pemasaran, ibu-ibu rumah tangga dapat memperoleh penghasilan yang lebih stabil ([Duber-Smith, Schofield, & Baker, 2023](#)). Peningkatan ekonomi keluarga ini memungkinkan para Ibu untuk menyediakan makanan yang lebih bergizi bagi anak-anak ([Saadah, Hasanah, & Yulianto, 2022](#)), sehingga membantu mengurangi dan mencegah angka stunting di Desa Dersalam.



Gambar 1. Kreativitas olahan makanan ibu-ibu Desa Dersalam

Wanita Dersalam berdaya menekankan tanggung jawab sosial dalam menjalankan usaha, menjadi dasar dalam program pemberdayaan ibu rumah tangga di Desa Dersalam. Pendekatan ini bukan hanya berorientasi pada peningkatan ekonomi individu, tetapi juga pada manfaat yang lebih luas bagi masyarakat, termasuk dalam upaya pencegahan stunting. Dengan memberikan pendampingan berupa penerapan teknologi tepat guna, ibu-ibu tidak hanya diberdayakan dalam keterampilan bisnis dan pemasaran, tetapi juga diberikan pemahaman bahwa usaha mereka harus memiliki nilai sosial, salah satunya dengan mendukung peningkatan gizi keluarga dan masyarakat sekitar.

Pendekatan ini juga menekankan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial ([Halim & Osmani, 2023](#)). Dengan membangun usaha berbasis sosial, ibu-ibu rumah tangga tidak hanya berfokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga memastikan bahwa usaha mereka dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat ([Hirsanudin & Martini, 2023](#)). Keberlanjutan ekonomi ini akan menciptakan siklus positif, di mana kesejahteraan keluarga meningkat, asupan gizi membaik, dan pada akhirnya membantu mencegah stunting di Desa Dersalam ([Hadi, 2023](#)).

Dengan menerapkan teknologi tepat guna di Dersalam ini juga akan mengintegrasikan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM, termasuk penggunaan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan jangkauan pasar ([Tan & Chen, 2021](#)). Dalam hal ini, penerapan alat masak multifunction akan turut meningkatkan efisiensi dalam produksi. Evaluasi keberhasilan program akan dilakukan melalui pengukuran peningkatan omzet usaha, jumlah pelanggan, serta peningkatan keterampilan Mitra dalam menyusun strategi pemasaran dan pengelolaan bisnis yang lebih profesional ([Guerrero & García, 2024](#); [Gustalika, Suryani, & Prasetyo, 2024](#)). Dengan pendekatan yang komprehensif, program ini diharapkan dapat menciptakan dampak berkelanjutan bagi perempuan pelaku usaha di Desa Dersalam.

Penerapan teknologi tepat guna ini mendukung *Sustainable Development Goals* (SDGs) SDG 3: Kehidupan Sehat dan Sejahtera dengan mendukung penyediaan makanan sehat yang dapat membantu mencegah stunting. SDG 5: Kesenjangan Gender, karena program ini berfokus pada pemberdayaan perempuan dalam bisnis sosial dan ekonomi kreatif ([Martinez-Leon, Olmedo-Cifuentes, Martínez-Victoria, & Arcas-Lario, 2020](#)). SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, dengan membantu perempuan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan daya saing bisnis ([Boris & Parakhina, 2022](#); [Suardana, Yuliati, Sari, Ariffianti, & Prathama, 2024](#)). Dimana hal ini sejalan dengan Asta Cita, program ini mendukung penciptaan lapangan kerja, pengembangan kewirausahaan perempuan, serta pertumbuhan ekonomi kreatif melalui inovasi produk lokal yang memiliki nilai tambah.

Dalam kaitannya dengan Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, program ini berkontribusi pada: IKU 2: Mahasiswa mendapatkan pengalaman di luar kampus, karena melibatkan mahasiswa dalam pendampingan Mitra. IKU 3: Dosen berkegiatan di luar kampus, dengan keterlibatan langsung dalam pemberdayaan masyarakat melalui penguatan bisnis sosial. Dari perspektif Rencana Induk Riset Nasional (RIRN), kegiatan pengabdian ini mendukung pengembangan sistem inovasi berbasis sosial dan ekonomi kreatif, yang selaras dengan upaya peningkatan daya saing UMKM di era digital. Pendampingan ini memiliki perbedaan dari sebagian besar program pengabdian yang hanya berfokus pada pelatihan kewirausahaan atau peningkatan literasi gizi, inisiatif ini mengintegrasikan tiga elemen sekaligus, yakni penerapan teknologi tepat guna, pengembangan bisnis sosial berbasis *Mas'uliyah*, dan pemasaran digital yang secara langsung menghubungkan peningkatan ekonomi keluarga dengan pencegahan stunting. Pendekatan ini memastikan bahwa perempuan tidak hanya memperoleh keterampilan produksi pangan sehat, tetapi juga dibekali kemampuan branding dan strategi pemasaran untuk menciptakan sumber pendapatan berkelanjutan.

2. Metodologi

Pelaksanaan program ini dilakukan secara sistematis melalui beberapa tahapan utama untuk memastikan solusi yang ditawarkan dapat diterapkan secara efektif dan memberikan dampak nyata bagi mitra sasaran. Gambar 2 adalah tahapan metode pelaksanaan program. Tahapan pertama dalam pelaksanaan program adalah sosialisasi kepada mitra sasaran. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan kepada Kepala Desa untuk memperkenalkan program, menjelaskan tujuan serta manfaat yang akan diperoleh oleh Mitra. Sesi ini bertujuan untuk menggali potensi serta kebutuhan mitra secara lebih spesifik. Dalam proses ini, tim pengabdian akan memaparkan konsep dasar tentang pengembangan bisnis sosial berbasis *Mas'uliyah* [Lusianti \(2024\)](#), pentingnya peningkatan ekonomi keluarga dalam mencegah stunting [Kania et al. \(2025\)](#), serta mekanisme pelaksanaan program. Selama sosialisasi, dilakukan pula identifikasi Mitra yang memiliki komitmen tinggi untuk mengikuti seluruh tahapan program. Mitra sasaran diberikan kesempatan untuk menyampaikan kendala dan harapan mereka, sehingga program dapat disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan nyata di lapangan.



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Program

Setelah tahap sosialisasi selesai, Mitra akan diberikan pelatihan berbasis praktik untuk meningkatkan keterampilan dalam dua aspek utama, yaitu manajemen bisnis dan strategi pemasaran digital. Adapun pelatihan meliputi pelatihan Manajemen berupa penyusunan *Business Plan* [Lusianti, Fahira, Naimi, and Norikun \(2023\)](#) dan Pelatihan Pemasaran Digital [Ren, 2024](#)). Dalam sesi pelatihan manajemen, mitra akan diberikan bimbingan dalam menyusun business plan sederhana. Materi yang diberikan mengenai penyusunan visi dan misi usaha yang jelas, identifikasi target pasar dan analisis SWOT usaha, dan perencanaan strategi keuangan dasar. Mitra sasaran juga akan mendapatkan pendampingan dalam pencatatan keuangan usaha, termasuk pemisahan modal dan keuntungan, serta pencatatan transaksi harian yang sederhana [Auliya & Arif, 2021](#); [Kusuma, Narulitasari, & Nurohman, 2022](#))

Dalam pelatihan pemasaran digital, mitra akan diberikan pelatihan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Materi pelatihan meliputi: Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran ([Sukendar & Susena, 2022](#)). Teknik fotografi produk agar lebih menarik bagi calon pelanggan. Pembuatan konten promosi yang efektif dan storytelling produk serta Branding usaha dengan pembuatan logo, nama usaha, dan tagline ([Nuryani, 2025](#)). Tahapan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mitra dalam mengelola bisnisnya secara lebih profesional dan meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar yang lebih luas. Setelah mendapatkan pelatihan, mitra akan diberikan sesi pendampingan secara langsung. Tim pelaksana akan melakukan kunjungan berkala ke usaha mitra untuk memastikan bahwa ilmu yang telah diberikan diterapkan dengan baik. Pendampingan meliputi: pembimbingan dalam implementasi strategi bisnis yang telah direncanakan, koreksi terhadap kesalahan dalam pencatatan keuangan usaha, dan evaluasi efektivitas pemasaran digital yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan dalam bentuk monitoring perkembangan usaha Mitra. Indikator evaluasi mencakup tingkat pemahaman Mitra, jumlah *business plan* yang berhasil disusun, serta implementasi pemasaran digital ([Ridha & Hidayat, 2020](#)).

Agar program ini dapat terus memberikan manfaat jangka panjang, dirancang strategi keberlanjutan, yakni dengan membentuk komunitas bisnis berbasis *Mas'uliyah* yang berfungsi sebagai wadah bagi mitra untuk terus berbagi pengalaman dan meningkatkan keterampilan bisnis ([Hirsanudin & Martini, 2023](#)). Mendorong kerja sama antara mitra usaha dengan koperasi atau UMKM setempat agar usaha yang telah dibangun dapat berkembang lebih luas. Mengadakan sesi konsultasi berkala setelah program selesai untuk memastikan bahwa mitra tetap mendapatkan bimbingan dalam menjalankan bisnisnya. Melalui tahapan-tahapan ini, diharapkan mitra sasaran dapat lebih mandiri dalam menjalankan usaha mereka serta meningkatkan kesejahteraan keluarga, yang pada akhirnya berkontribusi pada upaya pencegahan stunting di Desa Dersalam. Metode Pendekatan dan Penerapan Teknologi serta Inovasi yang digunakan dalam program pendampingan ini mencakup pendekatan partisipatif, penerapan teknologi dan digitalisasi ([Sopuroh & Tanjung, 2023](#)). Pendekatan Partisipatif melibatkan mitra sasaran dalam setiap tahapan untuk meningkatkan rasa kepemilikan terhadap program. Pendekatan Berbasis *Mas'uliyah* dengan Menanamkan prinsip tanggung jawab sosial dalam pengelolaan usaha mitra ([Fittria, 2022](#); [Irianto & Rahayu, 2022](#)).

Pengukuran capaian program dilakukan melalui beberapa metode evaluasi yang dirancang untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai perubahan yang terjadi sebelum, selama, dan setelah program dilaksanakan. Evaluasi dilakukan secara kuantitatif maupun kualitatif agar hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sekaligus mencerminkan kondisi nyata di lapangan ([Faisol, Paujiah, Russel, & Ramelan, 2022](#)). Pada tahap awal sosialisasi, capaian peserta diukur melalui daftar hadir dan tes pemahaman. Kehadiran peserta dicatat menggunakan lembar presensi sehingga dapat diketahui persentase partisipasi. Sementara itu, peningkatan pemahaman diukur menggunakan metode *pre-post-test*, yaitu tes yang diberikan sebelum dan setelah sosialisasi. Dengan cara ini, dapat terlihat perubahan tingkat pengetahuan peserta secara objektif ([Awaluddin et al., 2025](#)). Selain itu, komitmen peserta untuk mengikuti program diukur melalui pernyataan kesediaan dan wawancara singkat, sehingga tim pelaksana dapat memastikan kesiapan peserta dalam menjalani rangkaian kegiatan berikutnya.

Pada tahap pelatihan dan penerapan teknologi, evaluasi capaian dilakukan melalui uji keterampilan langsung, pengukuran efisiensi waktu produksi, serta penilaian kualitas produk. Uji keterampilan dilakukan melalui observasi terstruktur menggunakan daftar pemeriksaan (*checklist*) untuk menilai kemampuan peserta dalam mengoperasikan alat sesuai standar operasional. Efisiensi waktu produksi diukur menggunakan metode *time-motion study*, yaitu pencatatan waktu produksi sebelum dan sesudah penggunaan teknologi untuk melihat peningkatan kecepatan kerja. Penilaian higienitas dan kualitas produk dilakukan melalui *quality scoring*, yaitu penilaian dengan skala tertentu pada aspek kebersihan, tekstur, tampilan, dan konsistensi. Kelayakan produk untuk dijual diuji melalui panel sederhana dan penilaian organoleptik agar dapat diketahui peningkatan kualitas produk secara menyeluruh.

Pada tahap pendampingan, evaluasi menekankan pada penurunan kesalahan teknis dan peningkatan kemampuan pemasaran digital. Kesalahan teknis dalam proses produksi dipantau melalui observasi

rutin dan pencatatan jumlah kesalahan yang muncul, sehingga dapat dihitung persentase penurunannya dari waktu ke waktu. Aktivitas pemasaran digital peserta dievaluasi melalui pemeriksaan akun media sosial usaha, termasuk jumlah unggahan, jenis konten, serta kemampuan teknis dalam membuat konten. Peserta diminta melakukan praktik langsung pembuatan foto atau video produk sebagai bagian dari penilaian kemampuan digital mereka.

Tahap keberlanjutan program dievaluasi untuk melihat sejauh mana peserta mampu melanjutkan usaha secara mandiri setelah intervensi diberikan. Tingkat komitmen peserta diukur menggunakan kuesioner dan wawancara mengenai kesiapan mereka menjalankan usaha dengan memanfaatkan teknologi yang sudah diberikan. Peningkatan volume produksi dianalisis dari catatan produksi sebelum dan sesudah program. Produk-produk baru atau variasi produk yang dihasilkan peserta dicatat untuk mengetahui perkembangan kreativitas dan inovasi mereka. Potensi peningkatan pendapatan dihitung berdasarkan analisis sederhana dari catatan penjualan, biaya produksi, dan margin keuntungan yang diperoleh selama masa uji coba pasar.

Secara keseluruhan, metode-metode yang digunakan dalam pengukuran capaian program memberikan gambaran komprehensif mengenai perkembangan peserta. Pendekatan kombinatorik antara *pre-post-test*, observasi langsung, uji praktik, analisis produksi, dan evaluasi pemasaran digital memungkinkan program dievaluasi secara objektif serta memastikan bahwa peningkatan yang dicapai benar-benar merupakan hasil dari pelaksanaan kegiatan. Narasi evaluatif ini menegaskan bahwa capaian yang diperoleh bukan hanya persepsi, melainkan perubahan nyata yang terjadi pada kemampuan peserta, kualitas produk, dan keberlanjutan usaha.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pendampingan dan penerapan teknologi tepat guna pada kelompok usaha wanita Desa Dersalam menunjukkan hasil yang sangat positif dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kualitas produksi, kapasitas peserta, serta keberlanjutan usaha. Program ini dilaksanakan melalui empat tahapan utama, yaitu sosialisasi program, pelatihan dan penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, serta tahap keberlanjutan. Setiap tahapan memberikan kontribusi yang saling melengkapi dalam membangun kemampuan teknis, manajerial, dan pemasaran peserta.

Tahap awal sosialisasi menjadi fondasi penting dalam memastikan pemahaman dan kesiapan peserta terhadap rangkaian kegiatan yang akan dijalankan. Kehadiran peserta mencapai 80% atau 8 dari 10 orang, yang menunjukkan antusiasme dan perhatian awal terhadap program. Materi sosialisasi berfokus pada pengenalan konsep teknologi tepat guna, manfaat yang dapat diperoleh, serta relevansi program terhadap peningkatan kualitas produk dan pencegahan stunting melalui pangan aman dan higienis. Hasil evaluasi awal menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta yang sangat signifikan, yaitu dari 56% sebelum sosialisasi menjadi 89% setelah kegiatan berlangsung. Peningkatan ini menandakan bahwa kegiatan sosialisasi berhasil memberikan pemahaman menyeluruh, terutama mengenai pentingnya aspek higienitas, efisiensi produksi, dan kualitas produk olahan pangan. Seluruh mitra yang hadir juga menyatakan komitmennya untuk mengikuti program secara penuh, sehingga tahapan ini dapat dikategorikan sangat efektif dalam membangun motivasi dan kesadaran peserta.

Tahap pelatihan merupakan komponen inti dalam pelaksanaan program. Seluruh peserta, yaitu 10 orang, hadir dan mengikuti kegiatan pelatihan secara aktif. Pelatihan dirancang untuk memberikan keterampilan teknis terkait penggunaan alat dan teknologi tepat guna yang disediakan, termasuk mesin produksi pangan, peralatan higienitas, dan teknologi pendukung lainnya. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu mengoperasikan alat dengan baik (100%). Selain itu, setelah teknologi digunakan dalam proses produksi, terjadi peningkatan efisiensi waktu produksi sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi tepat guna berhasil mempercepat proses dan mengurangi beban kerja manual yang sebelumnya memakan waktu lebih lama. Dari segi kualitas, skor higienitas/kualitas produk meningkat dari 68 menjadi 92. Peningkatan kualitas ini dihasilkan dari penggunaan alat yang lebih bersih, proses yang lebih terstandar, dan pemahaman peserta terhadap SOP produksi yang lebih baik. Kelayakan produk untuk dijual juga menunjukkan peningkatan signifikan dari 55% menjadi 90%, sehingga berdampak langsung pada penerimaan pasar dan potensi ekspansi usaha. Capaian-capaian ini

menjelaskan bahwa penerapan teknologi tidak hanya meningkatkan aspek teknis, tetapi juga kualitas produk akhir yang menjadi indikator penting keberhasilan program.

Tahap pendampingan memberikan kesempatan bagi peserta untuk mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari selama pelatihan dalam kondisi usaha nyata. Sebanyak 7 orang (70%) aktif mengikuti pendampingan, meskipun terjadi sedikit penurunan partisipasi. Namun, bagi peserta yang aktif, peningkatan kapasitas dan kualitas kerja terlihat sangat signifikan. Salah satu dampak terbesar dari pendampingan ini adalah penurunan kesalahan teknis dalam proses produksi, yakni dari 22% menjadi hanya 7%. Hal ini menunjukkan bahwa peserta berhasil menginternalisasi cara kerja alat, memahami prosedur standar, dan mampu menjaga konsistensi kualitas. Pendampingan juga berfokus pada penguatan keterampilan pemasaran digital. Seluruh peserta (100%) aktif melakukan pemasaran digital, melalui platform seperti *Instagram*, *Facebook*, hingga *WhatsApp Business*. Semua peserta juga mampu membuat konten pemasaran secara mandiri, termasuk foto produk, video singkat, dan caption yang menarik. Hal ini menunjukkan peningkatan literasi digital yang penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha di era digital. Pendampingan terbukti memainkan peran strategis dalam memastikan keberlanjutan keterampilan peserta dan adaptasi mereka terhadap kebutuhan pasar saat ini.

Tahap keberlanjutan menjadi indikator penting untuk melihat sejauh mana peserta mampu menjaga dan mengembangkan usaha secara mandiri setelah program berjalan. Sebanyak 7 orang atau 87,5% menyatakan komitmen untuk melanjutkan usaha dengan memanfaatkan teknologi tepat guna yang telah diberikan. Secara kuantitatif, volume produksi mengalami peningkatan sebesar 20–25%, menunjukkan bahwa peserta mulai meningkatkan kapasitas produksi seiring dengan meningkatnya kepercayaan diri dan permintaan pasar. Selain itu, peserta juga berhasil mengembangkan lima jenis produk yang telah masuk dalam uji coba pasar lokal. Ini menandakan adanya kreativitas dan inovasi yang tumbuh selama program berlangsung. Dari sisi ekonomi, terdapat potensi peningkatan pendapatan sebesar 15–30% apabila peserta mampu mempertahankan konsistensi produksi dan memanfaatkan saluran pemasaran dengan efektif. Potensi ini sangat relevan dengan tujuan utama program dalam memberdayakan wanita, meningkatkan kesejahteraan keluarga, serta mendorong penyediaan produk pangan yang aman untuk mendukung pencegahan stunting. Capaian ini Nampak pada Tabel 1.

Tabel 1. Capaian Kegiatan

No	Tahapan Kegiatan	Capaian
1	Sosialisasi Program	a. Peserta hadir: 8 dari 10 orang (80%) b. Pemahaman meningkat dari 56% menjadi 89% c. Seluruh Mitra berkomitmen mengikuti program
2	Pelatihan & Penerapan Teknologi	a. Peserta ikut pelatihan: 10 orang b. Peserta mampu mengoperasikan alat: 10 orang (100%) c. Efisiensi waktu produksi meningkat 30% d. Skor higienitas/kualitas meningkat 68 menjadi 92 e. Produk layak jual meningkat 55% menjadi 90%
3	Pendampingan & Evaluasi	a. Peserta aktif: 7 orang (70%) b. Kesalahan teknis turun 22% menjadi 7% c. Peserta aktif pemasaran digital: 10 orang (100%) d. Peserta mampu membuat konten sendiri: 10 orang (100%)
4	Keberlanjutan Program	a. Peserta berkomitmen melanjutkan: 7 orang (87,5%) b. Volume produksi meningkat 20–25% c. Produk uji coba pasar lokal: 5 jenis d. Potensi peningkatan pendapatan: 15–30%

Peralatan dapur canggih dipilih karena tersedia di pasaran, memenuhi standar kebutuhan pelatihan, serta efektif digunakan untuk proses pengolahan makanan sehat bagi ibu dan balita dalam rangka pencegahan stunting. Pelaksanaan kegiatan pemanfaatan Teknologi Tepat Guna pada program Wanita Berdaya Desa

Dersalam sebagai Mitra menunjukkan capaian yang signifikan, baik dari aspek efisiensi proses produksi maupun peningkatan kualitas pangan sehat bagi ibu dan balita. Melalui penggunaan *Air Fryer*, *Slow Juicer*, dan *Chopper Manual*, waktu produksi dapat dihemat secara nyata. Proses memasak menggunakan *Air Fryer* mampu mempercepat waktu pengolahan hingga sekitar 20 menit per *batch* dibanding metode konvensional, sekaligus menghilangkan kebutuhan penggunaan minyak sehingga menghasilkan produk yang lebih sehat. Penggunaan *Slow Juicer* meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi minuman sehat. Ekstraksi jus menjadi lebih cepat dan higienis, dengan kemampuan menghasilkan hingga 1,5 liter jus murni dari 2 kg bahan dalam waktu yang lebih singkat. Mitra juga memperoleh pemahaman tentang cara mempertahankan kandungan nutrisi melalui teknologi perasan lambat yang lebih stabil dan tidak mudah teroksidasi.

Chopper turut memberikan dampak positif dalam proses persiapan bahan makanan. Alat ini mempercepat pemotongan bahan hingga 30% dibandingkan cara manual, memungkinkan Mitra mempersiapkan bahan untuk puluhan porsi MPASI dalam waktu yang lebih singkat. Proses yang lebih cepat dan seragam membuat kegiatan pelatihan berjalan lebih efektif dan efisien. Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil meningkatkan efisiensi waktu produksi, kapasitas penyediaan produk sehat, serta keterampilan Mitra dalam mengoperasikan peralatan teknologi tepat guna. Penerapan teknologi tersebut memberikan kontribusi nyata dalam mendukung penyediaan makanan bergizi dan higienis, yang menjadi bagian penting dalam upaya pencegahan stunting di Desa Dersalam.

Model yang diterapkan dalam kegiatan pendampingan ini mengintegrasikan *appropriate technology* dan konsep *Mas'uliyah social business* untuk mentransformasikan keterampilan produksi pangan sehat menjadi aktivitas ekonomi berkelanjutan. Pendekatan ini selaras dengan teori bahwa peningkatan kemandirian ekonomi ibu secara langsung memengaruhi kemampuan keluarga dalam menyediakan asupan gizi yang lebih baik bagi anak, sehingga menjadi salah satu determinan utama dalam penurunan risiko stunting. Penerapan teknologi tepat guna mempercepat proses produksi dan memastikan higienitas makanan, sementara sistem bisnis sosial dan pemasaran digital memperkuat stabilitas pendapatan rumah tangga. Dengan demikian, hubungan kausal antara teknologi, ekonomi, keluarga, dan gizi anak dibangun secara eksplisit, menjadikan program ini lebih holistik dan berdampak jangka panjang dalam pencegahan stunting.

4. Kesimpulan

4.1 Kesimpulan

Pelaksanaan program pemberdayaan pada mitra telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi peningkatan kapasitas mitra dalam aspek pemasaran dan produksi pangan sehat. Melalui pelatihan pemasaran digital, peserta berhasil mengembangkan kemampuan dalam membuat konten promosi, memanfaatkan media sosial, serta menyusun identitas brand yang lebih profesional. Di sisi produksi, penerapan peralatan teknologi tepat guna terbukti meningkatkan efisiensi kerja, di mana proses produksi dapat dilakukan dalam waktu kurang dari tiga jam, sehingga meningkatkan produktivitas dan kualitas hasil olahan. Selain capaian pemberdayaan, kegiatan ini juga menghasilkan luaran akademik berupa artikel ilmiah yang telah disubmit ke jurnal pengabdian masyarakat, serta karya visual dalam bentuk video dokumentasi kegiatan. Luaran tersebut menunjukkan bahwa program tidak hanya memberikan manfaat langsung kepada mitra, tetapi juga menghasilkan kontribusi pengetahuan yang dapat diakses secara luas. Secara keseluruhan, kegiatan ini berjalan efektif, terukur, dan mendukung upaya pencegahan stunting melalui peningkatan keterampilan dan pemahaman gizi masyarakat.

Secara praktis, kegiatan ini memberikan model pemberdayaan perempuan berbasis teknologi tepat guna yang dapat dikembangkan lebih lanjut oleh lembaga pendamping UMKM untuk meningkatkan kapasitas produksi pangan sehat sekaligus mendukung pencegahan stunting di tingkat rumah tangga. Di ranah akademik, program ini memperkaya kajian mengenai *social business* berbasis *Mas'uliyah* dengan menghadirkan pendekatan integratif antara teknologi, pemasaran digital, dan kesehatan keluarga, serta menghasilkan luaran ilmiah yang berkontribusi pada pengembangan ilmu di bidang pemberdayaan masyarakat. Pada bidang kebijakan, model program ini mendukung pencapaian SDGs (3, 5, dan 8), sejalan dengan RIRN terkait penguatan inovasi sosial dan ekonomi kreatif, serta relevan

untuk dijadikan rekomendasi penguatan intervensi stunting berbasis pemberdayaan ekonomi perempuan bagi pemerintah desa maupun dinas terkait.

4.2 Limitasi

Meskipun program ini berhasil mencapai berbagai tujuan yang diharapkan, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah terbatasnya waktu pelaksanaan yang membuat implementasi pelatihan dan pengembangan kapasitas mitra terfokus pada aspek tertentu saja. Selain itu, kendala dalam hal pemahaman teknologi oleh sebagian mitra juga menjadi tantangan dalam penerapan pemasaran digital secara maksimal. Program ini juga masih belum melibatkan pihak lain seperti puskesmas dan kader posyandu secara lebih intens, yang dapat meningkatkan dampaknya dalam jangka panjang.

4.3 Saran dan Studi Lanjutan

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar mitra terus mengembangkan kemampuan pemasaran digital melalui pendampingan lanjutan, terutama dalam pemanfaatan fitur-fitur promosi berbayar dan analitik media sosial. Mitra juga diharapkan dapat menjaga konsistensi dalam pembuatan konten promosi guna memperkuat engagement dengan calon konsumen. Pada aspek produksi, penting bagi mitra untuk melakukan perawatan rutin terhadap peralatan teknologi tepat guna yang telah digunakan, serta terus mengeksplorasi resep atau produk baru yang sesuai dengan kebutuhan gizi keluarga. Kolaborasi dengan pihak terkait seperti puskesmas, kader posyandu, atau UMKM setempat perlu ditingkatkan agar program dapat memberikan dampak yang lebih luas. Secara kelembagaan, perlu ada dukungan lanjutan untuk memperkuat kontribusi pengabdian terhadap capaian IKU perguruan tinggi dan agenda RIRN, terutama melalui keterlibatan berkelanjutan dosen dan mahasiswa dalam pemberdayaan UMKM, inovasi sosial, dan transformasi ekonomi masyarakat. Studi lanjutan juga dapat dilakukan untuk mengevaluasi keberlanjutan model pemberdayaan ini dalam jangka panjang serta dampaknya terhadap ketahanan pangan dan pencegahan stunting di tingkat rumah tangga.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Universitas Muria Kudus yang telah memberikan pendanaan program pengabdian skema Teknologi Tepat Guna sesuai kontrak dengan nomor: 561/LPPM.UMK/B.07.209/X/2025, serta Mitra yakni kelompok Wanita Berdaya Kelurahan Dersalam Kabupaten Kudus yang telah bersemangat mengembangkan diri dan mengikuti rangkaian kegiatan dengan sangat baik.

Referensi

- Al-Maraghi, D., Manurung, S., & Mubarak, M. H. (2025). Pengaruh Ketimpangan Pendapatan dan Kemiskinan terhadap Stunting di Pulau Sumatera. *Kajian Ekonomi dan Akuntansi Terapan*, 2, 251-266. doi:<https://doi.org/10.61132/keat.v2i4.1919>
- Auliya, A. N., & Arif, L. (2021). Peran dinas koperasi usaha mikro perindustrian dan perdagangan dalam penanganan dampak pandemi covid-19 pada usaha mikro di kabupaten gresik. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, 8(1), 10.
- Awaluddin, S. P., Rustam, R., Khair, A. u., Azis, I., Nurani, N., & Muntasir, M. (2025). Inovasi Camilan Sehat Ikan Bandeng Tingkatkan Gizi Remaja Putri Pangkajene. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 4(1), 1-9. doi:[10.35912/jamu.v4i1.5269](https://doi.org/10.35912/jamu.v4i1.5269)
- Boris, O., & Parakhina, V. (2022). Youth entrepreneurship support model and youth business associations. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 19, 1649-1660. doi:<https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.149>
- Duber-Smith, D., Schofield, A., & Baker, B. (2023). The Three B's of Branding: Applying the Brand Evolution Process in Marketing Classes. *American Journal of Management*, 23(5). doi:<https://doi.org/10.33423/ajm.v23i5.6739>
- Faisol, A., Paujiah, S., Russel, E., & Ramelan, M. R. (2022). Pelatihan dan Pendampingan Penggunaan Aplikasi Digital dalam Perencanaan Bisnis dan Keuangan BUMDes. *Jurnal Abdimas Multidisiplin*, 1(1), 35-40. doi:[10.35912/jamu.v1i1.1438](https://doi.org/10.35912/jamu.v1i1.1438)

- Fittria, A. (2022). Pertanggung jawaban pidana (mas'uliyah al-jinayah) dalam malapraktik dokter di klinik kecantikan. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, 7(1), 17-43. doi:<https://doi.org/10.21580/jish.v7i1.11679>
- Guerrero, L., & García, L. (2024). Technology Adoption by Microentrepreneurs: A 2018-2023 Literature Review. *Journal of Ecohumanism*, 3. doi:<https://doi.org/10.62754/joe.v3i1.6653>
- Gustalika, M., Suryani, R., & Prasetyo, N. (2024). Penerapan teknologi tepat guna dan digital marketing pada UMKM. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 8, 97-109. doi:<https://doi.org/10.33474/jipemas.v8i1.22542>
- Hadi, M. (2023). The Relationship Between Socio - Economic Factors And Risk Of Stunting : A Systematic Review. *Journal of Advance Research in Medical & Health Science (ISSN: 2208-2425)*, 9, 25-30. doi:<https://doi.org/10.53555/nnmhs.v9i7.1751>
- Halim, M. A., & Osmani, N. M. (2023). Good Governance in Western and Islāmic Traditions: A Comparative Study. *Al-Risalah: Journal of Islamic Revealed Knowledge and Human Sciences (ARJIHS)*, 7(2), 312-329. doi:<https://doi.org/10.31436/alrisalah.v7i2.469>
- Hirsanudin, H., & Martini, D. (2023). Good corporate governance principles in Islamic banking: A legal perspective on the integration of TARIF values. *JILS*, 8, 935. doi:<https://doi.org/10.15294/jils.v8i2.70784>
- Irianto, R. P. I., & Rahayu, W. P. (2022). Implementasi At-Taawun Dan Al-Masuliyah Dalam Praktik Kumpi Di Bank Wakaf Mikro Denanyar Sumber Barokah Jombang Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Irtifaq*, 9(1), 25-32. doi:<https://doi.org/10.33752/irtifaq.v9i1.2361>
- Iswari, Y., & Hartati, S. (2022). *Monograf Status Gizi dan Perkembangan Anak Usia 0-24 Bulan di Desa Sri Kamulyan dan Sukaluyu Kabupaten Karawang*: Penerbit NEM.
- Kania, I., Karmila, M., Rismayanti, E., Ardiyanti, H., Tarigan, H., & Supriyanti, N. W. (2025). Strategic Model for Reducing Stunting Rates Through Parenting Improvement In Indonesia: Supporting SDG 3 to Promote Good Health and Well-Being. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e02942-e02942. doi:<https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe02942>
- Kurniawan, A. W., Latifah, H., Fanaqi, C., & Margani, A. (2024). Peningkatan Kapasitas Komunikasi Kader dalam Upaya Menurunkan Angka Stunting di Kecamatan Bayongbong. *Yumary: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(3), 409-416. doi:<https://doi.org/10.35912/yumary.v4i3.2699>
- Kusuma, M., Narulitasari, D., & Nurohman, Y. A. (2022). Inklusi Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Dan Keberlanjutan UMKM di Solo Raya. *Among Makarti*, 14(2). doi:<https://doi.org/10.52353/ama.v14i2.210>
- Lusianti, D. (2024). *Mas' uliyah Society Brand Resonance*: Penerbit NEM.
- Lusianti, D., Fahira, K. T., Naimi, D. I. A., & Norikun, B. (2023). *Studi Kelayakan Bisnis: Teknik Menganalisis Kelayakan Rencana Bisnis*: Penerbit NEM.
- Martinez-Leon, I., Olmedo-Cifuentes, I., Martínez-Victoria, M., & Arcas-Lario, N. (2020). Leadership style and gender: A study of Spanish cooperatives. *Sustainability*, 12 (12), 5107.
- Nuryani, H. S. (2025). Dampak Pemasaran Digital, Brand image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare melalui E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 11(1), 178-190. doi:<https://doi.org/10.53494/jira.v11i1.843>
- Ren, G. (2024). Research on the Innovation of Enterprise Digital Marketing Model in the Era of Digital Economy [J]. *Financial Engineering and Risk Management*, 7(1), 8-10. doi:<https://doi.org/10.23977/ferm.2024.070102>
- Ridha, R., & Hidayat, N. K. (2020). *Impact of innovation & certification to SME performance in F&B Sector*. Paper presented at the Conference Series.
- Saadah, N., Hasanah, U., & Yulianto, B. (2022). Mother empowerment model in stunting prevention and intervention through stunting early detection training. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 10(G), 649-655. doi:<https://doi.org/10.3889/oamjms.2022.8759>
- Shaheen, F., Khan, R., & Middlebrough, F. (2024). Corporate sustainability audits: Enhancing transparency and accountability in financial reporting. *Environmental and Earth Sciences*(2), 15-24.

- Sopuroh, S., & Tanjung, H. (2023). Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Dalam Perspektif Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 730-744. doi:<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1304>
- Suarayasa, K., Miranti, M., & Wandira, B. A. (2024). The Relationship Between Children's Health Status and Stunting in Toddlers at Mamboro Health Center, Palu. *Journal of Public Health and Pharmacy*, 4(2), 132-138. doi:<https://doi.org/10.56338/jphp.v4i2.5123>
- Suardana, I., Yuliati, N. N., Sari, P. R. K., Ariffianti, I., & Prathama, B. D. (2024). Innovation and Business Growth: Personality, Sociological and Environmental Factors in Entrepreneurs. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 21(7), 78-87. doi:<https://doi.org/10.9734/sajsse/2024/v21i7846>
- Sukendar, M. U., & Susena, E. (2022). User Interface Website as A Digital Personal Branding. *International Journal of Computer and Information System (IJCIS)*, 3(03). doi:<https://doi.org/10.29040/ijcis.v3i3.88>
- Tan, S., & Chen, W. (2021). Building consumer trust in online food marketplaces: the role of WeChat marketing. *International Food and Agribusiness Management Review*, 24(5), 845-862. doi:<https://doi.org/10.22434/ifamr2020.0159>