



**PENGEMBANGAN MODEL PELATIHAN ENTREPRENEURSHIP BERBASIS DIGITAL
DALAM PENINGKATAN SOSIAL EKONOMI KELUARGA TERHADAP PENCEGAHAN
STUNTING**

Udi Wahyudi*, Subandi, Ita Pursitasari, Riyanto

Program Studi Keperawatan Bogor, Poltekkes Kemenkes Bandung, Jl. DR. Sumeru No.116, Menteng, Bogor Barat,
Bogor, Jawa Barat 16111, Indonesia

*udi120872@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model pelatihan entrepreneurship berbasis digital dalam meningkatkan kondisi sosial ekonomi keluarga sebagai upaya pencegahan stunting di Kota Bogor. Stunting masih menjadi permasalahan serius di Indonesia, termasuk di Bogor, yang erat kaitannya dengan rendahnya pendapatan keluarga, keterbatasan akses pangan bergizi, serta kurangnya literasi kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas model pelatihan entrepreneurship berbasis digital dalam meningkatkan social ekonomi keluarga terhadap pencegahan stunting. Metode penelitian yang digunakan adalah *research and development (R\&D)* dengan pendekatan *mixed methods* yang meliputi studi literatur, analisis kebutuhan masyarakat, penyusunan modul pelatihan digital, uji coba terbatas, dan evaluasi efektivitas model. Responden terdiri dari keluarga dengan anak balita dan calon pasangan usia subur yang mengikuti program pelatihan. Instrumen penelitian berupa kuesioner, wawancara mendalam, serta observasi partisipatif. Pengujian signifikan efektivitas model pelatihan entrepreneurship berbasis digital dalam meningkatkan social ekonomi keluarga menggunakan uji sampel paired t-test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model pelatihan entrepreneurship berbasis digital efektif meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi keluarga dalam mengelola usaha kecil berbasis rumah tangga. Peningkatan pendapatan keluarga berdampak pada kemampuan memenuhi kebutuhan gizi anak, mengurangi risiko kekurangan gizi kronis, serta memperkuat ketahanan ekonomi keluarga. Model yang dikembangkan memadukan pembelajaran daring interaktif, pendampingan usaha berbasis komunitas, serta akses pada jejaring pemasaran digital. Keunggulan model ini adalah fleksibilitas waktu belajar, keterjangkauan, serta relevansi materi dengan kebutuhan keluarga di era digital. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa pelatihan entrepreneurship berbasis digital merupakan strategi inovatif yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga sekaligus mendukung upaya pencegahan stunting.

Kata kunci: entrepreneurship berbasis digital; pencegahan stunting; sosial ekonomi keluarga

***DEVELOPMENT OF A DIGITAL-BASED ENTREPRENEURSHIP TRAINING MODEL FOR
IMPROVING FAMILY SOCIOECONOMIC STATUS AND PREVENTING STUNTING***

ABSTRACT

This research aims to develop a digital-based entrepreneurship training model to improve the socio-economic conditions of families as a stunting prevention effort in Bogor City. Stunting remains a serious problem in Indonesia, including in Bogor, which is closely linked to low family income, limited access to nutritious food, and a lack of entrepreneurial literacy. This research aims to determine the effectiveness of a digital-based entrepreneurship training model in improving family socio-economic status for the prevention of stunting. The research method used is research and development (R&D) with a mixed methods approach, including literature studies, community needs analysis, digital training module development, limited trials, and model effectiveness

evaluation. The respondents consisted of families with young children and potential couples of childbearing age who participated in the training program. The research instruments are questionnaires, in-depth interviews, and participant observation. Significant testing of the effectiveness of the digital-based entrepreneurship training model in improving family socioeconomics using the paired t-test. The research results indicate that the digital-based entrepreneurship training model is effective in improving families' knowledge, skills, and motivation in managing small household-based businesses. Increased family income impacts the ability to meet children's nutritional needs, reduces the risk of chronic malnutrition, and strengthens family economic resilience. The developed model combines interactive online learning, community-based business mentoring, and access to digital marketing networks. The advantages of this model are the flexibility of study time, affordability, and the relevance of the material to family needs in the digital age. The conclusion of this study confirms that digital-based entrepreneurship training is an innovative strategy that contributes to improving family well-being while also supporting efforts to prevent stunting.

Keywords: digital-based entrepreneurship; family socioeconomics; stunting prevention

PENDAHULUAN

Stunting merupakan salah satu masalah kesehatan masyarakat yang hingga kini masih menjadi perhatian serius di Indonesia. Kondisi ini ditandai dengan kegagalan pertumbuhan anak akibat kekurangan gizi kronis, terutama pada periode 1.000 Hari Pertama Kehidupan (HPK) (Wahyudi et al., 2024). Data Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) Kementerian Kesehatan tahun 2022 menunjukkan prevalensi stunting nasional masih berada pada angka 24,4%, sementara di Kota Bogor prevalensinya juga cukup tinggi dan menjadi tantangan utama dalam pembangunan sumber daya manusia. Tingginya angka stunting berdampak jangka panjang terhadap kualitas generasi, termasuk penurunan kecerdasan, produktivitas, serta peningkatan risiko penyakit degenerative (Fatriansyah et al., 2023).

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa faktor penyebab stunting tidak hanya terkait dengan aspek kesehatan dan gizi, tetapi juga dipengaruhi oleh kondisi sosial ekonomi keluarga (Oktavia, 2021). Kondisi ini berkaitan dengan pendapatan keluarga (Mutiara Tasyrifah, 2021). Rendahnya pendapatan keluarga mengakibatkan keterbatasan akses terhadap pangan bergizi, layanan kesehatan, serta lingkungan hidup yang sehat (Lestari et al., 2022), (Adebisi et al., 2019). Oleh karena itu, strategi pencegahan stunting harus dilakukan melalui pendekatan multisektoral, salah satunya melalui penguatan ekonomi keluarga. Dalam konteks ini, entrepreneurship atau kewirausahaan menjadi salah satu solusi yang dapat mendorong peningkatan pendapatan rumah tangga sehingga keluarga mampu memenuhi kebutuhan gizi anak secara berkelanjutan (Fitriyani et al., 2024).

Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar dalam pengembangan kewirausahaan keluarga. Model pelatihan berbasis digital dinilai mampu menjawab keterbatasan akses, waktu, dan biaya yang seringkali menjadi kendala dalam pelatihan konvensional. Melalui platform digital, peserta dapat mengakses materi pelatihan secara fleksibel, berinteraksi dalam komunitas belajar, dan memperluas jangkauan pemasaran produk. Dengan demikian, digitalisasi tidak hanya menjadi sarana pembelajaran, tetapi juga sebagai strategi penguatan ekonomi keluarga. Penelitian ini difokuskan pada pengembangan model pelatihan entrepreneurship berbasis digital sebagai upaya untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi keluarga dalam rangka mendukung pencegahan stunting di Kota Bogor. Kota Bogor dipilih sebagai lokasi penelitian karena masih menghadapi tantangan gizi kronis, sekaligus memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pemanfaatan teknologi digital. Model ini diharapkan dapat menjadi inovasi strategis yang mampu mengintegrasikan pemberdayaan ekonomi dengan program kesehatan masyarakat.

Entrepreneurship berbasis digital merupakan proses penciptaan, pengembangan, dan pengelolaan usaha yang memanfaatkan teknologi digital sebagai basis operasional, distribusi, dan interaksi dengan konsumen secara global untuk menciptakan nilai tambah. Entrepreneurship digital memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, terutama dalam hal memperluas pasar secara geografis dan meningkatkan efisiensi operasional (Ratten, 2022), (Nambisan, 2017). Pemasaran digital didefinisikan sebagai proses mempromosikan barang dan jasa menggunakan teknologi digital, perangkat seluler, dan internet, yang berbeda dengan pemasaran internet. Pelatihan kewirausahaan digital memiliki dampak signifikan terhadap penguatan ekonomi kreatif lokal (Junaedi & Rojali, 2024). Bentuk pemasaran digital ini memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan dan jumlah pelanggan, yang mempengaruhi kecenderungan komersial (Moorthy & Sahid, 2022). Mengingat pertumbuhan aktivitas internet di kalangan masyarakat, peluang internet akan semakin dimanfaatkan untuk pengembangan usaha kecil, sehingga pemasaran digital tidak lagi menjadi hak prerogatif perusahaan besar.

Saat ini, pemasaran digital menjadi alat yang semakin penting untuk mempromosikan hampir semua jenis produk dibandingkan dengan pemasaran tradisional (Shevchenko et al., 2022). Pemasaran digital dapat mempengaruhi peningkatan ekonomi sehingga diharapkan pelaku usaha mampu membangun pemasaran digital mereka agar peningkatan ekonomi pelaku usaha dapat ditingkatkan (Diana et al., 2023). Teknologi digital secara bertahap telah merambah ke seluruh lapisan masyarakat, yang memberikan dampak yang mendalam terhadap perkembangan ekonomi nasional dan pola pasar tenaga kerja.

Pertama, teknologi digital secara signifikan meningkatkan pilihan kewirausahaan individu. Lebih lanjut, temuan penelitian tetap kokoh setelah mentransformasi metode estimasi dan mengubah cara variabel diukur. Kedua, teknologi digital memiliki dampak terbesar terhadap kewirausahaan di kalangan individu dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah (yaitu mereka yang telah menyelesaikan sekolah menengah pertama atau di bawahnya). Teknologi digital juga memiliki dampak terbesar kedua terhadap individu dengan tingkat pendidikan menengah (yaitu mereka yang telah menyelesaikan sekolah menengah atas atau sekolah menengah). Sebaliknya, teknologi digital memiliki dampak terkecil terhadap kewirausahaan di kalangan individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi (yaitu mereka yang telah menyelesaikan perguruan tinggi universitas atau di atasnya).

Ketiga, perkembangan teknologi digital memiliki dampak yang lebih nyata terhadap peningkatan kewirausahaan di kalangan individu dengan registrasi rumah tangga perkotaan dibandingkan dengan mereka yang registrasi rumah tangga pedesaan. Keempat, secara regional, dampak teknologi digital terhadap kewirausahaan individu lebih menonjol di wilayah Timur dan Tengah (Wu et al., 2024). Teknologi digital memiliki dampak positif yang signifikan terhadap akses terhadap sumber daya informasi, dan teknologi digital dapat meningkatkan pilihan kewirausahaan angkatan kerja dengan meningkatkan akses terhadap sumber daya informasi. Perkembangan teknologi digital dapat memengaruhi keputusan wirausaha calon wirausaha melalui empat jalur: meningkatkan peluang wirausaha, meningkatkan ketersediaan sumber daya informasi, memperluas cakupan pasar, dan mengurangi biaya kewirausahaan. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, semakin menegaskan bahwa entrepreneurship berbasis digital merupakan peluang untuk meningkatkan social ekonomi keluarga, sehingga akan berdampak terhadap pencegahan stunting. Oleh sebab itu, penelitian ini berfokus pada pengembangan model entrepreneurship berbasis digital. Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan produk berupa model pelatihan entrepreneurship berbasis digital dalam meningkatkan social ekonomi keluarga terhadap pencegahan stunting.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Research and Development* (R&D) dengan pendekatan model *Four-D*, yang terdiri dari empat tahap: Define (Pendefinisian), Design (Perancangan), Develop

(Pengembangan), dan Disseminate (Penyebaran).[10] dengan pendekatan mix method (kualitatif dan kuantitatif). Subjek penelitian atau informan dalam penelitian ini adalah petugas kesehatan dari Dinas Kesehatan Kota 1 orang. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei sampai dengan November 2024. Lokasi penelitian adalah di wilayah Kota Bogor dengan alasan karena kasus stunting di wilayah tersebut masih cukup tinggi, tingkat pengetahuan dan sikap keluarga terhadap stunting dan entrepreneurship berbasis digital masih rendah, belum ada penelitian yang sejenis di wilayah tersebut.

Sampel penelitian ini adalah responden yang terpilih berdasarkan hasil pengambilan sampel dengan menggunakan teknik cluster random sampling atau sampling daerah, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan peneliti berdasarkan wilayah (lokus stunting) dan karakteristik sampel, yaitu seluruh keluarga yang ada di wilayah Kabupaten Bogor dengan memiliki kriteria inklusi sebagai berikut; keluarga yang berdomisili di wilayah kerja Puskesmas Tanah Sareal Kota Bogor yang mempunyai anak dengan stunting, bersedia sebagai responden, tidak mempunyai usaha, bersedia mengikuti program pelatihan selama 2 hari, bersedia mengikuti penelitian sampai selesai dengan menandatangani surat pernyataan kesediaan atau informed consent. Sedangkan kriteria eksklusinya adalah keluarga dengan kondisi tidak sehat baik fisik maupun mental, pernah mendapatkan pelatihan yang sama, memiliki latar belakang profesional dalam kesehatan atau gizi, tidak mampu berkomunikasi dengan baik.

Untuk penentuan jumlah sampel selain menggunakan kriteria tersebut di atas juga menggunakan rumus minimal sampel size, sehingga didapatkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 20 responden. Namun apabila jumlah sampel tidak terpenuhi sampai batas waktu yang sudah ditentukan, maka dilakukan penghitungan ulang dengan menggunakan data sementara (Interim Analysis), apakah data yang terkumpul sudah cukup untuk memberikan hasil signifikan atau tidak. Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah pengetahuan (kognitif), sikap (afektif) pencegahan stunting, dan psikomotor atau keterampilan dalam entrepreneurship berbasis digital.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, lembar wawancara, dan observasi. Analisis data dalam penelitian ini mencakup dua pendekatan utama, yaitu analisis data kuantitatif dan kualitatif, yang masing-masing berperan penting dalam mengevaluasi efektivitas model pelatihan entrepreneurship berbasis digital. Untuk data kuantitatif, penelitian ini menggunakan analisis satu variabel (univariat) yang memfokuskan pada karakteristik responden serta tingkat pengetahuan, sikap, dan keterampilan mereka terkait entrepreneurship berbasis digital. Analisis ini akan memberikan gambaran umum mengenai bagaimana pengetahuan dan sikap calon pasangan suami istri terhadap entrepreneurship berbasis digital.

Selanjutnya, analisis dua variabel (bivariat) digunakan untuk mengevaluasi hasil validasi model pelatihan entrepreneurship berbasis digital melalui metode *quasi-experiment one group pretest-posttest design*. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menilai perubahan pengetahuan dan sikap keluarga sebelum dan setelah penerapan model pelatihan entrepreneurship berbasis digital. Dengan membandingkan hasil pretest dan posttest, peneliti dapat mengukur sejauh mana model pelatihan entrepreneurship berbasis digital berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan dan kesiapan keluarga dalam entrepreneurship berbasis digital serta keterampilan dalam entrepreneurship berbasis digital. Analisis data menggunakan program SPSS versi 23 melalui uji simple paired sample t-test dengan tingkat kemaknaan α .

HASIL

Table 1 menunjukkan bahwa usia responden pada penelitian ini sebagian (70%) adalah usia >30 tahun, seluruhnya berjenis kelamin perempuan (100%), dan sebagian (60%) berpendidikan SMA,

serta seluruhnya (100%) tidak bekerja, dan seluruhnya tidak mempunyai pendapatan (100%) lebih dari 3,5 juta seluruhnya (100%) menikah.

Tabel 1.
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	f	%
Usia		
18 – 22 tahun	2	10
23 – 26 tahun	4	20
27 – 30 tahun	0	0
>30 tahun	14	70
Jenis Kelamin		
Laki-laki	0	0
Perempuan	20	100
Pendidikan		
Tidak lulus SD	2	10
Pendidikan Dasar (Lulus SD dan atau SMP)	5	25
Pendidikan Menengah (Lulus MA/SMA/SMK)	12	60
Pendidikan Tinggi (Lulus Diploma/Sarjana/Magister/Doktor)	1	5
Pekerjaan		
Bekerja	0	0
Tidak Kerja	20	100
Pendapatan		
< 3,5 Juta	0	0
> 3,5 Juta	0	0
Status Pernikahan		
Pernah	20	100
Belum Pernah	0	0

Tabel 2.

Gambaran Pemahaman *Entrepreneurship* Berbasis Digital Pada Aspek Pengetahuan Responden Sebelum dan Sesudah Penerapan Model Pelatihan (n=20)

Variabel	Katagori	Pre test		Post test	
		f	%	f	%
Pengetahuan	Baik	0	0	4	20
	Cukup	0	0	5	25
	Kurang	20	100	11	55

Tabel 2. menunjukkan bahwa tingkat pemahaman tentang *entrepreneurship* berbasis digital pada responden terhadap aspek pengetahuan berdasarkan hasil sebelum dan sesudah pelatihan *entrepreneurship* berbasis digital. Dari 20 responden sebelum diberikan intervensi berupa pelatihan seluruhnya (100%) responden memiliki pengetahuan yang kurang, dan tidak satupun berpengetahuan baik. Setelah diberikan intervensi ada peningkatan, yaitu sebagian kecil (20%) berpengetahuan baik.

Tabel 3.

Gambaran Pemahaman *Entrepreneurship* Berbasis Digital Pada Aspek Sikap Responden Sebelum dan Sesudah Penerapan Model Pelatihan (n=20)

Variabel	Katagori	Pre Test		Post Test	
		f	%	f	%
Sikap	Baik	0	10	4	20
	Cukup	2	10	6	30
	Kurang	18	90	10	50

Tabel 3. menunjukkan bahwa tingkat pemahaman tentang *entrepreneurship* berbasis digital pada responden terhadap aspek sikap berdasarkan hasil sebelum dan sesudah pelatihan *entrepreneurship* berbasis digital. Dari 20 responden sebelum diberikan intervensi berupa pelatihan hampir

seluruhnya (90%) responden memiliki sikap yang kurang, dan tidak satupun bersikap baik (0%). Setelah diberikan intervensi ada peningkatan, yaitu sebagian kecil (20%) berpengetahuan baik.

Tabel 4.

Gambaran Pemahaman *Entrepreneurship* Berbasis Digital Pada Aspek Psikomotor Responden Sebelum dan Sesudah Penerapan Model Pelatihan (n=20)

Variabel	Katagori	Pre Test		Post Test	
		f	%	f	%
Psikomotor	Baik	0	20	5	25
	Cukup	0	30	5	25
	Kurang	20	100	10	50

Tabel 4. menunjukkan bahwa tingkat pemahaman tentang *entrepreneurship* berbasis digital pada responden terhadap aspek psikomotor berdasarkan hasil sebelum dan sesudah pelatihan *entrepreneurship* berbasis digital. Dari 20 responden sebelum diberikan intervensi berupa pelatihan seluruhnya (100%) responden psikomotornya kurang, dan tidak satupun psikomotornya baik (0%). Setelah diberikan intervensi ada peningkatan, yaitu sebagian kecil (25%) mempunyai psikomotor baik.

PEMBAHASAN

Stunting masih menjadi isu kesehatan masyarakat yang sangat serius di Indonesia, termasuk di Kota Bogor. Kondisi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor multidimensional, mulai dari rendahnya akses keluarga terhadap pangan bergizi, ketidakstabilan pendapatan, hingga keterbatasan pemahaman tentang kesehatan dan gizi (Fauziah et al., 2023), (Nirmalasari, 2020). Data Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa prevalensi stunting seringkali lebih tinggi pada kelompok keluarga dengan kondisi sosial ekonomi rendah (Akbar & Ramli, 2022). Oleh karena itu, upaya pencegahan tidak cukup hanya mengandalkan intervensi gizi, melainkan juga perlu melibatkan intervensi sosial ekonomi. Salah satu intervensi yang mendukung peningkatan social ekonomi keluarga adalah *entrepreneurship* berbasis digital yang dikembangkan melalui pelatihan bagi keluarga.

Penelitian ini menemukan bahwa pengembangan model pelatihan *entrepreneurship* berbasis digital dapat menjadi strategi alternatif yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dengan adanya peningkatan pendapatan keluarga, maka akses terhadap pangan bergizi dan pelayanan kesehatan menjadi lebih terbuka. Pendekatan ini sejalan dengan kerangka *multisectoral action* yang dianjurkan WHO, di mana pencegahan stunting memerlukan keterlibatan berbagai sektor di luar kesehatan, termasuk pendidikan dan ekonomi (Hamka & Ibrahim, 2025).

Model pelatihan yang dikembangkan terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan motivasi peserta untuk berwirausaha. Melalui pendekatan digital, peserta dapat mengakses materi pembelajaran secara fleksibel, baik melalui modul daring, video pembelajaran, maupun diskusi kelompok berbasis aplikasi. Hal ini relevan dengan kebutuhan keluarga di perkotaan seperti Bogor, yang memiliki mobilitas tinggi dan keterbatasan waktu untuk mengikuti pelatihan konvensional. Temuan penelitian ini memperkuat teori human capital yang menekankan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan akan berdampak pada peningkatan produktivitas ekonomi. Peserta pelatihan tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga keterampilan praktis seperti manajemen usaha, pemasaran digital, inovasi produk, serta akses ke jejaring bisnis lokal. Dengan kata lain, model ini mampu menghubungkan aspek literasi digital dengan praktik kewirausahaan yang nyata.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha menghasilkan dampak nyata pada pendapatan keluarga. Beberapa keluarga yang mengikuti pelatihan berhasil memulai usaha mikro, seperti produksi makanan sehat, kerajinan lokal, dan jasa berbasis rumah tangga. Pendapatan tambahan yang dihasilkan memberikan kontribusi signifikan terhadap daya beli keluarga, khususnya untuk pemenuhan kebutuhan pangan bergizi bagi anak-anak. Hal ini mendukung

penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa status sosial ekonomi keluarga memiliki pengaruh langsung terhadap pemenuhan gizi anak. Keluarga dengan pendapatan lebih baik lebih mampu menyediakan makanan bergizi seimbang dan mengakses layanan kesehatan. Dengan demikian, pelatihan entrepreneurship digital dapat dianggap sebagai intervensi tidak langsung yang berperan dalam menurunkan risiko stunting.

Hasil penelitian ini menunjukkan keterkaitan erat antara peningkatan sosial ekonomi keluarga dengan pencegahan stunting. Ketika pendapatan keluarga meningkat, terjadi perbaikan dalam pola konsumsi pangan, termasuk diversifikasi makanan bergizi. Hal ini penting mengingat salah satu penyebab utama stunting adalah defisit asupan gizi kronis. Selain itu, keluarga yang lebih sejahtera cenderung memiliki kesadaran dan kemampuan lebih tinggi untuk mengakses layanan kesehatan, seperti pemeriksaan kehamilan, imunisasi, serta pemantauan tumbuh kembang anak. Dengan demikian, perbaikan ekonomi tidak hanya meningkatkan daya beli, tetapi juga memperluas akses terhadap layanan kesehatan yang mendukung tumbuh kembang anak secara optimal.

Meskipun terbukti efektif, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan dalam implementasi. Pertama, literasi digital sebagian peserta masih rendah, sehingga perlu pelatihan dasar penggunaan teknologi. Kedua, keterbatasan perangkat seperti smartphone dan akses internet stabil masih menjadi kendala, terutama bagi keluarga dengan kondisi ekonomi terbatas. Ketiga, keterbatasan waktu akibat peran ganda peserta, terutama ibu rumah tangga, menuntut fleksibilitas lebih tinggi dalam penyusunan jadwal pelatihan. Hambatan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya ditentukan oleh desain model, tetapi juga oleh dukungan infrastruktur dan kebijakan. Pemerintah daerah dapat berperan menyediakan fasilitas digital, subsidi internet, serta ruang komunitas berbasis teknologi untuk mendukung pelaksanaan program.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa pengembangan model pelatihan entrepreneurship berbasis digital di Bogor efektif dalam meningkatkan kapasitas keluarga, memperkuat kondisi sosial ekonomi, serta mendukung pencegahan stunting. Keunggulan utama model ini terletak pada integrasi pembelajaran daring, pendampingan komunitas, dan akses pemasaran digital yang relevan dengan kebutuhan keluarga di era modern. Meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan literasi digital dan infrastruktur, dengan dukungan kebijakan pemerintah serta kolaborasi lintas sektor, model ini berpotensi menjadi strategi inovatif yang berkelanjutan. Dengan penerapan yang lebih luas, model ini dapat berkontribusi signifikan dalam menurunkan angka stunting di Indonesia melalui jalur pemberdayaan ekonomi keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Adebisi, Y. A., Ibrahim, K., Lucero-Prisno, D. E., Ekpenyong, A., Micheal, A. I., Chinemelum, I. G., & Sina-Odunsi, A. B. (2019). Prevalence and Socio-economic Impacts of Malnutrition Among Children in Uganda. *Nutrition and Metabolic Insights*, 12. <https://doi.org/10.1177/1178638819887398>
- Akbar, H., & Ramli, M. (2022). Socio-Economic Factors with Stunting Incidence in Children aged 6-59 Months in Kotamobagu City. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia*, 5(2), 200–204. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i2.2053>
- Diana, Y., Rahayu, S., & Zannah, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat Di Desa Kelambir Lima. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v6i1.14534>
- Fatriansyah, A., Rizka, D., Nur Indahsari, L., & Oktari Yulanda, N. (2023). ARRUS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under an Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). *ARRUS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 296–1195. <https://doi.org/10.35877/454RI.abdiku2153>

- Fauziah, J., Trisnawati, K. D., Rini, K. P. S., & Putri, S. U. (2023). Stunting: Penyebab, Gejala, dan Pencegahan (diakses 8 Desember 2024). *Jurnal Parenting Dan Anak*, 1(2), 11.
- Fitriyani, I., Kadewi Sumbawati, N., Rachman, R., Ekonomi dan Manajemen, F., & Samawa Sumbawa Besar, U. (2024). Peran Entrepreneur dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Indonesia. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(1), 12–24. <https://www.journal.publication-center.com/index.php/ijssh/article/view/1625>
- Hamka, A. A., & Ibrahim, M. A. (2025). *The Effectiveness of Innovation-based Multisectoral Collaboration in Accelerating Stunting Reduction in Indonesia : The Strategic Role of Local Governments*. 1402–1416. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i18.19567>
- Junaedi, S. R. P., & Rojali, R. (2024). Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 33–41. <https://doi.org/10.34306/adimas.v5i1.1132>
- Lestari, W., Samidah, I., & Diniarti, F. (2022). Hubungan Pendapatan Orang Tua dengan status gizi balita di Dinas Kesehatan Kota Lubuklinggau. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6 Nomor 1(2614–3097), 3273–3279.
- Moorthy, T., & Sahid, S. (2022). The Influence of Digital Marketing Literacy on Entrepreneurship Behavior among Public University Students in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i1/11837>
- Mutiara Tasyrifah, G. (2021). Literature Review: Causes of Stunting in Toddlers. *Muhammadiyah International Public Health and Medicine Proceeding*, 1(1), 339–346. <https://doi.org/10.53947/miphmp.v1i1.71>
- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nirmalasari, N. O. (2020). Stunting Pada Anak : Penyebab dan Faktor Risiko Stunting di Indonesia. *Qawwam: Journal For Gender Mainstreaming*, 14(1), 19–28. <https://doi.org/10.20414/Qawwam.v14i1.2372>
- Oktavia, R. (2021). Hubungan Faktor Sosial Ekonomi Keluarga Dengan Kejadian Stunting. *Jurnal Medika Utama*, 03(01), 1616–1620. <http://jurnalmedikahutama.com>
- Ratten, V. (2022). Driving Entrepreneurship in Southeast Asia. In *Driving Entrepreneurship in Southeast Asia*. <https://doi.org/10.4324/9781003260783>
- Shevchenko, V., Taranenko, I., Yaremenko, S., Mishustina, T., Poprotsky, O., & Mostova, A. (2022). Trends in Digital Marketing in the Context of Information Society Development. *Postmodern Openings*, 13(2), 448–460. <https://doi.org/10.18662/po/13.2/464>
- Wahyudi, U., Wahyudin, U., Suryadi, A., & Sudiapermana, E. (2024). *Youth Empowerment Model Through Preventive Education Stunting for Prospective Husband and Wife Couples in the Bogor Region , Indonesia*. 3538(10), 4357–4371.
- Wu, K., Zhu, M., & Qu, Y. (2024). The impact of digital technology on entrepreneurship—Evidence from China General Social Survey. *PLoS ONE*, 19(9), 1–23. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310188>