



Inovasi Rolade Lele sebagai Solusi Gizi untuk Mengatasi Stunting dan Meningkatkan Kemandirian UMKM Budidaya Lele di Desa Tengki, Kabupaten Brebes

(Catfish Roulade Innovation as a Nutritional Solution to Overcome Stunting and Increase the Independence of Catfish Farming MSMEs in Tengki Village, Brebes Distric)

Abdul Rohman¹, Adhi Gunawan², Wadidur Rohman³, Muhammad Muhyidin⁴, Hilda Apriyani⁵, Indriani Safitri⁶, Sri Devi⁷, Rischa Nur Anisa⁵, Mita Okta Viyani⁸, Kovovatun Nada⁴, Zuli Arista¹¹, Lufitasani Khusnunisa¹², Aysha Widya Utami⁷

¹Program Studi Manajemen, Universitas Alma Ata Yogyakarta

²Program Studi Farmasi, Universitas Alma Ata Yogyakarta

³Program Studi Teknik Informatika Universitas Alma Ata Yogyakarta

⁴Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Universitas Alma Ata Yogyakarta

⁵Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Alma Ata Yogyakarta

⁶Program Studi S1 Kebidanan, Universitas Alma Ata Yogyakarta

⁷Program Studi S1 Gizi, Universitas Alma Ata Yogyakarta

⁸Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Alma Ata Yogyakarta

¹¹Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Alma Ata Yogyakarta

¹²Program Studi Akuntansi, Universitas Alma Ata Yogyakarta

ABSTRAK

Prevalensi stunting di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Tengki masih tinggi. Hal ini dipicu oleh faktor-faktor seperti terbatasnya akses terhadap makanan bergizi, sanitasi yang buruk, dan kurangnya pemahaman tentang gizi. Upaya intervensi melalui edukasi gizi dan inovasi pangan lokal, termasuk penyediaan pangan bergizi bagi ibu hamil dan balita, diharapkan dapat menurunkan angka stunting. Pemenuhan gizi pada 1.000 hari pertama kehidupan dan potensi budidaya ikan lele sebagai sumber protein. Program pengabdian masyarakat dari Universitas Alma Ata bertujuan untuk mengembangkan produk rolade lele sebagai upaya untuk meningkatkan daya tarik konsumsi dan memperbaiki gizi masyarakat. Melalui pelatihan dan pemasaran digital, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) budidaya ikan lele dapat mengatasi kendala produktivitas dan pemasaran, berkontribusi terhadap kesehatan dan ekonomi setempat.

Kata kunci: Budidaya ikan lele, Gizi, UMKM, Rolade lele, Stunting

ABSTRACT

The prevalence of stunting in Indonesia, particularly in rural areas like Tengki Village, remains high. This is driven by factors such as limited access to nutritious food, poor sanitation, and a lack of understanding of nutrition. Intervention efforts, including nutrition education and local food innovations, are expected to reduce stunting rates by providing pregnant women and toddlers with nutritious food. Nutritional needs during the first 1,000 days of life and the potential of catfish cultivation as a protein source are also highlighted. A community service program from Alma Ata University aims to develop catfish rolade products as an effort to increase consumer appeal and improve community nutrition. Through training and digital marketing, catfish farming MSMEs (Small Medium Enterprise) can overcome productivity and marketing challenges, contributing to local health and the economy.

Keywords: Catfish cultivation, Nutrition, MSMEs, Catfish roulade, Stunting

Correspondence

Adhi Gunawan
Universitas Alma Ata Yogyakarta
Jl. Brawijaya No.99, Kasihan, Kabupaten Bantul,
Daerah Istimewa Yogyakarta 55183.
Email: adhigunawan@almaata.ac.id

Article History

Submitted: 06-10-2025
Revised: 26-11-2025
Accepted: 02-12-2025

How to cite:

Rohman, A., Gunawan, A., Rohman, W., Muhyidin, M., Apriyani, H., Safitri, I., Devi, S., Anisa, R. N., Viyani, M. O., Nada, K., Arista, Z., Khusnunisa, L., & Utami, A. W. (2025). Inovasi Rolade Lele sebagai Solusi Gizi untuk Mengatasi Stunting dan Meningkatkan Kemandirian UMKM Budidaya Lele di Desa Tengki, Kabupaten Brebes. DEDIKASI SAINTEK Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(3), 247-256. <https://doi.org/10.58545/djpm.v4i3.609>

10.58545/djpm.v4i3.609

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.
Copyright (c) 2025 Adhi Gunawan



1. PENDAHULUAN

Prevalensi stunting di Indonesia masih menjadi masalah kesehatan yang serius, terutama di daerah pedesaan seperti Desa

Tengki. Berdasarkan data nasional, angka stunting di Indonesia pada tahun 2023 mencapai sekitar 21,5%, dengan prevalensi di daerah pedesaan lebih tinggi dibandingkan di

daerah perkotaan. Faktor-faktor seperti terbatasnya akses terhadap makanan bergizi, sanitasi yang buruk, dan kurangnya pemahaman gizi pada ibu hamil dan balita menjadi penyebab utama tingginya angka stunting di daerah pedesaan. Di Desa Tengki, intervensi melalui program kesehatan seperti edukasi gizi dan inovasi pangan lokal diupayakan untuk menekan angka stunting serta adanya kegiatan pemberian makanan terhadap anak balita dan ibu hamil untuk mencegah stunting dengan melibatkan peran serta masyarakat secara aktif dan berkolaborasi dengan mahasiswa serta pemerintah desa (TPPS, 2024).

Pemenuhan gizi yang baik pada masa kehamilan dan anak usia dini (balita) sangat penting untuk mencegah terjadinya stunting, sebagaimana yang dijelaskan dalam jurnal Oslida Martony (2023). Kekurangan gizi pada masa kehamilan berdampak buruk pada pertumbuhan janin, yang berpotensi memicu terjadinya stunting setelah lahir. Pada 1.000 hari pertama kehidupan, yang meliputi masa kehamilan hingga anak berusia dua tahun, asupan gizi yang cukup dan berkualitas sangat diperlukan untuk mendukung perkembangan otak, organ tubuh, serta pertumbuhan fisik anak. Oleh karena itu, pemenuhan gizi ibu hamil melalui konsumsi makanan bergizi seimbang, suplemen, serta pemberian ASI eksklusif sangat berperan penting dalam mencegah terjadinya stunting (Martony, 2023).

Budidaya ikan lele di Desa Tengki memiliki potensi besar sebagai sumber protein penting untuk meningkatkan gizi masyarakat. Ikan lele kaya akan protein dan nutrisi lain yang penting bagi kesehatan, seperti omega-3 dan vitamin D. Mengonsumsi ikan lele dapat membantu mencegah stunting karena ikan lele merupakan sumber protein yang mudah diperoleh dan terjangkau, terutama bagi masyarakat di daerah pedesaan.

Namun, UMKM budidaya ikan lele di Desa Tengki menghadapi beberapa kendala. Pertama, masih menggunakan cara budidaya tradisional yang kurang efisien sehingga produktivitasnya belum optimal. Kedua, pemasaran produk ikan lele terbatas karena kurangnya akses pasar yang lebih luas dan minimnya promosi, membuat produk ikan lele hanya dikenal di pasar lokal. Selain itu, belum ada inovasi berupa produk olahan seperti rolade atau keripik ikan lele yang dapat meningkatkan nilai jual. Untuk mengatasi kendala tersebut, UMKM di Desa Tengki perlu mendapatkan dukungan berupa pelatihan teknologi budidaya, pendampingan pemasaran, dan akses ke sarana pengolahan agar produknya lebih beragam dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Inovasi rolade lele menjadi solusi efektif dalam upaya pencegahan stunting, khususnya di Desa Tengki yang memiliki potensi besar dalam budidaya ikan lele. Ikan lele kaya akan protein, asam lemak omega-3, dan vitamin D

yang sangat penting untuk tumbuh kembang anak usia dini serta kesehatan ibu hamil. Pengolahan ikan lele menjadi rolade tidak hanya meningkatkan daya tarik konsumsi, tetapi juga memberikan asupan gizi yang lengkap dan mudah diolah. Produk ini dapat menjadi sumber pangan bergizi yang dapat membantu memenuhi gizi harian, sehingga berperan penting dalam menekan angka stunting. Selain berdampak pada kesehatan, pengembangan produk rolade lele juga memiliki manfaat ekonomi bagi masyarakat Desa Tengki. Dengan adanya inovasi ini, UMKM budidaya ikan lele dapat lebih berkembang melalui produksi dan pemasaran produk olahan yang bernilai tambah. Rolade lele produksi lokal dapat meningkatkan pendapatan pelaku usaha, sekaligus membuka peluang baru untuk mengembangkan usaha dan memperluas pasar. Melalui program KKN Universitas Alma Ata yang bertujuan untuk memanfaatkan potensi lokal, pengolahan ikan lele menjadi rolade merupakan langkah strategis untuk mendukung perekonomian dan kesehatan masyarakat secara bersamaan. Inovasi ini tidak hanya menasar perbaikan gizi, tetapi juga mendorong kemandirian ekonomi melalui pemberdayaan UMKM setempat.

2. METODE

Kegiatan inovasi rolade lele dalam upaya penanggulangan stunting dan peningkatan UMKM dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T

Universitas Alma Ata Yogyakarta Kelompok 39 di Desa Tengki. Program ini berfokus pada intervensi gizi dan pemberdayaan ekonomi. Tahap awal kegiatan adalah survei untuk mengidentifikasi prevalensi stunting dan kondisi UMKM budidaya lele dan UMKM lainnya. Selanjutnya, diadakan sosialisasi yang memberikan edukasi kepada ibu hamil, ibu kader, dan ibu balita tentang pentingnya protein dalam pencegahan stunting, dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan rolade lele. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, dan dokumentasi kegiatan. Selanjutnya, diadakan sosialisasi tentang "Kewirausahaan Kreatif Generasi Muda dan Strategi Pengembangan UMKM Desa di Era Digital" yang dihadiri oleh kepala desa, ibu-ibu PKK, Karang Taruna, perangkat desa, tokoh pemuda, dan perwakilan RT. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya inovasi dalam berwirausaha dan strategi peningkatan UMKM desa dengan teknologi digital, seperti pemasaran daring dan manajemen usaha berbasis aplikasi, yang diharapkan dapat memperkuat kolaborasi untuk pengembangan ekonomi desa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Prevalensi Stunting dan Kondisi UMKM di Desa Tengki

Prevalensi stunting nasional adalah 21,5% berdasarkan Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 (TPPS, 2024), sementara

prevalensi stunting di Kabupaten Brebes adalah 29,1% berdasarkan Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2022 (Kementerian Kesehatan RI, 2022). Angka prevalensi stunting Kab. Brebes ini masih berada di atas angka prevalensi nasional. Untuk angka kasus anak stunting Desa Tengki sendiri berdasarkan Satu Pintu Layanan Data (SAPULADA) Kabupaten Brebes adalah 3 orang dan anak yang termasuk kategori pendek adalah sebanyak 3 orang (SAPULADA, 2024). Faktor yang mempengaruhi tingginya angka stunting di Desa Tengki adalah kurangnya kesadaran akan kebersihan diri dan lingkungan dari masyarakat, kurangnya pengetahuan gizi terutama pengetahuan ibu.

Desa Tengki, Kabupaten Brebes, memiliki kekayaan sumber daya alam dan potensi ekonomi lokal yang beragam, salah satunya adalah budidaya ikan lele. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor perikanan, khususnya budidaya lele, merupakan salah satu sumber penghasilan bagi beberapa keluarga di desa tersebut. Budidaya lele menjadi alternatif usaha yang menguntungkan, mengingat lele adalah salah satu komoditas ikan air tawar yang permintaannya terus meningkat di pasar lokal maupun regional (Hidayat et al., 2025). UMKM budidaya lele di Desa Tengki menghadapi berbagai kendala, terutama terkait produktivitas dan pemasaran. Hasil survei mengindikasikan bahwa kapasitas produksi masih rendah akibat

penggunaan metode budidaya yang kurang efisien. Banyak pembudidaya yang masih bergantung pada praktik tradisional, sehingga hasil panen tidak maksimal. Selain itu, jaringan pemasaran yang sempit menghambat mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga dijual dengan harga rendah. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan dan strategi baru untuk meningkatkan efisiensi produksi dan memperluas akses ke pasar.

Dampak Edukasi Gizi dan Intervensi Pangan terhadap Ibu Hamil dan Balita

Soal pre-test diberikan sebelum seminar, sedangkan soal post-test diberikan setelah sesi seminar selesai. Hasil seminar stunting terhadap ibu hamil dan ibu baduta berdasarkan hasil pre-test dan post-test adalah adanya peningkatan pemahaman yang ditandai dengan peningkatan responden dengan jawaban yang benar pada post-test di akhir sesi seminar.

Respon baik telah diterima dari ibu hamil dan ibu baduta terhadap rolade lele. Rolade lele menjadi olahan alternatif agar anak mau makan ikan. Rolade lele bisa dijadikan lauk maupun camilan sehat bagi ibu hamil dan anak baduta. Kandungan protein yang tinggi pada lele sangat bermanfaat untuk pertumbuhan dan perkembangan anak. Salah satu komponen gizi yang berkontribusi pada pencegahan stunting adalah protein terutama protein hewani yang lebih mudah terserap tubuh (Haryani et al., 2023).



Gambar 1. Pemberian Edukasi Gizi

Peningkatan Kapasitas UMKM Melalui Inovasi Produk dan Pemasaran

Ikan lele adalah salah satu jenis ikan air tawar yang paling mudah dibudidayakan. Hal ini membuat para pembudidaya merasa mendapatkan keuntungan lebih dan mampu mengurangi biaya produksi dibandingkan dengan pemeliharaan ikan air laut yang lebih mahal (Patria et al., 2022). Budidaya ikan lele meliputi kegiatan pemeliharaan, penyortiran, dan perawatan ikan sebelum dijual. Ikan lele dapat dibudidayakan di berbagai tempat seperti kolam, tangki, atau sungai kecil. Minat terhadap budidaya ikan lele tinggi karena pasarnya yang terus berkembang. Ikan ini dapat tumbuh baik di dataran rendah hingga daerah dengan ketinggian moderat, meskipun suhu di bawah 20 derajat Celsius dapat memperlambat pertumbuhannya. Pertumbuhan pesat budidaya ikan lele juga disebabkan oleh kemampuannya untuk hidup di lahan dan sumber air terbatas dengan kepadatan tebar tinggi, serta teknologi

budidaya yang mudah dipahami dan modal yang relatif rendah (Rofi' et al., 2023). Namun, pembudidaya sering mengalami kesulitan dalam memasarkan produk mereka, baik bibit ikan lele maupun ikan lele siap konsumsi, akibat kurangnya informasi dan sarana pemasaran. Dalam era teknologi saat ini, tantangan ini mendorong pembudidaya untuk beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi, terutama dalam menguasai digital marketing untuk memperluas dan mendiversifikasi pangsa pasar mereka.

UMKM budidaya lele memiliki berbagai manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat, terutama di daerah pedesaan. Pertama, budidaya lele merupakan sumber penghasilan yang relatif mudah dijalankan dengan modal awal yang terjangkau, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi pelaku usaha kecil. Selain itu, lele merupakan komoditas dengan permintaan pasar yang tinggi karena menjadi salah satu sumber protein yang

terjangkau, yang berarti budidaya lele memiliki prospek pemasaran yang baik. Dengan adanya UMKM budidaya lele, lapangan kerja baru pun terbuka bagi masyarakat sekitar, baik dalam proses budidaya, pengolahan, hingga pemasaran. Keberadaan usaha ini juga mendorong rantai ekonomi lainnya, seperti industri pakan ikan dan alat budidaya. Di sisi lain, UMKM budidaya lele berpotensi memberikan kontribusi terhadap pengentasan masalah gizi masyarakat melalui produk-produk berbasis lele yang inovatif, seperti olahan makanan sehat untuk mencegah stunting. Dengan demikian, UMKM budidaya lele tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung, tetapi juga mendukung pembangunan sosial-ekonomi yang lebih luas.

Sistem pemasaran digital, atau digital marketing, sudah menjadi hal yang umum bagi pelaku bisnis. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak pebisnis memilih digital marketing untuk mempromosikan produk mereka. Digital marketing mencakup promosi dan pencarian pasar secara online dengan memanfaatkan berbagai platform, seperti media sosial (Sholawati et al., 2020). Internet kini tidak hanya menghubungkan orang dengan perangkat, tetapi juga antar individu di seluruh dunia. Pemasaran digital biasanya bersifat interaktif dan terpadu, memudahkan interaksi antara produsen, perantara, dan konsumen (Ariescy et al., 2022). Salah satu keuntungan dari pemasaran digital adalah biaya yang lebih

rendah dibandingkan metode konvensional, yang diharapkan dapat menghasilkan harga jual yang kompetitif untuk menarik lebih banyak pelanggan. Selain itu, pemasaran digital memberikan kenyamanan bagi konsumen karena akses yang mudah, memungkinkan mereka membeli produk kapan saja dan di mana saja hanya dengan perangkat mereka. Penggunaan digital marketing sangat penting bagi pelaku UMKM, karena dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang cara memperluas jaringan konsumen melalui media sosial, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing. Pemasaran digital berdampak besar pada penjualan dan keuntungan bagi UMKM.

Strategi pemasaran adalah bagian penting dari perencanaan usaha untuk mencapai hasil optimal. Strategi ini mencakup berbagai aspek, seperti strategi anti persaingan, produk, penetapan harga, pelokalan, dan periklanan (Rohmana, 2023). Menurut Tull dan Kahle, strategi pemasaran adalah alat penting untuk mencapai tujuan perusahaan dan membangun daya saing yang berkelanjutan di pasar. Proses strategi pemasaran harus terus diperbarui sesuai dengan kebutuhan sosial yang ada; tanpa adaptasi yang efektif, perusahaan berisiko terganggu oleh pesaing lainnya, terutama yang bergerak dalam sektor yang sama. Digital marketing didefinisikan sebagai penggunaan teknologi digital untuk mencapai tujuan pemasaran dan menyesuaikan konsep pemasaran perusahaan. Salah satu

contohnya adalah internet marketing (e-marketing), yang menggunakan teknologi komunikasi elektronik, khususnya internet. Peran strategis digital marketing sangat penting untuk menarik konsumen dan mendorong komunikasi, baik secara elektronik maupun konvensional. Kegiatan digital marketing meliputi branding melalui media berbasis web dan media sosial. Menggunakan media sosial dalam strategi digital marketing sangat krusial, karena membantu pelaku usaha memahami cara memperluas jaringan dan meningkatkan daya saing mereka.

Kolaborasi Masyarakat dan Peran KKN Universitas Alma Ata

Pelaksanaan program “Kewirausahaan Kreatif Generasi Muda dan Strategi Pengembangan UMKM Desa di Era Digital” di Desa Tengki menunjukkan adanya kolaborasi yang solid antara masyarakat desa, mahasiswa KKN, dan pemerintah desa. Masyarakat desa, khususnya pelaku UMKM sangat antusias mengikuti sosialisasi yang diselenggarakan untuk memperluas wawasan dalam mengembangkan usaha melalui pemasaran digital. Program ini mendorong pelaku UMKM untuk lebih memikirkan bagaimana teknologi dapat meningkatkan daya saing mereka, diantaranya dengan memanfaatkan Google Maps untuk mencantumkan lokasi usaha mereka, sehingga lebih mudah dikenali oleh konsumen. Mahasiswa KKN berperan aktif

dalam membantu proses ini, diantaranya dengan membuat banner yang menjadi identitas UMKM agar lebih mudah diakses dan dikenal oleh masyarakat luas. Di sisi lain, pemerintah desa juga turut mendukung dengan menyediakan sarana dan ruang kolaborasi, sehingga memperkuat sinergi antara berbagai pihak yang terlibat.

Hasil sosialisasi ini memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi dan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Kolaborasi ini tidak hanya membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya, tetapi juga membuka peluang pengembangan ekonomi desa yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi.

Selain itu, inovasi rolade lele yang dikembangkan dalam program ini juga memiliki potensi keberlanjutan yang kuat. Inovasi ini sejalan dengan program desa yang secara rutin menyediakan makanan bergizi bagi balita dan ibu hamil, sebagai bagian dari upaya pencegahan stunting. Ibu-ibu kader desa yang terlibat dalam penyediaan makanan sehat dapat terus memanfaatkan rolade lele sebagai sumber protein yang bergizi dan ekonomis. Untuk memastikan keberlanjutan program ini setelah masa KKN berakhir, diperlukan pelatihan lebih lanjut bagi para kader dan pelaku UMKM terkait pengolahan produk berbahan dasar lele dan strategi pemasaran digital. Dengan dukungan pemerintah desa dan keterlibatan aktif

masyarakat, inovasi ini tidak hanya akan terus berjalan, tetapi juga akan terus berkembang dan

berkontribusi dalam peningkatan gizi serta penguatan ekonomi lokal.



Gambar 2. Pembuatan rolade lele

Rekomendasi untuk Pengembangan Lebih Lanjut

Pengembangan produk olahan ikan lele di Desa Tengki memerlukan diversifikasi agar tetap menarik dan bernilai ekonomis tinggi. Selain rolade ikan lele, produk lain yang dapat dieksplorasi adalah keripik ikan lele dan sosis ikan lele. Keripik ikan lele merupakan alternatif camilan sehat yang kaya akan protein dengan masa simpan yang lama, yang dapat dipasarkan lebih luas baik secara lokal maupun digital. Sementara itu, sosis ikan lele menawarkan berbagai macam produk yang diminati oleh berbagai kalangan, termasuk anak-anak. Diversifikasi ini diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen dan memperluas peluang pasar bagi UMKM, sehingga produk olahan ikan lele di Desa Tengki tidak hanya dikenal secara lokal, tetapi juga di pasar yang lebih luas.

Agar UMKM ikan lele di Desa Tengki dapat berkembang secara berkelanjutan, diperlukan dukungan tambahan dalam berbagai aspek, mulai dari teknologi budidaya hingga pemasaran. Bantuan teknologi budidaya yang lebih modern, seperti sistem kolam bioflok, dapat meningkatkan efisiensi dan hasil produksi ikan lele. Di sisi lain, akses terhadap fasilitas pengolahan yang lebih modern akan memungkinkan produk olahan ikan lele memiliki standar kualitas yang lebih baik dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Pemasaran juga menjadi komponen penting dalam pengembangan UMKM, sehingga pelatihan terkait pemasaran digital seperti pemanfaatan e-commerce dan media sosial perlu terus diberikan agar UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen.

Kerja sama dengan pihak eksternal seperti dinas perikanan dan pihak swasta juga memiliki potensi besar dalam mendukung UMKM dalam jangka panjang. Dinas perikanan dapat memberikan pendampingan teknis terkait peningkatan kualitas budidaya dan pengolahan ikan lele, sedangkan pihak swasta dapat membantu membuka akses pasar dan memberikan permodalan yang dibutuhkan untuk pengembangan usaha. Selain itu, kerja sama antara BUMDes dan Karang Taruna juga sangat penting terutama dalam proses pemasaran produk. Dengan keterlibatan BUMDes, pemasaran produk olahan ikan lele dapat lebih terstruktur, sedangkan Karang Taruna dapat membantu dalam penyebarluasan informasi dan promosi di tingkat lokal maupun regional. Sinergi berbagai pihak ini akan menciptakan pondasi yang kuat bagi keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM ikan lele di Desa Tengki, sekaligus berkontribusi dalam peningkatan perekonomian desa secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Intervensi program kesehatan dan edukasi gizi yang melibatkan masyarakat dan mahasiswa, upaya pencegahan stunting di Desa Tengki telah terlaksana dengan efektif. Program budidaya ikan lele memiliki potensi besar untuk meningkatkan gizi masyarakat sekaligus memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan bagi UMKM setempat. Dengan

inovasi produk olahan seperti rolade ikan lele, diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumsi dan nilai jual produk, serta menciptakan peluang pasar yang lebih luas.

KONTRIBUSI PENULIS

Seluruh anggota tim berkontribusi dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari persiapan kegiatan, pengembangan materi, pelaksanaan pengabdian, evaluasi, serta dalam penulisan manuskrip jurnal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada warga dan pemerintah Desa Tengki Brebes, Jawa Tengah yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan serta menunjukkan antusiasme tinggi dalam setiap sesi kegiatan.

CONFLICT OF INTEREST

Penulis menyatakan bahwa tidak ada konflik kepentingan dalam publikasi artikel pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ariescy, R. R., Sholihatin, E., & Mawardi, A. I. (2022). Inovasi Pemasaran Sebagai Strategi Pemulihan Usaha Mikro Kecil dan Menengah selama Pandemi: Studi kasus UKM di Kota Batu dan Kota Malang. *Journal of Governance and Administrative Reform*, 2(2), 121–127. <https://doi.org/10.20473/jgar.v2i2.33467>

- Haryani, V. M., Putriana, D., & Hidayati, R. W. (2023). Asupan Protein Hewani Berhubungan dengan Stunting pada Balita di Wilayah Kerja Puskesmas Minggir. *Amerta Nutrition*, 7(2), 139–146. <https://doi.org/10.20473/amnt.v7i2SP.2023.13>
- Hidayat, A. T., Wiananda, E. W. P., Pradana, F. G. D., Naufal, Q. A., Handika, E. H. S., Verawati, E., Arif, M. I., Ubaidillah, Arifah, N., Hikmah, S. D., Permatasari, A., Rahayu, N. P., Rohmah, S. I., & Kurdi, F. (2025). Optimalisasi Budidaya dan Pemanfaatan Ikan Lele Melalui Program TELAGA sebagai Solusi Ketahanan Pangan di Desa Lembengan Ledokombo. *DEDIKASI SAINTEK Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.58545/djpm.v4i1.394>
- Kementerian Kesehatan RI. (2022). Hasil Survei Status Gizi Indonesia (SSGI) 2022. *Kemenkes*, 1–150.
- Martony, O. (2023). Stunting Di Indonesia: Tantangan Dan Solusi Di Era Modern. *Journal of Telenursing (JOTING)*, 5(2), 1734–1745.
- Patria, D. G., Prayitno, S. A., & Salsabila, N. (2022). 3784-253-11876-1-10-20220302. 4(2), 6–13.
- Rofi', A., Budiman, I. A., Sudirno, D., & Nahdi, D. S. (2023). Inovasi Produk Olahan Lele (OLELE) Untuk Meningkatkan Pemberdayaan Umkm Melalui Konten Digital di Desa Dukuh Tengah Kabupaten Tegal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 3185–3192. <https://doi.org/10.31949/jb.v4i4.6786>
- Rohmana, D. W. (2023). Peranan Ekonomi Digital dalam Peningkatan Pertumbuhan UMKM: Peluang Dan Tantangan. In *Indonesian Proceedings and Annual Conference of Islamic Law And Sharia Economic (IPACILSE)*, 1(1), 42–48.
- SAPULADA. (2024). e - Stunting Kecamatan Brebes. SAPULADA. https://sapulada.brebeskab.go.id/data-stunting/per_kecamatan/33.29.09
- Sholawati, L. D., Laila, Z. F., Kumaeroh, N. A., & Syalima, I. (2020). Upaya Meningkatkan Nilai Ekonomi Pelaku Umkm Melalui Digital Marketing Di Tengah Pandemi Covid-19 Dusun Karanganyar. *ABDIPRAJA (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.31002/abdipraja.v1i1.3206>
- TPPS. (2024). Prevalensi Stunting Nasional. *Stunting.Go.Id.* <https://stunting.go.id/>