

“Warung Anak Sehat”

Sarihusada dan Masyarakat Mandiri

Sarihusada adalah perusahaan yang memproduksi berbagai jenis produk bernutrisi untuk ibu dan anak-anak Indonesia; sedangkan Masyarakat Mandiri Dompot Dhuafa (selanjutnya disebut sebagai Masyarakat Mandiri) adalah sebuah organisasi dari Dompot Dhuafa yang bertujuan menurunkan kemiskinan melalui program pemberdayaan ekonomi. Sarihusada dan Masyarakat bekerja sama melaksanakan program Warung Anak Sehat (WAS) sebagai bagian dari program edukasi Ayo Melek Gizi – Sarihusada.



Program WAS telah melatih lebih dari 1.300 Ibu mengenai makanan sehat dan gizi anak. © Sarihusada, 2014

Program bertujuan untuk menurunkan permasalahan anak dengan tinggi dan berat badan kurang (*stunting* dan *wasting*) dengan cara mengubah kebiasaan jajan dari makanan tidak bergizi menjadi makanan bergizi yang sangat penting di 1.000 hari pertama kehidupan anak sekaligus meningkatkan pendapatan keluarga. Penerima manfaat utama adalah ibu rumah tangga yang mempunyai anak dengan masalah gizi.

Program WAS terbagi dalam dua tahap. Tahap pertama (tahun 2011 - 2012), program ini telah membangun 85 WAS di Jakarta, Banten, Jawa Barat dan Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan hasil evaluasi, program kemudian dilanjutkan ke tahap dua untuk masa 2013 hingga 2015, namun berlokasi di wilayah Jakarta, Bogor, Tangerang dan Bekasi (Jabodetabek), dengan melibatkan *retail shops* (Alfamart) yang juga

merupakan salah satu distributor terbesar Sarihusada.

Program WAS-II memulai kegiatan dengan mengidentifikasi ibu rumah tangga yang mempunyai permasalahan malnutrisi dan bertempat tinggal di seputar toko Alfamart. Para Ibu rumah tangga tersebut (Ibu WAS atau IWAS) kemudian mendapatkan pelatihan mengenai gizi anak dan kredit mikro untuk membuka warung kecil yang menjual produk makanan sehat, baik produk makanan segar olahan dapur sendiri maupun produk makanan olahan industri yang dianggap sehat untuk anak-anak. Setelah mengikuti pelatihan, para IWAS mendapatkan kesempatan untuk membuka warung jajanan di depan toko Alfamart. Produk makanan segar olahan yang dijual berdasarkan resep sehat yang dikembangkan oleh Program WAS yang mengurangi penggunaan minyak dan gula. Di sela waktu berjualan, para IWAS juga berbagi pengetahuan tentang gizi dan pola makan seimbang anak kepada ibu-ibu pelanggan warung mereka.

Model kemitraan yang dibangun antara Sarihusada, Masyarakat Mandiri dan Alfamart tersebut bersifat saling menguntungkan (*win-win partnerships*) dan berkelanjutan. Masing-masing mitra mendapat manfaat dari program, dan program dibangun berdasarkan kompetensi inti (*core competency*) masing-masing organisasi. Sarihusada memberikan panduan tentang nutrisi (mikro dan makro); Masyarakat Mandiri mengelola kegiatan pelatihan IWAS, menyalurkan kredit mikro dan pendampingan usaha, sedangkan Alfamart menyediakan akses ke konsumen dan fasilitas tempat.

Model kemitraan seperti ini memberikan manfaat bagi masing-masing pihak. Para IWAS mendapatkan pelanggan dengan memanfaatkan ramainya pengunjung Alfamart, sementara pihak Alfamart pun dapat menyediakan layanan tambahan serta mendukung pemberdayaan ekonomi untuk warga sekitar. Bagi Sarihusada, kemitraan ini memberikan dampak

positif bagi rantai nilai (*value chain*) perusahaan secara keseluruhan (pemasok, distributor dan pelanggan).

Kunci kesuksesan program terletak pada perekrutan/seleksi calon IWAS berdasarkan komitmen untuk melanjutkan usahanya; kemampuan mitra dalam memberikan pendampingan dan bantuan teknis kepada IWAS secara tepat dan cepat di lokasi yang tersebar; dan penggunaan media pemasaran dan edukasi yang tepat sasaran untuk membantu IWAS mempromosikan warung mereka.

Dalam kurun waktu satu tahun pertama, program WAS telah berhasil menciptakan lapangan kerja bagi 55 orang ibu rumah tangga (IWAS); WAS mendapatkan untung minimum Rp. 30.000/hari dan omset minimum Rp. 150.000/hari; meningkatkan pengetahuan 1.361 ibu-ibu melalui kegiatan pelatihan; dan meningkatkan pemahaman mengenai makanan bergizi bagi 3.076 anggota keluarga melalui sesi edukasi.

Profil Organisasi

Sarihusada (www.sarihusada.co.id)



Sarihusada didirikan pada tahun 1954 sebagai hasil inisiatif antara pemerintah Indonesia dan UNICEF, membangun pabrik yang membawa misi sosial untuk memperbaiki nutrisi anak bangsa. Dalam perjalanannya kemudian pada akhir tahun 2007 Sarihusada bergabung sebagai anak usaha Danone Group yang berkantor pusat di Perancis. Melewati usia ke-60 tahun ini, Sarihusada telah membangun dua pabrik di dua provinsi yang berbeda yaitu di Yogyakarta dan Jawa Tengah.

Untuk info lebih jauh mengenai program Gizi dan Kesehatan, hubungi Alwan Bukhori, *CSR Manager*, email: alwan.bukhori@danone.com.

Masyarakat Mandiri (www.masyarakatmandiri.co.id)



Masyarakat Mandiri adalah sebuah organisasi dari Dompot Dhuafa yang bertujuan menurunkan kemiskinan melalui berbagai program pemberdayaan ekonomi bagi komunitas pedesaan, perkotaan, serta pekerja migran. Kelahirannya dibidani oleh Dompot Dhuafa Republika pada tahun 2000. Sejak Bulan Juli 2005, Masyarakat Mandiri resmi menjadi lembaga otonom dengan visi dan misi sebagai wahana pemberdayaan berbagai komunitas dhuafa atau tak berdaya (*powerless*) sehingga mencapai kemandirian.

Salah satu program yang diimplementasikan adalah Program CSR, dimana Masyarakat Mandiri membuka kerja sama dengan organisasi yang mempunyai kesamaan visi seperti Sarihusada, Qatar Charity, Hypermart, Telkomsel dan lainnya.

Untuk info lebih jauh mengenai program MM, hubungi Munipah, *WAS Project Leader* Masyarakat Mandiri, email: mmmunipah@gmail.com

Dokumen ini merupakan bagian dari rangkaian Partnership Summaries yang didasarkan pada paparan oleh para mitra pada Pertemuan Kesehatan Reproduksi/Keluarga Berencana September 2014 yang diadakan oleh CCPHI, suatu proyek yang didanai oleh Ford Foundation. Ditulis oleh Dian Rosdiana (CCPHI – Communication Officer); email : dian.rosdiana@ccphi.org; atau kunjungi kami di www.ccphi.org.