

CASE STUDY

Program Baduta: Bagaimana Air Bersih Membantu Mengurangi *Stunting* (Balita Pendek)

Kemitraan antara PT Holland for Water (NAZAVA) dan Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)

Gizi Anak dan Air Bersih

GAIN dan PT Holland for Water (NAZAVA) yang juga mendukung program Gerakan Nasional Pemerintah untuk akselerasi peningkatan gizi bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan RI. Dalam prosesnya GAIN dan PT Holland for Water menggunakan data *survey* yang telah dihimpun oleh Kementerian Kesehatan RI terhadap beberapa kota di Indonesia untuk mengetahui status gizi anak-anak usia 0-2 tahun atau pada 1000 hari pertama kehidupan¹. Hasil *survey* menunjukkan bahwa status gizi anak Indonesia masih relatif lebih rendah, dengan prevalensi angka balita pendek atau *stunting* sebesar 36%.

Indikator penyebab angka balita pendek tersebut yaitu karena kurangnya ketersediaan air minum yang layak dan bersih. Sebanyak 47% dari penduduk Indonesia minum air yang mengandung kuman walaupun air sudah dimasak dan 340 anak meninggal karena diare setiap minggu di Indonesia.



Pihak NAZAVA sedang memberikan penyuluhan mengenai cara pemilihan dan penyimpanan air yang baik kepada masyarakat desa. @NAZAVA.

RINGKASAN

Program Baduta: Bagaimana air bersih membantu mengurangi *stunting* (balita pendek), merupakan kemitraan antara PT Holland for Water (NAZAVA) dan Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN). Kerja sama ini dimulai dari September 2014, berlatar belakang akan kesamaan perhatian terhadap status gizi terutama pada 1000 HPK (Hari Pertama Kehidupan) dan ketersediaan air minum

layak dan bersih yang diharapkan dapat meningkatkan status gizi anak dan mengurangi angka balita pendek.

Pengimplementasian program dilakukan di 6 kecamatan yaitu 3 di kabupaten Malang dan 3 di kabupaten Sidoarjo. Target utama yang menjadi fokus dari program ini adalah Ibu hamil dan bayi di bawah dua tahun (*baduta*) sebagai upaya mendukung 1000 HPK. Kegiatan yang dilakukan yaitu NAZAVA memberikan asesmen air masyarakat dan pendidikan mengenai HWTS (*Household Water Treatment and Safe storage*) dan kualitas air kepada 125.000 orang, kemudian mulai melakukan pembentukan rantai pasokan yang berkelanjutan dari filter air rumah tangga melalui wirausahawan filter air kepada 30.000 orang dengan air minum aman, dan yang terakhir melakukan pembangunan kapasitas untuk sistem air masyarakat kepada 1.000 rumah tangga dengan akses air bersih.

Dalam pelaksanaan kegiatan, PT Holland for Water (NAZAVA) dan GAIN melakukan pembagian tugas sesuai dengan keahlian masing-masing. PT Holland for Water (NAZAVA) sebagai perusahaan air minum berperan dalam meneliti, memberikan penilaian kualitas air masyarakat, dan memberikan pengetahuan mengenai cara memilih sampai menyimpan air minum dengan benar. Sedangkan GAIN,

berperan dalam memfasilitasi program kepada masyarakat dan melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah. Kedua pihak juga saling berkoordinasi dan bekerja sama dalam proses pengimplementasian program di enam kecamatan.

Hasil yang dicapai oleh Program Baduta hingga tahun 2016 adalah 2.000 ibu kader desa dan 20.000 ibu-ibu memperoleh pelatihan mengenai air minum sehat dan aman; pelatihan rantai suplai teknologi air minum sehat kepada 80 wirausaha yang 95% nya terdiri dari perempuan.

PARA MITRA



Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)

(www.gainhealth.org/knowledge-centre/country/indonesia/)

adalah sebuah LSM International yang dibentuk oleh PBB tahun 2002, dengan mandat mengatasi permasalahan malnutrisi di seluruh dunia. GAIN sudah menjangkau lebih dari 750 juta orang di 30 negara dengan program perbaikan gizi yang inovatif, yang dapat diperluas (*scalable*) dan berkelanjutan (*sustainable*).

Salah satu strategi GAIN adalah dengan mendukung kemitraan pemerintah – swasta untuk meningkatkan akses dan ketersediaan produk gizi untuk populasi yang paling rentan. Dalam setiap program yang dilakukan, GAIN selalu mengimplementasikan intervensi gizi spesifik dan sensitif. Intervensi gizi spesifik mengatasi penyebab langsung masalah gizi, seperti asupan makanan yang tidak memadai dan beberapa akar masalah seperti praktik pemberian makanan dan akses ke makanan. Sedangkan intervensi gizi sensitif tujuan utamanya untuk meningkatkan keamanan pangan dan gizi penerima manfaat, misalnya pertanian dan ketahanan pangan, kesehatan, perawatan, pendidikan, air bersih dan sanitasi.



PT Holland for Water (HfW)

(www.nazava.com) adalah perusahaan sosial (*social enterprise*) yang didirikan pada

tahun 2009 di Aceh, Indonesia dan mempunyai kantor di Cimahi, Jawa Barat. Perusahaan memiliki visi untuk menyediakan air layak minum dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat. Dalam memenuhi misinya, perusahaan memproduksi dan menjual Nazava, yaitu saringan air yang dapat menyaring air sumur, air hujan, dan air PDAM agar masyarakat mendapatkan air yang layak diminum tanpa perlu dimasak lebih dahulu dan tanpa menggunakan listrik.

Sejak didirikan hingga Mei 2016, HfW telah menyediakan air minum sehat kepada lebih dari 250.000 orang di Indonesia melalui 122 *reseller* dari 100 lokasi yang tersebar di 70 kabupaten/kota Indonesia.

Mitra kerja yang telah bekerja sama dengan Nazava di antaranya adalah: Kopernik, Plan International, Palang Merah, dan ACTED (LSM Perancis). Untuk memperluas pasar Nazava, maka perusahaan Nazava itu sendiri menggunakan

metode kemitraan dalam membentuk rantai wirausaha. Sehingga mitra akan mendapatkan keuntungan dari setiap produk yang dijualnya. Dalam dunia bisnis, metode ini sering disebut dengan *multilevel marketing*.

MEMULAI KEMITRAAN

NAZAVA dan GAIN melakukan kesepakatan kerja sama hibah dimulai dari bulan September 2014 – Desember 2016. Kedua organisasi mempunyai kesamaan visi untuk melakukan peningkatan akses terhadap air layak minum bagi masyarakat dengan mengembangkan komponen intervensi Program Baduta.

NAZAVA mengajukan proposal yang sesuai dengan salah satu tujuan Program Baduta dan sesuai dengan visi NAZAVA, berupa: distribusi dan penjualan filter air minum tepat guna dengan harga terjangkau, strategi penjualan dengan pendekatan *social marketing* yang disertai edukasi dan terintegrasi dengan program pemerintah, keberlanjutan program melalui pemberdayaan masyarakat khususnya perempuan dan dukungan kapasitas dan dana terhadap wirausahawan filter air.

MELAKSANAKAN KEMITRAAN

Program Gerakan Baduta ini dimulai sejak September 2014 – Desember 2016. Sebelum melakukan program yang berkaitan dengan status gizi anak dengan fokus ketersediaan air minum layak dan bersih, GAIN mendatangi Kementerian Kesehatan RI untuk bekerja sama dalam meningkatkan status gizi anak dan menurunkan angka balita pendek. Kementerian Kesehatan RI memberikan rekomendasi wilayah Jawa Timur untuk dijadikan wilayah intervensi program. Kemudian GAIN memilih 6 kecamatan dimana terdiri dari 3 kabupaten di wilayah Malang dan 3 kabupaten di wilayah Sidoarjo dengan metode *random sampling*. Atas rekomendasi dari pihak Kementerian Kesehatan RI, diharapkan dengan adanya program ini dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan status gizi anak yang diharapkan dapat berkontribusi untuk menurunkan angka balita pendek.

Setelah pertemuan tersebut, GAIN kemudian mencari mitra pelaksana yang memiliki visi dan tujuan yang sama yaitu meningkatkan status gizi anak dengan ketersediaan air minum layak dan bersih yang diharapkan dapat menurunkan angka balita pendek di wilayah tersebut. Atas kesamaan perhatian terhadap ketersediaan air minum layak dan bersih juga terhadap angka balita pendek maka GAIN dan NAZAVA pun melakukan kerja sama Program Baduta ini.

Dalam pelaksanaannya, GAIN dan NAZAVA tidak hanya bekerja sama dengan Kementerian Kesehatan RI tetapi juga dengan pemerintah daerah setempat. NAZAVA dan GAIN pun, juga ikut menggandeng petugas puskesmas setempat untuk melakukan penilaian dan penelitian mengenai kandungan air, karena banyaknya wabah diare yang menjangkiti warga setempat. Setelah dilakukan penelitian ternyata hasilnya di desa Kedungsalam yang merupakan

salah satu wilayah intervensi GAIN dan NAZAVA mengandung 240 bakteri *E.Coli*/1 mil dengan standar seharusnya 0 bakteri/1 mil air.

Selama masa implementasi program dari September 2014 – Desember 2016, GAIN dan NAZAVA melakukan kegiatan secara bertahap yang diawali dengan penilaian dan penelitian kualitas air masyarakat dan dilanjutkan dengan pemberian edukasi mengenai HWTS dan kualitas air. Sebanyak 125.000 orang mendapatkan penyuluhan dari NAZAVA. Pada tahap ini, NAZAVA memberikan informasi kepada masyarakat mengenai cara memilih sumber yang baik, kemudian cara pengolahan air dengan berbagai cara salah satunya adalah dengan menggunakan produk NAZAVA filter air minum dan bagaimana menyimpan air dengan benar agar tidak terkontaminasi bakteri dan layak untuk diminum.

Komponen kegiatan yang kedua adalah pembentukan rantai pasokan yang berkelanjutan dari filter air rumah tangga melalui wirausahawan filter air. Setelah mendapatkan penyuluhan mengenai bagaimana cara memilih sumber, mengolah sampai dengan menyimpan air minum, maka pengetahuan masyarakat desa pun bertambah dan mulai memperhatikan cara pengolahan air yang bisa dilakukan dengan menggunakan filter air minum NAZAVA yang hemat uang dan waktu. Setelah masyarakat dikenalkan dengan filter air minum NAZAVA yang dibantu dengan petugas puskesmas setempat maka selanjutnya adalah pembentukan rantai pasokan filter air minum melalui wirausahawan filter air. Kemudahan dan manfaat yang diperoleh warga melalui filter air minum NAZAVA ini, akhirnya membentuk rantai wirausahawan yang memberdayakan masyarakat desa untuk bisa hidup sehat dengan menggunakan filter air minum NAZAVA dan memberikan keuntungan kepada masyarakat dengan adanya rantai wirausahawan ini. Sehingga, masyarakat yang tergabung dalam rantai wirausahawan ini dapat memperoleh penghasilan tambahan dengan jaringan penjualan yang ada.

Komponen kegiatan yang terakhir adalah pembangunan kapasitas untuk sistem air bersih masyarakat, sehingga 1.000 orang memperoleh akses air bersih. Dengan adanya Program Baduta ini, alhasil wabah diare yang berada di desa Kedungsalam yang merupakan salah satu wilayah intervensi sudah tidak ada lagi dan diharapkan hal ini dapat berkontribusi pada menurunnya angka balita pendek.

Keberhasilan program yang dilakukan dengan pendekatan pemasaran sosial yang menuntut adanya perubahan perilaku masyarakat secara berkelanjutan ini, diperlukan dukungan dari pemerintah daerah setempat dan ibu-ibu PKK, yang dapat menunjang kredibilitas program sehingga masyarakat dapat berpartisipasi penuh dalam program ini. Dalam proses pemberian edukasi yang dilakukan, NAZAVA juga memberikan contoh filter air minum di Puskesmas. Sehingga, masyarakat khususnya ibu-ibu dan balita dibawah 2 tahun dapat menikmati air yang sudah difilter dengan filter air minum NAZAVA.

Nantinya setelah terbentuk rantai pasokan filter air minum



Petugas puskesmas desa sedang memberikan filter air minum NAZAVA kepada masyarakat desa. @NAZAVA.

oleh wirausahawan di daerah intervensi, diharapkan program dapat terus berjalan secara berkelanjutan dengan adanya jaringan penjualan dan agen-agen yang filter air minum yang ada. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah memperoleh produk dan informasi mengenai waktu penggantian filter 2 tahun sekali secara berkala.

Di akhir masa implementasi program baik NAZAVA dan GAIN melakukan evaluasi dan monitoring dengan adanya laporan triwulan indikator yang disepakati dan koordinasi pelaksanaan setiap triwulan yang melibatkan *stakeholder* terkait atau pemerintah lokal (pertemuan rutin triwulan) yang dikoordinir oleh Dinkes Provinsi Jawa Timur bersama GAIN. Selain pengumpulan dan pemilihan cerita perubahan yang paling bermakna juga dikumpulkan sebagai salah satu testimoni. Evaluasi dampak juga dilakukan dengan mengadakan *survey baseline* dan *endline* pada lokasi intervensi untuk melihat perubahan perilaku yang dilakukan oleh masyarakat dan dikontrol oleh Konsorsium Sydney University. Keberlanjutan program juga dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang mengganti filter air minumnya secara berkala selama 2 tahun sekali.

Secara umum pembagian peran di antara kedua pihak dilakukan berdasarkan kompetensi masing-masing pihak. GAIN berperan dalam memfasilitasi program kepada masyarakat dan melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah, memberikan konsep *survey baseline – endline* kepada masyarakat.

Sedangkan PT Holland for Water yang memiliki merek filter air minum bernama NAZAVA berperan dalam mengembangkan penelitian terkait dengan air minum, memberikan edukasi kepada masyarakat, mengembangkan *survey baseline – endline* dari masyarakat terkait dengan perubahan perilaku yang terjadi setelah pelaksanaan Program Baduta.

HASIL

Program ini telah menjangkau ibu-ibu di 6 kecamatan dan secara langsung juga menjangkau seluruh anggota keluarga mereka. Program ini telah berhasil memberikan pelatihan mengenai air minum sehat dan aman kepada 2.000 ibu kader desa dan 20.000 ibu-ibu; menciptakan rantai suplai teknologi air minum sehat kepada 80 wirausaha yang 95% terdiri dari

perempuan. Hasilnya pun, program ini telah meningkatkan akses air minum bersih kepada 2.500 keluarga.

Pengetahuan masyarakat tentang air minum yang layak dan bersih pun meningkat. Selain itu NAZAVA dan GAIN juga telah membangun kapasitas untuk sistem air bersih. Program ini telah memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai bagaimana cara memilih sumber yang baik, pengolahan air yang tepat yaitu salah satu caranya dengan menggunakan filter air minum NAZAVA dan penyimpanan air yang cocok.

TANTANGAN DAN PELAJARAN BERTARIF

Dalam melaksanakan program Baduta ini, NAZAVA dan GAIN menghadapi beberapa tantangan dalam menjalani kemitraan dengan berbagai institusi seperti pemerintah, swasta, dan LSM.

Pertama, dikarenakan masing-masing institusi memiliki aturan, budaya dan kerangka kerja yang berbeda, walaupun dengan tujuan yang sama. Dalam perekrutan wirausahawan untuk filter air minum pun, setiap institusi memiliki kriteria dan prioritas yang berbeda, sehingga perlu adanya penyesuaian dari setiap institusi agar kerja sama dapat berjalan dengan baik.

Kedua, program ini mengikutsertakan banyak pihak dan lembaga seperti swasta, pemerintah dan LSM. Sehingga masing-masing pihak memiliki perbedaan pendekatan strategi program antara *social marketing* dan pemberdayaan masyarakat. Desain intervensi yang berbeda-beda dari

setiap institusi dengan kelompok sasaran yang sama membutuhkan koordinasi yang baik antar mitra pelaksana.

Ketiga, integrasi intervensi *public-private partnership* (PPP) ke dalam intervensi kesehatan masyarakat dapat meningkatkan pencapaian hasil bagi kedua belah pihak dan lebih menguntungkan masyarakat. Pelaksanaan penjualan, distribusi filter air minum kepada mitra dan edukasi yang dilakukan secara bersamaan harus dilakukan dengan perencanaan yang terintegrasi, transparan dan melibatkan semua pemangku kepentingan lokal.

Terakhir, keberhasilan dari program yang dilakukan dengan pendekatan pemasaran sosial harus mementingkan keterlibatan pemerintah secara langsung untuk meningkatkan kredibilitas pelaksana program. Koordinasi yang intensif di semua tingkatan pelaksana program, dapat mengurangi konflik antar pelaksana kegiatan dan memungkinkan tujuan dapat tercapai.

RENCANA DAN HARAPAN

Untuk rencana kedepan, NAZAVA dan GAIN mengharapkan adanya keberlanjutan setelah program kerja sama berakhir. Pendekatan *social marketing* dan kewirausahaan filter air minum tetap berlanjut; kegiatan edukasi kepada masyarakat diharapkan bisa terintegrasi dalam sistem pelayanan kesehatan; intervensi ini diharapkan dapat menjadi model dalam pelaksanaan program yang serupa di wilayah lainnya.

Referensi

1. Kusumawati, Erna, Rahardjo, Setiyowati., & Sari, Hesti Permata. *Model of Stunting Risk Factor Control among Children under Three Years Old*. Jurnal Kesehatan Masyarakat Nasional Vol 9, No 3. Februari. 2015.

Tentang Studi Kasus Ini

Studi kasus ini merupakan satu dari rangkaian studi kasus yang didasarkan pada presentasi dari para mitra pada sesi Forum Kemitraan HBRI. Forum Kemitraan HBRI adalah suatu kegiatan CCPHI, sebuah proyek yang didanai oleh Ford Foundation.

Studi kasus ini dibuat berdasarkan presentasi dari Lieselotte Heederik, *Co-Founder* dan Direktur NAZAVA dan Agnes A. Malipu, *Senior Project Manager* GAIN di sesi ke-31 Forum Kemitraan HBRI. Dian Rosdiana mempersiapkan studi ini berdasarkan konsultasi dengan NAZAVA dan GAIN.

Untuk informasi lainnya mengenai Proyek CCPHI dan Forum Kemitraan HBRI
Silakan hubungi **Dian Rosdiana**, CCPHI *Communication Officer*, di dian.rosdiana@ccphi.org,
atau **Ananta Gondomono**, CCPHI *Partnership Building Officer*, di ananta.gondomono@ccphi.org,
atau kunjungi kami di www.ccphi.org