

Implementasi Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Sari Husada Melalui Pemberdayaan Perempuan “Warung Anak Sehat” Di SDN Gondolayu Yogyakarta

Siti Qona’ah
Akademi Komunikasi
Bina Sarana Informatika
Jl. Kayu jati 5 no. 2, Pemuda, Rawamangun
Jakarta Timur
Siti.sqa@bsi.ac.id

Abstract - *The Program Warung Anak Sehat (WAS) initiated PT Sari husada is the implementation of a programme of Corporat Social Responsibility have been implemented since the year 2011. The program has been embracing social responsibility corporat 100 school canteen vending in the city and County Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) called Ibu Warung Anak Sehat (IWAS). In building primary schools in different regions, the program WAS focused towards fulfillment of nutrition in accordance with the guidelines and the empowerment of women through micro. This research is to know the implementation of the program of corporate social responsibility (CSR) of PT Sari Husada Through women empowerment in Warung Anak Sehat SDN Gondolayu Yogyakarta. In this study the researchers used a qualitative approach and study cases, as a method of research that illustrates that through this activity is part of the corporate social responsibility activities in the field of community development through women's empowerment. Thus with corporate social responsibility through women's empowerment can improve nutrition of school children and capable of creating Advanced generation of Indonesia,*

Keywords- *Corporate Social Responsibility, Women's Empowerment*

I. PENDAHULUAN

Sumber Daya Manusia merupakan bagian terpenting di negara yang sedang berkembang dan anak merupakan salah satu aset sumber daya manusia sebagai generasi penerus yang perlu diperhatikan kehidupannya. Kecukupan gizi dan pangan merupakan salah satu faktor terpenting dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia. Kecukupan gizi sangat mempengaruhi terhadap kesehatan dan produktivitas kerja manusia.

Indonesia mengalami masalah gizi ganda, yaitu masalah gizi kurang dan masalah gizi lebih. Masalah gizi kurang umumnya disebabkan oleh kemiskinan, kurangnya persediaan pangan, kurang baiknya kualitas lingkungan, kurangnya pengetahuan masyarakat tentang gizi, menu seimbang dan kesehatan. Masalah gizi lebih disebabkan oleh kemajuan ekonomi pada lapisan masyarakat tertentu disertai dengan kurangnya pengetahuan tentang gizi, menu seimbang dan kesehatan (Almatsier, 2010).

Untuk mengatasi permasalahan gizi di Indonesia pada anak usia sekolah, harus dimulai dengan cara memperbaiki kebiasaan dalam mengkonsumsi jajanan sehat di sekolah. Berdasarkan Riskesdas (2010), secara nasional prevalensi status gizi pada anak usia 6-12 tahun terdiri dari, 4,6% sangat kurus, 7,6% kurus, 78,6% normal dan 19,2% gemuk. Sedangkan prevalensi status gizi anak usia 6-12 di Jawa Tengah terdiri dari 5,3% sangat kurus, 8% kurus, 75,8% normal dan 10,9% gemuk.

Pada Usia anak sekolah banyaknya aktivitas sehingga diperlukan energy yang lebih banyak dan pada akhirnya mendorong kegiatan dengan membeli makanan atau jajanan di lingkungan sekolah. Akan tetapi kebutuhan membeli makanan atau jajanan ini kurang tersedianya makanan atau jajanan yang bersih dan sehat. Berdasarkan Laporan Tahunan 2016 Balai Besar POM Yogyakarta, dari 16 sampel PJAS yang diuji pada periode tersebut, 62,5% nya tidak memenuhi syarat akibat cemaran mikrobiologi. Data tersebut menunjukkan adanya permasalahan gizi dari lingkungan jajan yang tidak sehat atau kurang higienis, tidak terkecuali di kota Yogyakarta.

Corporate social Responsibility merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-undang Perseroan terbatas (UUPT) yang terbaru yakni UU no 40 tahun 2007. Melalui undang-undang ini, Industri atau koprasi

wajib untuk melaksanakannya, tetapi kewajiban ini bukan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara bukan hanya tanggung jawab pemerintah atau industri, tetapi setiap insan manusia berperan untuk mewujudkan kesejahteraan sosial kualitas hidup masyarakat.

Bentuk kepedulian melalui program CSR yang dimaksudkan sebagai proses komunikasi orang-orang atau perusahaan terhadap lingkungannya, dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia; (2) pertukaran informasi (3) menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu (Cangara, 2005)

PT Sari Husada Generasi Mahardhika (Sarihusada) adalah perusahaan yang memproduksi berbagai produk nutrisi untuk ibu hamil & menyusui dan anak dengan rasa enak, terjangkau serta berstandar internasional. Sarihusada telah beroperasi di Indonesia sejak tahun 1954 sebagai wujud nyata Program Kecukupan Protein Nasional yang diselenggarakan pemerintah Indonesia bersama Perserikatan Bangsa-Bangsa, visi PT sari husada yaitu Bersama Ibu-Ibu Indonesia Menyongsong Kehidupan Baru Melalui Nutrisi dan Pendidikan yang Terdepan dan Terjangkau Sesuai visi, pt sari husada husada memberikan produk bernutrisi, layanan dan edukasi kepada seluruh ibu dan anak di Indonesia setiap hari.

Program corporate social responsibility Pt Sari Husada berupa Warung Anak Sehat dilaksanakan dengan berkerja sama dengan Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor (FEMA IPB) dan CARE International Indonesia dilaksanan sejak tahun 2011 dan Sekolah-sekolah yang dituju merupakan rekomendasi dari pemerintah, sehingga program WAS dapat bersinergi dengan program pemerintah dan berjalan tepat sasaran. Dalam membina sekolah-sekolah dasar di berbagai daerah, program WAS berfokus kepada pemenuhan gizi sesuai dengan Pedoman Gizi Seimbang dan pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro.

Program Warung Anak Sehat telah menjangkau 350 sekolah dasar di kota Bogor, Bandung, Yogyakarta, dan Ambon. Khususnya di provinsi Yogyakarta. dengan mengajak 100 penjual kantin sekolah yang tersebar di kota dan kabupaten Yogyakarta yang disebut sebagai Ibu Warung Anak Sehat (IWAS) Program Corporat Social responsibility di SDN Gondolayu Yogyakarta dilaksanakan Secara berkesinambungan dengan mengadakan pelatihan kepada para IWAS untuk dapat menyediakan alternatif jajanan sehat berbasis lokal.

II. METODELOGI PENELITIAN

2.1 Metodologi Penelitian

Metodologi pada penelitian ini yaitu metode studi kasus. Menurut Kriyantono (2006 : 66) metode studi kasus yaitu metode riset yang menggunakan berbagai sumber data yang bisa digunakan untuk meneliti menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif

berbagai aspek individu kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Mulyana (2001:201) study kasus periset bertujuan memberikan uraian yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Karena itu study kasus memiliki cirri :

1. *Partikularistik* : artinya studi kasus berfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu
2. *Deskriptif*. Hasil akhir metode ini adalah deskriptif detail dari topic yang dipilih
3. *Heuristic* metode study kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti, interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.
4. *Induktif* Study kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan kedalam konsep atau teori.

Data yang diperoleh akan di analisis secara kualitatif yaitu analisis yang dilakukan dengan memahami dan merangkai data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis kemudian di tarik kesimpulan.

Pawito (2008:102) mengemukakan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan yang dihasilkan pada umumnya tidak dimaksudkan sebagai generalisasi, tetapi sebagai gambaran interpretative tentang realitas atau gejala yang diteliti secara holistic dalam setting tertentu, disini dikandung arti bahwa temuan apapun yang di hasilkan pada dasarnya bersifat terbatas pada kasus yang di amati. Oleh karena itu, prinsip berfikir induktif lebih menonjol dalam penarikan kesimpulan dalam penelitian komunik-asi kualitatif.

Metode kualitatif menurut Bogdan & Taylor dalam Ruslan (2010:215) diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu konteks setting tertentu yang di kaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistic

Moleong (2002:11) mengemukakan bahwa salah satu karakteristik dalam penelitian kualitatif adalah deskriptif. Dalam hal ini data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal ini disebabkan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut.

Data yang di ambil peneliti dalam penulisan ini dapat melalui study kepustakaan atau sumber tertulis (*library research*)

2.2 Kajian literatur

2.2.1 Corporate Sosial Responsibility

Kotler & Nancy (2005:4) corporate social responsibility (CSR) adalah: komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktis bisnis yang baik dan berkontribusi sebagai sumber daya perusahaan.

Wibisono (2007:8) CSR di definisikan sebagai tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan (triple botton line) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan)

Tanggung jawab sosial di artikan sebagai berikut : merupakan kontribusi dari dunia usaha terhadap pembangunan berkelanjutan dengan mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari kegiatannya. (csr review: 2007)

Dari uraian tersebut maka yang dimaksud corporate social responsibility adalah tanggung jawab perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas dengan pembangunan berkelanjutan serta memperhatikan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan.

2.2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Agar Corporate Social Responsibility (CSR) dapat dilaksanakan secara terus menerus, Perusahaan harus sudah menggunakan Prinsip Triple Botton Line yang berpijak pada pemikiran bahwa selain mengejar keuntungan, perusahaan juga harus melihat sisi kesejahteraan lingkungan atau dikenal dengan istilah 3 P (profit, People, Planet)

Wibisono (2007; 32) menyatakan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan 3 P. yaitu :

Profit (keuntungan) setiap perusahaan pasti akan berlomba-lomba untuk meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya.

People (masyarakat) masyarakat merupakan stakeholder penting bagi perusahaan dikarenakan dukungan masyarakat sangat di perlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan. Untuk mempekokoh komitmen dalam tanggung jawab sosial, perusahaan perlu memiliki pandangan bahwa CSR adalah investasi kedepan. Karena melalui hubungan yang harmonis dan citra yang baik timbal baliknya masyarakat juga akan ikut menjaga eksistensi perusahaan.

Planet (lingkungan) Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Hubungan kita dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika merawat lingkungan, maka lingkunganpun akan memberikan manfaat kepada kita. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Wibisono (2007;78) menyatakan, tiga alasan mengapa kalangan dunia mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial sejalan dengan operasi usahanya antara lain :

- a. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
- b. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat saling ketergantungan. Dan juga untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat
- c. Tanggung jawab sosial merupakan salah satu cara untuk meredam atau menghindari konflik.

Lebih lanjut Wibisono (2007:84) menguraikan 10 keuntungan yang dapat diperoleh oleh perusahaan jika melakukan program corporate sosial responsibility: yaitu:

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan citra perusahaan
- b. Layak mendapatkan *social license to operate* masyarakat sekitar adalah komunitas utama perusahaan
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan, oleh karena itu pelaksanaan program corporate social responsibility sebagai langkah preventif untuk mencegah memburuknya hubungan dengan stakeholder perlu mendapat perhatian.
- d. Melebarkan akses daya. Track record yang baik dalam pengelolaan corporate social responsibility merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu meluluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.
- e. Membentangkan akses menuju market
- f. Mereduksi biaya
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan.

a. Bidang Program Tanggung Jawab Social corporate

Menurut Iriantara (2007:61) bahwa “kita bisa melihat bagaimana ruang lingkup tugas yang bisa di jalankan seorang staff atau praktisi public relations dalam konteks tanggung jawab korporat dengan melihat bidang-bidang program tanggung jawab sosial”, bidang programnya antara lain.

- a. Komunitas dan masyarakat dengan memperkerjakan tenaga local, program pengembangan masyarakat
- b. Program-program karyawan seperti keberagaman di tempat bekerja (khusus dalam manajemen) dengan partisipasi dalam pengembalian keputusan

- c. Program penanganan pelanggan/produk seperti program pelabelan – komunikasi dengan pelanggan berdasarkan standar perusahaan

Lebih lanjut Iriantara (2007:61) menyatakan, Kegiatan-kegiatan tanggung jawab social corporate antara lain :

- a. Memfasilitasi, melalui pemberian intensif bagi perusahaan untuk terlibat dalam agenda-agenda tanggung jawab sosial yang mendorong perbaikan sosial dan lingkungan
- b. Kemitraan, dengan mengembangkan kemitraan strategis antara pemerintah perusahaan dan masyarakat madani untuk menangani permasalahan-permasalahan sosial dan lingkungan yang kompleks
- c. Kesehatan dan pendidikan dengan memberikan pemahaman, pengetahuan tentang hal arti penting kebersihan dan kesehatan .

2.2.3 Pengembangan masyarakat (Community Development)

Susanto (2007) menyatakan, Salah satu bentuk dari tanggung jawab sosial perusahaan yang diterapkan Indonesia adalah community development. Perusahaan yang mengedepankan konsep ini akan lebih menekankan pembangunan sosial dan pembangunan kapasitas masyarakat sehingga menggali potensi masyarakat lokal yang menjadi modal perusahaan untuk maju dan berkembang. Selain dapat menciptakan peluang-peluang sosial-ekonomi masyarakat, menyerap tenaga kerja dan kualifikasi yang diinginkan cara ini juga dapat membangun citra sebagai perusahaan yang ramah dan peduli lingkungan. Selain itu, akan tumbuh rasa percaya dari masyarakat, rasa memiliki perlahan-lahan muncul dari masyarakat sehingga masyarakat merasakan bahwa kehadiran perusahaan di daerah mereka akan berguna dan bermanfaat

Program yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam kaitannya dengan tanggung jawab sosial di Indonesia dapat di golongkan dalam 3 bentuk yaitu:

- a. Public Relations
Usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada komunitas tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan
- b. Strategy defensive
Usaha yang dilakukan perusahaan guna menangkis anggapan negative komunitas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan, dan biasanya untuk melawan serangan negative dari anggapan komunitas. Usaha CSR yang dilakukan adalah untuk merubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru yang bersifat positif.
- c. kegiatan yang berasal dari visi perusahaan
Melakukan program untuk kebutuhan komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan

perusahaan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri

Wijanarko (2005) Program pengembangan masyarakat di Indonesia dapat dibagi dalam tiga kategori yaitu :

1. *Community relations*
yaitu kegiatan-kegiatan yang menyangkut pengembangan kesepahaman melalui komunikasi dan informasi kepada para pihak yang terkait. Dalam kategori ini, program lebih cenderung, mengarah pada bentuk-bentuk kedermawanan (charity) perusahaan.
2. *Community service*
Merupakan pelayanan perusahaan untuk memenuhi kepentingan masyarakat atau kepentingan umum. Inti dari kategori ini adalah memberikan kebutuhan yang ada di masyarakat dan pemecahan masalah di lakukan oleh masyarakat sendiri sedangkan perusahaan hanyalah sebagai fasilitator dari pemecahan tersebut.
3. *Community empowering*
program-program yang berkaitan dengan memberikan akses yang lebih luas kepada masyarakat untuk menunjang kemandiriannya seperti pembentukan usaha industry kecil lainnya yang secara alami anggota masyarakat sudah mempunyai pranata pendukungnya dan perusahaan memberikan akses kepada pranata sosial yang ada tersebut agar dapat berlanjut. Dalam kategori ini adalah kemandirian komunitas.

Kindervatter dalam Iriantara (2007:173) menyatakan bahwa pengembangan masyarakat memiliki komponen-komponen sebagai berikut :

- a. Berorientasi pada kebutuhan baik material maupun non material
- b. Memanfaatkan kesejatan (endogenous) masyarakat setempat termasuk visi dan misinya masa depan
- c. Mandiri yang berarti mendasar pada kekuatan dan sumber daya yang dimilikinya
- d. Bersifat ekologis yang memanfaatkan sumber daya secara rasional dan penuh kesadaran
- e. Didasarkan pada transformasi structural yang berarti adanya perubahan dalam relasi sosial, kegiatan ekonomi dan struktur kekuasaan.

2.2.4. Pendekatan Pendekatan Program Pengembangan Masyarakat

Menurut Suryadi (2009) menguraikan ada 3 pendekatan dalam community development. Tiga pendekatan atau model itu adalah:

a. *locality development approach*

Locality development approach beranggapan bahwa perubahan komunitas bisa terjadi optimal melalui partisipasi luas dari berbagai spectrum masyarakat ditingkat local dalam menetapkan tujuan dan aksi. Tujuan dari pendekatan *locality development* adalah meningkatkan kapasitas komunitas dan membantu komunitas lebih mandiri sehingga mampu menyelesaikan masalah.

b. *Sosial planning approach*

Sosial planning approach menggunakan proses teknis mengatasi masalah sosial (termasuk kemiskinan, perumahan, kesehatan) yang ada melalui perubahan yang ada melalui perubahan yang terencana berdasarkan hasil penelitian dan perencanaan yang rasional.

c. *Social Action Approach*

Social action approach didasarkan pada anggapan kelompok populasi yang terbelakang perlu diorganisir agar beraliansi dengan yang lainnya, dengan tujuan mendorong terjadinya respon dari komunitas yang lebih besar untuk meningkatkan sumber daya atau perlakuan yang lebih adil dan demokratis.

2.2.5 Pemberdayaan Perempuan

Zakiah menyatakan (2010 :44) Pemberdayaan adalah sebuah proses dengan mana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam berbagai pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap kejadian-kejadian serta lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya.

Sutoro eko, 2002 menyatakan Pemberdayaan sebagai proses mengembangkan, memandirikan, menswadayakan, memperkuat posisi tawar menawar masyarakat lapisan bawah terhadap kekuatan kekuatan penekan segala bidang dan sektor kehidupan

Tujuan dari pemberdayaan menurut Hamidah (2005 59-60) adalah “menuju pada keadaan atau hasil yang ingin, dicapai oleh lembaga social yaitu masyarakat yang berdaya memiliki kekuasaan atau mempunyai pengetahuan dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya baik bersifat fisik, ekonomi, maupun social seperti memiliki kepercayaan diri, mampu menyampaikan insoirasi, memiliki mata pencaharian dan berpartisipasi dalam kegiatan social

Zakiah (2010 :44) menjelaskan, Pemberdayaan merupakan transformasi hubungan kekuasaan antara laki-laki dan perempuan pada empat level yang berbeda, yakni keluarga, masyarakat, pasar dan negara. Konsep pemberdayaan dapat dipahami dalam dua konteks. Pertama, kekuasaan dalam proses pembuatan keputusan dengan titik tekan pada pentingnya peran perempuan.

Kedua, pemberdayaan dalam term yang berkaitan dengan fokus pada hubungan antara pemberdayaan perempuan dan akibatnya pada laki-laki di masyarakat yang beragam. Kindervatter menekankan konsep pemberdayaan sebagai proses pemberian kekuatan dalam bentuk pendidikan yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan kepekaan terhadap perkembangan sosial, ekonomi dan politik sehingga pada akhirnya mereka mampu memperbaiki dan meningkatkan kedudukannya di masyarakat.

Lebih lanjut zakiah menyatakan (2010:44) Cakupan dari pemberdayaan tidak hanya pada level individu namun juga pada level masyarakat dan pranata-pranatanya. Yaitu menamakan pranata nilai-nilai budaya seperti kerja keras, keterbukaan dan tanggung jawab. Secara konseptual, pemberdayaan atau pemberkuasaan (empowerment), berasal dari kata power yang artinya keberdayaan atau kekuasaan. Pemberdayaan adalah suatu cara dengan mana seseorang, rakyat, organisasi. dan komunitas diarahkan agar mampu menguasai (berkuasa atas) kehidupannya.

Salman menyatakan (2005:181), pemberdayaan terhadap perempuan adalah salah satu cara strategis untuk meningkatkan potensi perempuan dan meningkatkan peran perempuan baik di domain publik maupun domestik. Hal tersebut dapat dilakukan diantaranya dengan cara:

1. Membongkar mitos kaum perempuan sebagai pelengkap dalam rumah tangga. Pada zaman dahulu, muncul anggapan yang kuat dalam masyarakat bahwa kaum perempuan adalah konco wingking (teman di belakang) bagi suami serta anggapan “swarga nunut neraka katut” (ke surga ikut, ke neraka terbawa). Kata nunut dan katut dalam bahasa Jawa berkonotasi pasif dan tidak memiliki inisiatif, sehingga nasibnya sangat tergantung kepada suami.
2. Memberi beragam ketrampilan bagi kaum perempuan. Sehingga kaum perempuan juga dapat produktif dan tidak menggantungkan nasibnya terhadap kaum laki-laki. Berbagai ketrampilan bisa diajarkan, diantaranya: ketrampilan menjahit, menyulam serta berwirausaha dengan membuat kain batik dan berbagai jenis makanan.
3. Memberikan kesempatan seluas-luasnya terhadap kaum perempuan untuk bisa mengikuti atau menempuh pendidikan seluas mungkin. Hal ini diperlukan mengingat masih menguatnya paradigma masyarakat bahwa setinggi-tinggi pendidikan perempuan toh nantinya akan kembali ke dapur. Inilah yang mengakibatkan masih rendahnya (sebagian besar) pendidikan bagi perempuan.

Menurut Novian (2010) pemberdayaan perempuan adalah upaya pampuan perempuan untuk memperoleh akses dan kontrol terhadap sumber daya, ekonomi, politik, sosial, budaya, agar perempuan dapat mengatur diri dan meningkatkan rasa percaya diri untuk mampu berperan dan berpartisipasi aktif dalam memecahkan

masalah, sehingga mampu membangun kemampuan dan konsep diri.

Novian (2010) Pemberdayaan perempuan merupakan sebuah proses sekaligus tujuan. Sebagai proses, pemberdayaan kegiatan memperkuat kekuasaan dan keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat. Sebagai tujuan, maka pemberdayaan merujuk pada keadaan atau hasil yang ingin dicapai oleh perubahan sosial, yaitu masyarakat menjadi berdaya

III PEMBAHASAN

Dalam mengimplemtasikan corporat social responsibility PT Sari Husada berfokus kepada pemenuhan gizi sesuai dengan Pedoman Gizi Seimbang (PROGRAS) melalui pengembangan masyarakat dengan pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro. Program corporate social resposibility PT sari husada berkerja sama dengan Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor (FEMA IPB) dan CARE International Indonesia.

Bersama dengan FEMA IPB, rangkaian Program Warung Anak Sehat (WAS) melakukan edukasi gizi ditujukan kepada guru, orang tua, dan juga penjual jajanan di lingkungan sekolah; khususnya kantin sekolah atau Ibu Warung Anak Sehat (IWAS). Edukasi gizi dalam pemberdayaan Ibu kantin sekolah (IWAS) bertujuan untuk membuka kesadaran serta wawasan kepada para IWAS untuk dapat mengolah bahan berbasis lokal tanpa bahan tambahan yang berbahaya dengan menjaga sanitasi dan higienitas pengolahan hingga penyajian sesuai standar BPOM yang secara konsisten menyajikan jajanan yang bernutrisi dan bebas dari 3P (Pemanis buatan, Pewarna, Pengawet).

Talitha Andini Prameswari selaku WAS Project Manager dari Sarihusada menyatakan :”Secara berkesinambungan kami mengadakan pelatihan kepada para IWAS untuk dapat menyediakan alternatif jajanan sehat berbasis lokal. Ketersediaan akses jajanan sehat serta edukasi gizi yang WAS berikan, diharapkan dapat bantu pemerintah dalam memperbaiki gizi anak sekolah dan mampu menciptakan Generasi Maju Indonesia.”.

Tujuan Program Was 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 telah menjangkau 350 Sekolah Dasar di empat kota di Indonesia yaitu Bogor, Bandung, Yogyakarta dan Ambon. Di Yogyakarta 100 penjual kantin disebut sebagai Ibu Warung Sehat (Iwas) sudah

mengikuti program Warung Anak Sehat yang Secara berkesinambungan di adakakan pelatihan kepada para IWAS untuk dapat menyediakan alternatif jajanan sehat berbasis lokal. Dalam menjangkau sekolah-sekolah di wilayah tersebut WAS mendapatkan rekomendasi dari pemerintah, sehingga program WAS dapat bersinergi dengan program pemerintah dan berjalan tepat sasaran.

Salah satu sekolah di Yogyakarta yang mendapatkan edukasi gizi serta pendampingan terhadap guru, orang tua, hingga penjual kantin, yaitu SDN Gondolayu. Sekolah yang pada tahun 2017 berhasil mendapatkan juara ke-2 untuk lomba sekolah sehat di tingkat kota, menjadi salah satu sekolah percontohan dari program WAS agar dapat memotivasi sekolah lain dalam menciptakan kebiasaan mengonsumsi jajanan sehat.

Selain mengedukasi dan melatih para IWAS, orang tua dan guru juga diberikan informasi penting untuk dapat membentuk perilaku konsumsi atau jajan anak dengan sehat. Penting bagi orang tua maupun sekolah untuk dapat menyediakan akses terhadap makanan atau minuman yang sehat pada anak, karena pada usia tersebut anak sudah mulai memilih-milih makanan, juga adanya pengaruh teman dan lingkungan sekitar, serta masih minimnya kantin sekolah.

Dalam sesi kunjungan program Warung Anak Sehat ke SDN Gondolayu pada tanggal 14 November 2017, FX Sukirdi, S.Pd selaku Kepala Sekolah memaparkan upaya yang telah dilakukan dalam mewujudkan sekolah sehat dibantu oleh program Warung Anak Sehat.

“Secara konsisten kami berusaha untuk terus memperbaiki pemahaman guru terkait gizi seimbang untuk dapat disampaikan kepada para murid. Guru yang berperan sebagai panutan anak di sekolah juga perlu memberi contoh dan memperhatikan pola makan/jajan anak agar tidak sembarangan. Upaya kami tersebut semakin diperkuat oleh program WAS dari Sarihusada. Dengan adanya program tersebut, edukasi gizi menasar tidak hanya kepada guru namun juga para orang tua murid dan penjual jajanan di sekolah. Edukasi serta penyediaan material dari program WAS membantu kami dalam menciptakan pola makan/jajan sehat secara berkesinambungan. Kami pihak sekolah mengakui bahwa program WAS bermanfaat untuk perbaikan gizi di antara anak-anak sekolah.”

FX Sukirdi, S.Pd juga menjelaskan bahwa “atmosfer jajanan di dalam lingkungan sekolah menjadi sangat kuat di antara para murid. Pihak sekolah juga sangat mendukung kemajuan IWAS dan melibatkan orang tua untuk turut menitipkan makanan rumahan mereka kepada para IWAS. Selain itu, dalam meminimalisir para murid jajan sembarangan, di saat kegiatan belajar mengajar pihak sekolah menutup pintu gerbang dan bekerja sama dengan masyarakat sekitar untuk menganjurkan para pedagang liar untuk tidak berjualan di lingkungan sekolah”.

Di dalam lingkungan SDN Gondolayu, Warung Anak Sehat menunjukkan adanya keahlian IWAS dalam menyediakan jajanan yang sehat, aman, dan beragam. Selama program WAS berjalan, para IWAS diberikan pelatihan dan edukasi gizi untuk dapat mengolah bahan berbasis lokal tanpa bahan tambahan yang berbahaya dengan menjaga sanitasi dan higienitas pengolahan hingga penyajian sesuai standar BPOM. Adanya pelatihan terhadap IWAS di Yogyakarta diharapkan dapat lebih mengangkat kekayaan kuliner di kota tersebut yang memiliki ragam menu makanan lezat namun tetap mengutamakan keamanan dan kesehatan. Untuk itu, para IWAS binaan berkomitmen untuk selalu menyediakan home-made food yang tentunya sesuai dengan uang saku anak sekolah.

Ismiyarti selaku Ibu warung Anak sehat yang sudah 2 tahun berjualan di SDN Gondolayu menyatakan, "Sebagai Ibu tentunya saya ingin memberikan yang terbaik bagi anak saya, tidak terkecuali para murid di sini yang sudah saya anggap anak sendiri. Saya memahami betul kebutuhan para orang tua untuk bisa memberikan asupan gizi yang seimbang bagi anaknya. Jadi sebisa mungkin saya terapkan edukasi gizi dari program Warung Anak Sehat terkait menu makanan sehat yang bisa saya kreasikan sendiri, terutama untuk menghindari bahan tambahan pangan, seperti pewarna atau pengawet. Contohnya membuat pewarna alami berbahan ubi ungu. Selain itu, saya juga sering berbagi resep dengan para orang tua atau IWAS lain agar dapat dipraktikkan di kehidupan sehari-hari."

Ismiyarti lebih lanjut menyatakan bahwa program WAS tidak hanya memberikan edukasi gizi namun juga pelatihan usaha dan keuangan. Ia dipandu untuk dapat melakukan pembukuan dasar dalam memantau laba secara berkala. Hasilnya, usaha WAS yang telah ia jalankan berhasil meningkatkan pendapatannya lebih dari 50% dari sebelum ia bergabung dengan program WAS. Berdasarkan survey dari CARE International Indonesia, sebanyak 95% IWAS di provinsi Yogyakarta melakukan pembukuan keuangan rutin selama lebih dari 5 bulan terhitung sejak September 2016, dibekali pelatihan yang didapatkan dari program WAS.

"Pencapaian program WAS yang secara langsung dapat dirasakan oleh masyarakat sekolah contohnya di SDN Gondolayu ini tidak terlepas dari komitmen seluruh pihak untuk dapat mengentaskan permasalahan gizi pada anak. Bisa dilihat dari salah satu hasil survey oleh CARE International Indonesia bahwa sebanyak 94,8% IWAS di Yogyakarta mengakui, guru dan sekolah mereka sangat mendukung adanya WAS ini. Bahkan dapat dikatakan hampir seluruh IWAS merasakan manfaat dari program WAS dan melihat bahwa program ini dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan gizi anak-anak sekolah. Melalui program WAS pula kita dapat melihat bahwa tidak hanya kesehatan anak yang dapat kita tingkatkan, namun juga kesejahteraan

masyarakat setempat melalui pemberdayaan usaha kantin sekolah," tutup Talitha.

Dalam bidang pengetahuan Iwas di Yogyakarta hasil 97.9% IWAS di Yogyakarta memiliki pengetahuan yang baik mengenai keamanan makanan setelah bergabung dengan program WAS. Contoh pengetahuan yang dicapai adalah mencuci tangan sebelum dan sesudah penanganan makanan adalah keharusan, kemudian sayuran dan buah mentah harus dicuci sebelum dikonsumsi dan bahan aditif berbahaya yang biasa ditemukan pada makanan.

Thalita lebih lanjut menyatakan ada lima kriteria makanan sehat yang selama ini diajarkan pada IWAS. "Menu standar lima hal terkait warnanya, baunya, penjualnya, tempat jualannya, rasanya, kalau terlalu menyengat atau mencolok berarti menggunakan bahan tambahan,"

Pada saat ini Program Was dari PT Sari Husada hanya dilakukan di dalam lingkungan sekolah, tapi tidak menutup kemungkinan akan dilakukan untuk pedagang diluar sekolah.

Thalita menyatakan "Edukasi fokus ke dalam kantin, tapi kita mencoba *sharing* jadi harapannya bisa menyebar secara organik ke luar kantin, kadang-kadang di sekolah kan kantinnya ada banyak, harapannya ibu IWAS bisa mengajarkan ke ibu kantin yang lain,"

Kepala Sekolah SDN Gondolayu FX Sukirdi mengatakan SDN Gondolayu terus berkomitmen untuk meningkatkan program ini demi kesehatan anak-anak di masa depan. Ia mengakui bahwa program WAS bermanfaat untuk perbaikan gizi anak-anak di sekolah.

Harapan kedepannya FX Sukirdi mengatakan masih butuh bantuan atau donasi untuk memperbaiki kantin. "Yang belum memenuhi syarat itu kantinnya, tolong dikondisikan untuk bangunan fisiknya,"



Gambar 1
Ibu Warung Anak Sehat bersama siswa
SDN Gondolayu Yogyakarta

IV KESIMPULAN

PT Sari Husada Indonesia berkerja sama dengan Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor (FEMA IPB) dan CARE International Indonesia. Melalui pemberdayaan perempuan dengan tema Warung Anak Sehat dalam memperbaiki gizi anak Sekolah

Kegiatan yang dilaksanakan berupa pelatihan usaha mikro yang disertai dengan pelatihan keuangan dan edukasi gizi untuk makanan yang sehat dan bernutris sesuai standar BPOM di lingkungan sekolah

Pada hakikatnya PT Sari Husada dalam melaksanakan corporat social responsibility bertujuan untuk meningkatkan pola konsumsi makanan sehat dengan memperdayakan perempuan untuk membantu pemerintah dalam memperbaiki gizi anak sekolah dan mampu menciptakan Generasi Maju Indonesia

REFERENSI

A.B. Susanto, (2007). CSR dalam Perspektif Ganda, *Harian Bisnis Indonesia*, 2 September 2007, Jakarta

Almatsier, S. (2010). *Prinsip Dasar Ilmu Gizi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Depkes. (2011). *Riset Kesehatan Dasar 2010*. Jakarta.

Gibson CH. (1991) A concept analysis of empowerment. *J. Adv. Nurs.*

Hamidah Lilik, (2005) membangun masyarakat memberdayakan rakyat bandung : refika Aditama

<https://jogja.antaranews.com/berita/351073/warung-anak-sehat-rangkul-penjual-kantin-sekolah>

<https://tirto.id/program-warung-anak-sehat-jadi-salah-satu-cara-tingkatkan-gizi-anak-cz3L>

<http://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/info-sehat/17/10/27/oygfj2328-warung-anak-sehat-untuk-jajanan-sekolah-yang-bergizi>

<http://www.sarihusada.co.id/Berita-Aktifitas/Berita-Sarihusada/Program-Warung-Anak-Sehat-Hadirkan-Jajanan-Lebih-Sehat-di-Kota-Pelajar>

<http://possore.com/2017/10/31/warung-anak-sehat-akses-jajanan-sekolah-yang-sehat-dan-bergizi/>

Iriantara Yosol, (2007), *Commuity Relations, Konsep dan Aplikasinya*, PT Remaja Rosdakarya, Offset Bandung.

Kriyantono, Rachmat, 2006, *Teknik Riset Komunikasi* PT. Raja Grafindo Persada Jakarta

Moleong, Lexy, J, 2002 *Metode Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung

Pawito, 2008, *Penelitian Komunikasi Kualitatif, LKIS*, pelangi, Aksara, Yogyakarta.

Permendagri RI no 7 tahun 2007 tentang kader pemberdayaan masyarakat bandung fokus media

Proper alat ukur csr dikutip dari csr review, majalah bulanan vol 1. No 1, 2007, Jakarta

Rodwell CM. (1996), An analysis of the concept of empowerment. *J. Adv. Nurs.*

Ruslan, Rosady, (2011), *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi* cetakan ke 5 rajawali pers Jakarta

Sutoro eko,(2002) *Pemberdayaan masyarakat desa*, materi diklat pemberdayaan masyarakat desa, yang diselenggarakan badan diklat propinsi kaltim, samarinda, desember 2002)

Wijanarko, Himawan, (2005) *Reputasi Majalah Trust* 4-10 Juli 2005

Wibisono, yusuf, (2007), *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, Fasco Publishing, Gresik

Zakiyah, (2010) *Pemberdayaan Perempuan* oleh Lajnah Wanita, *Jurnal Pengkajian Masalah sosial Keagamaan*, XVII, 01 Januari-Juni 2010

Riwayat Penulis

Siti Qona'ah S. Sos. MM lahir di Bandung 26 Maret 1973 adalah dosen di Bina Sarana Informatika sejak bulan Mei 2007. Pendidikan S1 yang ditempuh di Fakultas komunikasi Jurusan Public Relations di Institut Ilmu Sosial dan Politik (IISIP) selesai pada tahun 1997. Saat ini beliau sudah menyelesaikan pendidikan Strata dua (S2) Magister Manajemen pada Universitas BSI Bandung pada tahun 2012. Sebelum aktif di dunia pendidikan beliau bekerja pada bidang Penelitian, Penyiaran dan Perbankan.