

PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN POSDAYA SOKA JAKARTA SELATAN DALAM PEMBUATAN YOGURT TINGGI ASAM FOLAT

Novi Yantih^{1*}, Rahmatul
Qodriah², Fitria Angeliqa³

^{1,2} Fakultas Farmasi, Universitas
Pancasila, Jakarta, Indonesia.

³ Fakultas Ilmu Komunikasi,
Universitas Pancasila, Jakarta,
Indonesia.

Artikel

Diterima : 16 Februari 2024

Disetujui : 13 Agustus 2024

Terbit : 28 Agustus 2024

*Email :

yantih.novi@univpancasila.ac.id

Abstrak

POSDAYA Soka (PS) adalah salah satu komunitas masyarakat di Jakarta Selatan yang penggeraknya adalah ibu-ibu rumah tangga dan memiliki usaha dalam bidang penjualan produk kuliner. Nilai ekonomi dari kegiatan PS belum sesuai dengan harapan. Hal ini disebabkan karena belum adanya diversifikasi produk untuk segmen pasar tertentu dan masih lemahnya pemahaman mitra tentang pemanfaatan teknologi untuk melakukan pemasaran secara *online*. Tujuan kegiatan ini adalah memberdayakan ekonomi perempuan di PS Jakarta Selatan melalui pembuatan yogurt tinggi asam folat. Pada kegiatan ini, mitra yang terdiri dari para ibu-ibu anggota PS didorong untuk melakukan diversifikasi produk usahanya dengan memproduksi yogurt yang tinggi asam folat. Produk dengan asam folat diperlukan oleh ibu hamil dan menyusui, sehingga produk ini memiliki segmen pasar yang spesifik dan diberikan pelatihan tentang pemanfaatan *market place* yang dapat digunakan dalam pemasaran produk. Pemahaman peserta terhadap materi pembuatan yogurt dan sistem penjualan *online* meningkat sebesar 27,89% berdasarkan dari nilai *pre* dan *post test*. Peningkatan kemampuan mitra PS dalam pembuatan yogurt tinggi asam folat dan pemanfaatan pemasaran produk secara *online* diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Kata Kunci: POSDAYA, Yogurt, Asam Folat, Pemberdayaan Ekonomi.

Abstract

POSDAYA Soka (PS) is one of the communities in South Jakarta whose activists are housewives and have a business in the field of selling culinary products. The economic value of PS activities has not been as expected. This is due to the partners' lack of understanding of the utilisation of technology to conduct online marketing and the absence of product diversification for certain market segments. In this activity, partners consisting of mothers of PS members are encouraged to diversify their business products by producing yogurt that is high in folic acid. Products with folic acid are needed by pregnant and lactating women, so this product has a specific market segment. Therefore, improving the ability of PS partners in making yogurt that is high in folic acid is necessary. The making of yogurt is the result of research by lecturers from the Faculty of Pharmacy, Pancasila University. The participants' understanding of the yogurt making material and online sales system increased by 27.89% based on the *pre* and *post test* scores. With the increase in participants' understanding, it is expected to improve the economy of PS partners.

Keywords: POSDAYA, Yogurt, Folic Acid, Economic Empowerment.

PENDAHULUAN

POSDAYA atau Pos Pemberdayaan Keluarga merupakan sebuah forum/wadah silaturahmi, berbagi informasi dan edukasi dalam masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan sosial Masyarakat (Fujianti, 2021). POSDAYA memiliki 8 fungsi keluarga secara terpadu, utamanya fungsi Agama, Budaya, Perlindungan, Reproduksi/Kesehatan, Pendidikan, Ekonomi/Wirausaha dan Lingkungan. Pada dasarnya tujuan diadakannya POSDAYA agar setiap keluarga mempunyai kemampuan untuk melaksanakan 8 fungsi keluarga dalam rangka pelaksanaan *Millenium Development Goals* (MDGs)(Lomazzi, 2014). Kegiatan POSDAYA diarahkan kepada pengembangan fungsi keagamaan, fungsi keluarga berencana dan Kesehatan, fungsi pendidikan, fungsi kewirausahaan, dan fungsi lingkungan hidup agar keluarga dapat bahagia dan Sejahtera (Suyono, 2013). POSDAYA menghidupkan kembali semangat kebersamaan dan kegotongroyongan di masyarakat sehingga anggota masyarakat dapat berpartisipasi dan saling membantu dalam mengatasi masalah yang dialami warganya terutama bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, lingkungan dan agama (Muljono, 2013)

POSDAYA sebagai forum informasi, pendidikan dan pemberdayaan serta penyegaran partisipasi masyarakat secara mandiri (Suyono, 2013). Di Jakarta, ada lebih dari 11.000 POSDAYA, tapi hanya 38 dari mereka diangkat menjalankan skema Tabur Puja sejak tahun 2012. POSDAYA Soka (PS) yang digerakan oleh para perempuan di daerah Kebayoran Lama, Jakarta Selatan merupakan salah satu POSDAYA yang memperoleh bantuan Tabur Puja. Kinerja pengembalian bantuan dari PS cukup baik dibanding POSDAYA lain karena NPL 0%. Dalam hal ini, PS memiliki komitmen untuk maju berkembang. Namun, jumlah simpanan di PS lebih kecil dari POSDAYA lainnya, hal ini kemungkinan karena Nilai ekonomi dari kegiatan PS belum sesuai dengan harapan (Hatta, 2022). Hal ini disebabkan karena masih lemahnya pemahaman mitra tentang pemanfaatan teknologi untuk melakukan pemasaran secara *online* dan belum adanya diversifikasi produk untuk segmen pasar tertentu (Ichwani, 2024). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (PKM) telah dilaksanakan di PS dengan tujuan untuk memberdayakan ekonomi perempuan melalui peningkatan pemahaman peserta dalam pembuatan produk untuk segmen pasar tertentu untuk diversifikasi produknya dan pemahaman pemasaran *online* yang diharapkan dapat meningkatkan perekonomian mitra.

Pada kegiatan PKM yang memberdayakan perempuan, mitra terdiri dari para ibu-ibu anggota PS. Mitra PS dilibatkan dalam diversifikasi produk usahanya dengan memproduksi yogurt yang tinggi asam folat untuk mendapatkan segmen pasar khusus (Noor, 2023). Produk dengan asam folat diperlukan oleh ibu hamil dan menyusui, sehingga produk ini memiliki segmen pasar yang spesifik. Oleh karena itu, peningkatan kemampuan mitra PS dalam pembuatan yogurt yang tinggi asam folat perlu dilakukan. Pembuatan yogurt ini merupakan hasil penelitian dosen Fakultas Farmasi Universitas Pancasila (Yantih, 2019). sehingga kegiatan PKM ini juga sebagai upaya integrasi hasil penelitian dalam kegiatan PKM dan sekaligus desiminasi langsung hasil penelitian kepada Masyarakat.

Penelitian yang telah dilakukan yaitu mitra PS diinduksi untuk memanfaatkan teknologi dalam pemasaran produk secara *online* untuk upaya peningkatan sistem pemasaran produk mitra PS agar dapat meningkatkan ekonominya (Pandey, 2020).

METODE

1. Tahap Persiapan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian ini disesuaikan dengan analisis kondisi yang telah dilakukan oleh tim pelaksana, analisis kondisi disampaikan dalam Tabel 1. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk bekerja sama dan berkolaborasi dengan pengurus PS untuk melaksanakan kegiatan yang terintegrasi dengan kegiatan lain di PS periode program PKM ini pada Januari-Desember 2023. Tim mengadakan rapat untuk mempersiapkan pelaksanaan. Tim yang terlibat dalam kegiatan ini berasal dari unsur dosen, mahasiswa, tenaga kependidikan, dan alumni Universitas Pancasila.

Tabel 1. Analisis permasalahan mitra dan solusi

No	Permasalahan	Solusi	Luaran	Indikator Capaian Luaran
1	Produk POSDAYA belum memiliki nilai ekonomi tinggi	Meningkatkan diversifikasi produk POSDAYA yang memiliki nilai ekonomi tinggi dengan membuat yogurt tinggi asam folat	POSDAYA membuat produk yogurt tinggi asam folat	Produk Yogurt tinggi asam folat
2	Produk kuliner yang dibuat oleh mitra POSDAYA dipasarkan secara sederhana dari/dan pameran lokal	Pemahaman tentang media sosial untuk pemasaran	POSDAYA faham akan adanya media sosial untuk pemasaran produk	100% Nilai <i>Post Test</i> meningkat dari <i>Pre Test</i>
3	POSDAYA belum memahami pemanfaatan teknologi untuk melakukan pemasaran <i>online</i>	Penyuluhan manfaat teknologi untuk melakukan pemasaran <i>online</i>	Peningkatan Kemampuan POSDAYA dalam memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran <i>online</i>	100% Nilai <i>Post Test</i> lebih baik dari <i>Pre Test</i>

2. Tahapan Pelaksanaan

Pada pemberdayaan ekonomi Perempuan PS dalam pembuatan yogurt tinggi asam folat dilakukan penyuluhan, pelatihan, konsultasi, monitoring, dan evaluasi. Pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rangkaian kegiatan

No	Kegiatan
1	Persiapan dan Sosialisasi Kegiatan
2	Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Yogurt Tinggi Asam Folat
3	Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten dan Pemasaran Digital
4	Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten dan Pemasaran Digital

3. Monitoring Dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan melalui mekanisme *pre* dan *post test* yang berguna untuk mengetahui perubahan pemahaman dan keterampilan peserta PS tentang pembuatan yogurt tinggi asam folat dan cara pemasaran melalui media *online* berbasis pemilahan. Tes secara garis besar mencakup pertanyaan tentang pemahaman peserta di PS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap persiapan

Pada tahap persiapan, seluruh tim bekerja sama untuk merencanakan kegiatan agar pelaksanaannya berlangsung dengan baik dan memberi manfaat terutama bagi mitra. Pada tahap ini, koordinasi dengan POSDAYA dilakukan untuk memastikan waktu dan tempat acara edukasi dan sosialisasi dilakukan secara luring. Tim PKM bekerja sama membuat materi berbagai topik, yaitu:

- Pemaparan program pengabdian kepada masyarakat.
- Persiapan dan pendampingan pembuatan yogurt tinggi asam folat
- Pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dan pemasaran digital



(a)



(b)



(c)

Gambar 1. Materi (a) Program pengabdian kepada Masyarakat, (b) Pembuatan yogurt, (c) Pemasaran digital

Materi dan sosialisasi yang diberikan oleh nara sumber pada PKM ini digambarkan pada Gambar 1. Dosen-dosen dari Fakultas Farmasi dan Komunikasi Universitas Pancasila menjadi nara sumber PKM ini. Tujuan dari materi edukasi yang diberikan kepada warga PS adalah untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pembuatan yogurt tinggi asam folat serta teknik pemasaran melalui media sosial.

Tahap pelaksanaan

Kegiatan PKM ini diadakan di PS Jakarta Selatan. Pada tahap awal, perwakilan masyarakat diminta untuk mengisi *pre test* yang telah disiapkan yang berkaitan dengan topik yang disampaikan. Tahapan ini dilakukan untuk mengevaluasi pengetahuan warga tentang topik yang disampaikan narasumber dan untuk mengetahui perubahan dalam pemahaman mereka tentang bahan yang digunakan dalam pembuatan yogurt tinggi asam folat.



Gambar 2. Pemaparan materi oleh narasumber dan diskusi dengan anggota PS

Narasumber pertama memberikan materi pertama tentang tridarma perguruan tinggi secara umum dan lebih spesifik pada pengabdian kepada masyarakat. Adanya kerjasama sebagai wilayah binaan antara Universitas Pancasila dengan PS Jakarta Selatan. Pengabdian kepada masyarakat adalah salah satu upaya dari Universitas Pancasila untuk dapat memberikan informasi dari hasil penelitian yang ada di kampus kepada masyarakat umum untuk dapat memperluas manfaatnya.

Narasumber kedua menyampaikan produk yang memiliki nilai jual tinggi adalah yogurt. Yogurt adalah hasil fermentasi dari susu, yang dengan sengaja ditambahkan bakteri, pada penelitian sebelumnya bakteri yang dapat meningkatkan asam folat adalah *Streptococcus thermophilus* (Yantih, 2019). Teknologi yang digunakan dalam membuat yogurt tinggi asam folat dibagi dalam 3 kegiatan edukasi/pelatihan, yaitu:

1. Penerapan Higiene, Sanitasi dan Dokumentasi dalam Yogurt Tinggi Asam Folat.

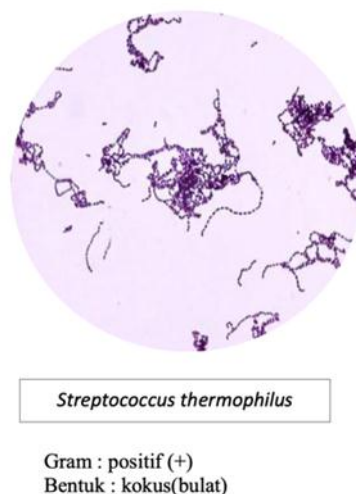
Pada materi pertama ini dipaparkan mengenai yogurt tinggi asam folat, penerapan sanitasi dan higiene (Gambar 3).



Gambar 3. Skematis edukasi tentang penerapan sanitasi higiene dalam produksi yogurt tinggi asam folat

2. Pemilihan Bahan Baku dan Cara Pembuatan Yogurt Tinggi Asam Folat.

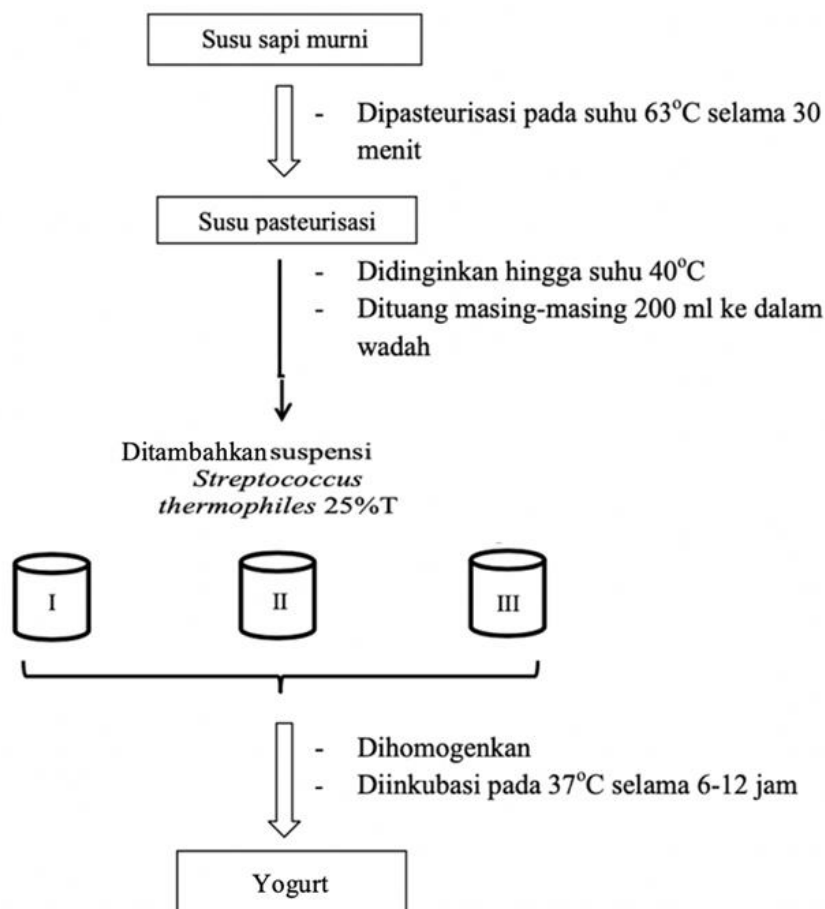
Pada materi kedua ini dipaparkan mengenai minuman sehat, sekilas tentang yogurt, profil macam-macam bakteri, manfaat yogurt dan asam folat, teknik penyiapan susu, serta cara membuat yogurt tinggi asam folat (Yantih, 2019).



Gambar 4. Bakteri Gram Positif *Streptococcus thermophilus* berbentuk kokus (bulat)

Tahapan pembuatan yogurt dapat dilihat melalui link youtube berikut <https://www.youtube.com/watch?v=PBbKg0At7h8> dan secara skematis disajikan sebagai berikut:

- a. Susu sapi murni yang akan difermentasi dipasteurisasi pada suhu 63°C selama 30 menit.
- b. Susu didinginkan hingga suhu 40°C.
- c. Kemudian suspensi bakteri *Streptococcus thermophilus* dimasukkan ke dalam 200 mL susu pada wadah.
- d. Wadah ditutup rapat.
- e. Susu yang telah diinokulasikan kemudian diinkubasi selama 6-12 jam pada suhu 37°C.
- f. Yogurt yang dihasilkan disimpan pada lemari pendingin suhu 2-4°C selama 12-18 hari. (Utami, 2017)



Gambar 5. Cara Pembuatan Yogurt Tinggi Asam Folat (Yantih, 2019)

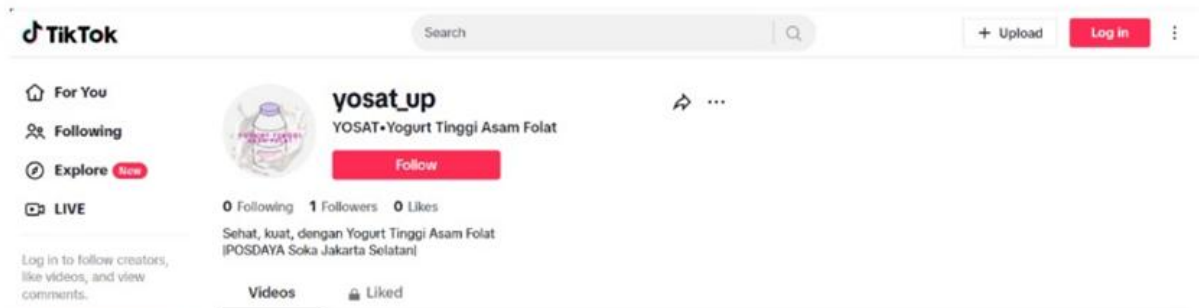
3. Standar Mutu Produk Yogurt.

Pada topik ini diedukasi mitra tentang syarat umum susu, standar mutu susu, syarat mutu yogurt, dan syarat khusus minuman yogurt sesuai SNI. Standar Nasional Indonesia (SNI) adalah standar yang berlaku secara nasional di Indonesia, Produk pangan wajib memiliki SNI untuk memastikan keamanan dan kelayakannya dikonsumsi konsumen. Sebab, 90% produk pangan di Indonesia diproduksi oleh UMKM. Karena itu, produk pangan harus memiliki standar mutu tertentu agar tidak merugikan konsumen (BSN, 2024)

Media sosial

Narasumber ketiga memberikan penyuluhan tentang adanya teknologi yang dapat memudahkan PS menjual produknya lebih luas. Informasi tentang fungsi dan klasifikasi browser diberikan dalam pengenalan *browser*. Pada pelatihan ini, *browser* adalah Mozilla Firefox dan *search engine* adalah Google. Dalam pelatihan ini, mitra dididik untuk mencari informasi tentang produk dan melakukan pemasaran secara *online* (Kartika, 2021; Narayanaswamy, 2022; Pandey, 2020) Peserta juga diajarkan untuk membuat dan membuka email, membalas email, dan menambahkan *attachment*. Pelatihan juga menjelaskan bagaimana email berfungsi, manfaat, dan kekurangan, selanjutnya narasumber menjelaskan tentang media sosial, manfaat media sosial, serta cara membuat akun pada media sosial.

Media sosial yang dibuat dan digunakan pada pelatihan ini adalah *facebook*, *WhatsApp*, dan *instagram*. Di pelatihan ini, mitra mengetahui perbedaan aplikasi *Whatsapp* pribadi dan *Whatsapp Business*. Selain itu peserta berupa UMKM mengetahui cara memanfaatkan *Whatsapp Business*, *Facebook*, dan *instagram* dengan maksimal. Media sosial yang dibuat terlihat pada Gambar 6.



(a)



(b)

Gambar 6. Media pemasaran (a) Akun Tiktok, (b) akun Instagram

Pelatihan ini hanya memerlukan *handphone* dan kuota internet tentunya. Dalam waktu singkat diharapkan peserta pelatihan dapat membuat bisnis lebih profesional dan meyakinkan bagi calon pembeli. Beberapa *platform* aplikasi diperkenalkan seperti, *instagram*, *facebook*, sampai dengan *market palace* seperti Tokopedia, *shopee*, *grab food* atau *go food* (Peruta, 2018; Priyanto, 2020; Rangaswamy, 2020; Sari, 2020 Tjia, 2021).

Monitoring Dan Evaluasi

Anggota PS diberikan soal berupa pilihan ganda sebelum menerima materi terkait dengan materi pembuatan yogurt tinggi asam folat dan juga pemasaran produk secara *online*. Setelah dipaparkan materi anggota PS kembali diberikan soal untuk melihat peningkatan pemahaman atas materi yang telah diberikan Gambar 7 dan 8.

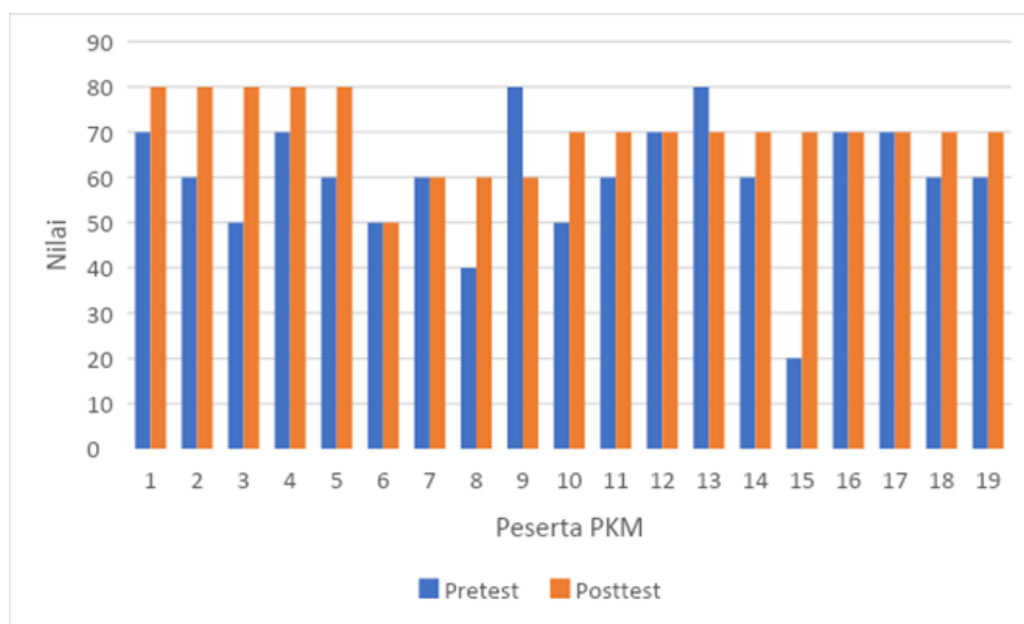
Hasil nilai rata-rata pretest adalah 63,21 % dan nilai rata-rata post test adalah 91,10 % data tersaji pada Pada Gambar 9 terlihat peningkatan sebesar 27,89% terhadap pemahaman dan keterampilan mitra PS tentang pembuatan yogurt tinggi asam folat dan cara pemasaran melalui media *online*



Gambar 7. Pelaksanaan tes (a) *Pretest* (b) *post test*



Gambar 8. Dokumentasi kegiatan (a) karakterisasi bahan baku pembuatan yogurt (b) penyerahan sertifikat kegiatan (c) peserta dan pelaksana kegiatan PKM



Gambar 9. Grafik nilai *pre test* dan *pos test*

SIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan PKM dengan judul pemberdayaan ekonomi perempuan PS Jakarta Selatan dalam pembuatan yogurt tinggi asam folat menunjukkan efektif meningkatkan pemahaman tentang pembuatan yogurt tinggi asam folat hingga 27,89%. Serangkaian kegiatan ini memberikan dampak positif baik bagi pihak Universitas Pancasila dan juga mitra PS Jakarta Selatan.

Saran

Perlunya monitoring dan evaluasi berkelanjutan terhadap produksi yogurt tinggi asam folat dan cara pemasarannya melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- BSN, https://www.bsn.go.id/main/sni/isi_sni/5. Diakses 30 April 2024.
- Fujianti L, Susilawati, Soemarsono, Irvati S, Harisandi K. (2021). Meningkatkan Keahlian Pembukuan Berbasis Handphone bagi UMKM Posdaya Cempaka. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 3(1), 81-88. <https://doi.org/10.35814/suluh.v3i1.2557>
- Hatta IH, Susilawati S, Riskarini D, Ardianto Y, Utami K. (2022). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan Digital Kepada Rptr dan PKK Rawa Bebek Pulogebang Jaktim. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 4(1), 86-95. <https://doi.org/10.35814/suluh.v4i1.3373>
- Ichwani T, Kurniawati D, Munira M, Damayanti A, Astuti T, Ani SM. (2024). Pelatihan dan Pembinaan Mahasiswa Wirausaha Jasa Cuci Sepatu Snws (Shoes And Wash Service). *Suluh: Jurnal Abdimas*, 5(2), 184-190. <https://doi.org/10.35814/suluh.v5i2.5203>
- Kartika H. 2021. The Role Of Social Media Marketing, Product Innovation and Market Orientation On Marketing Performance: An Empirical Study On SMEs in Banten. *International Journal of Social and Management Studies*. 2(5), 1–10.
- Lomazzi M, Borisch B, Laaser U. 2014. The Millennium Development Goals: experiences, achievements and what's next, *Global Health Action*, 7:1, 23695, DOI: 10.3402/gha.v7.23695
- Muljono P, 2013. Replication of Posdaya for community empowerment programe: case study at Situgede Village, Bogor, Indonesia. *Asian Journal of Humanities and Social Sciences (AJHSS)*, 1(3).

- Narayanaswamy R, Eiens RA. 2022. Finding the optimal social media marketing mix to drive customer attraction and sales performance: An exploratory study. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*. 13(1). <https://doi.org/10.1504/IJEMR.2022.119248>
- Noor LS, Widyastuti S, Retno B, Susilawati, Ateniyanti. (2023). Pengembangan Mindset Kewirausahaan Bagi UMKM Binaan BUMDES Serdang Tirta Kencana Tangerang. *SULUH: Jurnal Abdimas*, 5(1), 47-55. <https://doi.org/10.35814/suluh.v5i1.4074>
- Pandey N, Nayal P, Rathore AS. 2020. Digital marketing for B2B organizations: structured literature review and future research directions. *Journal of Business and Industrial Marketing*. 2020. 35(7), 1191–1204. <https://doi.org/10.1108/JBIM-06-2019-0283>
- Peruta A, Shields AB. 2018. Marketing your university on social media: a content analysis of Facebook post types and formats. *Journal of Marketing for Higher Education*. 28(2), 175–191. <https://doi.org/10.1080/08841241.2018.1442896>
- Priyanto H, Najib M, Septiani S. 2020. Faktor Adopsi E-Marketing dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran UKM Kuliner Kota Bogor. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 02(January), 2. <https://doi.org/10.21456/vol10iss2pp235-244>
- Rangaswamy A, Moch N, Felten C, van Bruggen G, Wieringa J E, Wirtz J. 2020. The Role of Marketing in Digital Business Platforms. *Journal of Interactive Marketing*, 51, 72–90. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2020.04.006>
- Sari D, Indriyani NK. 2022. Perubahan Pola Strategi Pemasaran Kerajinan Tangan di Singaraja Pada Masa Pandemi COVID19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. 11(1), 170–189. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i01.p09>
- Suyono H, Rohadi H. 2013. *Buku Pedoman Pembentukan dan Pengembangan Pos Pemberdayaan Keluarga*. Balai Pustaka, Jakarta.
- Tjia EC, Lim A, Clarissa C, Denali GL, Leonard J, Gabrielle, J, Driantama M, Andersson N, Kahfi I H. 2021. Pengaruh Pandemi Terhadap Penjualan UMKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Depok. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 102–119
- Utami T, Milliati R, Sutriswati E. 2017. Potensi *Lactobacillus plantarum* yang diisolasi dari dadih dalam meningkatkan kadar folat susu fermentasi. *Agritech* 7(4) 395-401. DOI: <http://doi.org/10.22146/agritech.10493>
- Yantih N, Arnita A, Kumala S. 2019. Optimasi dan Validasi Kromatografi Cair Kinerja Tinggi untuk Analisis 5-Metiltetrahidrofolat dalam Yogurt dari Susu Sapi. Poster Presentation. Seminar PIT IAI 2019, Bandung.