

**PEMBERDAYAAN DAN PENDAMPINGAN KADER KESEHATAN TERHADAP
PELAPORAN PEMASARAN SUSU FORMULA YANG TIDAK ETIS
DI WILAYAH KECAMATAN LIMO, DEPOK**

**Rita Ismail¹, Eny Dewi Pamungkas^{2*}, Lina Ayu Marcelina³,
Dora Samaria⁴, Armansyah⁵, Damora Rhakasywi⁶, Mahirah Salwa Aurelia
Ananda Rizkiati Ramadhani⁷, Erlia Nurbayti Rosidi⁷,
Talitha Cahya Kemala Dewi⁸**

^{1,2,3,4,7,8}Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Jakarta

⁵⁻⁶Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email Koresponden: enydewi@upnvj.ac.id

Disubmit: 28 Agustus 2025

Diterima: 25 September 2025

Diterbitkan: 01 Oktober 2025

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i10.22241>

ABSTRAK

Pemasaran susu formula yang tidak etis masih menjadi tantangan dalam mendukung ASI eksklusif dan pencegahan stunting. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pengetahuan kader kesehatan di Kecamatan Limo, Depok, mengenai pelaporan praktik pemasaran susu formula. Metode berupa penyuluhan, pemutaran video, *Focus Group Discussion* (FGD), *role play*, dan pembentukan Satgas Kader dengan peserta 20 kader. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan pengetahuan mengenai praktik pemasaran susu formula, dengan rata-rata nilai pre-test 72,5 menjadi 94,67 pada post-test. Kegiatan ini dapat meningkatkan pengetahuan dan memperkuat peran kader sebagai pengawas dan edukator Masyarakat mengenai praktik pemasaran susu formula. Program ini dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan jangkauan lebih luas.

Kata Kunci: ASI Eksklusif, Etis, Kader Kesehatan, Susu Formula

ABSTRACT

Unethical marketing of formula milk is still a challenge in supporting exclusive breastfeeding and preventing stunting. This activity aims to increase the knowledge of health cadres in Limo District, Depok, regarding reporting on formula milk marketing practices. Methods include counselling, video screenings, Focus Group Discussion (FGD), role plays, and the formation of a Cadre Task Force with 20 cadres participating. The results show a significant increase in knowledge regarding formula milk marketing practices, with an average pre-test score of 72.5 rising to 94.67 in the post-test. This activity can increase knowledge and strengthen the role of cadres as supervisors and community educators regarding formula milk marketing practices. This program can be carried out sustainably with a wider reach.

Keywords: Exclusive Breastfeeding, Ethics, Formula Milk, Health Cadres

1. PENDAHULUAN

Pemasaran susu formula menjadi salah satu isu yang signifikan menghambat tumbuh kembang anak di Indonesia. Meskipun regulasi terkait pemasaran susu formula sudah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif, kenyataannya pemasaran susu formula di beberapa wilayah Indonesia, masih sering dilakukan secara agresif. Hal ini dibuktikan dengan maraknya iklan susu formula melalui berbagai media mulai dari iklan digital hingga promosi langsung. Penelitian menunjukkan sebanyak 889 laporan kasus pemasaran susu formula dilakukan secara tidak etis terutama melalui media sosial sejak 20 Mei hingga 31 Desember 2021 (Hidayana et al., 2023). Aktivitas pemasaran agresif ini meliputi iklan daring, webinar kesehatan ibu dan anak serta gizi, sesi Instagram dengan para ahli, dan keterlibatan besar para profesional kesehatan, para tokoh dan influencer media sosial (Hidayana et al., 2023; Nabila Febrina Fajri, 2022).

Pemasaran susu formula sebenarnya telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang Kesehatan, khususnya Pasal 200. Dalam undang-undang ini disebutkan bahwa promosi susu formula untuk bayi usia 0-6 bulan dilarang karena dapat memengaruhi pemberian ASI eksklusif. Selain itu, ada juga Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2012 tentang Pemberian Air Susu Ibu Eksklusif, yang memperkuat ketentuan mengenai pelarangan promosi produk pengganti ASI, termasuk susu formula, dot, dan botol susu. Pembatasan pemasaran tidak berarti bahwa produk tersebut tidak dapat dijual, atau bahwa informasi faktual dan ilmiah tentang produk tersebut tidak dapat disediakan. Pembatasan tersebut hanya bertujuan untuk memastikan bahwa pilihan mereka dibuat berdasarkan informasi yang lengkap dan tidak memihak, bukan klaim pemasaran yang menyesatkan, tidak akurat, atau bias (UNICEF, 2024).

Organisasi kesehatan dunia yaitu *World Health Organization* telah menjelaskan yang termasuk pelanggaran pemasaran susu formula, diantaranya yaitu distribusi donasi produk pengganti ASI saat bencana dan pandemi, sponsorship untuk penelitian di masa pandemi, sponsorship program kesehatan/gizi/sosial, promosi di toko/kantor/gedung/jalan, promosi/iklan di rumah sakit atau klinik, pemberian sampel produk gratis kepada ibu/keluarga, pemberian dukungan peralatan atau donasi dalam bentuk apapun di rumah sakit/klinik, hadiah untuk ibu/keluarga, hadiah untuk tenaga kesehatan, sponsorship untuk nakes, label atau bungkus produk (World Health Organization (WHO), 2017). Maraknya pemasaran susu formula yang agresif menyebabkan informasi yang disampaikan sering kali bias dan keliru bahwa susu formula dapat menjadi pengganti yang setara dengan ASI. Hal ini berpotensi melemahkan keyakinan para ibu terhadap pentingnya ASI eksklusif sebagai nutrisi terbaik untuk bayi mereka, sehingga banyak ibu yang memutuskan untuk beralih ke susu formula (Cetthakrikul et al., 2022; Fauziah et al., 2020; Tuti Nuraini & Madarina Julia, 2013).

Susu formula tidak dapat menggantikan ASI karena tidak memiliki kandungan gizi seperti ASI. ASI memiliki komposisi nutrisi (lemak, protein, karbohidrat), mineral dan vitamin (iron, calcium, zink, dan lainnya), hormon dan faktor pertumbuhan, mikroba baik, dan microRNAs yang berfungsi untuk membangun sistem imunitas (Kim & Yi, 2020). Komposisi inilah yang tidak dapat ditemukan pada susu formula. Maraknya pemasaran susu formula yang agresif ini dapat mengubah perilaku dan pandangan masyarakat mengenai

susu formula yang dapat menggantikan ASI. Akibatnya hal ini berpengaruh terhadap angka cakupan ASI dengan target nasional sebesar 80%, sementara data tahun 2024 dari Badan Pusat Statistik menunjukkan angka cakupan ASI di Indonesia sebesar 74,37% (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024). Di Kota Depok sendiri, cakupan ASI pada tahun 2022 sebesar 74% (Dinas Kesehatan Kota Depok, 2023).

Selain menurunkan angka cakupan pemberian ASI di Indonesia, pemberian susu formula kepada bayi sebagai pengganti ASI juga berpotensi menyebabkan terjadinya masalah malnutrisi hingga stunting pada anak (Maulana et al., 2024). Survei Kesehatan Indonesia (SKI) 2023 yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan menunjukkan, prevalensi stunting di Indonesia masih berada di angka 21,5%, hanya turun 0,1 persen dari data tahun sebelumnya (Kementerian Kesehatan RI, 2023). Di Kota Depok, angka stunting pada tahun 2021-2022 justru mengalami kenaikan sebesar 0,3% (Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat, 2023).

Untuk menekan angka stunting, diperlukan langkah strategis yang melibatkan penguatan pola asuh gizi, edukasi masyarakat, dan pengawasan ketat terhadap pemasaran susu formula (Lestari Tri Rini Puji, 2023; UNICEF, 2018). Pemberdayaan kader kesehatan di tingkat komunitas dapat menjadi solusi efektif. Kader kesehatan tidak hanya berperan memberikan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya ASI eksklusif dan pola asuh yang baik, tetapi juga dapat bertindak sebagai pengawas di tingkat lokal untuk memantau dan melaporkan pemasaran susu formula yang tidak etis. Dengan pengawasan yang ketat terhadap pemasaran susu formula dan peningkatan kesadaran mengenai pentingnya ASI dapat mempercepat upaya penurunan angka stunting. Langkah ini tidak hanya akan berdampak pada kesehatan anak-anak saat ini, tetapi juga menciptakan generasi yang lebih sehat, cerdas, dan produktif di masa depan.

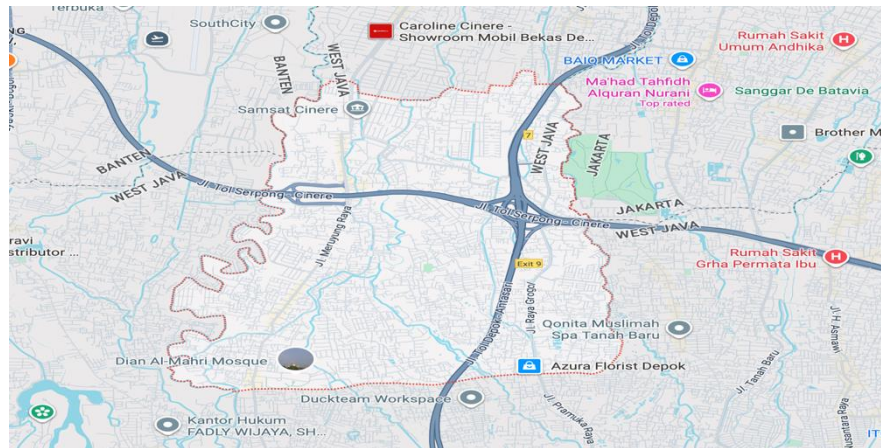
2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Pemasaran susu formula yang dilakukan secara agresif masih menjadi permasalahan serius di Indonesia, termasuk di wilayah Depok. Meskipun regulasi telah jelas melarang praktik promosi susu formula untuk bayi usia 0-6 bulan, kenyataannya berbagai bentuk pemasaran tidak etis masih marak dijumpai, baik melalui media digital maupun promosi langsung di lapangan. Kondisi ini berdampak pada menurunnya cakupan pemberian ASI eksklusif, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap meningkatnya risiko malnutrisi dan stunting pada anak.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kecamatan Limo merupakan kecamatan dengan praktik pemberian ASI sebanyak 71,4%, sementara sebanyak 28,6% ibu tidak memberikan ASI eksklusif. Penelitian di wilayah puskesmas Limo menunjukkan sebanyak 40% partisipan memiliki pengetahuan baik terhadap ASI (Yolanda & Devi, 2022). Meskipun praktik dan pengetahuan mengenai ASI di lingkungan kecamatan Limo sudah cukup baik namun nyatanya jumlah ini masih jauh dari target cakupan ASI nasional. Selain itu di kelurahan Limo juga belum ada kegiatan pengabdian masyarakat mengenai sosialisasi praktik pemasaran susu formula yang tidak etis kepada ibu kader di area kecamatan Limo.

Padahal kader kesehatan yang tersebar di 14 RW kelurahan Limo, memiliki peran strategis sebagai perpanjangan tangan pelayanan kesehatan

masyarakat. Mereka mampu menjangkau ibu hamil dan menyusui, memberikan edukasi, dan mendeteksi adanya praktik promosi susu formula yang tidak etis. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi ini, diharapkan kader kesehatan dapat lebih memahami peraturan yang berlaku serta dapat mengenali bentuk pelanggaran. Berdasarkan kondisi tersebut, pertanyaan yang muncul adalah upaya apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kader kesehatan di Kelurahan Limo mengenai praktik pemasaran susu formula yang tidak etis sebagai langkah mendukung keberhasilan pemberian ASI eksklusif?



Gambar 1. Peta Lokasi Kegiatan

Adapun lokasi kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Pengmas) ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Wilayah Kecamatan Limo, Kota Depok, Jawa Barat (Gambar 1).

3. TINJAUAN PUSTAKA

Air Susu Ibu (ASI) merupakan makanan terbaik bagi bayi karena mengandung seluruh nutrisi esensial, antibodi, serta faktor pertumbuhan yang tidak dapat digantikan oleh susu formula (World Health Organization, 2020). Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 33 Tahun 2012, pemberian ASI eksklusif selama enam bulan pertama kehidupan bayi merupakan kewajiban yang perlu didukung oleh semua pihak, termasuk keluarga, tenaga kesehatan, dan masyarakat. Di sisi lain, pemasaran susu formula yang agresif terbukti menghambat keberhasilan ASI eksklusif. World Health Organization (WHO) telah menetapkan *International Code of Marketing of Breast-Milk Substitutes* yang menekankan pelarangan praktik promosi susu formula yang menyesatkan karena dapat memengaruhi pilihan ibu dalam menyusui.

Meskipun regulasi nasional dan internasional telah jelas mengatur pembatasan promosi susu formula, kenyataannya praktik pemasaran yang tidak etis masih banyak ditemukan di lapangan. Bentuknya beragam, mulai dari iklan digital, promosi terselubung melalui kegiatan kesehatan, pemberian sampel gratis, hingga kerja sama dengan tenaga kesehatan dan influencer media sosial. Strategi ini secara halus membangun persepsi bahwa susu formula adalah alternatif yang setara dengan ASI, padahal

kandungan dan manfaat ASI tidak dapat digantikan oleh produk manapun. Situasi ini membuat banyak ibu ragu terhadap kemampuannya menyusui dan akhirnya beralih menggunakan susu formula.

Dampak dari pemasaran susu formula yang agresif tidak hanya memengaruhi perilaku individu, tetapi juga berkontribusi terhadap masalah kesehatan masyarakat secara lebih luas. Penurunan angka cakupan ASI eksklusif berimplikasi pada meningkatnya risiko malnutrisi, infeksi, bahkan stunting pada anak. Indonesia sendiri masih menghadapi tantangan besar dengan prevalensi stunting yang cukup tinggi. Oleh karena itu, upaya untuk melindungi, mempromosikan, dan mendukung pemberian ASI eksklusif perlu diperkuat, salah satunya dengan cara meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap praktik pemasaran yang menyesatkan.

Dalam konteks ini, pemberdayaan kader kesehatan di tingkat komunitas menjadi sangat strategis. Kader tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi tentang pentingnya ASI eksklusif, tetapi juga sebagai agen pengawasan yang mampu mengenali dan melaporkan praktik promosi susu formula yang tidak etis di lingkungannya. Melalui edukasi, pelatihan, dan pembentukan jejaring, kader dapat memperkuat advokasi di masyarakat serta mendukung keluarga agar lebih percaya diri dalam memberikan ASI eksklusif. Pemberdayaan kader kesehatan bukan hanya membantu meningkatkan pengetahuan, tetapi juga berfungsi sebagai upaya perlindungan masyarakat dari dampak negatif pemasaran susu formula.

Konsep pemberdayaan masyarakat menjadi dasar dalam perancangan program edukasi mengenai praktik pemasaran susu formula yang tidak etis. Menurut teori pemberdayaan (Shuhaimi et al., 2023), individu atau kelompok yang diberi pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri akan mampu berpartisipasi aktif dalam proses perubahan sosial. Kader kesehatan sebagai agen perubahan di tingkat komunitas memiliki peran strategis dalam memberikan edukasi kepada masyarakat, melakukan deteksi dini, serta melaporkan praktik pemasaran yang melanggar aturan. Melalui penyuluhan, pelatihan, diskusi kelompok terarah (FGD), dan pembentukan Satgas Kader, program ini didesain untuk meningkatkan kapasitas kader dalam advokasi dan pemantauan pemasaran susu formula. Dengan demikian, teori pemberdayaan dan konsep *community-based intervention* menjadi pijakan utama dalam kegiatan ini.

Wilayah Kecamatan Limo dipilih sebagai lokasi kegiatan pengabdian masyarakat karena memiliki karakteristik yang relevan dengan isu pemberian ASI dan praktik pemasaran susu formula. Sebagai salah satu kecamatan dengan jumlah penduduk yang cukup padat di Kota Depok, Limo memiliki dinamika sosial dan kesehatan yang kompleks. Kader kesehatan di wilayah ini berperan aktif dalam mendampingi keluarga, khususnya ibu hamil dan menyusui, sehingga menjadi kelompok sasaran strategis untuk program pemberdayaan. Selain itu, Limo juga termasuk wilayah dengan cakupan pelayanan kesehatan masyarakat yang cukup luas, namun masih menghadapi tantangan dalam hal optimalisasi praktik ASI eksklusif.

Kader yang tersebar di Kecamatan Limo memiliki potensi besar sebagai perpanjangan tangan pelayanan kesehatan masyarakat. Melalui peran strategisnya, kader dapat menjangkau ibu hamil dan menyusui, memberikan edukasi, serta mendeteksi praktik promosi susu formula yang menyalahi aturan. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat berupa sosialisasi ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas kader dalam mengenali

pelanggaran pemasaran susu formula, memahami regulasi yang berlaku, serta berkontribusi dalam meningkatkan keberhasilan pemberian ASI eksklusif di wilayah tersebut.

4. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan dengan menggunakan beberapa metode, yaitu pemberian materi, diskusi kelompok terarah atau *Focus Group Discussion* (FGD) dan, *roleplay*. Pemberian materi dilakukan untuk memberikan pengetahuan dasar mengenai regulasi, risiko, serta praktik pemasaran susu formula yang tidak etis dan berbagai bentuk pelanggaran dan cara melakukan pelaporan yang sesuai. Kegiatan *roleplay* dilakukan Dimana kader berperan sebagai ibu menyusui, agen promosi susu formula, dan kader. Kegiatan ini memberikan contoh nyata hal-hal yang dapat dilakukan saat menemukan pelanggaran kode etik pemasaran susu formula. Kegiatan FGD digunakan sebagai sarana bertukar pengalaman, menganalisis kasus nyata, dan merumuskan langkah tindak lanjut bersama.

Peserta dalam kegiatan PKM ini adalah kader kesehatan dari Kecamatan Limo, Kota Depok. Jumlah kader yang terlibat sebanyak 20 orang merupakan perwakilan dari Kelurahan Grogol, Krukut, Limo, dan Meruyung. Pemilihan kader sebagai peserta utama didasarkan pada peran strategis mereka sebagai ujung tombak pelayanan kesehatan di masyarakat, khususnya dalam mendampingi ibu hamil dan menyusui serta melakukan advokasi pemberian ASI eksklusif.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan, yaitu koordinasi dengan pihak Kelurahan dan Puskesmas kelurahan Limo untuk menentukan jadwal serta peserta kegiatan. Tim juga menyusun materi penyuluhan berupa booklet, video edukasi, serta instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pengetahuan kader sebelum dan sesudah kegiatan mengenai pelaporan dan pelanggaran kode etik pemasaran susu formula. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dimulai dengan penyuluhan mengenai pentingnya ASI eksklusif, regulasi pelarangan pemasaran susu formula, serta dampak negatif yang ditimbulkan dari penggunaan susu formula terhadap tumbuh kembang anak. Setelah itu, peserta materi untuk mengenali bentuk-bentuk praktik pemasaran susu formula yang tidak etis serta cara melakukan pelaporan yang sesuai. Kegiatan kemudian dilanjutkan pada hari kedua dengan tindak lanjut laporan dari kader mengenai temuan praktik pemasaran susu formula di wilayah mereka.

Peserta juga diarahkan untuk menonton video edukasi terkait praktik pemasaran susu formula, kemudian bersama-sama melakukan FGD untuk menganalisis kasus yang ditemukan. Sebagai langkah penguatan, dibentuk pula Satgas Kader yang berfungsi sebagai tim pemantau dan pelapor di tingkat komunitas. Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi melalui analisis hasil pre-test dan post-test serta refleksi bersama kader untuk menilai efektivitas kegiatan. Hasil evaluasi ini kemudian dijadikan dasar dalam menyusun rekomendasi tindak lanjut yang dapat dilakukan pada program berikutnya.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dirancang dengan melibatkan kader kesehatan secara aktif di setiap tahapan kegiatan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif-edukatif, di mana kader tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam mengidentifikasi masalah, mendiskusikan solusi, serta melakukan pelaporan kasus pemasaran susu formula yang tidak etis di wilayahnya.

Kegiatan dimulai dengan pelaksanaan survei lapangan di Kelurahan Limo untuk memetakan kondisi awal mitra, khususnya terkait tingkat pengetahuan kader kesehatan serta praktik pemasaran susu formula yang masih ditemui di wilayah sasaran. Dari hasil survei tersebut, tim kemudian melakukan analisis situasi dan merumuskan permasalahan bersama mitra, baik dengan kader kesehatan maupun pihak puskesmas, sehingga fokus kegiatan dapat ditentukan secara lebih tepat sasaran. Selain itu, dilakukan pula koordinasi kelembagaan dengan pemerintah kelurahan dan Puskesmas Limo untuk memperoleh dukungan teknis, perizinan, serta memastikan kelancaran administrasi dalam pelaksanaan program. Sebagai bagian dari persiapan evaluasi, tim menyusun instrumen berupa pre-test dan post-test yang akan digunakan untuk mengukur tingkat pengetahuan dan pemahaman kader sebelum dan setelah mengikuti rangkaian kegiatan.

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui dua kali pertemuan. Pertemuan pertama berfokus pada kegiatan edukasi dan sosialisasi (Gambar 2). Dalam sesi ini, peserta diberikan materi mengenai pentingnya pemberian ASI eksklusif, risiko penggunaan susu formula, serta dampaknya terhadap stunting pada anak. Selanjutnya, disampaikan pula sosialisasi mengenai regulasi yang berlaku dan berbagai bentuk praktik pemasaran susu formula yang tidak etis. Agar kader lebih siap dalam melakukan pemantauan, dilakukan simulasi tata cara pelaporan pelanggaran melalui platform digital, baik melalui website maupun chatbot WhatsApp.



Gambar 2. Kegiatan Edukasi dan Sosialisasi

Pertemuan kedua difokuskan pada penguatan kapasitas, evaluasi, dan refleksi. Pada sesi ini dilakukan tindak lanjut terhadap laporan kader yang telah mendeteksi adanya praktik pemasaran susu formula yang tidak sesuai

etika. Selain itu, kegiatan dilanjutkan dengan FGD untuk membahas lebih dalam kasus-kasus yang ditemui serta berbagi pengalaman antar kader (Gambar 3). Kegiatan diawali dengan sesi *follow up* pelaporan pemasaran susu formula, di mana para kader diminta untuk menyampaikan hasil temuan maupun pengalaman yang mereka peroleh terkait praktik pemasaran yang tidak sesuai dengan ketentuan di lapangan. Sesi ini bertujuan untuk menilai sejauh mana kader telah mampu mengidentifikasi dan melaporkan kasus-kasus yang mereka jumpai.



Gambar 3. Focus Group Discussion (FGD)

Selanjutnya, peserta diarahkan untuk menonton video edukasi yang menampilkan berbagai contoh praktik pemasaran susu formula yang tidak etis. Melalui tayangan tersebut, kader diajak untuk lebih memahami bentuk-bentuk pelanggaran yang kerap terjadi, serta dampak negatifnya terhadap praktik pemberian ASI eksklusif. Video ini menjadi stimulus penting agar para kader dapat mengaitkan teori dengan realita yang mungkin mereka hadapi di lingkungan masing-masing. Setelah mendapatkan penguatan melalui tayangan tersebut, kegiatan kemudian dilanjutkan dengan diskusi mengenai kasus-kasus pemasaran susu formula yang ditemukan di wilayah kerja para kader. Dalam diskusi kelompok ini, peserta diajak untuk menganalisis kasus secara kritis, mengidentifikasi bentuk pelanggaran, serta merumuskan langkah tindak lanjut yang dapat dilakukan di tingkat komunitas. Diskusi juga memberikan ruang bagi kader untuk saling bertukar pengalaman dan memperkuat kapasitas mereka dalam melakukan advokasi serta pelaporan.

Kegiatan *role play* memberikan kesempatan ke kader untuk belajar secara langsung Tindakan dan tehnik yang dilakukan saat menemukan pelanggaran kode etik dalam pemasaran susu formula. *Role play* dilakukan oleh kader sesuai dengan skenario yang diberikan (Gambar 4).



Gambar 4. Role Play Respon Terhadap praktik Pemasaran Susu Formula Yang Tidak Etis.

Sebagai tindak lanjut dari diskusi, dilakukan pula pembentukan Satuan Tugas (Satgas) Kader yang berfokus pada pemantauan, pelaporan, dan tindak lanjut terhadap praktik pemasaran susu formula yang tidak etis di wilayah masing-masing (Gambar 5). Satgas ini dibentuk untuk memperkuat koordinasi, meningkatkan keberlanjutan upaya pengawasan, serta menjadi garda terdepan dalam mendukung keberhasilan program pemberian ASI eksklusif di masyarakat. Melalui rangkaian kegiatan di hari kedua ini, para kader diharapkan tidak hanya memahami konsep pelaporan praktik pemasaran susu formula yang tidak etis, tetapi juga terlatih dalam mengidentifikasi, mendiskusikan, dan merencanakan langkah nyata dalam menghadapi kasus serupa di masyarakat.



Gambar 5. Pembentukan satgas dan penyerahan sertifikat

Sebagai penutup dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap kemampuan kader dalam menyusun laporan, diikuti dengan diskusi reflektif guna

mendapatkan umpan balik dari mitra mengenai jalannya program. Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana kegiatan yang telah dilaksanakan mampu mencapai tujuan yang direncanakan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil pre-test dan post-test guna melihat peningkatan pengetahuan serta pemahaman kader mengenai pentingnya ASI eksklusif, bahaya penggunaan susu formula, dan tata cara pelaporan praktik pemasaran yang tidak etis. Selain itu, evaluasi juga menilai keterampilan kader dalam melakukan deteksi dini, mendokumentasikan, serta menyusun laporan kasus pelanggaran pemasaran susu formula. Evaluasi pengetahuan kader di sajikan dalam diagram 1.

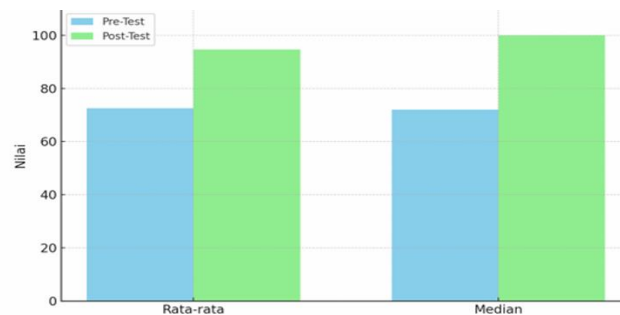


Diagram 1. Hasil Pre dan Post Test

Pada diagram batang tersebut menunjukkan perbandingan nilai rata-rata dan median dari hasil pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman para kader terhadap edukasi mengenai pemberdayaan dan pendampingan kader kesehatan terhadap pelaporan pemasaran susu formula yang tidak etis di wilayah kecamatan Limo, Depok. Diagram batang ini digunakan sebagai indikator visual untuk menilai efektivitas intervensi edukatif yang telah diberikan. Berdasarkan data yang ditampilkan, nilai rata-rata pre-test adalah 72,5 poin dari total 100 poin, sedangkan pada post-test meningkat menjadi 94,67 poin dari total 100 poin.

Peningkatan sebesar 22,17 poin ini mencerminkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan di kalangan kader setelah mengikuti sesi edukasi. Tidak hanya dari segi rata-rata, nilai median juga meningkat drastis, dari 72 poin pada pre-test menjadi 100 poin pada post-test. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar kader mencapai pemahaman yang sangat baik, bahkan menyentuh nilai maksimal, setelah menerima edukasi mengenai pentingnya menghindari penyebaran susu formula dan mendukung pemberian ASI eksklusif. Dengan demikian, analisis dari nilai rata-rata dan median yang ditampilkan dalam diagram batang menunjukkan bahwa intervensi edukatif mengenai pemberdayaan dan pendampingan kader kesehatan terhadap pelaporan pemasaran susu formula yang tidak etis di wilayah kecamatan Limo, Depok, sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman para kader. Peningkatan ini tidak hanya terjadi secara umum, tetapi juga merata di antara seluruh peserta.

Lebih lanjut, capaian dalam program ini disusun secara sistematis untuk memastikan tercapainya tujuan utama, yaitu meningkatkan pemahaman kader kesehatan mengenai pentingnya menyusui untuk kesehatan dan keselamatan ibu dan anak, risiko penggunaan susu formula,

serta implikasi dari praktik pemasaran susu formula yang tidak etis. Dengan pendekatan berbasis pemberdayaan, program ini diharapkan dapat melahirkan kader yang berperan aktif dalam mendukung pemberian ASI eksklusif di masyarakat. Selain itu, capaian ini juga ditujukan untuk mendukung upaya penurunan angka stunting serta meningkatkan kualitas kesehatan ibu dan anak di wilayah Kelurahan Limo

6. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat mengenai edukasi praktik pemasaran susu formula yang tidak etis di Kelurahan Limo, Kecamatan Limo, Kota Depok telah berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Melalui penyuluhan, pelatihan, pemutaran video edukasi, diskusi kelompok terarah (FGD), *role play*, serta pembentukan Satgas Kader, peserta memperoleh peningkatan pengetahuan yang signifikan mengenai pentingnya ASI eksklusif, dampak negatif penggunaan susu formula, serta bentuk-bentuk pelanggaran pemasaran yang kerap terjadi di masyarakat.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kader yang tercermin dari nilai rata-rata dan median post-test yang lebih tinggi dibandingkan pre-test. Selain itu, kader juga mampu menganalisis kasus pemasaran susu formula di lingkungannya secara kritis dan merumuskan langkah tindak lanjut yang dapat dilakukan di tingkat komunitas. Dengan adanya kegiatan ini, kader kesehatan di Kelurahan Limo tidak hanya memiliki pemahaman yang lebih baik, tetapi juga memiliki peran strategis sebagai ujung tombak dalam mengedukasi masyarakat, mengadvokasi pentingnya ASI eksklusif, serta melakukan pemantauan dan pelaporan terhadap praktik pemasaran susu formula yang tidak etis.

Kegiatan ini sekaligus membuktikan bahwa upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemahaman kader kesehatan di Kelurahan Limo mengenai praktik pemasaran susu formula yang tidak etis adalah melalui rangkaian kegiatan edukasi berbasis penyuluhan, pelatihan, diskusi kelompok terarah (FGD), *role play* serta pembentukan Satgas Kader. Keterlibatan kader secara aktif dalam diskusi kasus nyata, menonton video edukasi, serta menyusun langkah tindak lanjut telah memperkuat kapasitas mereka untuk mengenali bentuk pelanggaran pemasaran susu formula di lapangan dan melakukan pelaporan sesuai mekanisme yang berlaku. Kegiatan ini tidak hanya menambah wawasan, tetapi juga membekali kader dengan keterampilan praktis yang dapat diaplikasikan dalam mendukung keberhasilan ASI eksklusif di masyarakat, serta memberikan kontribusi nyata bagi upaya peningkatan cakupan ASI eksklusif dan penurunan angka stunting di wilayah tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang telah memberikan dukungan pendanaan melalui Hibah Pengabdian Masyarakat University Community Territorial (UCT) berdasarkan Surat Keputusan Rektor UPNVJ Nomor 2129/UN61/HK03.01/2025. Dukungan ini sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sehingga dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2024). *Persentase Bayi Usia Kurang Dari 6 Bulan Yang Mendapatkan Asi Eksklusif Menurut Provinsi (Persen)*, 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/mtm0mcmy/persentase-bayi-usia-kurang-dari-6-bulan-yang-mendapatkan-asi-eksklusif-menurut-provinsi.html>
- Cetthakrikul, N., Kelly, M., Baker, P., Banwell, C., & Smith, J. (2022). Effect Of Baby Food Marketing Exposure On Infant And Young Child Feeding Regimes In Bangkok, Thailand. *International Breastfeeding Journal*, 17(1), 1-15. <https://doi.org/10.1186/s13006-022-00503-7>
- Dinas Kesehatan Kota Depok. (2023). *Profil Kesehatan Kota Depok*. 88.
- Dinas Kesehatan Provinsi Jawa Barat. (2023). *Percepatan Penurunan Stunting*.
- Fauziah, M., Oktaviandy, Rahmi Firdha, & Lusida, N. (2020). Analisis Faktor Determinan Praktik Pemberian Asi Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Cilangkap, Depok Tahun 2019: Studi Potonglintang. *Muhammadiyah Public Health Journal*, 1, 70-77.
- Hidayana, I., Prawindarti, L., Umar, N., Ambarwati, K., & Rosatriani, F. (2023). Marketing Of Commercial Milk Formula During Covid-19 In Indonesia. *Maternal And Child Nutrition*, 19(3), 1-21. <https://doi.org/10.1111/mcn.13491>
- Kementerian Kesehatan RI. (2023). *Ski 2023 Dalam Angka*. <https://www.badankebijakan.kemkes.go.id/ski-2023-dalam-angka/>
- Kim, S. Y., & Yi, D. Y. (2020). Components Of Human Breast Milk: From Macronutrient To Microbiome And Microrna. *Clinical And Experimental Pediatrics*, 63(8), 301-309. <https://doi.org/10.3345/cep.2020.00059>
- Shuhaimi, N. A., Md Noor, A., & Wan Jaafar, W. M. (2023). Concepts And Theories Of Empowerment And Competency. *International Journal Of Academic Research In Business And Social Sciences*, 13(18). <https://doi.org/10.6007/ijarbs/V13-I18/19958>
- Tuti Nuraini & Madarina Julia. (2013). Pengaruh Promosi Pemberian Sampel Susu Formula Terhadap Praktek Pemberian Asi Eksklusif Di Kota Pagar Alam Provinsi Sumatera Selatan. *Thesis Post Graduate Program, Faculty Of Public Health, Universitas Gajah Mada*.
- Unicef. (2018). Breastfeeding: A Mother's Gift, For Every Child - Unicef Data. *Unicef*, 1-13.
- World Health Organization. (2020). *World Breastfeeding Week 2020 Message*. https://cdn.who.int/media/docs/default-source/breastfeeding/wbw-2020-joint-letter---unicef-who.pdf?sfvrsn=80789d42_2
- World Health Organization (Who). (2017). The International Code Of Marketing Of Breast-Milk Substitutes Frequently Asked Questions. *Journal Internasional*, 1-11.
- Yolanda, S., & Devi. (2022). Hubungan Pengetahuan Ibu Dan Dukungan Keluarga Tentang Pemberian Asi Eksklusif Pada Bayi Di TpmB Bidan B Wilayah Kerja Puskesmas Limo Kota Depok Tahun 2022. *Jidan: Jurnal Ilmiah Bidan*, 6(1), 31-39.