





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakekatnya tujuan pembangunan nasional adalah pembangunan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas. Untuk mewujudkan terciptanya sumber daya manusia yang berkualitas, Allah SWT telah memberikan petunjuk yang jelas dan tegas mengenai beberapa langkah yang dilakukan. Salah satunya mengenai pemberian air susu ibu (ASI), yang tercantum pada Kitab Suci Al Qur'an Surat Albaqarah ayat 233 yang artinya para ibu hendaknya menyusukan anak-anaknya selama dua tahun karena ASI merupakan satu-satunya sumber zat makanan alamiah yang perlu dilindungi serta dipromosikan di seluruh negara (Soetjiningsih, 1997 : 3). Pemberian ASI merupakan langkah awal untuk membentuk sumber daya manusia yang berkualitas (Roesli, 2001 : 10).

Pemberian ASI kepada bayi sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan fisik, mental serta kecerdasan bayi, dimana ASI merupakan makanan paling sempurna untuk mencukupi kebutuhan bayi, dapat melindungi bayi dari berbagai infeksi dan memberikan dukungan kasih sayang dari semua aspek perkembangan bayi, serta memegang peranan penting dalam menjaga kesehatan dan mempertahankan kelangsungan hidup bayi.

Bayi yang baru lahir sangat membutuhkan Air Susu Ibu (ASI).

dianjurkan agar hanya diberikan ASI. Berkenaan dengan hal tersebut di atas, pemerintah menganjurkan kepada ibu bayi untuk memberikan ASI secara eksklusif kepada bayi sampai umur 6 bulan. Hal ini termuat dalam Surat Keputusan Menteri Kesehatan RI No. 450/MENKES/IV/2004 tentang Pemberian Air Susu Ibu (ASI) Secara Eksklusif Pada Bayi Indonesia.

Pemberian ASI kepada bayi seringkali mengalami berbagai kendala. Kendala-kendala tersebut antara lain adalah ibu yang bekerja atau mempunyai banyak kegiatan sosial di luar rumah, sehingga kesempatan untuk menyusui bayinya menjadi berkurang. Selain itu masih terdapat anggapan pada sebagian masyarakat, bahwa menyusui akan merusak bentuk payudara, sehingga ibu memilih untuk tidak menyusui dan mengganti dengan susu formula.

Kendala-kendala tersebut menyebabkan banyak bayi tidak mendapatkan ASI secara eksklusif, tetapi diselingi dengan pemberian susu formula. Hal ini merupakan peluang yang besar bagi produsen susu formula untuk memproduksi susu yang dengan formula yang dimodifikasi menyerupai ASI, sehingga tidak menimbulkan masalah dalam pencernaan bayi. Selain itu susu formula juga dibuat dengan kandungan nutrisi yang tinggi sehingga diharapkan dapat memaksimalkan pertumbuhan dan segala potensi perkembangan bayi.

Peluang bisnis yang cukup besar dalam hal produk susu formula bagi bayi menciptakan persaingan di antara produsen susu formula. Mereka bersaing dalam mengembangkan produk yang berkualitas dengan harga yang

susu formula pengganti ASI membuat produsen mempergunakan cara-cara lain untuk memperkenalkan produknya. Cara yang dilakukan adalah dengan melakukan promosi langsung kepada masyarakat melalui tenaga pemasaran maupun melalui SPG (*Sales Promotion Girl*) di swalayan-swalayan, atau dengan bekerja sama dengan tenaga-tenaga kesehatan di pusat-pusat pelayanan kesehatan.

Apabila mengacu pada *Reasoned Action Model* dari Fishbein, maka minat ibu dalam membeli produk susu formula bagi bayi akan sangat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Sikap yang positif untuk memilih dan membeli suatu produk susu formula akan mengarahkan minatnya untuk memilih dan membeli produk tersebut. Sementara orang-orang yang dianggap penting, yang telah mempunyai pengalaman dalam bidang kesehatan khususnya dokter dan tenaga kesehatan atau orang-orang terdekat seperti keluarga yang telah mempunyai pengalaman dalam penggunaan produk, dapat menjadi referen yang juga bisa mempengaruhi ibu untuk memilih dan membeli produk susu formula.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Ramayah *et al* (2004 : 405 - 418), yang melakukan penelitian mengenai minat memilih makanan (susu) formula bayi di Penang Malaysia. Kondisi sosial budaya dan tingkat sosial ekonomi yang berbeda, berpengaruh terhadap perbedaan dalam pemilihan produk makanan formula. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Analisis Sikap, Norma**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Sikap dalam memilih produk susu formula bagi bayi di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta ?
2. Bagaimana norma subyektif dalam memilih produk susu formula bagi bayi di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta ?
3. Bagaimana minat ibu dalam memilih produk susu formula bagi bayi di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta ?
4. Apakah minat ibu dalam memilih produk susu formula berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk susu yang mahal atau ekonomis di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis sikap ibu dalam memilih produk susu formula bagi bayi di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta.
2. Menganalisis norma subyektif dalam memilih produk susu formula bagi bayi di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta.
3. Menganalisis minat ibu dalam memilih produk susu formula bagi bayi di

4. Menganalisis apakah minat ibu dalam memilih produk susu formula berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk susu yang mahal atau ekonomis di Kecamatan Jetis Kotamadya Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini, manfaat yang diharapkan bisa diambil sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi untuk disesuaikan dengan pengetahuan teoritis yang didapat selama masa kuliah terutama dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi produsen makanan formula bagi bayi dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan minat ibu dalam membeli makanan formula bagi bayi