
**PERBEDAAN KETERTARIKAN PROMOSI SUSU FORMULA, LAMANYA
MENYUSUI PADA IBU DENGAN PRAKTEK IMD DAN TIDAK IMD**Sri Hapsari, S.P¹⁾, Evi Nur Miftahul Jannah²⁾

1 Dosen S1 Ilmu Gizi STIKes Widya Cipta Husada

e-mail: sri.hapsari11@gmail.com

2 Mahasiswa S1 Ilmu Gizi STIKes Widya Cipta Husada

e-mail: ephinmj@ymail.com**ABSTRACT**

Exclusive breastfeeding can optimize growth to support infant health and intelligence so it can decrease infant mortality and morbidity. Factors affect low of the Exclusive breastfeeding in Indonesia are increasing promotion of a formula milk and early breastfeeding initiation. This study purpose was analyze the difference between interest of a formula milk promotion at the duration of exclusive initiation. The study used cross sectional design. It was conducted in local health center Kepanjen with 42 subjects of *post-partum* mothers, respectively 21 mothers each group. Instruments used are promotion of formula milk questionnaires, food frequency questionnaire and early breastfeeding initiation checklist. The result of statistical test indicated there was difference interest of a formula milk Spromotion on product's attribute ($p=0,000$) and duration of exclusive breastfeeding ($p=0,008$) on mother that get early breastfeeding initiation and mother that not get early breastfeeding initiation. There was not the difference of interest a formula milk promotion on price perception ($p=0,083$). Conclusion of this research, there was difference interest of formula milk promotion on product's attribute on mother get early breastfeeding initiation is lower than mother that not get early breastfeeding initiation and the duration of exclusive breastfeeding on mother that get early breastfeeding initiation is longer than mother that not get early breastfeeding initiation.

Keywords : *Early Breastfeeding Initiation , Family's Support, Interest Of Formula Milk, Duration of Exclusive breastfeeding*

ABSTRAK

ASI Eksklusif dapat mengoptimalkan pertumbuhan untuk menunjang kesehatan dan kecerdasan bayi sehingga menurunkan mortalitas dan morbiditas bayi. Faktor yang mempengaruhi rendahnya cakupan ASI Eksklusif di Indonesia yaitu gencarnya promosi susu formula dan inisiasi menyusui dini (IMD). Tujuan penelitian untuk menganalisis perbedaan ketertarikan promosi susu formula dan lamanya pemberian ASI saja pada ibu IMD dan tidak IMD. Penelitian menggunakan desain *cross-sectional*, dilakukan di wilayah kerja Puskesmas Kepanjen dengan jumlah subjek 42 ibu *post partum* yaitu 21 ibu masing-masing kelompok. Instrumen yang digunakan kuesioner ketertarikan promosi susu formula, *FFQ* dan *checklist* IMD. Hasil uji statistik menunjukkan ada perbedaan ketertarikan promosi susu formula mengenai atribut produk ($p=0,000$) dan lamanya pemberian ASI saja ($p=0,008$) pada ibu IMD dan ibu tidak IMD. Tidak ada perbedaan ketertarikan promosi susu formula mengenai persepsi harga ($p=0,083$). Kesimpulan dari penelitian ini bahwa ketertarikan promosi susu formula mengenai atribut produk pada ibu IMD lebih rendah daripada tidak IMD dan lamanya pemberian ASI saja pada ibu IMD lebih lama daripada ibu tidak IMD.

Kata Kunci : *IMD, ASI , Dukungan Keluarga, Ketertarikan Promosi Susu Formula, Lamanya ASI Saja*

PENDAHULUAN

Manfaat pemberian Air Susu Ibu (ASI) Eksklusif dapat menurunkan mortalitas bayi, morbiditas bayi, mengoptimalkan pertumbuhan bayi, membantu perkembangan kecerdasan an dan membantu memperpanjang jarak kehamilan bagi ibu.¹ Angka kematian bayi di negara berkembang khususnya Indonesia masih cukup tinggi. Angka kematian bayi di Indonesia pada tahun 2012 sebesar 32 per 1.000 kelahiran hidup, angka kematian bayi di Jawa Timur sebesar 40 per 1.000 kelahiran hidup.² Penyebab tingginya kematian bayi di Indonesia diantaranya adalah kelainan bawaan, sepsis, infeksi saluran nafas atas, faktor gizi, dan lingkungan. Sumber zat gizi bagi bayi yang mengandung gizi yang cukup dan merupakan makanan yang sangat sempurna adalah air susu ibu atau ASI. Standar emas makanan bayi dimulai dengan tindakan Inisiasi Menyusui Dini (IMD), dilanjutkan dengan pemberian ASI secara eksklusif selama 6 (enam) bulan.³ Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2013 menunjukkan bahwa bayi yang mendapatkan ASI Eksklusif di Indonesia hanya 30,2 %. Cakupan ASI Eksklusif Tahun 2015 di Jawa Timur sebesar 73,8 % dan di Kabupaten Malang sebesar 64,89% 4. Cakupan ASI eksklusif di Puskesmas Kepanjen sebesar 74,6%.⁵ Jumlah tersebut belum memenuhi target pemberian ASI eksklusif selama 6 bulan yang ditetapkan secara nasional oleh pemerintah yaitu 80% dari jumlah bayi yang ada di Indonesia.

Cakupan ASI Eksklusif yang rendah disebabkan oleh beberapa faktor antara lain : usia, pengetahuan ibu, tingkat pendidikan, paritas, pekerjaan, jarak dan keterjangkauan tempat pelayanan, biaya transportasi, pendapatan, fasilitas kesehatan, dukungan tenaga kesehatan dan dukungan keluarga.⁶ Kepercayaan masyarakat yang tidak mendukung, terbatasnya pengetahuan ibu tentang ASI, ibu sakit/tidak bisa menyusui dan semakin gencarnya promosi susu formula juga mempengaruhi rendahnya pemberian ASI eksklusif. IMD juga berperan dalam keberhasilan menyusui eksklusif dan lama menyusui sampai dua tahun.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang perbedaan ketertarikan promosi susu formula dan lamanya pemberian ASI saja satu

bulan pada ibu yang mendapatkan inisiasi menyusui dini (IMD) dan tidak IMD.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *observasional analitic* dengan menggunakan pendekatan *cross sectional*.⁸ Variabel Independennya adalah ketertarikan promosi susu formula yang terdiri dari persepsi harga dan atribut produk dan lamanya pemberian ASI saja. Variabel dependennya adalah pelaksanaan IMD. Penelitian dilakukan di wilayah kerja Puskesmas Kepanjen. Subjek dalam penelitian ini adalah ibu post partum yang memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi. Hasil perhitungan subjek yang diteliti ibu post partum sebanyak 21 yang mendapatkan IMD dan 21 ibu tidak IMD dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.^{9,10} Pengukuran ketertarikan promosi susu formula menggunakan kuesioner. Hasil ukur berupa nilai dari jumlah skor total masing-masing subjek.¹¹ Pengukuran lamanya pemberian ASI saja menggunakan *food frequency questionnaire* selama 30 hari. Hasil ukur berupa waktu pemberian ASI dalam satuan hari.¹² Data disajikan dalam bentuk angka dan dianalisis menggunakan uji perbedaan *T-Test Independent* jika data berdistribusi normal dan uji *Mann Whitney* jika data tidak normal. Data dikatakan signifikan apabila nilai $p \leq 0,05$.¹³

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden. Lamanya pemberian ASI saja, dan ketertarikan promosi susu formula pada ibu yang mendapatkan inisiasi menyusui dini (IMD) dan tidak IMD dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut bisa dilihat dari karakteristik subjek. Karakteristik subjek meliputi: umur ibu, pendidikan ibu, pekerjaan ibu, pekerjaan suami serta sosial ekonomi. Subjek penelitian ini ada 42 ibu *post partum* terdiri dari ibu yang mendapatkan inisiasi menyusui dini (IMD) (21) dan tidak IMD (21). Sebagian besar umur ibu pada ibu yang mendapatkan IMD dan ibu yang tidak mendapatkan IMD yaitu umur 20-29 tahun. Umur 20-29 tahun ibu pada ibu yang mendapatkan IMD sejumlah 10 orang jumlahnya lebih tinggi daripada ibu yang tidak mendapatkan IMD sejumlah 8 orang. Umur ibu yang masih muda berpengaruh terhadap keadaan psikologisnya yang belum matang,

sehingga masih labil dalam menghadapi masalah yang ada.¹⁴

Tabel 1. Deskripsi karakteristik ibu IMD dan tidak IMD

Variabel	IMD		Tidak IMD		
	N	%	N	%	
Umur Ibu	< 20 th	0	0	0	0
	20 – 29 th	10	47,6	8	38,1
	30 – 39 th	9	42,9	11	52,4
	≥ 40 th	2	9,5	2	9,5
	Total	21	100	21	100
Pendidikan Ibu	SD	3	14,3	4	19
	SMP	5	23,8	6	28,6
	SMA	11	52,4	10	47,6
	Perguruan Tinggi (S1)	2	9,5	1	4,8
	Total	21	100	21	100
Pekerjaan Ibu	Ibu Rumah Tangga	15	71,4	15	71,4
	Ibu Bekerja	6	28,6	6	28,6
	Total	21	100	21	100
Pekerjaan Suami	Swasta	15	71,4	14	66,7
	Guru	1	4,8	0	0
	Petani	1	4,8	3	14,3
	Sopir	1	4,8	0	0
	Wiraswasta	2	9,5	4	19
	Serabutan	1	4,8	0	0
	Total	21	100	21	100
Sosial Ekonomi	Lebih rendah dari UMK	14	66,7	17	81
	Sesuai UMK	0	0	0	0
	Lebih tinggi dari UMK	7	33,3	4	19
Total	21	100	21	100	
Paritas	1	9	42,9	7	33,3
	2	9	42,9	6	28,6
	3	3	14,3	2	9,5
	4	0	0	3	14,3
	5	0	0	2	9,5
	6	0	0	1	4,8
	Total	21	100	21	100

Sebagian besar pendidikan ibu pada ibu yang mendapatkan IMD dan ibu yang tidak mendapatkan IMD yaitu SMA. Pendidikan adalah suatu proses perubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan latihan, proses perbuatan, cara mendidik.¹⁵

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin mudah seseorang tersebut menerima informasi maka semakin luas pengetahuannya sehingga mudah mengambil keputusan untuk pemberian ASI pada bayinya. Sebagian besar pekerjaan subjek pada ibu yang mendapatkan IMD dan daerah tidak mendapatkan IMD merupakan Ibu Rumah Tangga (IRT). Ibu yang tidak bekerja dapat mengatur pola makan anak, sehingga anak-anak mereka makan makanan

yang sehat dan bergizi.¹⁶ SDKI 2007 data keberhasilan menyusui pada ibu bekerja di Indonesia belum ada.¹⁷

Sebagian besar pekerjaan suami pada ibu yang mendapatkan IMD dan ibu yang tidak mendapatkan IMD yaitu swasta. Pemberian dukungan suami maupun keluarga sangatlah berpengaruh besar dalam menetapkan niatnya untuk mau menerapkan IMD.¹⁸ Pekerjaan swasta membuat suami tidak bisa mendampingi ketika proses persalinan dan dukungan pelaksanaan IMD, hal ini bisa berdampak pada rendahnya pemberian ASI. Hasil penelitian Suryani (2011) menunjukkan bahwa karakteristik pekerjaan suami tertinggi pada ibu yang IMD yaitu swasta sebesar 30%.¹⁹ Hasil penelitian Ramdani (2010) menunjukkan bahwa karakteristik pekerjaan suami tertinggi pada ibu terhadap pemberian ASI yaitu swasta sebesar 84,9%.²⁰

Sebagian besar sosial ekonomi pada ibu yang mendapatkan IMD dan ibu yang tidak mendapatkan IMD yaitu berpendapatan lebih rendah dari UMK. Status sosial ekonomi keluarga dapat mempengaruhi kemampuan keluarga untuk memproduksi dan atau membeli pangan.²¹ Ibu dengan sosial ekonomi yang tinggi mempunyai pendapatan yang tinggi cenderung membeli susu formula untuk bayinya sedangkan ibu dengan sosial ekonomi yang rendah membuat ibu lebih memilih memberikan ASI saja pada bayinya karena ASI ekonomis. Tabel 2. Menunjukkan data ketertarikan promosi susu formula (persepsi harga dan atribut produk) dan lamanya pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD.

Tabel 2. Identifikasi Persepsi Harga dan Atribut Produk dan Lamanya Pemberian ASI Saja Pada Ibu IMD dan Tidak IMD

Variabel	IMD		Tidak IMD		
	N	%	N	%	
Persepsi harga	Tinggi	1	4,8	0	0
	Sedang	17	81	18	85,7
	Rendah	3	14,2	3	14,3
	Total	21	100	21	100
Atribut harga	Tinggi	4	19	2	9,5
	Sedang	16	76,2	18	85,7
	Rendah	1	4,8	1	4,8
	Total	21	100	21	100
Lamanya Pemberian ASI Saja	Berhasil	8	38,1	5	23,8
	Tidak Berhasil	13	61,9	16	76,2
	Total	21	100	21	100

Hasil persepsi harga tertinggi pada ibu yang mendapatkan IMD yaitu kategori sedang sejumlah 17 orang lebih sedikit dari pada ibu yang tidak IMD sejumlah 18 orang. Jumlah terendah pada ibu yang mendapat IMD yaitu kategori tinggi sejumlah 1 orang lebih tinggi daripada ibu yang tidak IMD.

Hasil atribut produk tertinggi pada ibu yang mendapatkan IMD yaitu kategori sedang sejumlah 16 orang lebih sedikit dari pada ibu yang tidak IMD sejumlah 18 orang. Jumlah terendah pada ibu yang mendapat IMD dan tidak IMD sama yaitu kategori rendah sejumlah 1 orang.

Hasil lamanya pemberian ASI saja kategori berhasil pada ibu yang mendapatkan IMD sejumlah 8 orang lebih banyak dari pada ibu yang tidak IMD sejumlah 5 orang. Hasil lamanya pemberian ASI saja kategori tidak berhasil pada ibu yang mendapatkan IMD sejumlah 13 orang lebih sedikit dari pada ibu yang tidak IMD sejumlah 16 orang.

Tabel 3. Perbedaan Atribut Produk dan Lamanya Pemberian ASI Saja Pada Ibu IMD dan Tidak IMD

Variabel	IMD (Mean/ Median) ± SD	Nilai Min- Max	Tidak IMD (Mean/ Median) ± SD	Nilai Min- Max	P
Persepsi Harga	10,00 ^b ± 1,861	4-12	11,00 ^b ± 1,774	6-12	0,083 ^d
Atribut Produk	16,00 ^b ± 2,039	10-20	20,00 ^b ± 2,657	11-23	0,000 ^d
Lamanya Pemberian ASI Saja	28,00 ^b ± 9,745	0-30	1,00 ^b ± 4,162	0-30	0,008 ^d

Keterangan: ^a.Mean ^c.Independent Samples Test
^b.Median ^dMann Whitney
^e ≤ 0,05

Tabel 3 menunjukkan perbedaan persepsi harga dan atribut produk dan lamanya pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD.

Hasil perbedaan persepsi harga pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD yaitu pada ibu yang mendapatkan IMD 10 skor lebih rendah daripada ibu yang tidak IMD 11 skor. Persepsi harga pada ibu yang mendapatkan IMD mempunyai nilai minimum yaitu 4 skor lebih tinggi daripada ibu yang tidak IMD sejumlah 6 skor dan pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD mempunyai nilai maximum yang sama yaitu 12 skor.

Tidak ada perbedaan ketertarikan promosi susu formula pada bagian persepsi harga ($p=0,083$).

Schiffman (2007) menyatakan bahwa persepsi terhadap iklan susu formula adalah bagaimana pandangan ibu mengenai baik buruknya iklan susu formula ditelevisi dan pemberian susu formula untuk anak. Iklan di televisi sangat berpengaruh untuk ibu dalam memberikan susu formula untuk anak, karena iklan susu formula yang menarik sehingga ibu terdorong untuk membeli produk yang diiklankan.²²⁻²⁴ Penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama, karena tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.²⁵ Karakteristik sosial ekonomi pada ibu IMD dan tidak IMD sebagian besar lebih rendah dari UMK. Pendapatan yang sama membuat menilai harga (persepsi harga) suatu produk sama sehingga tidak ada perbedaan dalam persepsi harga.

Hasil perbedaan atribut produk pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD yaitu pada ibu yang mendapatkan IMD 16 skor lebih rendah daripada ibu yang tidak IMD 20 skor. Atribut produk pada ibu yang mendapatkan IMD mempunyai nilai minimum yaitu 10 skor lebih rendah daripada ibu yang tidak IMD 11 skor dan pada ibu yang mendapatkan IMD mempunyai nilai maximum yaitu 20 skor lebih rendah daripada ibu yang tidak IMD 23 skor. Ada perbedaan ketertarikan promosi susu formula bagian atribut produk ($p=0,000$). Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh pelanggan dan dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan.²⁶ Atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan, dan sebagainya. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Budaya merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang.²⁷ Ibu menyusui sering kurang percaya apakah air susunya cukup atau tidak bagi bayinya karena sulit baginya untuk melihat atau mengukur berapa banyak yang telah dikonsumsi oleh bayinya. Keragu-raguan tersebut akhirnya mendorong ibu memberikan makanan tambahan kepada bayinya dengan makanan bayi atau Pengganti Air Susu Ibu (PASI).²⁸ Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan Narjono (2012) dengan judul "Atribut Produk sebagai Dasar Keputusan Pembelian Susu" yang

menyimpulkan bahwa atribut produk yang terdiri dari merek, mutu, kemasan, dan harga mempunyai pengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian susu.²⁹

Atribut produk yang meliputi kualitas dan desain pada susu formula menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi ketertarikan terhadap promosi susu formula. Ketertarikan promosi susu formula bagian atribut produk ibu yang tidak IMD lebih tinggi daripada ibu yang mendapatkan IMD, hal bisa dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial budaya yang berupa perasaan atau keyakinan ibu bahwa ASI-nya tidak mencukupi kebutuhan bayinya sehingga cenderung tertarik dengan promosi susu formula terutama bagian atribut produknya yang menunjukkan bahwa kualitas susu formula isinya terjamin dan memiliki banyak nutrisi.

Hasil perbedaan lamanya pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD yaitu pada ibu yang mendapatkan IMD 28 hari lebih lama daripada ibu yang tidak IMD 1 hari. Lamanya pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan IMD mempunyai nilai minimum yaitu 0 hari dan nilai maximum 30 hari sama dengan ibu yang tidak IMD. Ada perbedaan lamanya pemberian ASI saja ($p=0,008$) pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD. Ibu menyusui sesudah bayi lahir dan bayi sering menyusui maka proses produksi ASI akan meningkat.³⁰ ASI dapat diberikan sampai anak berusia 2 tahun atau lebih.³¹ Salah satu faktor mempengaruhi pemberian ASI Eksklusif adalah inisiasi menyusui dini (IMD). Inisiasi Menyusui Dini (IMD) merupakan salah satu teknik untuk membantu ibu-ibu mulai menyusui bayi dalam waktu 30 menit setelah melahirkan.³² IMD adalah proses membiarkan bayi dengan nalurinya sendiri menyusui dalam 1 jam pertama setelah lahir, bersamaan dengan kontak kulit (*skin to skin contact*) antara kulit ibu dengan kulit bayinya. Alasan penting melakukan Inisiasi Menyusui Dini (IMD) adalah karena suhu dada ibu dapat menyesuaikan suhu ideal (*thermogulator*) yang diperlukan bayi, sehingga dapat menurunkan resiko hipotermia dan menurunkan kematian bayi akibat kedinginan.³⁴ Perasaan senang melihat bayi dan kepuasan dapat menyusui akan merangsang kelenjar hipofise posterior mengeluarkan hormon oksitosin untuk mempercepat pengeluaran ASI.

Reflek bayi yang segera mencari puting payudara ibu untuk belajar menyusui yang akan membuat ibu merasa puas dan percaya diri untuk memberikan ASI-nya sehingga tidak perlu memberikan makanan atau minuman pralakteal.^{34,35}

Rendahnya ASI eksklusif ditandai dengan pemberian makanan atau minuman prelakteal. Makanan prelakteal diberikan kepada bayi sebelum diberi air susu ibu (ASI) pada 1-2 hari pertama setelah kelahiran. Makanan yang umum diberikan adalah madu, air gula, air kelapa, pisang dihaluskan, susu formula, papaya yang dihaluskan dan buah-buahan. Hal tersebut menyebabkan bayi menjadi kurang menyusui sehingga ASI memerlukan waktu lebih lama untuk keluar, hal ini akan mempersulit pemantapan menyusui.³⁶

Berdasar wawancara mendalam kepada ibu I pada yang mendapat IMD dengan lamanya pemberian ASI saja 27 hari, peneliti mendapatkan informasi mengenai kegagalan pemberian ASI saja 1 bulan. Subjek mengatakan bahwa penyebab kegagalan pemberian ASI saja karena menangis ketika diasuh mertua ditandai dengan dikasih air gula. *"...dari awal saya hanya memberika ASI saja, tapi pas saya pergi belanja, anak saya titipkan sama ibu mertua, anak saya menangis tidak mau berhenti sehingga ibu mertua saya bingung dan memberikannya air gula..."*

Berdasar wawancara mendalam kepada ibu Z yang tidak IMD dengan lamanya pemberian ASI saja 0 hari, peneliti mendapatkan informasi mengenai kegagalan pemberian ASI saja pada ibu yang tidak IMD. Subjek mengatakan bahwa penyebab kegagalan pemberian ASI saja disebabkan bayinya *gak tuso* (ASI-nya tidak mencukupi kebutuhan bayinya (merasa bayi masih lapar) ditandai dengan diberikan tambahan susu formula.

"....Bayinya saya kasih tambahan susu formula, kalau ASI saja gak tuso mbak..."

Faktor kegagalan lamanya pemberian ASI saja 1 bulan pertama pada ibu yang mendapatkan IMD dan tidak IMD berbeda karena pada ibu yang IMD penyebabnya karena bayinya menangis ketika diasuh ibu mertua ditandai dengan diberikannya air gula sedangkan pada ibu yang tidak IMD karena merasa ASI-nya tidak mencukupi kebutuhan bayinya. Hasil ini didukung oleh penelitian Fatmawati (2016)

bahwa Ada hubungan IMD dengan keberhasilan pemberian ASI eksklusif.³⁷ Hasil penelitian Isnaini (2015) menunjukkan adanya hubungan pijat oksitosin pada ibu nifas terhadap pengeluaran ASI.³⁸ Pelaksanaan inisiasi menyusui dini (IMD) membantu terhadap keberhasilan lamanya pemberian ASI saja. Ibu yang IMD pemberian ASI-nya lebih lama daripada ibu yang tidak IMD pemberian ASI-nya lebih rendah disebabkan kurangnya percaya diri dalam menyusui yang mempengaruhi hormon oksitosin yang dapat memperlambat pengeluaran ASI sehingga ibu terdorong untuk memberikan tambahan susu formula terhadap bayinya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa karakteristik subjek sebagian besar umur ibu adalah umur 20-29 tahun sejumlah 10 ibu yang mendapat IMD dan 8 tidak IMD. Sebagian besar pendidikan ibu adalah tingkat SMA sejumlah 11 ibu yang mendapat IMD dan 10 tidak IMD. Sebagian besar pekerjaan ibu adalah ibu rumah tangga sejumlah 15 yang mendapat IMD dan 15 tidak IMD. Sebagian besar pekerjaan suami adalah pekerja swasta sejumlah 15 pada suami ibu yang mendapat IMD dan 14 tidak IMD. Sebagian besar sosial ekonomi adalah sosial ekonomi lebih rendah dari UMK yaitu 14 pada ibu yang mendapat IMD dan 17 tidak IMD. Sebagian besar paritas adalah paritas yang pertama yaitu 9 pada ibu yang mendapat IMD dan 7 tidak IMD. Ketertarikan promosi susu formula pada bagian persepsi harga kategori sedang sejumlah 17 lebih sedikit dari pada ibu yang tidak mendapatkan IMD sejumlah 18 orang dan untuk bagian atribut produk kategori sedang sejumlah 16 lebih sedikit dari pada ibu yang tidak mendapatkan IMD sejumlah 18 orang. Lamanya pemberian ASI saja kategori berhasil sejumlah 8 orang lebih banyak pada ibu yang mendapatkan IMD dari pada ibu yang tidak IMD sejumlah 5 orang. Ada perbedaan ketertarikan promosi susu formula bagian atribut produk ($p=0,000$) pada ibu yang mendapatkan IMD lebih rendah daripada ibu yang tidak IMD. Ada perbedaan ($p=0,008$) lamanya pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan IMD lebih tinggi dari pada tidak IMD.

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti terkait dukungan keluarga dan

ketertarikan promosi susu formula terhadap lamanya pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan inisiasi menyusui dini (IMD) dan tidak IMD sebaiknya mengikuti pelaksanaan IMD dan lamanya pemberian ASI sebaiknya diikuti sampai 6 bulan untuk mengetahui apakah tingkat keberhasilannya masih sama atau tidak. Sebaiknya program pelaksanaan IMD ditambahkan pada semua pelayanan kesehatan baik di Puskesmas, RS maupun di bidan praktek swasta karena pemberian ASI saja pada ibu yang mendapatkan IMD lebih tinggi daripada yang tidak IMD. Perlu adanya advokasi Peraturan Daerah tentang perdagangan susu formula. Peraturan promosi susu formula selain menampilkan atribut produk yang berisi informasi nutrisi, kualitas dan desain sebaiknya juga menampilkan resiko susu formula sehingga masyarakat mendapat informasi yang lengkap mengenai suatu produk susu formula yang akan berpengaruh pada keputusan pembelian susu formula.

REFERENSI

1. Astutik, R. 2014. *Payudara dan Laktasi*. Fikawati, S. 2010. *Kajian Implementasi Dan Kebijakan Air Susu Ibu Eksklusif Dan Inisiasi Menyusui Dini Di Indonesia*. Makara Kesehatan Universitas Indonesia. Jakarta.
2. Dinas Provinsi Jawa Timur. 2013. *Laporan Profil Kesehatan Jawa Timur*. Provinsi Jawa Timur.
3. Yussiana. 2008. *Menyusui Anak Sebagai Ungkapan Kasih Sayang*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
4. Dinas Kesehatan Kabupaten Malang. 2016. *Laporan Tahunan Seksi Gizi Masyarakat Tahun Anggaran 2015*. Bidang Peningkatan Pelayanan Kesehatan Masyarakat. Pemerintah Kabupaten Malang.
5. Laporan Puskesmas Kepanjen. 2016. Profil Puskesmas Kepanjen. Malang.
6. Astutik, R. 2014. *Payudara dan Laktasi*. Jakarta: Salemba Medika.
7. Departemen Kesehatan RI. 2002. *Program Gizi Makro*. Jakarta: Depkes RI.
8. Notoatmojo S. 2007. *Desain Crossectional*. Jakarta: Rineka Cipta.
9. Sastroasmoro, S. 2011. *Dasar – Dasar Metodologi Penelitian Klinis*. Jakarta : C.V Sagung Seto.
10. Prahesti, Amy. 2013. *Pengaruh Pendidikan Gizi Pada Kelas Ibu Hamil Terhadap Praktek Pemberian Air Susu Ibu (ASI) Pada Satu Bulan*

- Pertama. Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro. Semarang.
11. Cahyadi, I. 2014. *Pengaruh Persepsi Harga, Atribut Produk dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
 12. Dinas Kesehatan Kabupaten Malang. 2016. *Laporan Tahunan Seksi Gizi Masyarakat Tahun Anggaran 2015*. Bidang Peningkatan Pelayanan Kesehatan Masyarakat. Pemerintah Kabupaten Malang.
 13. Sugiono. 2007. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
 14. Yunita, A. 2010. *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Kejadian Pernikahan Usia Muda Pada Remaja Putri Di Desa Pagerejo Kabupaten Wonosobo*. Program Studi Diploma IV Kebidanan STIKES Ngudi Waluyo Ungaran.
 15. Kurniadi. 2009. *Kepemimpinan Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
 16. McIntosh, K. 2006. *Working Mothers Vs Stay At Home Mothers: The Impact On Children*. Marietta College.
 17. Depkes. 2015. *Dukungan Ibu Bekerja Beri ASI Eksklusif*. Jakarta: Kementerian Kesehatan RI.
 18. Roesli, U. 2008. *Inisiasi Menyusu Dini Plus ASI Eksklusif*. Jakarta : Putaka Bunda.
 19. Suryani, D. 2011. *Hubungan Dukungan Suami Dengan Pelaksanaan Inisiasi Menyusu Dini Pada Ibu Post Partum Di BPS Kota Semarang*. Akademi Kebidanan Abdi Husada Semarang.
 20. Ramdani, M. 2010. *Dukungan Suami Dalam Pemberian ASI Eksklusif Di Wilayah Kerja Puskesmas Air Tawar Kota Padang, Sumatera Barat*. Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat Fakultas Kedokteran Universitas Andalas Sumatera Barat .
 21. Prasetyono, D. 2009. *ASI Eksklusif Pengenalan,Praktik Dan Kemanfaatannya*. Yogyakarta : Diva Press.
 22. Sudiharto. 2007. *Asuhan Keperawatan Keluarga Dengan Pendekatan Keperawatan Transkultural*. Jakarta: EGC.
 23. Prahesti, Amy. 2013. *Pengaruh Pendidikan Gizi Pada Kelas Ibu Hamil Terhadap Praktek Pemberian Air Susu Ibu (ASI) Pada Satu Bulan Pertama*. Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro. Semarang.
 24. Schiffman. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
 25. Trihono, P. 2011. *Menyusui Itu Mudah*. IDAI Cabang DKI Jakarta.
 26. Tjiptono,F. 2008. *Pemasaran Strategik*. Andi Offset. Yogyakarta.
 27. Kotler, P. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
 28. Roesli, U. 2008. *Mengenal ASI Eksklusif*. Jakarta: EGC.
 29. Narjono, A. 2012. *Atribut Produk Sebagai Dasar Keputusan Pembelian Susu*. *Ekonomika Jurnal Ekonomi Universitas Airlangga*.
 30. Sulistyawati, A. 2009. *Asuhan Kebidanan Pada Ibu Nifas*. Yogyakarta: Andi.
 31. Ambarwati. 2010. *Asuhan Kebidanan Nifas*. Jogjakarta: Nuha Medika.
 32. Trihono, P. 2011. *Menyusui Itu Mudah*. IDAI Cabang DKI Jakarta.
 33. Mahmood, I. 2011. *Effect Of Mother-Infant Early Skin-To-Skin Contact On Brestfeeding Status : A Randomized Controlled Trial*. *Journal Of The College Of Physicians and Surgeons Pakistan*.
 34. Maryunani, A. 2009. *Asuhan Pada Ibu Dalam Masa Nifas*. Jakarta : Trans Info Media.
 35. Syafiq, A. 2007. *Gizi Dan Kesehatan Masyarakat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
 36. Depkes RI. 2007. *Pedoman Penyelenggaraan Pelatihan Konseling Menyusui Dan Pelatihan Fasilitator Konseling Menyusui*. Jakarta: Direktorat Jenderal Bina Kesehatan Masyarakat.
 37. Fatmawati. 2016. *Hubungan Inisiasi Menyusu Dini (IMD) Dengan Keberhasilan Pemberian ASI Eksklusif Pada Bayi Usia 7-12 Bulan Di Puskesmas Tegalrejo Yogyakarta*. Program Studi Bidan Pendidik Jenjang Diploma IV Fakultas Kesehatan Universitas Aisyiyah. Yogyakarta.
 38. Isnaini, N. 2015. *Hubungan Pijat Oksitosin Pada Ibu Nifas Terhadap Pengeluaran ASI Di Wilayah Kerja Puskesmas Raja Basa Indah Bandar Lampung*. *Jurnal Kebidanan*.