

LAKTASUIT : KOSTUM LAKTASI UNTUK IBU AKTIF

Yasmin Noor Afifah¹, Fadiyah Nur Amalina²,
Amelia Devy Indriasari³, Putri Istiqomah Rizki
Hidayatun⁴, Jayanti Ayu Kusumastuti⁵

¹Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran,
Universitas Gadjah Mada
Email: yasminini@yahoo.com

²Teknik Sipil, Fakultas Teknik,
Universitas Gadjah Mada
Email: fadiyah.alyafii@ymail.com

³Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran,
Universitas Gadjah Mada
Email: ameliadevyindriasari@yahoo.co.id

⁴Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran,
Universitas Gadjah Mada
Email: puisputri@gmail.com

⁵Pendidikan Dokter, Fakultas Kedokteran,
Universitas Gadjah Mada
Email: jayanti.kusumastuti@gmail.com

Abstract

Breastfeeding is important for children's growth and development also Mother's health. Based on SDKI (Indonesia Demographic and Health Survey) 2012, mothers who do exclusive breastfeeding is increasing. We see this data as a chance for entrepreneurship. Then we have a n idea to make an innovation breastfeeding suit. An easy and comfort suit for breastfeeding named Laktasuit. Laktasuit will make a new paradigm about easy breastfeeding for all active mothers in Indonesia. The process of production is in cooperation with convections. We promoted our products by online and offline medias and distributed as wide as possible. Laktasuit has been distributed to many cities either in Java or other islands. We concluded that Laktasuit is promising with a great prospect and wide potential market. It's also potential product for campaigning exclusive breastfeeding.

Keywords: laktasuit, active mother, breastfeeding, fashion

1. PENDAHULUAN

Menyusui sangat penting bagi tumbuh kembang anak dan kesehatan ibu. Hasil penelitian dari Oxford University dan Institute

for Social and Economic Research (2010), menyebutkan bahwa anak yang mendapat ASI eksklusif akan tumbuh menjadi anak yang lebih pintar dalam membaca, menulis, dan matematika. Pemberian ASI eksklusif juga dapat mencegah penyakit seperti diare dan pneumonia yang 40 persen menjadi penyebab kematian balita di Indonesia (Story dan Parish, 2008).

Tidak hanya bagi anak saja, begitu pula ibu yang memberi ASI eksklusif akan terlindung dari ancaman kanker ovarium, kanker payudara, dan dapat menurunkan berat badan setelah melahirkan dengan lebih cepat. Luar biasa!

Sayangnya, berdasar Riset Kesehatan Dasar Indonesia tahun 2010, persentase ibu yang menyusui anaknya masih sangat kecil, hanya 15.2%. Jauh lebih kecil dibanding angka menyusui global yaitu 32.6%. Fakta lain menyebutkan bahwa ibu yang aktif bekerja di sektor informal, pegawai negeri, atau pegawai kantor memiliki kebiasaan menyusui yang lebih singkat dibanding wanita yang aktif bekerja di sektor pertanian maupun ibu rumah tangga (Jurnal Gizi Indonesia, 2009).

Menyusui pun menjadi perkara repot bila wanita telah siap pergi bekerja lalu si anak menangis. Begitu pula saat berada di ruang publik seperti pusat perbelanjaan, kantor, dan stasiun. Rasa bingung bagaimana cara menyusui tanpa mengeluarkan seluruh payudara, rasa malu, takut membuat orang di sekitar tidak nyaman, sering bergelayutan di hati sehingga mereka pun lebih memilih mengganti ASI dengan susu formula. Mencari pakaian khusus menyusui di pasaran pun terbilang susah dan harga yang tidak murah.

Berdasarkan SDKI (Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia) (2012), jumlah ibu yang memberikan ASI eksklusif pada tahun 2007 adalah 32%, sedangkan pada tahun 2012 meningkat menjadi 42%. Dari sini kami menyimpulkan bahwa ada peningkatan kesadaran pada ibu-ibu untuk menyusui secara eksklusif.

Tentu saja dengan jiwa kewirausahaan yang kami miliki, kami melihat ini sebagai peluang bisnis yang menjanjikan. Kami mengambil kesempatan emas ini untuk mengangkat sebuah produk pakaian menyusui bernama Laktasuit. Melalui produk kami pula, kami turut mengkampanyekan ASI Eklusif lewat pakaian menyusui. Nama Laktasuit berasal dari kata

laktasi yang berarti menyusui dan *suit* yang berarti pakaian.

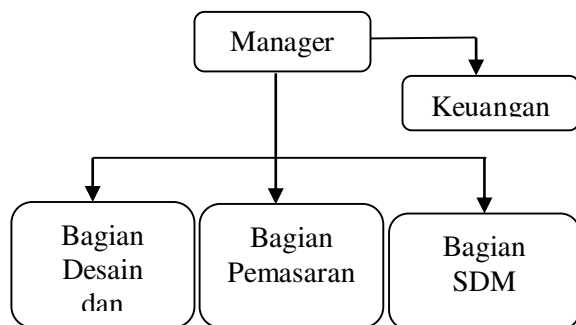
Pakaian ini akan memudahkan proses laktasi, baik di rumah maupun di ruang publik, tanpa memperlihatkan keseluruhan payudara sehingga akan memberi kenyamanan bagi sang ibu dan juga orang di sekitarnya. Cara memperolehnya pun sangat mudah karena selain melalui cara *offline*, kami juga akan menggunakan sistem jualan *online* yang sedang *booming*, sehingga pasar konsumen akan menjadi sangat luas.

Kami berharap laktasuit mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan membuka peluang usaha. Ketertarikan konsumen dalam dunia fashion menjadikan peluang pasar yang jelas dan luas, sehingga diharapkan masyarakat produsen Laktasuit mampu mendapatkan profit yang tinggi.

Laktasuit ingin memberi paradigma baru bahwa menyusui itu mudah kepada ibu Indonesia yang aktif, baik aktif dalam dunia karir maupun rumah tangga. Dan dengan desain yang menarik, kami yakin produk ini akan laris di pasaran.

2. METODE

Setelah pembentukan tim, kami melakukan pembagian sie supaya proses pekerjaan efektif dan efisien.



Gambar 1. Bagan Organisasi Laktasuit

Sebagai langkah awal, kami menganalisis peluang usaha yang kami miliki. Kami mendefinisikan Laktasuit sebagai modifikasi kreatif dari pakaian yang memudahkan ibu untuk menyusui. Laktasuit memiliki beberapa keunggulan, diantaranya praktis, nyaman, dan fashionable. Dengan potensial pasar yang kami tuju adalah kalangan ibu-ibu serta pengusaha di bidang *fashion*.

Setelah kami menganalisis kelayakan usaha kami dari berbagai keunggulan dan peluang pasar, maka kami mantap melaksanakan usaha kami.

Dalam memulai bisnis ini, kami mengatur jadwal dimulai dari pembuatan dan pemilihan desain. Proses produksi berupa pembelian bahan, penjahitan pakaian, proses promosi, dan distribusi. Tahap pertama adalah pembelian dan pengumpulan bahan – bahan. Setelah itu, bahan tersebut diserahkan kepada rumah produksi baju terpilih untuk memproduksi Laktasuit sesuai desain. Tahap selanjutnya, penulis mengecek hasil produksi dengan teliti sebelum dipasarkan. Sehingga kualitas produk kami terjamin.

Metode Pemasaran kami usahakan semaksimal dan seluas mungkin. Kami menggunakan sistem *online* dan sistem *offline*.

a. Grand Opening

Grand opening yang menarik sebagai sarana untuk mempromosikan & memperkenalkan hasil produk secara besar-besaran sekaligus sebagai strategi pasar awal dalam menawarkan produk Laktasuit kepada konsumen. Kegiatan ini akan dilakukan di beberapa posyandu.

b. Metode Promosi

1.) Broadcast dan jejaring sosial

Promosi melalui personal message, Black Berry Messenger (BBM), Facebook, dan Twitter.

2.) Poster

Poster berukuran A3 akan dipasang di tempat umum yang strategis, di sejumlah mading seperti mading UGM, rumah sakit ibu dan anak, puskesmas, posyandu maupun di kantor-kantor.

3.) Brosur

Brosur dengan pemaparan produk. Disebarkan ke rumah-rumah, kantor-kantor, kampus, distro, toko baju, butik, dan rumah-rumah penduduk.

4.) Katalog

Katalog berisi pemaparan dan gambar produk. Akan disebar ke distro, butik, dan toko di bidang fashion dengan maksud agar mereka memesan dalam jumlah besar dan menjadi agen Laktasuit.

5.) Website

Dalam website akan diterima pemesanan online, serta pemaparan produk dan gambar produk serta

berbagai artikel kesehatan ibu dan anak. Website akan dibuat oleh profesional di bidangnya untuk menarik simpati konsumen sekaligus mengukuhkan bahwa walaupun penulis masih mahasiswa, penulis bersungguh – sungguh dalam bisnis ini.

Selain itu, untuk langkah ke depan kami sudah membuat rencana strategi pengembangan usaha. Strategi ini mencakup strategi produksi, pemasaran, keuangan, dan organisasi. Strategi produksi yang kami siapkan adalah pembuatan katalog produk, sampel produk, pengembangan wilayah distribusi, pembuatan iklan di media cetak dan internet serta mampu menjadi sponsor pada acara tertentu. Kami merencanakan strategi pemasaran dengan memperbarui desain dengan mode terbaru dan meningkatkan produktivitas kerja. Strategi organisasi yang kami angkat adalah pengembangan SDM dan pemaksimalan tugas tiap bidang. Di bidang keuangan kami berusaha memutar modal yang kami dapat dari DIKTI (Direktorat Pendidikan Tinggi) sehingga mampu mengembangkan usaha kami.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pembagian tugas, Divisi desain dan produksi membuat desain laktasuit. Ide yang menjadi dasar program kami adalah sebuah pakaian yang mampu menutupi payudara ketika menyusui namun tidak terlihat seperti pakaian menyusui. Dengan bukaan samping yang praktis.



Gambar 2. Desain Dasar Laktasuit

Pada awalnya, kami membuat desain pakaian yang *casual* dan *formal*. Sebisa mungkin desain pakaian tidak terlihat seperti pakaian menyusui. Sehingga ibu merasa nyaman dan *fashionable*. Berikut adalah empat desain yang telah dibuat sebagai desain utama kami.



Gambar 3. Desain awal Laktasuit

Ternyata, setelah bisnis kami siap berjalan, pasar memiliki selera yang berbeda. Dewasa ini, model pakaian yang sedang tren di pasaran adalah model pakaian *dress* panjang. Maka kami

menangkap ini sebagai peluang usaha. Kami padu padankan setiap pakaian laktasuit kami sehingga tetap fashionable.



Gambar 4. Desain Laktasuit Terbaru

Pemilihan kain pun harus disesuaikan dengan desain pakaian yang kami pilih. Kami juga mempertimbangkan konsumen kami. Konsumen kami adalah ibu hamil, ibu menyusui. Tentu saja ukuran pakaian harus menyesuaikan. Maka kami memilih bahan yang elastis sehingga nyaman digunakan. Apalagi dengan efek kerut yang dapat menyembunyikan perut ibu yang cenderung membesar setelah melahirkan. Kami pun memilih bahan campuran katun dan spandeks.



Gambar 5. Bahan Laktasuit

Pada saat proses produksi, kami bekerja sama dengan beberapa penjahit.

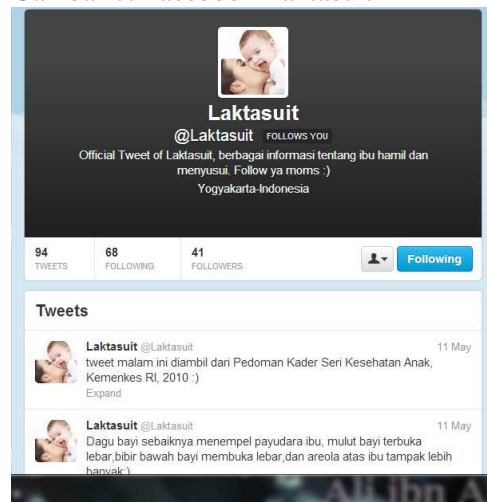


Gambar 6. Tempat Produksi Laktasuit

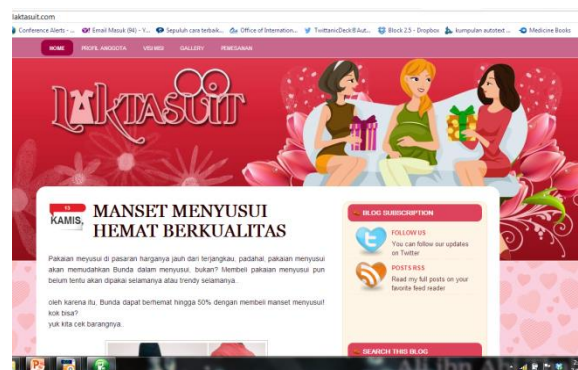
Target pasar kami tidak kami batasi, maka kami melakukan promosi seluas-luasnya. Melalui online diantaranya facebook, twitter, Blckberry Messenger dan website.



Gambar 7. Facebook Laktasuit



Gambar 8. Twitter Laktasuit



Gambar 9. Website Laktasuit

Bahkan kami merambah pada situs penjualan online yang sudah terkenal seperti tokoagus.com dan berniaga.com.

Tentu saja kami juga melakukan promosi secara offline. Kami membuka stand di Pasar dan di pameran. Selain itu, kami juga membuat pamflet, brosur, katalog, voucher diskon.



Gambar 10. Stand di Tempat Pameran



Gambar 11. Stand Laktasuit di Pasar

Produk kami telah terdistribusi secara luas di Indonesia. Tercatat Kota Palu, Palembang, Balikpapan dan Denpasar sudah menjadi konsumen kami di luar Pulau Jawa. Di Pulau Jawa diantaranya Yogyakarta, Jakarta, Surabaya, dan Bandung. Metode distribusi kami adalah menggunakan system reseller, sehingga persebaran produk kami lebih meluas.

Masalah keuangan kami dapat teratasi dengan baik. Kami mendapatkan modal dari DIKTI (Direktorat Pendidikan Tinggi) sebesar Rp 11.500.000,00, akan tetapi dari pihak

universitas baru menurunkan Rp 6.000.000,00. Kemudian kami berhasil memutar uang tersebut sehingga kami dapat membelanjakan sebesar Rp 9.025.000,00. Pakaian kami dapat didapatkan karena harga yang terjangkau, yaitu mulai dari Rp 50.000,00 saja produk kami dengan berbagai keunggulannya sudah dapat didapatkan. Tercatat sampai bulan Juli kami mendapatkan omzet penjualan sebesar Rp 13.639.000,00. Hingga bulan Juli, kami memiliki saldo Rp 3.944.000,00. *Break Event Point (BEP)* kami tercapai pada bulan Juli 2013.

4. KESIMPULAN

Dari sisi kesehatan, laktasuit adalah produk yang potensial untuk mempromosikan program ASI eksklusif. Sedangkan dari sisi kewirausahaan, produk ini menjanjikan dan memiliki prospek yang baik untuk dikembangkan.

5. REFERENSI

- Iacovou, M dan Sevilla-Sanz, A. 2010. The Effect of Breastfeeding on Children's Cognitive Development. *Institut of social and economic research*. 2010-40
- Jurnal Gizi Indonesia, 2009.
- Story, L dan Parish, T. 2008. Breastfeeding helps prevent two major infant illnesses. *The internet journal of allied health science and practice*. 6 (3).
- Survei Demografi dan Kesehatan Indonesia, 2012.