BAB I
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dengan semakin meningkatnya gaya hidup masyarakat Indonesia di daerah perkotaan menyebabkan segala sesuatu dilakukan dengan serba praktis. Hal tersebut berlaku bagi ibu-ibu menyusui yang bekerja di perkotaan. Banyaknya propaganda iklan susu formula mengakibatkan pemahaman pemberian ASI bagi bayi menjadi berkurang.

Sekitar tahun 1950 sampai 1960, banyak kalangan artis Hollywood memberikan susu botol kepada buah hatinya, cara tersebut mereka namakan cara menyusui modern. Hal tersebut membuat produsen susu formula banyak melakukan belanja iklan dalam rangka promosi terhadap susu formula produksi mereka. Itu terjadi tidak hanya di negara-negara maju, bahkan di negara-negara miskin sekalipun. Apabila dicermati, ASI merupakan salah satu solusi yang dapat menekan angka kematian ibu dan anak, disamping itu ASI yang mempunyai nutrisi yang lengkap dapat melindungi bayi dari gizi buruk serta penyakit yang berbahaya.

Beberapa ibu berhasil menyusui pada hari pertama melahirkan, namun dalam beberapa kasus ada yang tidak berhasil dalam memberikan ASI pada hari pertama melahirkan. Ibu-ibu yang tidak berhasil memberikan ASI pada hari pertama kelahiran, menganggap bahwa produksi ASI tidak mencukupi, di era perkembangan teknologi dan informasi yang telah berkembang hal tersebut dapat diatasi dengan melakukan konsultasi dengan ahli laktasi dan dokter spesialis kandungan, sehingga permasalahan tersebut dapat dicarikan jalan keluarnya.

ASI merupakan investasi berharga, karena manfaat ASI yang begitu besar, namun pada kenyataannya, masih banyak ibu bekerja yang belum menyadari pentingnya pemberian ASI kepada buah hatinya. Saat ini Pemerintah kembali menggiatkan kampaye ASI guna mendukung MDGs (Millenium Development Goal’s) selain itu telah ditetapkannya Peraturan Pemerintah tentang ASI.

Pentingnya pemberian ASI dan kesadaran ibu untuk memberikan ASI sangat diperlukan, tidak terkecuali bagi ibu-ibu bekerja yang menyusui.

Peranana jasa layanan kurir ASI menjawab kendala yang dihadapi oleh ibu bekerja yang menyusui ketika masa cuti yang diberikan telah habis, ibu bekerja dapat tetap memberikan ASI eksklusif tanpa terkendala oleh waktu dan kemacetan lalu lintas, sehingga kedekatan emosi antara ibu dan anak dapat selalu terjaga, kebutuhan ASI ekslusif dapat terpenuhi secara maksimal.

I.2 Identifikasi Masalah

1. Perancangan strategi yang digunakan untuk memperkuat positioning jasa layanan kurir ASI yang ditawarkan PT. Arga Nirwana Express dalam benak konsumen.
2. Strategi promosi dilakukan agar produk jasa layanan kurir ASI PT. Arga Nirwana Express dikenal oleh calon potensial konsumen.

I.3 Fokus Masalah

Memperkuat positioning produk jasa layanan kurir ASI yang ditawarkan oleh PT. Arga Nirwana Express agar tetap terus dikenang dalam benak konsumen dan calon potensial konsumen.

I.4 Tujuan Perancangan

Perancangan promosi ini mempunyai tujuan untuk :

1. Memperkenalkan jasa layanan kurir ASI PT. Arga Nirwana Express
2. Meningkatkan volume penjualan jasa layanan kurir ASI PT. Arga Nirwana Express