

Studi perbandingan karakteristik dan perilaku antara konsumen dukun bayi dan konsumen bidan terhadap antenatal care, postnatal care, keluarga berencana dan imunisasi di kecamatan Matraman, Jakarta Timur

Erni Hermijanti Gunawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=81939&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan karena masih langkanya informasi tentang perilaku konsumen dukun bayi dan konsumen bidan, khususnya di daerah perkotaan. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi tentang karakteristik dan perilaku pengguna jasa pelayanan dukun bayi terlatih dan bidan di daerah perkotaan, khususnya di Kecamatan Matraman, Jakarta Timur. Juga sejauh mana perbedaan perilaku konsumen tersebut terhadap antenatal care, postnatal care, keluarga berencana dan immunisasi, serta keterkaitannya dengan sosio-demografi yang melatar belakangnya. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Matraman, Jakarta Timur, DKI Jakarta, bulan Februari-Maret 1983.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan cross Sectional, dengan unit analisis adalah ibu-ibu yang dalam kurun waktu satu tahun (Nopember 1991 s/d Oktober 1992) menggunakan jasa pelayanan dukun bayi ataupun bidan dari Klinik Keluarga Pisangan Baru, sebanyak masing-masing 40 responden. Pengambilan data kuantitatif dilakukan dengan wawancara terstruktur menggunakan kuesioner. Data yang diperoleh diolah secara statistik dengan tehnik analisis distribusi frekuensi, uji Chi Square, dan t-test.

Hasil penelitian mendapatkan bahwa daerah penelitian termasuk salah satu daerah terpadat di ibu-kota, yang umumnya dihuni oleh golongan masyarakat dengan sosio-ekonomi lemah, dengan kondisi tempat tinggal serta lingkungan yang sangat memprihatinkan. Di daerah tersebut terdapat banyak fasilitas kesehatan, namun belum dapat menjangkau seluruh masyarakat disekitarnya, terutama dari segi pembiayaan, sehingga peran dukun bayi masih sangat dibutuhkan sebagai tenaga tradisional dalam menangani kesehatan ibu dan anak.

Pada umumnya usia konsumen dukun bayi lebih tua dibandingkan dengan konsumen bidan. Pendidikan formal yang pernah ditempuh oleh seluruh responden ternyata masih rendah, dimana separuhnya hanya berpendidikan SD dan tidak sekolah. Bahkan dua pertiganya berasal dari konsumen dukun bayi. Pekerjaan responden pada umumnya sebagai ibu rumah tangga, hanya 13,8% yang mempunyai pekerjaan tambahan yang menghasilkan uang. Penghasilan keluarga konsumen bidan ternyata kurang lebih dua kali lebih besar ketimbang konsumen dukun bayi. Hal ini lebih nyata lagi terlihat pada pendapatan perkapita, dimana separuh dari konsumen dukun bayi berada dibawah garis kemiskinan (untuk DKI Jakarta menurut BPS adalah Rp.29.746,- perkapita perbulan), sedangkan pada konsumen bidan hanya seperdelapannya.

Ternyata masing-masing konsumen mempunyai alasan sendiri dalam memilih jasa dukun bayi maupun bidan dalam menolong persalinannya, yaitu alasan murah dan aman bagi konsumen dukun bayi, dan dekat serta aman bagi konsumen bidan. Angka Berat Badan Lahir Rendah (BBLR) pada konsumen dukun bayi lebih

tinggi dibandingkan pada konsumen bidan, meskipun perbedaan itu tidak bermakna namun kedua angka tersebut masih lebih tinggi dari angka nasional.

Berdasarkan hasil analisis dengan uji Chi Square dan t-test, didapatkan bahwa baik skor pengetahuan, skor sikap, skor praktek maupun skor perilaku umum terhadap ANC, PNC, KB dan Imunisasi antara konsumen dukun bayi dan konsumen bidan ternyata memang berbeda secara bermakna, dimana skor konsumen bidan lebih tinggi ketimbang skor konsumen dukun bayi.

Hasil analisis yang dikaitkan dengan faktor sosio-demografi konsumen antara lain pada kelompok dengan pendidikan SD kebawah dan kelompok SMP keatas pada masing-masing konsumen terbukti bahwa pada konsumen dukun bayi perilaku kedua kelompok tersebut tidak berbeda, sedangkan pada konsumen bidan berbeda dengan nilai skor konsumen bidan lebih tinggi. Pada kelompok dengan paritas satu-dua dan kelompok paritas tiga atau lebih, ternyata baik pada konsumen dukun bayi maupun konsumen bidan kedua kelompok tersebut tidak mempunyai perilaku yang berbeda. Pada kelompok dengan pendapatan perkapita diatas dan dibawah garis kemiskinan, baik pada konsumen dukun bayi maupun konsumen bidan mempunyai perbedaan nilai skor perilaku yang bermakna, dimana skor lebih tinggi pada kelompok dengan pendapatan perkapita diatas garis kemiskinan.

Dari seluruh hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa secara umum perilaku konsumen dukun bayi memang berbeda dengan perilaku konsumen bidan dalam hal perawatan antenatal care, postnatal care, keluarga berencana dan imunisasi. Faktor sosiodemografi yang ternyata juga mempengaruhi perbedaan perilaku adalah faktor pendapatan perkapita dan pendidikan.

Mengingat faktor pentingnya menurunkan tingkat kematian ibu pada khususnya dan meningkatkan asuhan kesehatan ibu pada umumnya, dan juga mengingat masih banyaknya pelayanan kesehatan ibu dan anak yang tidak/belum terlayani oleh tenaga medis terlatih, terutama bagi masyarakat golongan ekonomi lemah dan berpendidikan rendah, maka peran dukun bayi sebagai salah satu sumber daya manusia, belumlah dapat dihilangkan, dan masih perlu dibina secara lebih intensif dan lebih terarah sebagai mitra kerja bidan di wilayah kerja masing-masing. Beberapa saran yang dapat penulis ajukan adalah adanya perbaikan kurikulum pelatihan dukun bayi dimana ada beberapa hal yang perlu digaris bawahi, yaitu materi yang lebih komunikatif dan waktu pelatihan yang lebih panjang agar dapat diulang-ulang oleh para dukun bayi dengan tingkat pendidikan yang rendah, serta penanaman motivasi untuk menyuluh konsumennya masing-masing. Dan bagi para pelaksana pembinaan dukun bayi untuk membina hubungan yang baik serta tidak bosan-bosan dalam membina mereka. Bagi para peneliti lain, penelitian ini perlu dikembangkan dikota-kota lain dengan analisis yang lebih mendalam.