

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia pada hakikatnya memiliki sebuah kebutuhan hidup untuk dipenuhi dalam kehidupannya. Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan manusia untuk mensejahterakan hidup. Sedangkan keinginan adalah sesuatu yang ingin dipenuhi terhadap suatu barang ataupun jasa yang ingin dipenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia memerlukan barang dan jasa. Barang ataupun jasa yang dibutuhkan tiap individu itu berbeda-beda. Wanita memiliki kebutuhan yang berbeda dengan laki-laki. Mereka membutuhkan barang tertentu untuk merawat dan menjaga tubuh maupun penampilan.

Salah satu kebutuhan yang harus dipenuhi adalah kebutuhan personal (*personal needs*) yang merupakan bagian pertama dari tingkatan kebutuhan fisiologis menurut Abraham Maslow, yaitu kebutuhan toiletries yang bagi wanita mencakup kebutuhan akan pembalut ketika menstruasi. Menstruasi merupakan aktifitas biologis yang terjadi pada wanita secara berkala sehingga kebutuhan akan menstruasi pun harus dipenuhi dengan baik.

Permintaan akan kebutuhan pembalut yang terus menerus ada, membuat industri pembalut wanita di Indonesia sangat berkembang pesat. Terbukti dari kemunculannya berbagai jenis merek pembalut wanita. Hal ini dikarenakan oleh jumlah pertumbuhan wanita di Indonesia yang besar. Menurut publikasi badan pusat statistik february 2022, jumlah penduduk Indonesia berdasarkan hasil sensus ini adalah sebanyak 273.879.750 jiwa. yang terdiri dari 137 871,1 laki-laki dan

134 811,5 perempuan. Hal tersebut dimanfaatkan oleh produsen untuk memproduksi pembalut wanita. Sehingga terdapat banyak merek pembalut yang beredar di pasaran.

Banyaknya merek pembalut wanita menjadikan persaingan antar produsen semakin bersaing. Produk yang berkualitas dan memiliki citra yang baik merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan. Citra merek itu sendiri memiliki arti sebagai sebuah upaya pengelolaan suatu merek agar mendapatkan kesan baik dan positif di mata konsumen. Citra terhadap suatu merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan konsumen terhadap suatu merek tertentu. Merek yang memiliki citra baik akan dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang mereka inginkan. Merek yang baik adalah apabila suatu merek mampu memenuhi harapan konsumen atau lebih dari harapan konsumen tersebut.

Label halal sangat penting dalam memilih suatu produk karena dengan adanya label halal suatu produk akan terjamin dari zat yang diharamkan dalam Islam. Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah lembaga yang berwenang menjamin kehalalan suatu produk. MUI dibantu oleh lembaga LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia).

Di Indonesia sendiri banyaknya konsumen muslim dan dimanfaatkan oleh produsen untuk memproduksi produk yang berlabel halal. Hal ini menjadikan fenomena label halal semakin banyak dipasaran. Diantaranya adalah produk pembalut berlabel halal.

Produk pembalut yang di jual di pasaran sebagian sudah mencantumkan label halal pada kemasannya. Salah satunya adalah produk pembalut merek Softex. Dikutip dari LPPOM-MUI hanya terdapat dua merek pembalut yang berlabel halal yaitu charm dan softex. Sementara merek lain seperti laurier, kotex, dan protex tidak memiliki label halal. Disisi lain merek softex telah memiliki sertifikat halal dari MUI sejak tahun 2017.

Softex Indonesia adalah sebuah perusahaan yang memproduksi pembalut bagi kebutuhan dasar wanita. Awalnya PT. Softex Indonesia bernama PT. Mozambique yang telah berdiri sejak tahun 1976. Sejak itu pula, perusahaan Softex menjadi sebuah perusahaan consumer goods yang sangat terkemuka dinegara khatulistiwa ini. PT. Softex Indonesia bertekad menciptakan produk yang dapat memperbaiki kualitas hidup keluarga Indonesia dengan mengembangkan beranekaragam produk kebutuhan bagi bayi, remaja, dewasa hingga orang tua.

Persaingan pasar industri pembalut wanita mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan meningkatnya jumlah wanita usia subur dari tahun ke tahun. Kaum wanita menjadi salah satu peluang bisnis yang berpengalaman dan sangat potensial bagi yang ingin terjun di dunia bisnis. Sebab, kebutuhan wanita jauh lebih banyak dan bderagam dibanding pria. Selain itu, pesatnya pertumbuhan wanita di Indonesia yang membuat para produsen berlomba mengeluarkan berbagai produk untuk dijual ke pasaran.

Dalam industri pembalut wanita di Indonesia terdapat lima merek yang menduduki tempat teratas dilihat dari kinerja produk tersebut, yaitu ada Charm, Laurier, Softex, Kotex, dan Protex. Dapat dilihat pada kategori perawatan pribadi

wanita brand softex memegang pasangsa pasar nomer tiga. Hal ini berdasarkan Top Brand Award yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1

Top Brand Indeks 2022

Merek	2019	2020	2021	2022
Charm	40.0%	42.4%	40.4%	45.2%
Lauliyer	38.0%	31.7%	30.5%	27.0%
Softex	12.4%	10.2%	15.2%	14.5%
Protex	3.7%	6.5%	2.3%	4.1%
Kotex	2.4%	3.4%	4.4%	3.8%

Sumber: (Top brandaward 2022)

Dilihat dari tabel 1.2 diatas terlihat Merek softex tetap stagnan di posisi ketiga selama 4 tahun terakhir. Berdasarkan data TBI penjualan tiap tahun, softex mengalami fluktuasi penjualan produk mereka. Pada tahun 2020 softex mengalami penurunan penjualan hanya memiliki presentase penjualan sebesar 10.2%. sedangkan pada tahun 2021 penjualan softex mengalami kenaikan hingga 15.2%. Meski akhirnya mengalami penurunan kembali di tahun 2022 sebesar 14.5%. Dari data TBI tersebut dapat disimpulkan bahwa merek softex mengalami fluktuasi penjualan setiap tahunnya dan hanya mampu berada di posisi ketiga. Softex mengalami kesulitan dalam bersaing di pasaran ini dibuktikan sejak saat merek Laurier dan Charm masuk dalam persaingan industri pembalut wanita, maka sejak saat itu juga pangsa pasar produk Softex pun terus turun, walaupun sampai sekarang Softex masih tetap melekat akrab dalam ingatan masyarakat sebagai produk yang dianggap dapat menjadi icon dari produk pembalut wanita.

Saat ini, minat beli konsumen terhadap Softex menurun dan sudah digeser oleh merek Charm dan Laurier. Meskipun begitu, sampai saat ini Softex tetap

berada dalam pikiran masyarakat yakni saat konsumen hendak berbelanja pembalut, mereka lebih menyebut “Softex” dibanding pembalut.

Sebelum membeli pembalut sudah tentu konsumen akan berpikir lebih dahulu dalam mengambil suatu keputusan sebelum pada akhirnya timbul rasa minat dalam membeli suatu produk. Minat dalam membeli akan membentuk persepsi yang tertanam kuat dibenak konsumen. Hal ini dikarenakan minat beli merupakan suatu kondisi yang menyebabkan individu akan mempertimbangkan atau membuat keputusan untuk memilih sebuah produk. Ketidak puasan konsumen akan suatu merek timbul karena suatu pengharapan mereka tidak akan sama dibanding kinerja yang diterima dari pemasar. Ketidak puasan inilah yang dapat mengubah sikap serta minat untuk membeli dalam masa konsumsi berikutnya.

Untuk mengungkapkan fenomena minat beli pembalut di kota Padang maka dilakukan survey awal mengenai minat beli kepada 20 wanita, di mana hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2

Fenomena Minat beli konsumen pembalut merek softex

No	Pernyataan	Presentase %			
		Setuju		Tidak Setuju	
		Jumlah (Orang)	%	Jumlah (Orang)	%
1	Saya tertarik untuk membeli pembalut merek softex karena tersedia banyak varian produk	9	45	11	55
2	Saya bersedia merekomendasikan pembalut merek softex kepada orang lain	7	35	13	65
3	Saya memilih produk pembalut softex dalam memenuhi kebutuhan saya akan pembalut	8	40	12	60
4	Pembalut merek softex lebih menarik perhatian saya	5	25	15	75
5	Saya menanyakan informasi produk pembalut merek softex kepada orang yang sudah menggunakannya	10	50	10	50
Rata-rata			39		61

Sumber: Survei Awal Pembalut merek softex 2022

Untuk melihat bagaimana minat beli pada produk pembalut merek softex maka dilakukanlah survei awal. Dari tabel 1.2 survei awal yang tertarik untuk membeli produk merek softex dapat dilihat bahwa mahasiswi yang menjawab tidak 11 orang (55%), kemudian 13 orang (65%) yang bersedia merekomendasikan produk pembalut merek softex kepada orang lain berdasarkan rekomendasi merek. Selanjutnya dari segi pemilihan produk berdasarkan pemilihan untuk memenuhi kebutuhan sebanyak 12 orang (60%) yang mengatakan tidak. Kemudian sebanyak 15 orang (75%) yang memilih produk merek softex atas ketertarikan konsumen dalam memilih produk pembalut merek softex dalam minat pembelian produknya. Kemudian 10 orang (50%) yang menanyakan informasi produk untuk mengetahui informasi mengenai produk kepada orang yang sudah menggunakan produk tersebut. Hal ini mengindikasikan

dengan banyaknya pernyataan tidak setuju dari wanita pemakai produk pembalut di kota Padang, sehingga dapat mempengaruhi minat pembelian produk.

Hasil penelitian tentang "Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pebelian Batik Di Pekalongan" (Nulufi dan Murwartiningsi, 2015). "Pengaruh Pencantuan Label Halal Pada Kemasan Mie Instan Terhadap Minat Pembelian Masyarakat Muslim (studi kasus pada mahasiswa Universitas Al-Washliyah,medan)" (Rambe dan Afifudin, 201). "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen studi kasus pada Wall's Conello" (Agustian dan Sujana, 2013).

"Pengaruh Citra Merek dan Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Thermometer Digital Flexitemp One Med di Surabaya.

Penelitian Lahay, S. I., & Wolok, T. (2020). dengan judul Pengaruh citra merek terhadap niat beli produk pembalut wanita merek softex. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk pembalut wanita merek *softex*. Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa variabel Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk pembalut merek softex, serta besarnya kontribusi variabel Citra Merek dalam mempengaruhi variabel minat beli. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Citra Merek Terhadap Miat Beli Produk pembalut wanita merek *softex* di kota Padang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ali et al (2018) dengan judul penelitian *Antecedents of consumers Halal Brand purchase intention; an integrated approach*. Penelitian ini bertujuan untuk menguraikan hubungan antara merek persepsi kualitas, citra merek halal, kepuasan merek halal, kepercayaan

merek halal, loyalitas merek halal, dan niat beli. Hasil empiris menunjukkan bahwa citra merek halal, kepuasan merek halal, kepercayaan merek halal, loyalitas merek halal, secara signifikan mempengaruhi minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui informasi ilmiah mengenai bagaimana pengaruh *brand image*, dan labelisasi halal terhadap minat pembelian produk. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian ini difokuskan pada wanita yang berminat beli pada produk pembalut merek softex sebagai populasi dan sampel penelitian. Mengingat wanita dapat memahami *brand image* (citra merek), dan labelisasi halal produk tersebut. Atas dasar tersebut maka judul dalam penelitian ini adalah" **Pengaruh *Brand Image*, dan Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Pembalut Merek Softex di Kota Padang**"

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang diatas, untuk mempermudah penyusunan kerangka pemikiran dan pembahasan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya fenomena labelisasi halal pada berbagai produk termasuk produk pembalut merek softex.
2. Adanya penurunan penjualan penjualan produk pembalut merek softex.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh brand image terhadap minat beli produk pembalut merek softex?
2. Bagaimnakah pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli produk pembalut merek softex?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh brand image terhadap minat beli produk pembalut merek softex.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh labelisasi halal terhadap minat beli produk pembalut merek softex.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Praktis

Bagi perusahaan, sebagai saran dan pertimbangan dalam melakukan pengembangan serta inovasi produknya dari sisi citra merek (*brand image*) dan labelisasi halal. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam menentukan minat pembelian suatu produk serta meningkatkan profitabilitas atas terjadinya penjualan oleh karena adanya minat pembelian yang tinggi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan, evaluasi dan tambahan informasi dalam proses pengambilan kebijakan bagi perusahaan.

2. Akademis

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan masukan bagi pihak-pihak terkait, seperti konsumen, penjual dan pembaca serta sosialisasi pada masyarakat agar masyarakat lebih mengetahui dan memahami bagaimana konsep

konsep dalam bidang manajemen pemasaran khususnya pengaruh brand image, dan labelisasi halal terhadap niat pembelian produk pembalut merek softex serta memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi yang diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi pembaca maupun para konsumen.