

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan setiap individu terhadap produk berbeda-beda, kebutuhan wanita lebih banyak dibandingkan dengan pria, sehingga konsumen wanita seringkali menjadi target pemasar untuk menawarkan suatu produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Seperti alat-alat kecantikan sampai hal yang paling pribadi yakni pembalut. Pembalut merupakan produk yang sangat dibutuhkan bagi wanita yang sudah mengalami fase pubertas. Fase pubertas atau biasa juga disebut haid merupakan perubahan fisiologis yang terjadi pada wanita yang dipengaruhi oleh hormon *FSH-Estrogen* atau *LH-Progesteron*. Siklus haid ini dialami oleh wanita pada saat usia produktif.

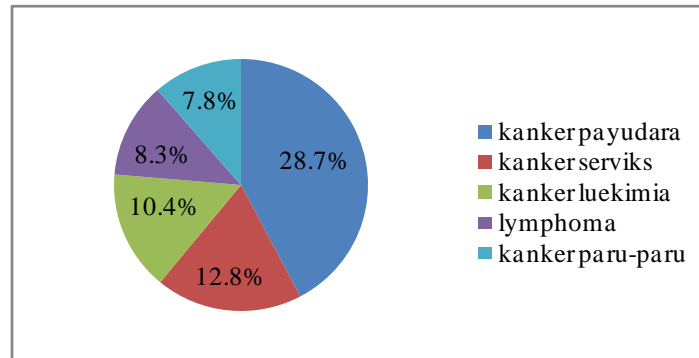
Wanita saat ini mudah terjangkit penyakit yang berhubungan dengan daerah kewanitaan, untuk itu para wanita membutuhkan pembalut yang nyaman dan aman ketika mereka sedang haid. Wanita yang sudah haid kerap terserang masalah kewanitaan yang ditimbulkan oleh jamur dan bakteri, ini disebabkan oleh kandungan *dioxin* yang merupakan senyawa dari proses daur ulang pembalut wanita. Baru-baru ini terdengar isu bahwa pembalut yang beredar dipasaran memiliki kandungan *dioxin* yang dihasilkan dari proses daur ulang. (<http://bahayadioksinpadapembalut.blogspot.com>)

Pembalut wanita adalah produk sekali pakai, karena itulah para produsen terkadang mendaur ulang bahan baku kertas bekas dan *pulp* kemudian menjadikannya bahan dasar pembalut wanita untuk menghemat biaya produksi. Bahan bakunya yang dipakai tersebut mulai dari kertas koran, kardus, karton bekas, pasti penuh dengan bakteri dan kuman-kuman, serta bermacam pewarna sintetis, dan berbau. Saat proses daur ulang pastinya banyak bahan-bahan kimia mengandung *khlor* yang digunakan untuk proses pemutihan bahan baku, untuk proses sterilisasi kuman-kuman serta untuk menghilangkan bau pada bahan baku hasil daur ulang. Metabolisme dan daya tahan tubuh wanita berbeda-beda, sehingga efek zat *dioxin* pun ada yang langsung terasa, ada pula yang setelah beberapa lama baru menimbulkan dampak penyakit yang sangat berbahaya.

Banyak wanita terjangkit infeksi saluran kewanitaan disebabkan oleh pemakaian pembalut yang tidak berkualitas. Jika seorang wanita terjangkit infeksi saluran kewanitaan sejak usia 20 tahun, maka sedikitnya 6 tahun hidupnya akan dihabiskan untuk pengobatan dan perawatan infeksinya (<http://bahayadioksinpadapembalut.blogspot.com>). Meskipun isu ini belum ada pembuktiaanya, namun wanita perlu memilih produk yang aman agar dapat mengurangi resiko kanker *serviks* yang semakin banyak menjangkit para wanita.

Kementerian Kesehatan (Kemkes) Republik Indonesia mencatat dari sekian banyak kanker yang menyerang penduduk Indonesia, kanker payudara dan kanker leher rahim (*serviks*) tertinggi kasusnya di seluruh Rumah Sakit (RS).

Berikut merupakan data kanker yang tercatat di Kementerian Kesehatan yang terjadi di Indonesia :



Gambar 1.1
Jumlah Penderita Kanker Di Indonesia
 Sumber :[http:// www.beritasatu.com](http://www.beritasatu.com)

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa kanker payudara dan kanker *serviks* merupakan kanker tertinggi yang menyerang penduduk di Indonesia. Kemudian disusul oleh kanker *leukimia*, *lymphoma* dan kanker paru-paru. Menurut WHO, Indonesia merupakan negara dengan penderita kanker mulut rahim nomor 1 di dunia, dan 62% salah satunya diakibatkan oleh penggunaan produk pembalut yang tidak berkualitas.

Menjaga kesehatan sangat penting dilakukan agar terhindar dari berbagai macam penyakit. Pembalut merupakan kebutuhan pokok bagi kaum wanita, untuk itu kaum wanita harus teliti dan cermat dalam memilih pembalut yang sehat dan aman. Bagi pelaku bisnis khususnya perusahaan yang bergerak di bidang pembalut wanita, isu hadirnya bahan berbahaya dalam kandungan produknya dapat mengancam produk yang dimilikinya, untuk itu perusahaan kini berlomba-lomba memproduksi pembalut wanita yang aman bagi

kesehatan wanita. Di Indonesia sendiri banyak sekali pilihan produk pembalut wanita diantaranya, Charm, Lurier, Softex, Kotex, dan masih banyak lainnya. Berkembangnya produk-produk pembalut ini menjadi peluang bagi PT Avail Elok Indonesia untuk masuk pada sektor bisnis ini dengan menawarkan pembalut yang berbeda dengan produk pembalut lainnya. PT Avail Elok Indonesia menawarkan produk pembalut dengan ekstrak herbal di dalamnya. Pembalut herbal ini menawarkan berbagai manfaat yang dapat mengatasi masalah kewanitaan. Pembalut ini memiliki beberapa jenis yaitu pembalut untuk beraktivitas pada siang hari, malam hari dan *pantyliner*. Pembalut herbal ini dibuat dengan menggunakan Bio Teknologi dan mengandung 17 macam herbal alami yang berfungsi sebagai antiseptik, bebas bahan kimia berbahaya, bebas zat *dioxin*, serta mengatasi berbagai masalah kewanitaan.

Produk-produk PT Avail Elok Indonesia yang dikenal dengan Avail FC Bio Sanitary Pad ini memang kurang familiar, karena promosi yang dilakukan oleh perusahaan terbatas pada media komunikasi seperti internet, WOM (*Word Of Mouth*) dan brosur. Jangkauan distribusi pada pembalut ini pun juga terbatas tidak bisa didapatkan di minimarket ataupun warung kecil, pembalut ini dapat ditemukan hanya di apotek, *supermarket*, atau agen. Berikut ini merupakan produk pembalut wanita herbal Avail FC Bio Sanitary Pad :

Tabel 1.1
Jenis Produk dan Harga Avail FC Bio Sanitary Pad

Nama Produk	Harga dan Isi kemasan
<i>Pantyliner</i> 	1 pack (isi 20 pcs) Harga = Rp. 30.000/bungkus
Pembalut <i>Day Use</i> 	1 pack (isi 10 pcs) Harga = Rp. 34.000/bungkus
Pembalut <i>Night Use</i> 	1 pack (isi 10 pcs) Harga = Rp. 37.500/bungkus

Sumber : avail.pembalutherbal.com, 2014

Harga produk pembalut wanita herbal ini memang lebih mahal dibandingkan dengan pembalut biasa, karena memiliki kandungan yang berbeda dibandingkan dengan produk pembalut wanita biasa. Selain mengobati gangguan penyakit kewanitaan pembalut herbal ini juga berfungsi melancarkan datang bulan, membuang angin, mencegah timbulnya kista, kanker, tumor, dan sebagainya, juga dapat meningkatkan keharmonisan rumah tangga. Perbandingan pembalut biasa dengan pembalut herbal dapat dilihat seperti tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Perbandingan Pembalut biasa dengan Avail FC Bio Sanitary Pad

Perbandingan	Pembalut Biasa	FC Bio Sanitary Pad
Teknologi	Biasa	Bio – Teknologi
Deorized	Tidak ada	Ada (Nyaman)
Rasa	Panas setelah lama dipakai	Sejuk, nyaman dan tidak ada rasa gatal
Material	Kertas bekas atau serbuk kayu	100% cotton (kapas)
Nilai Ph	Acid (asam)	Netral, sehingga menghindari kesensitifan kulit
Bleaching	Mengandung zat pemutih, florescence dan zat <i>dioxin</i> yang menyebabkan kanker rahim, kanker payudara, kista, myom, dll	Tidak ada
Kandungan atau Fungsi	Untuk menahan kebocoran saja	Menahan kebocoran, antiseptik, mengandung herbal, mengatasi masalah wanita
Hak Paten	Tidak ada	Hak paten selama 20 tahun
Polis Asuransi	Tidak ada	Ada (8 milyar rupiah)
Daya serap	1x	3x dari pembalut biasa dan cepat

Sumber : <http://www.availlok.co.id>, 2014

Dapat dilihat pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa produk ini memiliki kelebihan dibandingkan dengan produk pembalut biasa seperti bahan material yang ada pada produk ini adalah terbuat dari 100% kapas sedangkan pada pembalut biasa bahan material terbuat dari kertas bekas atau serbuk kayu. Selain PT Avail Elok Indonesia terdapat beberapa perusahaan yang juga memproduksi pembalut herbal yang tentunya menjadi pesaing bagi Avail FC Bio Sanitary Pad, seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.3 Daftar Pesaing

Produk	Keterangan	
Netesh		Pantyliner 1 Pack (isi 20 pcs) Harga = Rp. 32.000/bungkus
		Pembalut All Day 1 Pack (isi 10 pcs) Harga = Rp. 34.000/bungkus
		Pembalut Overnight 1 Pack (isi 10 pcs) Harga = Rp. 45.000/bungkus
S-co		Pantyliner 1 pack (isi 20 Pcs) Harga = Rp 35.000/bungkus
		Pembalut Day Use 1 pack (isi 10 pcs) Harga = Rp35.000/ bungkus
		Pembalut Night Use 1 pack (isi 8 pcs) Harga= Rp35.000/ bungkus
Anion		Pantyliner 1 pack (isi 30 pacs) Harga= Rp 70.000/bungkus Bonus 1 alat tes pribadi (tes kanker serviks)
		Pembalut Day 1 pack (isi 10 pcs) Harga= Rp 60.000/bungkus Bonus 1 alat tes pribadi (tes kanker serviks)
		Pembalut Night 1 pack (isi 8 pcs) Harga= Rp 60.000/bungkus Bonus 1 alat tes pribadi (tes kanker serviks)

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2014

Produk-produk dari PT Avail Elok Indonesia ini menjawab keluhan masalah kesehatan dengan menawarkan beberapa produk yang baik untuk kesehatan. Tidak hanya produk wanita namun juga bagi kaum pria. Produk-produk dari PT Elok Indonesia ini pun sekarang banyak diminati oleh konsumen, dapat dilihat penjualan khusus untuk produk Avail FC Bio Sanitary Pad dibawah ini:

Tabel 1.4
Data Penjualan Di Bandar Lampung Avail FC Bio Sanitary Pad
Tahun 2012-2014

Bulan	Tahun 2012 (Rp)	Perubahan %	Tahun 2013 (Rp)	Perubahan %	Tahun 2014 (Rp)	Perubahan %
Januari	-		191.629.000	0	451.728.000	0
Februari	-		332.020.000	73,3	391.272.000	-13,4
Maret	-		365.379.000	10	339.189.000	-13,3
April	-		360.985.000	-1,2	361.376.000	-6,5
Mei	-		355.230.000	-1,6	356.927.000	-1,2
Juni	-		122.620.000	-65,5	171.420.000	-52
Juli	-		351.528.000	186,7	6.940.000	-96
Agustus	73.840.000	0	489.953.000	39,4	392.740.000	5559,1
September	182.335.000	146,9	210.540.000	-57	575.590.000	46,6
Oktober	165.983.000	-9	221.570.000	5,2	-	
November	195.429.000	17,7	425.689.000	92,1	-	
Desember	321.685.000	64,6	421.510.000	-1	-	
Rata-rata	187.854.400		320.721.083		338.575.778	

Sumber : PT Avail, Center Lampung, 2014

Tabel 1.4 menunjukan bahwa penjualan pada tahun 2012 mengalami penurunan pada Bulan Oktober yakni senilai 9% , dan untuk Bulan November dan Desember cenderung meningkat yakni masing-masing senilai 17.7% dan 64%. Tahun 2013, Bulan Juni mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan yakni mencapai 65,5% sedangkan pada Bulan November penjualan mengalami peningkatan senilai 92,1 %. Tahun 2014 merupakan tahun yang

mengalami penurunan cukup besar yakni pada Bulan Juni senilai -96 %, hal ini dikarenakan perpanjangan izin edar. Kesempatan ini menjadi peluang bagi kompetitor lain untuk mengambil pangsa pasar Avail FC Bio Sanitary Pad. Meskipun demikian setelah masalah internal pulih kembali penjualan Avail FC Bio Sanitary Pad justru mengalami peningkatan yang signifikan pada Bulan September yakni senilai 5559,1%. Tabel tersebut juga menunjukkan peningkatan rata-rata penjualan dari tahun 2012-2014, dimana pada tahun 2012 rata-rata penjualan setiap bulannya mencapai Rp187.854.400, dan meningkat menjadi Rp320.721.083 rata-rata perbulan pada tahun 2013, kemudian ditahun 2014 meningkat menjadi Rp338.575.778.

Dapat disimpulkan bahwa meskipun banyak kompetitor yang menjadi pesaing Avail FC Bio Sanitary Pad, produk ini tetap dipersepsikan baik oleh konsumen, terlihat dari meningkatnya jumlah penjualan produk Bio Sanitary Pad, sehingga mereka tidak memiliki keinginan untuk berpindah merek.

Suatu produk yang dipersepsikan unggul atau memiliki manfaat lebih dari produk lainnya dan meraih penjualan yang tinggi dapat dikatakan berhasil. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk merupakan salah satu faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasikan, mengolah dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama bisa dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi adalah proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan tayangan sensorik mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka (Robbins, 2013).

Goestech dan Davis dalam Tjiptono (2000) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Rangkuti dalam Putra (2014) Persepsi akan kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan. Persepsi kualitas konsumen terhadap produk atau jasa akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk atau jasa. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuznizal dan Hazisma (2013) menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas produk akan semakin tinggi pula dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Garvin dalam Tjiptono (1998) produk memiliki delapan dimensi kualitas yaitu, *performace, features, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetic* dan *Perceived quality*.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter dan Olson,1996). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan konsumen yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap harinya, hal ini mendorong perusahaan untuk meneliti mengenai keputusan pembelian secara lebih rinci. Bagi konsumen produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka akan dipilih atau dibeli. Sebelum melakukan suatu keputusan pembelian biasanya konsumen menilai kualitas suatu produk dari informasi yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Persepsi positif terhadap kualitas produk akan merangsang perilaku konsumen sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian.

Beredarnya isu bahwa pembalut yang ada dipasaran mengandung zat *dioxin* yang dapat menyebabkan terserangnya penyakit kanker *serviks*, membuat konsumen seharusnya lebih cermat lagi memilih produk sebelum memutuskan membeli produk pembalut. Avail FC Bio Sanitary Pad merupakan produk yang menawarkan pembalut yang baik untuk kesehatan. Bahan-bahan herbal yang terkandung dalam pembalut ini merupakan suatu keunggulan dari produk ini untuk menghasilkan produk yang berkualitas, terutama bagi kesehatan. Meskipun demikian kesadaran akan kesehatan khususnya wanita akan bahaya dari kanker *serviks* masih kurang, hal ini dapat dilihat dari gambar 1.1 yang menyatakan bahwa kanker *serviks* merupakan kanker tertinggi yang menyerang penduduk khususnya di Indonesia.

Berdasarkan pemaparan diatas peneliti ingin mengetahui apa yang melatarbelakangi konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian berdasarkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk Avail FC Bio Sanitary Pad, meskipun harga yang ditawarkan produk ini juga lebih mahal

dibandingkan dengan pembalut biasa. Maka, peneliti tertarik untuk membahas mengenai **“Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Produk Avail FC Bio Sanitray Pad di Bandar Lampung).**

1.2 Rumusan Masalah

Bagi konsumen produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka akan dipilih atau dibeli. Sebelum melakukan suatu keputusan pembelian biasanya konsumen menilai kualitas suatu produk dari informasi yang telah mereka dapatkan sebelumnya. Persepsi positif terhadap kualitas produk akan merangsang perilaku konsumen sebelum akhirnya melakukan keputusan pembelian. Konsumen juga seringkali mempersepsikan bahwa produk dengan harga yang lebih mahal memiliki kualitas yang baik dari produk lainnya.

Setiap wanita akan selalu membutuhkan pembalut pada saat mengalami datang bulan, apalagi bagi wanita karier yang memiliki aktivitas yang padat ditambah dengan masalah daerah kewanitaan yang akan menghambat kinerjanya. Tentunya mereka akan mencari pembalut yang cocok bagi masalah yang dihadapinya. Beredarnya isu bahwa pembalut yang ada dipasaran mengandung zat *dioxin* yang dapat menyebabkan terserangnya penyakit kanker *serviks*, konsumen seharusnya lebih cermat lagi sebelum memutuskan membeli produk pembalut. Kesadaran akan kesehatan khususnya wanita akan bahaya dari kanker *serviks* di Indonesia masih kurang, hal ini dapat dilihat dari gambar 1.1 yang menyatakan bahwa kanker *serviks*

merupakan kanker tertinggi kedua yang menyerang penduduk khususnya di Indonesia.

Avail FC Bio Sanitary Pad merupakan produk yang menawarkan pembalut yang baik untuk kesehatan, karena mengandung berbagai macam bahan-bahan herbal yang dipercaya dapat mengurangi resiko kanker *serviks* dan berbagai masalah kewanitaan lainnya. Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin mengetahui apa yang melatarbelakangi konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian berdasarkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk Avail FC Bio Sanitary Pad, walaupun harga yang ditawarkan produk ini juga lebih mahal dibandingkan dengan pembalut biasa. Maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah *apakah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Produk Avail FC Bio Sanitary Pad di Bandar Lampung)*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Produk Avail FC Bio Sanitary Pad di Bandar Lampung).

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi :

1. Perusahaan

Penelitian yang dilakukan diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan-perusahaan dibidang produk pembalut herbal dalam rangka mempertimbangkan untuk menetapkan kebijakan pemasaran produknya.

2. Peneliti

Memberikan kontribusi bagi pemikiran untuk memperluas cakrawala berpikir dalam bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan dengan persepsi kualitas terhadap keputusan melakukan pembelian.

3. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi, bahan pertimbangan, serta sebagai tambahan pengetahuan bagi para peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dalam bidang ini.

1.5 Kerangka Pemikiran

Pemahaman tentang konsumen dan proses konsumsi akan menghasilkan manfaat bagi perusahaan untuk membantu mengambil keputusan dalam menciptakan suatu barang dan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Perilaku konsumen menurut Mowen dan Minor (2001) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

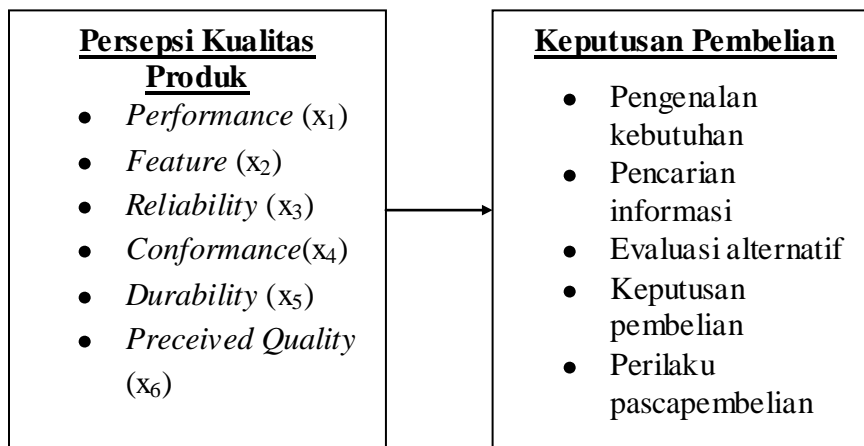
Persepsi adalah proses dimana individu mengorganisasikan dan menafsirkan tayangan sensorik mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka Robbins (2013). Menurut Ranguti dalam Putra (2014) Persepsi akan kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan berkaitan dengan maksud yang diharapkan. Menurut Garvin dalam Tjiptono (1998) produk memiliki delapan dimensi kualitas yaitu, *performace, features, reliability, conformance, durability,*

serviceability, *aesthetic* dan *perceived quality*. Pada Penelitian ini peneliti hanya mengambil 6 dimensi untuk mengukur persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian, yaitu :

1. *Performace* (Kinerja), merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini manfaat atau khasiat produk yang kita beli.
2. *Features* (Fitur produk), Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
3. *Reliability* (Keandalan), Dimensi keandalan adalah peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
4. *Conformance*, adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk.
5. *Durability*, Daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak.
6. *Perceived quality*, Ini menyangkut penilaian konsumen terhadap citra, merek atau iklan.

Produk dengan kualitas yang baik dan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dapat mendorong mereka melakukan keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Suprapti (2010) menyatakan bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat dilihat dari beberapa faktor seperti kualitas bahan, kualitas produk, keandalan dan fitur. Penelitian tersebut juga menyatakan bahwa semakin tinggi persepsi kualitas maka akan mengakibatkan semakin tingginya kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter dan Olson,1996).



Gambar 1.2 Kerangka Penelitian

Sumber: Tjiptono,1998, Kotler dan Armstrong,2008

1.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah persepsi kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Avail FC Bio Sanitary Pad di Bandar Lampung.