

PENGARUH *BR-AND IMAGE* DAN LABELISASI HALAL TERHADAP MINAT BELI PRODUK PEMBALUT MEREK SOFTEX DI KOTA PADANG

(Studi Kasus Wanita Yang Berminat Membeli Pembalut Merek Softex di Kota Padang)

Putri Hafizah¹ , Irda, SE.,M.A²

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email : putrihafizah040@gmail.com, irda@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

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. [1]

Permintaan akan kebutuhan pembalut yang terus menerus ada, membuat industri pembalut wanita di Indonesia sangat berkembang pesat. Terbukti dari kemuncula-

nya 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.[2] 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 dimata 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 di bantu oleh lembaga LPPOMMUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia).

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.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian/metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono(2017) metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme.[4] Metode ini memiliki beberapa kriteria yaitu berguna untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini berlokasi di kota Padang. Objek dalam penelitian ini adalah konsumen wanita yang berminat membeli produk pembalut merek softex yang berada di kota Padang. Dengan jumlah sampel

yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah minimal 60 responden. Untuk mendapatkan sampel dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode purposive sampling, yaitu Teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang di tetapkan oleh peneliti, sebagai berikut 1) berusia >17 tahun, 2) beragama islam, 3) berdomisili di kota Padang.

Teknik analisis data yang digunakan uji dengan menggunakan metode analisis meliputi: Measurement Model Assessment, Analisis Deskriptif, R Square, dan Structural Model Assessment. Semua analisis data menggunakan bantuan program Smart PLS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji statistic

	Original sample(O)	T Statistic ((O/STDVE))	P Values	Hasil
Brand Image> Minat Beli	0,604	7,161	0,000	H1 diterima
LabelHalal> Minat Beli	0,272	2,944	0,003	H2 diterima

Terlihat bahwasanya pengaruh brand image terhadap minat beli memiliki nilai *original sampel* 0,604, *T statistic* sebesar 7.161 dan *P values* 0.000. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *brand image* berpengaruh positif terhadap minat beli sehingga hipotesis 1 (satu) diterima.

Selanjutnya, juga terlihat pengaruh dari label halal terhadap minat beli yang memiliki *original sample* 0,272, *T statistic* sebesar 2.944 dan *P values* 0,003 . dimana dapat disimpulkan bahwasannya label halal

berpengaruh positif terhadap minat beli sehingga hipotesis 2 (dua) diterima. Berdasarkan penelitian terdahulu dari Lahay, S. I., & Wolok, T. (2020).[3] pengaruh citra merek terhadap minat beli produk pembalut wanita merek softex. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merek memiliki pengaruh positif terhadap minat beli. Hasil penelitian lain juga menemukan bahwasannya brand image berpengaruh positif terhadap minat beli.

Selain alternative di atas, hendaknya peneliti mendatang menggunakan objek penelitian yang berbeda, sehingga dapat mengetahui lebih jelas mengenai *Brand Image* dan labelisasi halal. Bagi penelitian selanjutnya mengembangkan variabel variabel yang diteliti, karena tidak menutup kemungkinan dengan penelitian yang mencakup lebih banyak variable yang dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman dan masukan bagi para peneliti selanjutnya ataupun pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini untuk lebih mengetahui apa saja yang mempengaruhi minat beli pembalut.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa minat beli pembalut di kota padang tergolong pada kategori cukup baik dengan rata rata 3,98 dengan TCR mencapai 79,6) oleh karena itu diperlukan berbagai upaya untuk meningkatkan minat beli pada pembalut merek softex

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.

Bagi peneliti dimasa mendatang 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 minat beli produk pembalut merek softex serta memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Nurpita, S. (2020). *Teori kebutuhan Abraham Maslow Menurut Perspektif Tasawuf*
- [2] Data jumla penduduk di akses dari: https://www.google.com/search?q=badan-pusatstatistik+jumlahpenduduk+indonesia2022&rlz=1C1CHWL_idID921ID921&oq=badanpusat+statistik+jumlah+penduduk+indonesia+2022&aqs=chrome..69i57.20963j0j9&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- [3] Lahay, S. I., & Wolok, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Pembalut Wanita Merek Softex (Studi Kasus Pada Kalangan Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 45-54.

[4] Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung Alfabeta, CV.