

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Menstrual cup* merupakan alat berbentuk cangkir dengan bahan silikon yang digunakan sebagai pengganti penggunaan pembalut konvensional pada perempuan. Fungsinya adalah untuk menampung darah menstruasi, bukan menyerapnya seperti fungsi pada pembalut. *Menstrual cup* adalah produk yang ramah lingkungan karena dibuat tanpa bahan pewangi ataupun pemutih, serta dapat digunakan kembali secara berulang-ulang selama 10 tahun, tanpa menimbulkan sampah atau limbah yang masif seperti pembalut sekali pakai. Cara penggunaan *menstrual cup* adalah dengan memasukkan alat tersebut ke dalam saluran vagina atau alat kelamin perempuan ketika masa menstruasi tiba. Ketika darah yang ditampung di dalam *cup* sudah hampir penuh, *menstrual cup* dapat dikeluarkan dan digunakan kembali dengan cara membilasnya terlebih dulu sebelum akhirnya digunakan kembali.

Produk ini dapat digunakan paling lama 12 jam di dalam tubuh per sekali pakai. Ketika siklus atau masa menstruasi telah selesai, maka *menstrual cup* perlu untuk disterilisasi dengan cara direbus. Penggunaan *menstrual cup* ini dapat mengurangi produksi limbah pembalut bekas sekali pakai. Efeknya bukan hanya pada lingkungan saja, tetapi juga pada kesehatan (karena tidak mengandung pemutih dan pewangi seperti pembalut *disposable*) dan keuangan masing-masing individu pengguna produk tersebut.

Dirangkum dari *official web* (OrganiCup Team, 2018), *OrganiCup* adalah salah satu *brand* yang memproduksi produk *menstrual cup* dengan material 100% *medical grade silicone*. Perusahaan asal Denmark ini menyediakan dua ukuran *menstrual cup* bagi penggunanya, yaitu ukuran A dan ukuran B. Ukuran A dapat menampung cairan hingga 25 ml, memiliki panjang cangkir 50 mm dengan panjang batang 15 mm dan berdiameter 40 mm, diperuntukkan bagi perempuan yang belum melahirkan secara vaginal. Ukuran B berkapasitas 30 ml, dengan

panjang cangkir 55 mm, panjang batang 15 mm dan diameter 40 mm, direkomendasikan bagi perempuan yang telah melahirkan secara vaginal.

*Sustaination*, sebuah jurnal *online* yang didirikan oleh Dwi Sasetyaningtyas untuk berbagi serta mendukung berbagai proses kegiatan *zero waste* dan pola hidup berkelanjutan. Melalui *website*, *blog* dan *instagram*, Tyas juga memberikan edukasi bagi khalayak dengan berbagi informasi terkait pola hidup *zero waste*, permasalahan sampah di Indonesia dan dunia, limbah plastik dan pembalut, serta proses pola hidup *sustainable* yang ia jalani. *Sustaination* juga merupakan penyedia resmi produk *OrganiCup* pertama dan satu-satunya di Indonesia. *Sustaination* membantu dan mempermudah perempuan Indonesia untuk menjangkau produk ramah lingkungan tersebut sekaligus menyebarkan informasi mengenai upaya mengurangi produksi limbah pembalut.

Sebelum beralih ke *menstrual cup*, ia menggunakan pembalut konvensional meskipun ia mengetahui bahwa sampah atau limbah pembalut menyumbang banyak masalah bagi lingkungan. Ia membagikan pengalamannya dalam menggunakan *mens cup*, bahwa ia membutuhkan waktu dan keberanian hingga akhirnya beralih menggunakan produk tersebut untuk mengurangi limbah pembalut. Sebelumnya, ia menyebut bahwa ia melakukan riset selama kurang lebih 1,5 tahun untuk yakin dan memantapkan diri menggunakan produk tersebut. Ia pun juga menyarankan hal yang sama pada calon konsumen untuk melakukan riset hingga benar-benar yakin, karena menurutnya '*everybody has their own time*'.

Bentuk, ukuran, dan cara penggunaan *menstrual cup* yang dapat dikatakan masih merupakan hal yang tabu bagi perempuan Indonesia, membuat timbul keraguan atau kekhawatiran untuk beralih menggunakan produk tersebut. Karena itu lah belum banyak perempuan Indonesia yang menggunakan produk *menstrual cup*, bahkan mungkin lebih banyak perempuan Indonesia yang belum mengetahui apa itu *menstrual cup*. Hal tersebut diketahui betul oleh Tyas karena ia sendiri turut merasakan kekhawatiran sebelumnya terkait penggunaan produk tersebut. Tapi hal tersebut juga sekaligus menjadi suatu tantangan bagi Tyas dalam memasarkan produk yang ia jual. Diperlukan strategi yang tepat dalam

memasarkan produk tersebut, terutama ketika produk tersebut masih asing bagi banyak perempuan Indonesia.

Mengutip Sudaryono dalam bukunya:

Suatu produk berupa barang atau jasa untuk dapat dikenal, dimengerti, dipahami dan disukai oleh masyarakat atau konsumen perlu dipasarkan. Pemasaran adalah kegiatan kelangsungan aliran barang-barang dan atau jasa-jasa dari produsen kepada konsumen atau pengguna. Sesuai dengan definisi pemasaran, yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikannya agar produk dikenal konsumen, dan mendistribusikan produk ke tempat tujuan, maka tujuan pemasaran adalah bagaimana agar barang dan jasa yang dihasilkan disukai, dibutuhkan, dan dibeli oleh konsumen. Ini berarti perhatian kita dalam pemasaran haruslah diawali dengan riset pemasaran, yaitu untuk meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen. Untuk memperoleh hasil pemasaran yang maksimum, proses pemasaran harus direncanakan melalui strategi pemasaran yang baik. Analisa lingkungan eksternal dilakukan melalui pengamatan terhadap kondisi ekonomi, lingkungan alam, tren sosial dan budaya, hukum dan perantara, dan teknologi (Sudaryono, 2014, h 320).

Bagaimana aplikasi konsep strategi pemasaran yang diterapkan *Sustaination* dalam memasarkan produk *menstrual cup* pada masyarakat Indonesia, adalah hal yang menarik untuk diteliti. Karena belum banyak yang mengenal dan terbiasa dengan produk tersebut, tentunya langkah-langkah ataupun strategi yang tepat perlu diterapkan dalam melakukan pemasaran. Pendekatan yang dilakukan terhadap calon konsumen juga diperlukan. Terutama karena konsep produk tersebut sangat lah berbeda dengan pembalut.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas, Peneliti tertarik untuk melakukan kegiatan penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Produk *Menstrual Cup* oleh *Sustaination* Sebagai Salah Satu Upaya Mengurangi Limbah Pembalut.

## 1.2 Fokus Penelitian

Sebagaimana latar belakang masalah yang terurai di atas, maka fokus pada penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk *Menstrual Cup* yang Dilakukan Oleh *Sustaination*“

### **1.3 Pertanyaan penelitian**

Berdasar pada latar belakang yang telah Penulis tuliskan, adapun pertanyaan dalam penelitian ini meliputi:

Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Sustaination* dalam memasarkan produk *menstrual cup*?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami strategi komunikasi pemasaran produk *menstrual cup* oleh *Sustaination* sebagai salah satu upaya mengurangi limbah pembalut.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pengetahuan dan masukan yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

#### **1.5.2 Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan yang menggunakan strategi komunikasi pemasaran dan bagi mahasiswa yang tertarik dengan komunikasi pemasaran dan gaya hidup *zero waste*. Selain itu Peneliti juga berharap penelitian ini dapat menjadi bahan rekomendasi bagi pihak-pihak yang melakukan kegiatan terkait pemasaran produk.