

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai perempuan, menstruasi menjadi salah satu hal yang umum dan alami terjadi khususnya bagi perempuan yang sudah melewati masa pubertas. Menstruasi yang biasa disebut juga dengan *haid* atau datang bulan merupakan suatu siklus secara periodik dimana akan terjadi pendarahan pada vagina yang dihasilkan dari lapisan dinding rahim wanita (Nurin, 2020). Selama menstruasi berlangsung, ada beberapa gejala yang cenderung dialami seperti perut dan punggung kram, keputihan, *mood* mudah berubah, reaksi sensitif pada payudara, muncul jerawat, tubuh mudah terasa lelah, dan sebagainya (Puji, 2020).

Yang paling umum terjadi pada perempuan ketika menstruasi adalah nyeri pada perut yang biasa disebut dengan nyeri haid yang kadang disertai juga dengan pegal pada bagian paha, pinggang, mulut vagina bahkan dapat disertai juga dengan sakit kepala, muntah, dan diare (Adhi, 2020). Dalam mengatasi nyeri haid terdapat diatasi dengan mengonsumsi obat pereda nyeri seperti parasetamol dan ibuprofen (Adhi, 2020). Selain mengonsumsi obat pereda sakit itu terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan juga mengatasi nyeri haid seperti : mengompres perut yang nyeri dengan air hangat; melakukan olahraga atau relaksasi seperti meditasi, yoga; memperbanyak konsumsi air putih; menghindari makanan berlemak dan minuman yang mengandung alkohol atau kafein (Adrian, 2021). Mengonsumsi jahe juga sering dilakukan karena

dipercaya sebagai pereda nyeri haid yang efektif karena sifatnya yang anti inflamasi (Fadli, 2020)

Gejala- gejala menstruasi yang sering kali tidak nyaman dirasakan oleh perempuan selama periode menstruasi juga rawan menjadikan perhatian perempuan menjadi teralihkan dari hal menjaga kebersihan organ kewanitaan mereka (Ratnasari, 2017). Menjaga kebersihan organ kewanitaan terutama saat menstruasi sangat penting untuk diperhatikan dan dilakukan dengan tepat sebagai upaya untuk menghindari masalah seperti alergi, infeksi jamur, perubahan bakteri, munculnya bau tidak sedap (Ratnasari, 2017). Kebersihan organ kewanitaan ini tidak boleh diremehkan karena jika tidak dijaga kebersihannya akan memicu masalah serius seperti infeksi pada saluran kemih, alergi hingga kanker serviks (Halodoc, 2019). Maka dari itu sebagai bagian dari kehidupan perempuan, sangat penting bagi perempuan untuk bisa memahami dengan benar pendidikan tentang menstruasi (Rahayu, 2020). Sayangnya, edukasi tentang menstruasi masih termasuk minim di Indonesia.

Tabel 4. 4 Diskusi sebelum haid pertama: Wanita
 Persentase wanita yang belum kawin umur 15-24 yang telah haid, yang diskusi haidnya dengan orang-orang tertentu sebelum haid pertama, Indonesia 2017

Orang yang diajak diskusi	Umur		Jumlah
	15-19	20-24	
Teman	59,7	53,1	57,5
Ibu	43,4	49,1	45,2
Ayah	0,7	1,3	0,9
Saudara	13,4	15,1	13,9
Keluarga	7,8	9,5	8,3
Guru	15,4	15,4	15,4
Petugas kesehatan	0,7	0,7	0,7
Pemuka agama	0,6	1,1	0,8
Lainnya	1,0	0,5	0,9
Tidak satupun	20,6	21,5	20,9
Jumlah	6.708	3.218	9.925

Gambar 1. 1 Persentase Diskusi Sebelum Haid Pertama pada Wanita

Sumber : Laporan SDKI 2017 Kesehatan Reproduksi Remaja

Hal ini didasarkan oleh data dari Lapangan Survei Demografi dan Kesehatan Reproduksi Remaja pada tahun 2017 yang menyatakan bahwa 1 dari 5 remaja perempuan Indonesia tidak mendapatkan informasi mengenai menstruasi sebelum mereka mendapatkan menstruasi pertama mereka (Rahayu, 2020). Lebih detailnya dapat dilihat dari Gambar 1.1 bahwa dengan total perempuan yang belum kawin berjumlah 9925 orang dari usia 15-24 tahun, terdapat total sebanyak 20,9 % perempuan yang tidak mendiskusikan tentang *haid* atau menstruasi dengan siapapun. Tak jarang diskusi tentang menstruasi pun masih dianggap tabu dan banyak perempuan merasa malu untuk membicarakannya sehingga enggan untuk menanyakan perihal masalah menstruasi kepada orang lain seperti orang tua maupun guru di sekolah (Putri, 2018). Padahal sangat penting untuk memberikan edukasi kepada perempuan sebagai bekal sebelum memulai menstruasi pertama kali atau biasa disebut dengan *menarche* (Tashandra, 2020).

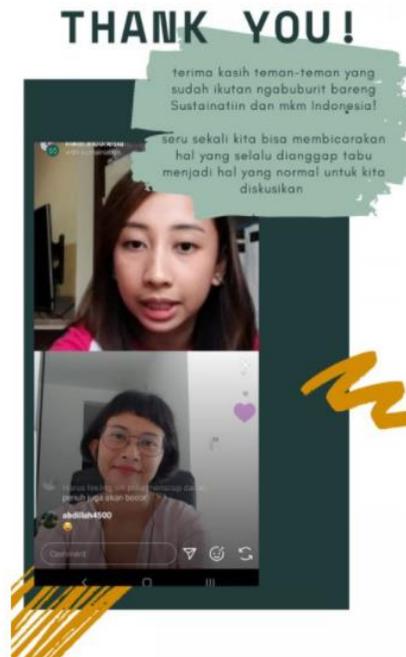
Orang tua memiliki peran penting sebagai penyalur edukasi menstruasi kepada anak. Namun berdasarkan data Plan International Indonesia pada tahun 2018 menyatakan bahwa sebanyak 63% orang tua tidak pernah menjelaskan tentang menstruasi secara utuh dan tepat kepada anak perempuannya (Kholifah, 2018). Adanya anggapan bahwa membicarakan tentang menstruasi sebagai hal yang tabu dan kurangnya kerja sama orang tua sebagai penyalur edukasi menstruasi secara utuh

menjadikan kesadaran anak perempuan dan lingkungan terhadap Manajemen Kebersihan Menstruasi (MKM) atau biasa disebut juga *Menstrual Hygiene Management* masih tergolong sangat rendah (Kholifah, 2018).

Dikutip dari buku Panduan Manajemen Kebersihan Menstruasi bagi Guru dan Orang Tua, Manajemen Kebersihan Menstruasi (MKM) merupakan sebuah pengelolaan kebersihan dan kesehatan pada perempuan ketika mengalami menstruasi. Manajemen Kebersihan Menstruasi sangat penting untuk diterapkan karena faktanya masih banyak anak perempuan yang belum benar-benar memahami tentang menstruasi yang sebenarnya merupakan suatu proses biologis yang normal dan baru mengetahuinya pada saat mereka pertama kali menstruasi (Rokom, 2017). Pada buku panduan ini juga menerangkan Manajemen Kebersihan Menstruasi ini tidak hanya meliputi tentang penyediaan fasilitas saja, namun juga tentang edukasi tentang apa itu menstruasi sendiri, bagaimana proses terjadinya menstruasi, edukasi tentang menarke, pengelolaan kebersihan selama menstruasi, edukasi tentang mitos menstruasi yang cenderung merugikan kesehatan, dan edukasi lainnya seputar menstruasi. Menurut riset yang dilakukan oleh tim Yayasan *Plan International Indonesia* dalam penelitiannya terhadap 9 sekolah di 3 provinsi yaitu DKI Jakarta, Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat buruknya penerapan MKM di lingkungan sekolah yakni adanya keterbatasan sarana sanitasi dan kebersihan menstruasi, terbatasnya akses informasi tentang menstruasi, norma budaya yang tidak mendukung, kebijakan yang diterapkan

tidak memadai dan lemah, dan pengetahuan akan menstruasi dan MKM tersebut sendiri masih sangat minim (Herlinawati, 2019).

Sebagai upaya untuk semakin meningkatkan kesadaran pentingnya Manajemen Kebersihan Menstruasi (MKM) ini, 28 Mei dipilih sebagai tanggal untuk memperingati Hari Kebersihan Menstruasi atau *Menstrual Hygiene Day* yang mulai ditetapkan dari tahun 2014 (Utami, 2020). Momen ini dijadikan sebagai hari untuk meningkatkan kesadaran, kepedulian dan pengetahuan akan MKM serta momen untuk mematahkan stigma tabu perihal menstruasi, juga sebagai momen untuk mendukung peningkatan fasilitas untuk kebersihan menstruasi seperti tersedianya akses untuk pembalut, air bersih dan toilet yang bersih (Utami, 2020). Dalam rangka memperingati Hari Kebersihan Menstruasi Sedunia pada tahun 2020 yang lalu, Jejaring AMPL mengadakan kegiatan Live di platform Instagram. Jejaring AMPL adalah sebuah forum koordinasi antar berbagai instansi baik dari pemerintah hingga mitra pembangunan pada sektor air minum dan sanitasi. Dalam sesi pertama, bersama narasumber dari *Gender & WASH in School Specialis, SNV*, Saniya Niska dan *CEO* dari *Sustaination*, Dwi Sasetyaningtyas melakukan pembahasan dengan judul “Ada Apa dengan Manajemen Kesehatan dan Kebersihan Menstruasi (MKM) pada tanggal 9 Mei 2020, pukul 15.30.



Gambar 1. 2 Cuplikan Kegiatan Instagram Live “Ada Apa dengan MKM”

Sumber : Sustaination, 2020

Dalam pembahasan selama 1 jam seperti yang bisa dilihat di Gambar 1.2 terdapat beberapa topik yang dibahas dalam *Instagram Live* ini seperti dasar kesehatan menstruasi pada perempuan Indonesia, kebersihan & kesehatan menstruasi sebagai sebuah tolok-ukur, opsi produk menstruasi yang dapat digunakan oleh perempuan sebagai teman bulannya, dan sebagainya (Sustaination, 2020). Dikutip dari Jejaring AMPL, Tyas dari Sustaination memberikan penjelasan kepada penonton *live* tersebut terkait produk- produk menstruasi yang dapat digunakan, termasuk sisi positif dan negatif dari produk- produk tersebut. Produk- produk menstruasi yang dibahas oleh Tyas terdiri dari pembalut sekali pakai yang merupakan produk yang paling umum dipakai oleh perempuan, *reuseable menstrual pad* yang berbentuk mirip dengan

pembalut sekali pakai namun terbuat dari kain yang bisa dicuci dan tentunya bisa dipakai berulang kali, dan juga ada *menstrual cup* yang tergolong produk menstruasi yang masih baru untuk Indonesia (AMPL, 2020). Produk menstruasi yang cenderung digunakan oleh perempuan dimasa menstruasinya, ada macam- macam seperti mulai dari pembalut sekali pakai, tampon, *reusable pad* dan *menstrual cup*.



Gambar 1. 3 Ilustrasi Pembalut Sekali Pakai

Sumber : Skata (2020)

Produk yang paling cenderung digunakan oleh perempuan adalah pembalut sekali pakai. Pembalut sekali pakai atau disebut juga dengan *disposable menstrual pad* adalah produk penyerap darah menstruasi yang terbuat dari bantalan kapas dengan bentuk persegi panjang yang biasanya digunakan dengan cara ditempelkan pada bagian dalam celana dalam wanita (Swari, 2020). Berdasarkan survey online yang dilakukan dalam penelitian tentang *A Study into Public Awareness of the Environmental Impact of Menstrual Products and Product Choice* (2019), dari 289 responden dari UK sebanyak 30,8% menggunakan pembalut sekali pakai yang berbahan *non-organic* dan 3,7% menggunakan pembalut sekali pakai yang bersifat organik dimana pembalut ini

memiliki proporsi penggunaan yang paling banyak digunakan oleh responden dibanding produk menstruasi lainnya.



Gambar 1. 4 Hasil survey penggunaan produk menstruasi

Sumber : Dokumentasi pribadi (2021)

Sama halnya dengan di Indonesia, pembalut sekali pakai merupakan produk menstruasi yang paling familiar digunakan oleh perempuan Indonesia karena harganya yang cenderung terjangkau dan mudah ditemukan (Putri, 2018). Dari hasil *mini survey* seperti yang bisa dilihat di Gambar 1.4 yang dilakukan oleh penulis kepada 17 responden perempuan dengan kisaran umur 18-25 tahun, semua responden menyatakan bahwa pembalut sekali pakai adalah produk menstruasi yang umum mereka gunakan. Jeanny Primasari selaku Founder dari *Zero Waste Nusantara* dalam acara *#NewPeriodIndonesia : Introduction To a Menstrual Cup* yang diadakan di ConClave, Jakarta Selatan pada tanggal 23 Februari 2019 yang lalu mengungkapkan lebih lanjut alasan mengapa pembalut menjadi pilihan produk menstruasi yang paling banyak dipakai karena pembalut sekali pakai itu cukup praktis penggunaannya, memiliki daya serap yang tinggi, memiliki harga yang terjangkau dan mudah ditemukan. Namun

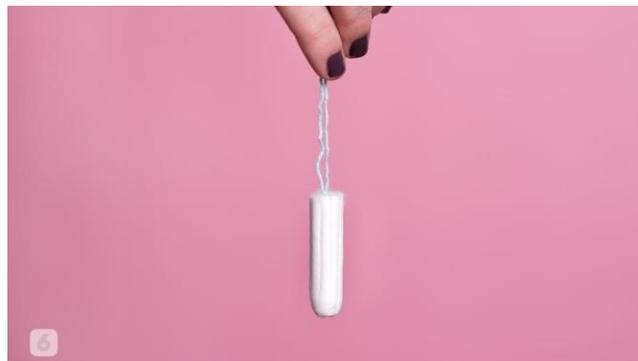
dibalik kepraktisannya, ternyata ada beberapa hal yang menjadi perhatian terkait penggunaan pembalut sekali pakai ini dari sisi biaya, lingkungan dan kesehatan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Women's Voices for the Earth tahun 2014 terdapat beberapa jenis kandungan kimia yang berbahaya bagi kesehatan pada pembalut sekali pakai seperti kandungan Aseton, Styrene, Chloromethane, Ethyl Chloride yang dapat menyebabkan resiko kanker, iritasi, gangguan sistem reproduksi, dan gangguan kesehatan lainnya (Kartika, 2020). Alexandra Scraton selaku Direktur Sains dan Riset dari *Women's Voices for the Earth* menuturkan bahwa produk pembalut sering kali tidak transparan terhadap kandungan pada produknya (Kartika, 2020). Selain memiliki dampak negatif bagi kesehatan, pembalut sekali pakai juga memiliki dampak negatif bagi lingkungan. Dengan rata-rata penggunaannya per perempuan 4 lembar pembalut sehari dikali 6 hari rata-rata periode menstruasi maka dalam sebulan akan terkumpul sebanyak 24 limbah pembalut sekali pakai dan jika dikalikan dengan total penduduk perempuan di Indonesia maka dalam sehari dapat terkumpul limbah pembalut mencapai 26 ton (Elmira, 2019). Dengan tingkat limbah pembalut yang sangat besar yang bisa dihasilkan dalam 1 hari, maka tentu hal ini mengkhawatirkan bagi lingkungan karena limbah yang mengandung bahan kimia yang berbahaya bagi tubuh manusia juga pasti akan membahayakan ekosistem lainnya (Sasetyaningtyas, 2018).



Gambar 1. 5 Perbandingan Biaya Pembalut Sekali Pakai, *Reuseable Pad*, dan *Menstrual Cup*

Sumber : Youtube, Sustaination (2019)

Dilihat dari Gambar 1.5, terdapat ilustrasi rincian perbandingan biaya antara ketiga produk menstruasi yang dilakukan oleh Jeanny dalam acara #NewPeriodIndonesia : *Introduction To a Menstrual Cup*. Dapat disimpulkan bahwa diantara *reuseable pad* dan *menstrual cup*, penggunaan pembalut sekali pakai sebenarnya memiliki pengeluaran yang lebih besar dilihat dari penggunaannya selama jangka panjang.



Gambar 1. 6 Ilustrasi Tampon

Sumber : Liputan6.com (2019)

Pembalut sekali pakai yang dinilai tidak bagus untuk kesehatan, lingkungan kenyamanan dan lebih memakan biaya bisa diatasi dengan menggunakan alternatif produk menstruasi yang lain. Salah satunya yaitu tampon. Seperti yang dapat dilihat di Gambar 1.6, tampon memiliki bentuk berupa bantalan kapas yang berbentuk tabung yang penggunaannya dimasukkan ke dalam vagina dan memiliki benang yang berfungsi sebagai penarik pada ujungnya (Joseph, 2019). Tampon dinilai menjadi alternatif lain yang lebih praktis dibanding pembalut untuk digunakan bagi perempuan yang aktif beraktivitas terutama untuk kegiatan berenang (Hikmah, 2017). Namun untuk di Indonesia tampon ternyata tidak terlalu populer digunakan. Dilansir dari artikel *VICE* kurang populernya tampon di Indonesia menurut dr. Nugroho Kampono, dokter dari *Brawijaya Women & Children Hospital* Jakarta karena adanya stigma tentang keperawanan, dimana terdapat kekhawatiran penggunaan tampon yang dimasukkan ke dalam organ kelamin perempuan dapat merobek selaput dara sehingga dapat menjadikan perempuan tersebut tidak perawan lagi (Martin, 2017). Di Indonesia produk tampon juga cukup sulit untuk ditemukan dan memiliki harga yang cukup mahal (Hikmah, 2017). Hal ini dikarenakan tidak adanya tampon yang diproduksi secara lokal sehingga produk tampon yang cenderung dijual di apotek- apotek itu dari luar negeri sehingga tidak heran harganya akan jauh lebih mahal (Tiyay, 2018).

Namun penggunaan tampon ternyata memiliki resiko yang cukup serius terhadap kesehatan perempuan yaitu resiko mengalami *Toxic Shock Syndrome* (Farhana, 2019). *Toxic Shock Syndrome* (TSS) adalah keracunan darah akibat dari bakteri *Staphylococcus Aureus* atau *Streptococcus* grup A yang berbahaya bagi tubuh (Samiadi, 2021). Menurut Departemen Kesehatan dan Layanan Manusia di Amerika Serikat, resiko *Toxic Shock Syndrome* cenderung lebih besar terjadi pada perempuan yang menggunakan tampon (Revitasari, 2018). Tingkat resiko ini cukup tinggi terjadi dipicu dari tampon ditinggalkan terlalu lama didalam vagina (Anindyaputri, 2020).



Gambar 1. 7 Ilustrasi *Reuseable Menstrual Pad*

Sumber : IDN Times (2019)

Resiko penggunaan pembalut dan tampon yang cenderung memiliki resiko untuk kesehatan bisa diatasi juga dengan mencoba alternatif produk menstruasi lainnya yang tidak mengandung bahan kimia berbahaya dan penggunaannya yang cenderung mudah seperti pembalut yaitu *reuseable menstrual pad*. Seperti yang bisa dilihat dari Gambar 1.7, *reuseable menstrual pad* memiliki bentuk yang mirip dengan pembalut

sekali pakai atau ada juga yang berbentuk seperti celana dalam yang terbuat dari bahan kain khusus untuk mencegah kebocoran (Revitasari, 2018). Bahan kain yang digunakan dalam *reuseable menstrual pad* ini adalah bahan *microfleece* dan *microfiber* untuk bagian dalamnya yang berfungsi sebagai penyerap darah menstruasi dan bahan kain yang tahan air untuk bagian luarnya sebagai penahan darah menstruasi agar tidak bocor (Sasetyaningtyas, 2018). *Reuseable menstrual pad* ini dapat menjadi salah satu alternatif pengganti pembalut sekali pakai yang lebih minim alergi dan tentunya lebih ramah lingkungan (Nurhayati, 2020). Selain dapat dipakai berulang kali, *reuseable menstrual pad* ini juga dipastikan bebas dari kandungan bahan kimia yang berbahaya yang biasanya cenderung ditemukan pada pembalut sekali pakai dan tampon (Nada, 2020). Dilansir dari artikel Cewekbanget.id, memberikan rekomendasi *reuseable menstrual pad* yang diproduksi secara lokal sudah tersedia lengkap berbagai ukuran layaknya pembalut sekali pakai seperti ukuran *small* yang seukuran *pantyliner*, ukuran *medium* yang seukuran pembalut sekali pakai untuk sehari-hari (*daypad*), juga ukuran *large* yang seukuran pembalut sekali pakai untuk malam hari (Nada, 2020). Namun penggunaan *reuseable menstrual pad* perlu diperhatikan dari cara penggunaannya serta perawatannya. Meski memiliki daya serap yang baik, *reuseable menstrual pad* ini juga tetap perlu diganti setiap 3-4 jam sekali untuk mencegah darah yang menggenang karena telah penuh dan menghindari ketidaknyamanan juga mencegah berkembangnya bakteri karena lembap (Maharani, 2020). Kebersihan dalam perawatan *reuseable menstrual pad* ini juga perlu diperhatikan. Resiko yang dapat timbul jika *reuseable menstrual pad*

ini tidak dicuci dengan benar dapat menyebabkan tumbuhnya bakteri dan jamur yang dapat berbahaya untuk kesehatan organ kewanitaan (Mahardini, 2021).



Gambar 1. 8 Ilustrasi *Menstrual Cup*

Sumber : Healthline.com, 2019

Penggunaan *reusable menstrual pads* yang praktis dan ramah lingkungan namun cukup repot dari sisi membersihkannya bisa diatasi dengan mencoba alternatif produk menstruasi satu ini yang juga pastinya tidak mengandung bahan kimia berbahaya, ramah lingkungan, dan lebih mudah untuk dibersihkan yaitu *menstrual cup*. Seperti yang dapat dilihat dari Gambar 1.8, *menstrual cup* merupakan sebuah salah satu produk sanitasi kewanitaan yang dapat dipakai berulang kali berupa cawan kecil yang berbentuk corong, bersifat fleksibel yang biasanya terbuat dari karet atau silikon yang dimasukkan ke dalam vagina untuk menampung cairan menstruasi (Scaccia, 2019). Dilansir dari artikel Alo Dokter (2019) terdapat beberapa kelebihan dari *menstrual cup* yaitu lainnya *menstrual cup* tidak mengandung bahan kimia berbahaya seperti yang cenderung ditemukan pada pembalut sekali pakai dan tampon. Secara medis, *menstrual*

cup terbukti aman untuk digunakan (Fadila, 2020). Juga menggunakan *menstrual cup* dinilai jauh lebih hemat. Meski harga *menstrual cup* tergolong mahal jika dibandingkan produk menstruasi lainnya, namun dengan pembelian sekali saja dapat menjadi investasi untuk digunakan jangka panjang (Debora, 2020).



Gambar 1. 9 Berbagai macam pilihan brand *menstrual cup*

Sumber : Zero Waste Indonesia

Seperti yang dapat dilihat dari gambar 1.9 *menstrual cup* juga saat ini sudah diproduksi dalam banyak brand baik dari lokal maupun internasional (Khairani, 2020). Umumnya sudah tersedia dengan berbagai ukuran mulai dari ukuran yang paling kecil yang diperuntukkan bagi perempuan yang belum pernah melahirkan normal atau yang masih berusia < 30 tahun dan juga ukuran yang besar yang biasa diperuntukkan bagi perempuan yang sudah pernah melahirkan atau yang berusia > 30 tahun (Khairani, 2020). Namun di Indonesia sendiri, *menstrual cup* ternyata masih cukup jarang dijual (Hidayah, 2019). Jarangnya *menstrual cup* ditemukan di Indonesia tidak dipungkiri karena memang belum banyak orang menggunakan (Welle, 2019). *Menstrual cup*

termasuk masih baru di Indonesia yang ternyata menimbulkan kontroversi dalam kaitannya dengan budaya Indonesia (Saffana, 2020). Meski populer di daerah Barat, ternyata adanya mitos terkait keperawanan dan pandangan konservatif yang menahan inovasi *menstrual cup* untuk berkembang di Indonesia dan wilayah Asia lainnya (Harris, 2020). Christo Ekapatria, seorang *gynaecologist* dari Jakarta dalam artikel *The Jakarta Post* menyampaikan bahwa Indonesia masih kental dengan budaya dimana perempuan perlu menjaga keperawanannya hingga menikah sehingga perempuan yang belum pernah melakukan hubungan seksual dilarang memasukkan apapun ke dalam organ kewanitaannya (Harris, 2020). Selain itu tidak jarang perempuan masih ragu dan mempertanyakan keamanan dan efek samping dari *menstrual cup* terhadap kesehatan vagina mereka (Fernando, 2021). Banyak juga perempuan yang masih bingung, takut dan khawatir akan tidak nyaman dengan penggunaan *menstrual cup* (Ulfah, 2019). Maka dari itu, untuk *menstrual cup* tidak mudah ditemukan di Indonesia karena sebagian besar supermarket kebanyakan hanya menjual pembalut sekali pakai saja sedangkan untuk produk lainnya jika ada dijual juga dibanderol dengan harga yang cukup tinggi (Harris, 2020).

Berikut adalah kesimpulan dari ke empat produk menstruasi yang dibahas diatas :

Tabel 1. 1 Kesimpulan dari ke empat produk menstruasi

	Pembalut sekali pakai	Tampon	<i>Reuseable Pads</i>	<i>Menstrual Cup</i>

Kemudahan diakses/ ditemukan	Sangat mudah diakses/ mudah ditemukan	Terbatas diakses/ ditemukan	Terbatas diakses/ ditemukan	Terbatas diakses/ ditemukan
Biaya	Rp. 600- Rp. 2000/ pcs	Rp. 4.500 – Rp. 5.625/pcs	Rp. 20.000 – Rp. 60.000/pcs	Rp.100.000 – Rp. 700.00/ pcs
Ketahanan produk	1x pakai	1x pakai	2-7 tahun	10 tahun.
Kemudahan penggunaan	Mudah dipakai	Perlu penyesuaian	Mudai dipakai	Perlu penyesuaian
Dampak bagi kesehatan	Mengandung bahan kimia yang berbahaya untuk kesehatan.	Mengandung bahan kimia yang berbahaya untuk kesehatan dan tinggi resiko terkena <i>Toxic Shock Syndrome</i> .	Tidak mengandung bahan kimia.	Tidak mengandung bahan kimia.
Dampak bagi lingkungan	Kandungan plastik yang sulit terurai berbahaya bagi lingkungan	Kandungan plastik yang sulit terurai berbahaya bagi lingkungan	Ramah lingkungan	Ramah lingkungan
Durasi penggunaan	4-6 jam	3-5 jam	3-4 jam	12 jam

Sumber : (Sustaination.com; Cewekbanget.id; Hellosehat.com; Klikdokter.com;

Alodokter.com)

Diantara ke empat produk menstruasi yang dijelaskan diatas, dapat disimpulkan secara benefit *menstrual cup* merupakan pilihan yang paling hemat, minim resiko kesehatan, dan ramah lingkungan. Hal ini didukung juga dalam salah satu kesimpulan penelitian dari *University of Johannesburg* yang dengan topik tentang *Radical Innovation and Taboo: How to Encourage The Acceptance of a New Menstrual Product in South Africa Through Behavioural Design* yang menyatakan perbandingan

antara pembalut sekali pakai, tampon, *reusable menstrual pads*, dan *menstrual cup*, *menstrual cup* adalah produk yang paling minim dari sisi *waste*, *healthy risk*, dan *cost*.



Gambar 1. 10 Brand *Menstrual Cup* OrganiCup

Sumber : Sustaination

Gambar 1.10 merupakan produk dari OrganiCup, salah satu brand dari *menstrual cup*. OrganiCup merupakan sebuah brand *menstrual cup* yang berasal dari Copenhagen, Denmark yang didirikan pada tahun 2012. OrganiCup menjamin produk *menstrual cup* nya aman digunakan didalam tubuh. OrganiCup terbuat dari 100% *medical grade silicon* yang pastinya tidak mengandung BPA atau *latex*. Dan OrganiCup menjamin produknya bebas alergi dimana sudah lulus uji sertifikasi *AllergyCertified* dan sudah terdaftar di *Vegan Society*. *Menstrual cup* dari OrganiCup juga telah memenuhi standar kompatibilitas bio EU dan telah diuji sesuai dengan ISO 10993. Dapat disimpulkan OrganiCup aman untuk digunakan. Hingga saat ini OrganiCup telah memiliki lebih dari 6000 distributor dari seluruh dunia. Salah satunya adalah dari Indonesia.

Sustaination (PT. Lingkar Hijau Indonesia) merupakan distributor resmi OrganiCup pertama di Indonesia. OrganiCup didistribusikan pertama kalinya oleh Sustaination ditahun 2018 yang diberi nama toko OrganiCup Indonesia. Sustaination sendiri adalah sebuah e-commerce yang berfokus pada penjualan produk- produk ramah lingkungan. Tyas selaku CEO dari Sustaination dalam acara *#NewPeriodIndonesia : Introduction To a Menstrual Cup* menceritakan awal mula mendistribusikan OrganiCup sebagai produk pertama dari Sustaination. Beliau sendiri mengawali dengan menceritakan pengalamannya menggunakan *menstrual cup* dan keinginannya untuk bisa mencoba memperkenalkan *menstrual cup* ini kepada masyarakat Indonesia. Selain berfokus dalam penjualan, Sustaination juga kerap memberikan edukasi dan melakukan diskusi bersama *followers* termasuk tentang *menstrual cup* baik di media sosial mereka seperti Instagram, Facebook, Twitter, di platform Spotify dalam podcast SustainTalk, maupun event *offline* dengan kolaborasi bersama pihak lain.

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan Bu Fatima Amira selaku *PR & Communication* dari OrganiCup Indonesia turut menyampaikan bahwa awal ketika memperkenalkan OrganiCup terdapat banyak respon dari masyarakat Indonesia khususnya wanita yang cenderung merasa produk ini sangat tabu untuk dibahas, dan muncul banyak pertanyaan intim seputar organ kewanitaan yang dapat disimpulkan banyak perempuan yang belum paham dengan organ kewanitaannya. Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi OrganiCup Indonesia juga ketika

memperkenalkan produk ini, sehingga ada keharusan bagi OrganiCup Indonesia untuk hadir memberikan edukasi dan penjelasan yang komprehensif kepada konsumen. Juga nilai budaya timur yang dianut oleh masyarakat Indonesia juga menjadi salah satu kendala karena adanya anggapan tabu untuk membicarakan hal seputar organ intim sehingga ini juga menjadi salah tantangan untuk OrganiCup Indonesia untuk senantiasa membuka rasa ingin tau dari masyarakat yang seringkali ragu dan mempertanyakan dampak penggunaan *menstrual cup* ini serta mematahkan stigma tabu dalam membahas hal seputar organ kewanitaan. Fatima juga menyampaikan bahwa selama memperkenalkan produk *menstrual cup* ini masih banyak ditemukan orang-orang yang tidak familiar dengan produk ini. Hal ini menurut Fatima dikarenakan akses penerimaan informasi dan akses produk yang terbatas lebih mudah diterima di kota-kota besar. Keraguan konsumen akan produk *menstrual cup* apakah aman bagi tubuh mereka juga tidak jarang ditemukan oleh tim OrganiCup Indonesia. Tidak jarang juga ditemukan respon konsumen yang biasanya memberikan pendapat-pendapat yang meragukan fungsi penggunaan *menstrual cup* dan curiga penggunaan *menstrual cup* dapat menimbulkan dampak negatif pada tubuh mereka. Menurut Fatima, penyebaran informasi tentang *menstrual cup* sejauh ini khususnya di akhir tahun ini sudah mulai banyak terutama sudah banyak *influencer* yang kerap memberikan review produk ini di media sosialnya juga sudah banyak studi terkait produk ini. Namun tetap menurut beliau, masih diperlukan lebih banyak lagi pemberian informasi seperti riset dan pendapat-pendapat profesional terkait penggunaan produk ini juga arahan dan sisi dari penggunaan *menstrual cup* ini. Mengenai sumber informasi tentang *menstrual cup*

menurut Bu Fatima tidaklah terbatas untuk diakses namun hal yang membatasi cenderung pada ketidaktahuan konsumen untuk mencari informasi ini dimana dan tingkat keaktifan wanita Indonesia yang menurutnya perlu lebih ditingkatkan untuk memperkaya diri dengan informasi ini. Fatima juga turut menyampaikan perihal harga juga menjadi pertimbangan untuk membeli produk *menstrual cup* ini, karena dengan serangkaian nilai yang ditawarkan dan uji kelayakan dalam produk ini seperti telah melewati berbagai macam sertifikasi, sudah *FDA approved*, bahan yang menggunakan *medical grade silicon*, dan sebagainya menjadikan produk ini dibanderol dengan harga yang tinggi sesuai dengan *value* yang ditawarkan.

Berdasarkan data- data diatas ditemukan bahwa adanya keraguan dari masyarakat akan penggunaan *menstrual cup*, sikap konsumen yang mempertanyakan tentang keamanan dan efek samping dari penggunaan konsumen terhadap kesehatan, masyarakat yang belum lumrah akan *menstrual cup* yang masih tergolong baru di Indonesia, akses penerimaan informasi terkait *menstrual cup* di Indonesia yang masih terbatas untuk ditemukan, dan harganya yang tergolong cukup mahal dibandingkan produk menstruasi lainnya menjadikan *menstrual cup* menjadi faktor *menstrual cup* kurang populer dan kurang diminati oleh perempuan- perempuan di Indonesia. Hal ini didukung juga oleh hasil survey yang dilakukan oleh penulis terhadap 17 responden perempuan dengan *range* usia 18- 25 tahun menyatakan pendapat mereka tentang *menstrual cup* itu cenderung menakutkan untuk digunakan, mahal, merasa penggunaannya tidak praktis, dan ragu menggunakan karena kurang awam. Maka dari

itu penulis ingin meneliti apakah faktor dari *Consumer Doubt, Skepticism, Familiarity, Information Seeking* dan *Value for Money* dapat mempengaruhi *Purchase Intention* pada produk *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Produk menstruasi yang cenderung diminati oleh perempuan yaitu pembalut sekali pakai karena penggunaannya yang mudah, harganya yang cenderung murah, dan sangat mudah ditemukan dimana- mana. Namun produk menstruasi yang banyak diminati ini memiliki dampak yang berbahaya bagi kesehatan serta lingkungan. Meski penggunaannya mudah dan mudah juga ditemukan dimanapun, penggunaannya yang sekali pakai dan keharusan untuk diganti beberapa kali dalam sehari selama periode menstruasi untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan, menjadikan penggunaan pembalut sekali pakai ini ternyata memakan biaya yang cukup besar selama jangka panjang dengan frekuensi penggunaan yang rutin setiap bulan dan minimal pembalut yang digunakan per harinya cukup banyak.

Maka dari itu OrganiCup salah satu brand *menstrual cup* mengeluarkan produk alternatif lain yang bebas dari bahan kimia sehingga tidak berbahaya untuk kesehatan, tidak menimbulkan alergi dan iritasi, ramah lingkungan, hemat biaya karena 1 buah *menstrual cup* saja bisa dipakai jangka panjang, dan durasi penggunaannya per hari yang cukup lama hingga 12 jam yang dijamin aman dan nyaman selama digunakan. Alternatif produk menstruasi ini yang sudah populer di negara barat kemudian

didistribusikan juga ke Indonesia secara resmi pertama kali oleh sebuah *e-commerce* Sustainability di tahun 2018. Meski sudah cukup lama ada dan digunakan oleh negara barat, di Indonesia sendiri produk *menstrual cup* masih tergolong baru dan mulai dikenal sejak akhir tahun 2018 (Putri, 2019). Namun *menstrual cup* ternyata tidak mudah diterima dan menjadi populer di Indonesia seperti produk menstruasi lainnya. Hal ini dikarenakan cara penggunaannya yang dimasukkan ke dalam organ kewanitaan dianggap bertentangan dengan nilai budaya yang dianut oleh masyarakat Indonesia yaitu adanya anggapan akan merengut keperawanan (Harris, 2020). Tak sedikit perempuan juga banyak yang masih ragu dan mempertanyakan keamanan dan efek samping terhadap kesehatan organ wanita (Ulfah, 2019). Minimnya perempuan Indonesia yang menggunakan produk ini juga menjadikan produk ini sulit ditemukan ditoko- toko yang layak menjual produk- produk menstruasi. Hal ini menjadi tantangan bagi OrganiCup Indonesia yang dikelola oleh Sustainability dalam memperkenalkan produk *menstrual cup* ini kepada masyarakat Indonesia.

Melalui penelitian ini, penulis ingin meneliti faktor yang dapat mempengaruhi minat beli pada *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia. Dengan mengadopsi penelitian dari (Afzali & Ahmed, 2016), penulis ingin meneliti faktor- faktor seperti *consumer doubt*, *skepticism*, *familiarity*, *information seeking* dan *value for money* terhadap minat beli produk *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia.

Consumer doubt adalah faktor pertama dalam penelitian ini. *Consumer doubt* merupakan sikap ragu yang cenderung dialami oleh konsumen akankah produk ini akan

cocok dan sesuai dengan mereka dan apakah produk tersebut dapat memenuhi ekspektasi mereka (Saaksjarvi & Morel, 2010). *Consumer doubt* dalam penelitian ini menyangkut pada sikap ragu konsumen akan *menstrual cup* apakah dapat berfungsi dengan baik sesuai yang diharapkan.

Skepticism adalah faktor kedua dalam penelitian ini. *Skepticism* merupakan sikap konsumen yang mempertanyakan tentang klaim dan informasi dari produk (Koslow, 2000). *Skepticism* dalam penelitian ini menyangkut pada sikap konsumen yang ragu, mempertanyakan dan tidak percaya terhadap klaim dan informasi tentang *menstrual cup*.

Familiarity adalah faktor ketiga dari penelitian ini. *Familiarity* merupakan sejumlah pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang akan produk tersebut dan seberapa besar keyakinan yang dimiliki bahwa produk tersebut akan berfungsi dengan baik sesuai yang diharapkan (Lin & Cheng, 2005). *Familiarity* dalam penelitian ini menyangkut pada asing atau tidak asingnya konsumen akan produk *menstrual cup*.

Information seeking adalah faktor keempat dari penelitian ini. *Information seeking* merupakan suatu proses dimana konsumen melakukan penelusuran informasi sebelum melakukan pembelian dengan tujuan untuk membuat keputusan yang tepat (Zhang & Hou, 2017). *Information seeking* dalam penelitian ini menyangkut pada akses penerimaan dan pencarian informasi konsumen terhadap *menstrual cup*.

Value for money adalah faktor kelima dari penelitian ini. *Value for money* merupakan harga atau uang yang akan dikeluarkan oleh konsumen untuk produk atau layanan berdasarkan berapa nilai produk atau layanan tersebut bagi mereka (Afzali & Ahmed, 2016). *Value for money* dalam penelitian ini menyangkut pada evaluasi konsumen terkait harga dan *value* pada produk *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia.

Purchase intention adalah hal yang dipengaruhi oleh kelima faktor diatas dalam penelitian ini. *Purchase intention* merupakan gravitasi konsumen terhadap produk dan kemungkinan konsumen akan membelinya namun hal ini akan berubah dari produk tertentu dalam suatu industri ke industri lainnya karena niat untuk membeli sangat tergantung pada moderator yang berbeda (Afzali & Ahmed, 2016). *Purchase intention* dalam penelitian ini menyangkut pada niat beli konsumen terhadap *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia.

Berdasarkan rumusan permasalahan yang dijabarkan atas fenomena yang ingin diteliti dalam penelitian, dapat diuraikan ke dalam beberapa pertanyaan penelitian. Dari pertanyaan penelitian ini menjadi acuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi positif maupun negatif dari faktor *Consumer Doubt*, *Skepticism*, *Familiarity*, *Information Seeking* dan *Value for Money* terhadap *Purchase Intention* dari *menstrual cup* OrganiCup Indonesia. Berikut adalah uraian beberapa pertanyaan penelitian :

1. Apakah *Consumer Doubt* terhadap *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia mempengaruhi *Purchase Intention* dari konsumen?

2. Apakah *Skepticism* memiliki pengaruh negatif terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia?
3. Apakah *Familiarity* memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia?
4. Apakah *Information Seeking* dari konsumen memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup?
5. Apakah *Value for Money* pada *menstrual cup* dari OrganiCup memiliki pengaruh positif terhadap *Purchase Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan dan uraian pertanyaan penelitian diatas, penelitian terhadap produk *menstrual cup* dari OrganiCup memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Consumer Doubt* terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Skepticism* terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Familiarity* terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Information Seeking* terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup.

5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Value for Money* terhadap *Purchase Intention* pada *menstrual cup* dari OrganiCup.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan dibatasi dengan ruang lingkup penelitian berdasarkan lingkup dan parameter yang sesuai dengan penelitian agar dapat fokus dan tidak melenceng dari rumusan permasalahan. Berikut adalah batasan penelitian dari penelitian ini :

1. Penelitian ini dibatasi dengan 6 variabel penelitian yang terdiri dari *Consumer Doubt, Skepticism, Familiarity, Information Seeking, Value for Money* dan *Purchase Intention*.
2. Parameter responden pada penelitian ini adalah wanita, mengetahui brand OrganiCup dan belum pernah atau ragu menggunakan produk *menstrual cup*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktisi

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberi manfaat bagi OrganiCup Indonesia berupa acuan untuk dapat lebih baik lagi memahami faktor apa yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada *menstrual cup* sehingga dapat memperkenalkan dan mengedukasi produk ini lebih baik lagi kepada konsumen.

1.5.2 Manfaat Akademis

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pada lingkup pendidikan dalam hal meningkatkan minat beli pada produk *menstrual cup* dari OrganiCup serta dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.5.3 Manfaat Penulis

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat menjadi pembelajaran dan bekal bagi penulis untuk lebih memahami faktor- faktor dari *Consumer Doubt, Skepticism, Familiarity, Information Seeking, Value for Money* dan *Purchase Intention*.

1.6 Sistematika Penelitian Skripsi

Penulisan skripsi pada penelitian ini disusun terdiri dari 5 bab. Berikut adalah kerangka penulisan skripsi ini :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama, terdiri dari latar belakang yang menjelaskan tentang fenomena yang terjadi, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian untuk mengetahui dan menganalisis faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli pada produk *menstrual cup* dari OrganiCup Indonesia.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab kedua, terdiri dari uraian teori- teori yang digunakan dalam penelitian ini yang dipakai sebagai tumpuan dalam penelitian ini.

BAB II METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ketiga, terdiri dari gambaran umum pada objek penelitian, model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, ruang lingkup penelitian, teknik pengumpulan data, prosedur pengambilan sampel dan teknik dalam menganalisa rumusan masalah dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab keempat, terdiri dari penyajian data responden dan proses analisis yang dihubungkan dengan data- data yang terkumpul didasarkan pada teori- teori yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab kelima, terdiri dari kesimpulan dan saran atas objek yang diteliti dalam penelitian ini.