

PENGARUH TULISAN PERINGATAN KESEHATAN “HEALTH WARNING” DI KEMASAN PRINGLES TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN

Muhammad Haris Saputra
Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Gadjah
Mharissaputra97@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari tulisan peringatan kesehatan “*health warning*” yang ada di kemasan pringles terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif data dikumpulkan melalui *survei online* kepada responden, dalam penentuan sampel menggunakan metode *convenience sampling* dimana metode ini membolehkan siapa saja yang akan menjadi responden tanpa ada kriteria tertentu, didapatkan total responden berjumlah 66 responden. Hasil dari penelitian ini adalah rata-rata konsumen tidak mengetahui bahwa ada tulisan peringatan kesehatan di kemasan pringles sehingga tulisan Peringatan kesehatan tidak mempengaruhi konsumen untuk membeli pringles, responden mengetahui ada tulisan peringatan kesehatan ketika mengisi kuesioner. Setelah mengetahui ada tulisan peringatan kesehatan konsumen akan mempertimbangkan untuk membeli pringles. Pringles sudah menerapkan aturan yang ada dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan. Saran yang diberikan penulis kepada pringles adalah menyampaikan kepada konsumen bahwa sudah memberikan peringatan kesehatan di kemasan. Karena ketika sudah memberikan tulisan peringatan kesehatan tetapi konsumen tidak tau tentu tidak akan mempengaruhi konsumen untuk membeli produk pringles.

Kata kunci: Pringles, Tulisan Peringatan kesehatan, Keputusan Pembelian

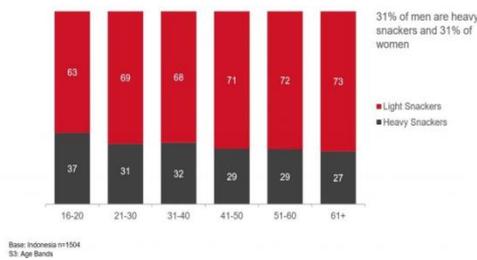
PENDAHULUAN

Snack atau makanan ringan memang disukai oleh banyak orang, khususnya di Indonesia, snack bisa dibagi menjadi dua yaitu snack yang dibuat langsung oleh orang yang akan mengkonsumsi artinya mengetahui kualitas dan Peringatan kesehatan dari suatu Snack tersebut, dan yang kedua adalah snack yang dibeli di supermarket atau produk yang dijual dipasar, dimana konsumen hanya bisa

melihat kandungan pada makanan atau snack tersebut melalui merek atau kemasan yang digunakan untuk membungkus snack tersebut. tentu hal ini menjadi perhatian khusus bagi kita selaku pengonsumsi makanan ringan. Makanan ringan biasanya menjadi makanan penghilang rasa lapar dalam waktu yang sementara atau singkat. Menurut riset yang dilakukan oleh Mondelez pada tahun 2017 yang bisa diakses di

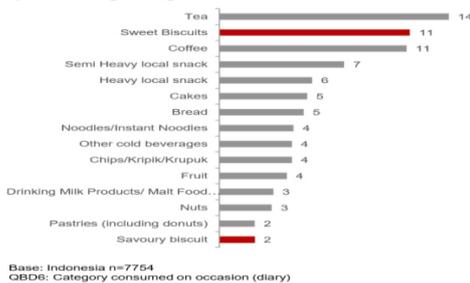
<https://marketeers.com/produsen-kenali-kebiasaan-konsumsi-camilan-konsumen-indonesia/>.

16-20 YEAR OLDS ARE MOST LIKELY TO BE HEAVY SNACKERS



Pada tahun 2017 di Indonesia usia paling muda lebih suka makan snack atau ngemil dibandingkan orang yang lebih tua, selain itu di Indonesia juga dikenal dengan kekeluargaannya, dimana setiap kumpul bersama keluarga pasti banyak makanan ringan yang disajikan.

Top Snacking categories



Dari grafik hasil survei Mondelez, 2017, salah satu snack yang disukai masyarakat Indonesia adalah kripik kentang, banyak merek produk dari kripik kentang dari *mr potatoes*, *chitato*, *potato*, *pringles* dan masih banyak yang lain. dalam artikel ini penulis memilih produk pringles sebagai objek penelitian.

Pringles merupakan produk yang hampir mirip seperti jenis kripik kentang. Produk ini ada sejak tahun 1967 yang bermarkas di Cincinnati, Ohio, Amerika Serikat. Pringles memiliki logo unik yaitu pria berkumis tebal yang memakai dasi kupu-kupu berwarna merah. Produk Pringles ini memiliki desain kemasan

yang sangat menarik dan juga bentuk kripiknya, dimana bentuk dari kemasannya adalah tabung karton yang terbuat dari lapisan *aluminium foil* di bagian dalamnya, dan penutupnya terbuat dari plastik. Sedangkan bentuk dari kripik pringles ini adalah seperti pelana, sehingga kripik bisa tersusun dan bertumpuk dengan rapi tanpa ada rusak di dalam kemasannya. Sehingga banyak yang meniru bentuk dari kemasan dan bentuk kripik dari Pringles.

Pringles adalah produk dari Amerika diimpor oleh Procter & Gamble memiliki harga yang hampir sama dengan harga produk pesaingnya yang ada di Indonesia. Pringles bisa ditemui di supermarket, minimarket dan toko kecil dengan beberapa rasa hanya tersedia (atau pernah tersedia) pada satu jaringan pasar tertentu. Harga Pringles saat ini Rp. 7000 sampai dengan Rp. 40.000 bisa ditemukan di supermarket, minimarket bahkan di Online shop.



Pringles memiliki hal yang menarik pada kemasannya yaitu ada tulisan Peringatan kesehatan dari pringles. Hal ini menjadi menarik karena dari beberapa jenis kripik kentang yang terkenal di supermarket. Seperti Chitato, Mr.Potatoes, Lays dan yang lain, hanya Pringles yang memberikan informasi tentang Peringatan kesehatan atau “*health*

warning”, apakah informasi ini akan mempengaruhi penjualan pringles atau informasi tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Menurut penelitian (Wahyu, 2019) peringatan kesehatan pada produk rokok mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan analisis terkait bagaimana pengaruh tulisan Peringatan kesehatan “*health warning*” di kemasan produk pringles terhadap keputusan pembelian konsumen.

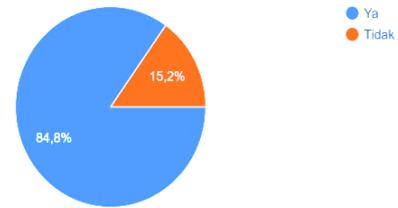
METODE PENELITIAN

Dalam artikel ini data dikumpulkan dengan cara melakukan penyebaran kuesioner dalam bentuk survei online menggunakan *Google form*, kepada responden, dengan metode *convenience sampling* dimana metode ini membolehkan siapa saja yang akan menjadi responden tanpa ada kriteria tertentu. Kuesioner disebar melalui sosial media yaitu WhatsApp Group yang diprediksi berjumlah 450 orang, periode pengisian kuesioner dilakukan selama 2 minggu, akhirnya didapatlah total responden sebanyak 66 orang dari seluruh Indonesia. Setelah itu dilakukan analisis deksriptif terhadap hasil survei yang telah dilakukan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil survei yang telah dilakukan mendapatkan informasi bahwa usia 15-25 tahun mempunyai porsi yang lebih besar sebagai responden diikuti usia 25-45 tahun. Jumlah responden wanita berjumlah 44 orang dan laki-laki berjumlah 22 orang.

Apakah saudara pernah mengonsumsi atau mengenal Produk Pringles "Kripik Kentang"?
66 jawaban

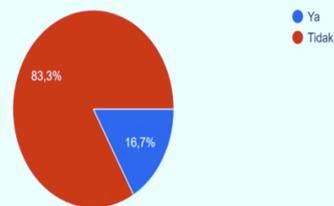


84% responden sudah pernah mengonsumsi Pringles, ini membuktikan bahwa Pringles sudah ada dan menyebar di seluruh Indonesia. Sesuai dengan hasil survei yang dilakukan oleh (Mondelez ,2017) bahwa penduduk Indonesia suka mengonsumsi makanan ringan seperti keripik kentang salah satunya adalah Pringles.



Dari hasil survei rata rata responden menemukan produk pringles ditemukan di minimarket, karena minimarket hampir ada diseluruh pelosok Indonesia, setiap desa hampir memiliki satu minimarket baik milik pribadi maupun milik perusahaan seperti Indomaret dan Alfamart.

Apakah anda pernah melihat tulisan akibat atau dampak yang ditimbulkan ketika makan "pringles" seperti kanker,diabetes dan sakit hati?
66 jawaban



Dari hasil survei 83% respon menjawab tidak pernah melihat tulisan Peringatan kesehatan yang ditimbulkan akibat terlalu banyak mengkonsumsi Pringles. hanya sebagian kecil responden yang melihat tulisan Peringatan kesehatan dari pringles ini. Sebanyak 76% responden setuju bahwa baru mengetahui ada tulisan Peringatan kesehatan di produk pringles ketika mengisi kuesioner yang diberikan oleh penulis. Dari jawaban kuesioner ini dapat disimpulkan bahwa selama ini rata rata konsumen tidak mengetahui bahwa ada informasi Peringatan kesehatan pada kemasan pringles. Menurut penelitian (Paton, 2020) yang dilakukan di U.K hanya sebagian kecil dari responden yang faham dan mau mencari informasi terkait Peringatan kesehatan dari suatu produk.



Setelah responden mengetahui ada tulisan Peringatan kesehatan di kemasan Pringles, akan menimbulkan rasa khawatir terhadap Peringatan kesehatan di kemasan Pringles, terlihat dari hasil survei responden lebih memilih menjawab mungkin akan membeli dengan persentase 62%, hal ini membuktikan ketika ada informasi kesehatan dalam kemasan akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk pringles. Konsumen saat ini sangat peduli terhadap kondisi kesehatan, menurut penelitian (Jones & Gregory, 2010) informasi peringatan kesehatan pada

kemasan Alkohol mempengaruhi perilaku konsumen yang terintegrasi dengan adanya edukasi yang diberikan oleh perusahaan dan stakeholder kepada para konsumen. Label dan informasi produk sangat penting dalam sebuah produk (Zuhdi & Adihardyanto, 2018).

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Rata rata konsumen tidak menyadari bahwa ada tulisan dampak atau peringatan kesehatan di kemasan Pringles.
2. Informasi yang ada pada kemasan sangat penting, termasuk tulisan Peringatan kesehatan pada kemasan. Konsumen sangat memerlukan informasi terkait kandungan produk untuk melihat dampak yang akan ditimbulkan.
3. Informasi Peringatan kesehatan membuat konsumen mempertimbangkan untuk membeli Pringles, akan tetapi sejauh ini kepedulian konsumen untuk melihat informasi pada kemasan masih rendah sehingga peringatan kesehatan tidak terlalu menjadi perhatian Konsumen. Perlunya adanya komunikasi persuasif yang dilakukan oleh semua pihak yang terkait dengan hal ini agar bisa meningkatkan kesadaran konsumen terhadap bahaya yang ditimbulkan oleh suatu produk (Strebel & Terry, 2021).

Saran

1. Pringles harus mengkomunikasikan kembali kepada para konsumen bahwa telah memberi label Peringatan kesehatan "*healt warning*" pada kemasannya. Seperti yang di

utarakan (Strebel & Terry, 2021) dalam penelitiannya bahwa komunikasi multifaset tidak hanya menampilkan Peringatan kesehatan saja pada kemasan, tetapi perusahaan juga harus melakukan kampanye dan komunikasi persuasif agar konsumen bisa sadar bahwa ada peringatan kesehatan yang dipasang di kemasan.

2. Informasi yang diberikan lengkap dan jelas, seperti di produk Pringles memang memberikan informasi terkait kandungan dan Peringatan kesehatan tetapi informasi ini bisa saja tertutupi dengan warna kemasan pringles. Inilah yang menjadi masalah kenapa konsumen belum sadar, pemilihan warna pada kemasan yang membuat tulisan Peringatan kesehatan tertutup dan tidak terlihat, atau ini sebagai strategi dari pringles saja semata mata hanya ingin memenuhi aturan pada Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan. Karena dari hasil survei yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa ketika konsumen sadar ada tulisan Peringatan kesehatan mereka akan memilih “mungkin” artinya ada pertimbangan ingin membeli atau tidak, jadi dapat dikatakan bahwa tulisan Peringatan kesehatan pada kemasan akan mempengaruhi pembelian ketika konsumen sadar.
3. Bagi Akademisi dan praktisi yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut terkait fenomena ini, menggunakan lebih banyak sampel, waktu survei penelitian diperpanjang dan menggunakan alat analisis yang lain, karena fenomena ini menarik dan relate

dengan kehidupan sehari hari, tentang perilaku konsumen. Sejauh ini penelitian terkait Peringatan kesehatan banyak dilakukan di produk rokok dan minuman beralkohol, dan sangat jarang sekali dilakukan di produk seperti pringles ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management*, (15 th Ed). Upper Saddle River, NJ.: Pearson Education Inc.

Jurnal/Prosiding/Disertasi/Tesis/Skr- -ipsi

- Jones, S. C., & Gregory, P. (2010). Health Warning Labels on Alcohol Products—The Views of Australian University Students. *Contemporary Drug Problems*, 37(1), 109–137. <https://doi.org/10.1177/009145091003700106>
- Jones, S. C., & Gregory, P. (2010). Health Warning Labels on Alcohol Products—The Views of Australian University Students. *Contemporary Drug Problems*, 37(1), 109–137. <https://doi.org/10.1177/009145091003700106>
- Kotler, P., & Keller, K. . (2016). *Marketing Management*, (15 th Ed). Upper Saddle River, NJ.: Pearson Education Inc.
- Paton, B. N. (2020). NEWS NHS to pilot ‘ improved ’ occupational health as well as ‘ resilience hubs ’ skin cream and Rise in talking therapy referrals in England don ’ t offer skin cancer protection help. *Occupational health&wellbeing*.

- Strebel, J., & Terry, M. B. (2021). Alcohol, Binge Drinking, and Cancer Risk: Accelerating Public Health Messaging Through Countermarketing. *American Journal of Public Health, 111*(5), 812–814.
<https://doi.org/10.2105/ajph.2021.306233>
- Wahyu, A. (2019). *Pengaruh Peringatan Bergambar pada Kemasan Rokok Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)*. 8(5), 55.
- Zuhdi, S., & Adihardyanto, B. (2018). Pengaruh Kemasan Produk Dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Researchgate.Net, September*.

lain-lain

- Undang Nomor 18 Tahun 2012
Kementrian Kesehatan tentang Pangan