

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM TUPPERWARE**

#### **2.1. Sejarah Perkembangan Tupperware**

Tupperware adalah merek peralatan rumah tangga dari plastik yang sudah cukup ternama. Tupperware ini pertama kali dibuat oleh Earl Silas Tupper, pebisnis kelahiran Amerika Selatan, pada tahun 1946. Produk yang pertama kali dihasilkan oleh Tupper ini ialah wadah penyimpanan makanan Wonderlier Bowl dan Bell Tumble. Tupper menciptakan wadah plastic kedap udara dan kedap air agar bisa digunakan dalam keperluan rumah tangga. Yang membuat produk Tupperware ini berbeda dengan produk-produk lainnya yaitu Tupperware memiliki “*burping seal*” atau seal penyekat. Seal penyekat ini menjadi ciri khusus dari Tupperware. Plastik yang digunakan sebagai komponen Tupperware adalah plastik ganda yang merupakan campuran sayur dan buah yang sudah teruji aman untuk dikonsumsi dan sangat ramah lingkungan.

Tupperware mengawali strategi penjualannya dengan sistem *door to door* atau biasa disebut sebagai *Tupperware Party*. Yang mencetuskan strategi ini ialah Brownie Wise, wakil presiden pemasaran yang berhasil membawa nama Tupperware menjadi terkenal hingga sekarang. Pada awal 1950-an, penjualan Tupperware meledak dan membuat Brownie menjadi dikenal oleh banyak orang. Brownie dipecat karena menjadi lebih terkenal daripada Tupperware sang pembuat Tupperware. Kemudian, peralatan makan Tupperware dijual ke Rexall Drug pada tahun 1958. Sejak saat itu, strategi penjualan yang diterapkan adalah dengan menggunakan wanita sebagai pusat penjualan, dan penjualan semacam ini dilakukan di rumah. Hal ini membuat Tupperware semakin dikenal terutama pada masa-masa Perang Dunia ke II. Selain itu,

dengan strategi yang digunakan tersebut, dapat membantu banyak perempuan pada masa Perang Dunia ke II untuk memiliki penghasilan sendiri.

## **2.2. Perkembangan Tupperware di Indonesia**

Pada tahun 1991, Tupperware pertama kali dipasarkan di Indonesia. PT. Alif Rose merupakan Distributor pertama di Indonesia yang terletak di kota Jakarta, saat ini Indonesia memiliki lebih dari 79 distributor di berbagai kota (Sumber: Tupperware.co.id). terdapat tradisi yang dikenal dengan sebutan *Assembly*. *Assembly* ini merupakan semacam pertemuan yang dilakukan oleh tiap Distributor Tupperware yang diadakan secara rutin setiap seminggu sekali. Tradisi ini diimplementasikan untuk menjalin silaturahmi yang baik antar penjual Tupperware. Selain itu, *assembly* merupakan cara untuk memberikan reward kepada seller dan tim secara terpisah setiap tahun.

Pada tahun 1956, Tupperware terdaftar sebagai salah satu penemuan terbaik di *Guinness Book of World Records*, berkat tutup kedap udara dan kedap air yang dimiliki oleh Tupperware. Sejauh ini, Tupperware telah berkembang dan menyediakan layanan di lebih dari 100 negara / wilayah di seluruh dunia. Selain itu, Tupperware berhasil meraih beberapa penghargaan yang salah satunya ialah Top Brand Awards. Top Brand ialah suatu penghargaan yang diberikan sebagai simbol kepercayaan dari konsumen terhadap merek tertentu yang dipilih secara murni oleh konsumen Indonesia.

Demi memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen, Tupperware selalu melakukan inovasi terhadap produknya yang dapat digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Selain itu, produk Tupperware selalu mengedepankan kualitasnya dengan menggunakan bahan dasar yang berkualitas baik sehingga aman bagi kesehatan dan juga ramah lingkungan. Produk Tupperware ini juga telah memenuhi standar FDA, EFS, dan FS yang menyatakan bahwa plastik yang digunakan sebagai bahan dasar produk

Tupperware aman digunakan sebagai wadah makanan dan minuman. Produk Tupperware juga memberikan garansi seumur hidup (*lifetime warranty*).

### **2.3. Sejarah SLD. Berkah Jaya**

Distributor Tupperware pertama kali dipasarkan di Cilacap pada tahun 2009 oleh seorang ibu rumah tangga bernama Emi. Sebelum menjadi distributor resmi, beliau memasarkan produk Tupperware menggunakan sistem *door to door* atau biasa disebut *Tupperware Party*. Penjualan dari rumah ke rumah ini berguna untuk mencari *dealer* Tupperware. *Dealer* (saat ini bernama konsultan) merupakan jabatan dalam Tupperware yang terletak pada level.

Di dalam mendirikan suatu distributor, Tupperware memiliki target khusus yaitu dalam perekrutan anggota dan pencapaian penjualan. Jika target sudah tercapai, maka layak menjadi distributor. Maka, pada tahun 2012, Ibu Emi berhasil mendirikan distributor pertama Tupperware di Cilacap yang diberi nama PT. Putri Dinamika Jaya dengan nomor registrasi 32/19543 dan terletak pada Jl. Srandil No. 16, RT 03 RW 01, Sidanegara, Cilacap.

Namun, pada tahun 2016 PT. Putri Dinamika Jaya ini mengubah namanya menjadi SLD. Berkah Jaya dan berpindah lokasi di JL. S Parman No. 10D, Ruko Pelangi, Cilacap. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer SLD. Berkah Jaya, perubahan PT menjadi SLD sendiri dikarenakan Tupperware Cilacap tidak bisa mencapai target yang telah ditentukan selama 2 tahun berturut-turut. Hal ini dikarenakan mulai maraknya produk plastik yang meniru produk Tupperware dengan harga jual yang relatif lebih murah dibandingkan dengan Tupperware yang menyebabkan daya tarik konsumen dalam membeli produk Tupperware di Cilacap pun menurun. SLD sendiri merupakan singkatan dari *Second-Level Domain*. Berdasarkan hasil wawancara dengan manajer SLD. Berkah Jaya, SLD ini merupakan tingkatan awal dalam Tupperware ketika mendirikan distributor. Jika target penjualan tercapai, maka dapat meningkatkan tingkat distributornya menjadi PT. Saat

ini, SLD. Berkah Jaya telah memiliki 47 karyawan yang membantu jalannya operasional perusahaan.

#### **2.4. Lokasi Usaha**

Tupperware memiliki puluhan Distributor yang tersebar di seluruh Indonesia dengan kantor pusat utama yang berlokasi di Ibukota Jakarta, di Jakarta Selatan tepatnya pada Gedung South Quarter, Tower A Lantai 12, Jl. RA Kartini Kav 8, Cilandak Barat. Distributor yang menjadi locus peneliti berada di SLD. Berkah Jaya Cilacap yang beralamat di Jl. S. Parman No. 10D, Ruko Pelangi, Cilacap. SLD. Berkah Jaya ini merupakan distributor satu-satunya yang berada di Kota Cilacap.

#### **2.4. Visi, Misi, dan Nilai Perusahaan**

Visi Misi perusahaan sangat penting. Visi dan Misi perusahaan tergantung pada apa yang ingin diraih oleh perusahaan. Landasan dasar bagi sebuah perusahaan ialah visi dan misi. Visi ialah impian atau cita-cita yang ingin diraih oleh suatu perusahaan. Sedangkan misi merupakan metode atau nilai-nilai kerja yang dijadikan sebagai landasan untuk memberikan petunjuk atau garis besar dalam mewujudkan visi (Sumber: Merdeka.com). Adapun visi dan misi dari Tupperware yaitu :

1. Visi Perusahaan

Menjadi *Company of Choice* dan *Brand of Choice*.

2. Misi Perusahaan

Merubah hidup lebih banyak orang menjadi lebih baik lagi.

3. Nilai Perusahaan

Tupperware memiliki 5 nilai perusahaan sebagai berikut :

- 1) Memiliki Impian Besar

Berkomitmen akan selalu menciptakan terobosan baru dalam baik dalam bentuk gagasan, produk dan peluang bagi dunia.

- 2) Mengulurkan Tangan

Saling mendukung dengan memberdayakan wanita dimana saja mereka berada dengan cara memberikan peluang bagi mereka untuk melakukan perubahan hidup dan menginspirasi mereka agar menggali potensi yang mereka miliki dan dapat pula menentukan jalan hidupnya sendiri.

3) Sukses Bersama

Saling berkolaborasi dan saling membantu dalam meraih prestasi dan juga kesuksesan bersama, serta menjalin mata rantai kepercayaan diri.

4) Berlaku Baik dan Benar

Dalam bertindak dan berkata-kata penuh integritas dan penuh tanggungjawab terhadap semua anggota keluarga besar Tupperware.

5) Penghargaan dan Perayaan

Memberikan andil dalam setiap kesuksesan dan sangat memahami bahwa setiap prestasi layak untuk dirayakan. Serta menghargai setiap prestasi bersama-sama sebagai satu kesatuan.

## **2.5. Logo Perusahaan**

Logo merupakan atribut utama dalam suatu brand atau merek yang dapat terlihat secara fisik. Logo merupakan gambaran yang mewakili sebuah makna. Logo juga berfungsi sebagai identitas atau tanda pengenal bagi suatu perusahaan baik berupa gambar maupun tulisan. Logo dapat memberikan ciri khas dan pembeda antara satu perusahaan dengan perusahaan lain.

Gambar 2.5. Logo Tupperware



*Sumber : Tupperware.co.id*

Adapun makna yang terkandung dalam logo Tupperware saat ini ,  
yaitu:

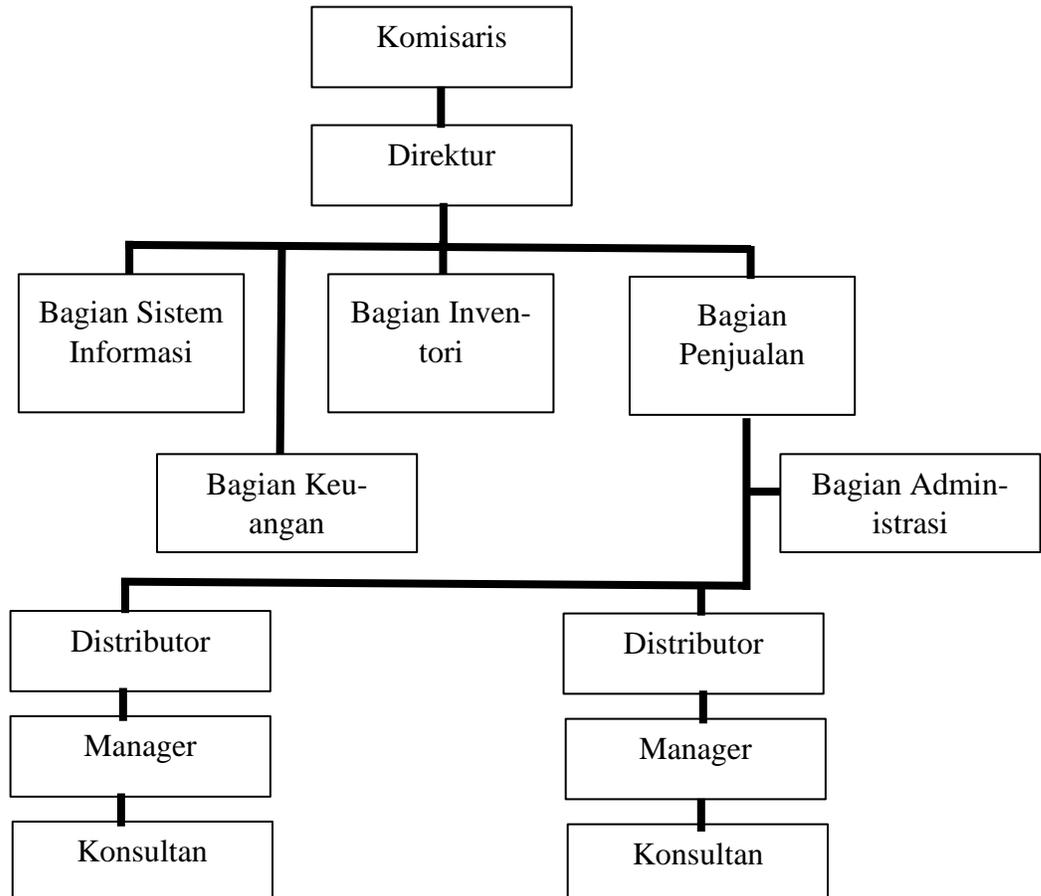
1. Lambang molekul yang mengartikan kebersamaan. Sesuai dengan salah satu nilai Tupperware yaitu sukses bersama, saling berkolaborasi dan saling membantu dalam meraih prestasi dan juga kesuksesan bersama, serta menjalin mata rantai kepercayaan diri.
2. Berwarna hitam mengartikan bahwa pada tahun ini Tupperware memproduksi beragam produk dengan warna hitam.

## **2.6. Struktur Organisasi Tupperware**

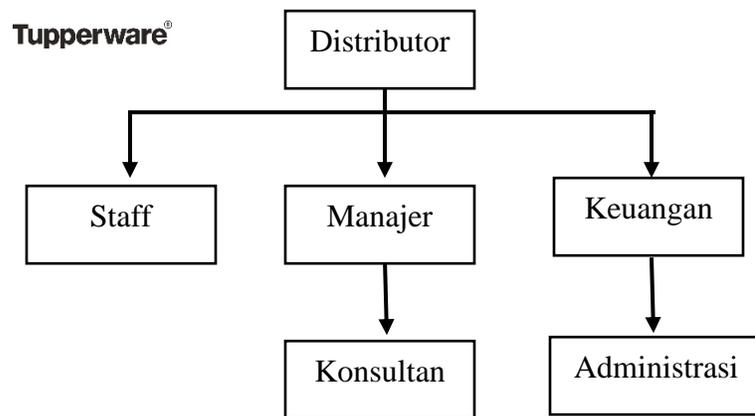
Struktur organisasi menurut Robbins dan Coulter ialah kerangka kerja organisasi formal di mana tugas dibagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan. Struktur organisasi ini berfungsi dalam pengelolaan sumber daya manusia guna menjalankan strategi perusahaan. Struktur organisasi ini penting karena memuat informasi tentang bagian-bagian yang ada dan kewenangannya masing-masing serta koordinasi antar berbagai departemen untuk melaksanakan tugas serta tanggung jawabnya masing-masing, dan membagi tugas berdasarkan keahlian yang ada.

Berikut adalah struktur organisasi dari Tupperware :

Gambar 2.6. Struktur Organisasi Tupperware



Gambar 2.7 Struktur Organisasi SLD. Berkah Jaya Cilacap



*Sumber : SLD. Berkah Jaya Cilacap*

Adapun pembagian sistem kerja sebagai berikut :

1) Komisaris

Komisaris bertugas untuk melakukan pengawasan terkait kebijakan pengurusan serta jalannya kepengurusan. Komisaris juga melakukan pengawasan terkait rencana jangka panjang perusahaan, rencana kerja, serta Anggaran Perusahaan.

2) Direktur

Direktur bertugas untuk memimpin jalannya perusahaan. Direktur memiliki wewenang menerbitkan kebijakan serta bertanggungjawab dan mengawasi jalannya kebijakan yang ada di perusahaan. Direktur juga bertugas menentukan strategi perusahaan.

3) Bagian Sistem Informasi

Pada bidang ini bertugas mengumpulkan dan mengelola data-data, baik data internal maupun eksternal serta menyediakan informasi yang dibutuhkan tiap bidang-bidang yang ada.

4) Bagian Inventori

Pada bidang ini bertugas mengelola persediaan stok barang Tupperware mulai dari bahan baku hingga bahan jadi. Barang-barang tersebut

disimpan di dalam gudang sebagai persediaan perusahaan yang kemudian akan di distribusikan kepada distributor-distributor yang ada.

5) Bagian Penjualan

Pada bidang ini, bertugas merancang strategi penjualan yang akan dipakai oleh perusahaan. Selain itu, bagian penjualan juga merekap atau mencatat seluruh transaksi penjualan yang ada. Hasil rekapan tersebut berguna sebagai bahan evaluasi agar mengetahui apakah strategi yang digunakan berhasil atau tidak.

6) Bagian Administrasi

Administrasi memiliki tugas yaitu melakukan pengawasan keluar masuknya barang, pembuatan nota penerimaan barang, membuat laporan terkait pengiriman barang , dan melayani pembelian barang Tupperware.

7) Bagian Keuangan

Keuangan memiliki tugas memeriksa administrasi keuangan perusahaan, melakukan pembukuan keuangan dan bertanggungjawab atas seluruh pembukuan keungan, serta membuat rekapitulasi bonus bagi para anggota.

8) Distributor

Distributor memiliki tugas dan tanggungjawab yang menyangkut internal dan eksternal perusahaan, menetapkan strategi yang akan digunakan perusahaan, memberikan dukungan berupa sarana serta fasilitas di dalam perusahaan, menetapkan jangka panjang maupun pendek, memutuskan di tiap pengambilan keputusan ataupun kebiakan, dan menetapkan koordinasi di tiap bagian yang ada.

9) Staff

Staff memiliki tugas membantu distributor dalam pengelolaan perusahaan melalui sistem yang ada di dalam perusahaan serta mengatur pembelian barang atau produk.

10) Manajer

Manajer memiliki tugas dalam pengaturan bagian pemasaran, pengadaan *Tupperware Party* secara pribadi, mengadakan meeting untuk tiap timnya, memotivasi para konsultan, memonitoring atau mengawasi konsultan, dan memberikan laporan terkait hasil penjualan kepada distributor.

11) Konsultan

Konsultan memiliki tugas mencari daerah pemasaran atau mencari konsumen serta mengatur rencana kerja yang nantinya akan diberikan manajer kepada konsultan

## **2.7. Jam Operasional**

SLD. Berkah Jaya Cilacap memiliki jam operasional selama 8 jam dimulai pukul 08.00 sampai 16.00 dari hari Senin sampai dengan Sabtu.

## **2.8. Produk yang Ditawarkan**

Dengan adanya persaingan yang ketat pada bidang keperluan rumah tangga membuat Tupperware memberikan variasi produk yang tetap mengedepankan kualitasnya. Berikut adalah produk-produk yang ditawarkan :

- 1) Wadah untuk bekal makanan. Produk ini bisa digunakan juga untuk menyimpan makanan seperti Lolly Tup, B.Y.O Lunch Set, Tropical Fiesta, Classy Glam, Giant Canister, X-treme Meal Box, Click To Go Round dan Table Collection Set.

Gambar 2.8. Produk Wadah untuk Bekal Makanan



*Sumber: Tupperware.co.id*

- 2) Wadah untuk menyimpan makanan dalam *freezer*. Produk ini bisa membuat makanan lebih tahan lama dan memiliki beragam ukuran seperti Frozy Cozy High, Frozy Cozy Low dan Frozy Cozy Medium.

Gambar 2.9. Produk Wadah untuk Menyimpan Makanan dalam Freezer



*Sumber: Tupperware.co.id*

- 3) Wadah minum atau botol minum. Tupperware memiliki jenis botol minum seperti Eco Bottle yang terdiri dari ukuran 310ml, 500ml, dan 1L.

Gambar 2.10. Produk Wadah Minum atau Botol Minum



*Sumber: Tupperware.co.id*

- 4) Wadah untuk menyimpan bumbu dapur. Produk ini memudahkan dalam mencari bumbu-bumbu dapur dan terlihat lebih rapi seperti Spice T'Go, Shelf Saver, Smart Saver, dan Jolly Keeper.

Gambar 2.11. Produk Wadah untuk Menyimpan Bumbu Dapur



*Sumber: Tupperware.co.id*

- 5) Alat-alat memasak. Tupperware juga memiliki alat memasak yang aman dan praktis seperti Steam it, TChef Set, Chef Series Saucepan, Speedy Mando, Speedy Grater, Fusion Master Mincer, Fusion Master Ice Shaver, dan Kitchen Duo.

Gambar 2.12. Produk Alat- Alat Memasak



*Sumber: Tupperware.co.id*

- 6) Diffuser. Tupperware meluncurkan inovasi baru yaitu Diffuser. Diffuser ini dirancang untuk mengolah tetesan dari essential oil yang kemudian dicampur dengan air ke dalamnya guna menghasilkan uap halus yang akan tersebar ke seluruh ruangan. Hasil uap tersebut memiliki aroma yang menenangkan dan berkhasiat bagi tubuh. Nama produk diffuser ini ialah Trulife.

Gambar 2.13. Produk Diffuser



*Sumber: Tupperware.co.id*

## **2.9. Sistem Penjualan pada SLD. Berkah Jaya Cilacap**

Pada SLD. Berkah Jaya ini sistem penjualannya dengan sistem penjualan langsung atau *direct selling*. Menurut APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) *direct selling* adalah suatu metode untuk menjual produk kepada konsumen secara tatap muka di luar lokasi ritel tetap melalui jaringan pemasaran yang dibentuk oleh mitra bisnis pemasaran jaringan berdasarkan komisi penjualan, bonus penjualan, dan biaya keanggotaan yang wajar. Jadi, produk Tupperware hanya dapat dibeli melalui member/*salesforce* resmi Tupperware Indonesia.

Produk Tupperware ini tidak dijual melalui jaringan retail dan tidak dijual juga pada media penjualan online seperti *e-commerce*. Ini dilakukan agar SLD. Berkah Jaya dapat selalu melakukan pengawasan terhadap penjualannya dan selalu mengawasi kualitas dari produk Tupperware itu sendiri. Hal ini juga untuk meminimalisir penipuan terkait pembelian produk Tupperware yang dapat merugikan konsumen. Maraknya penipuan pada media online sehingga Tupperware tidak dijual melalui media online.

## **2.10. Sistem Pembayaran**

Sistem pembayaran pada SLD. Berkah Jaya Cilacap ini dilakukan dengan *cash* atau membayar langsung pada member atau di kantor secara langsung atau dapat juga dengan transfer ke rekening yang tertera.

## **2.11. Promosi**

Promosi yang dilakukan oleh SLD. Berkah Jaya dalam menarik perhatian konsumen yaitu salah satunya dengan diadakannya donor darah dengan berhadiahkan Tupperware. Dengan cara ini, berhasil memikat perhatian konsumen dan citra Tupperware pun menjadi baik. Sehingga konsumen dapat membeli Tupperware di SLD. Berkah Jaya di kemudian hari. Donor darah ini dilakukan per 3 bulan sekali. Setiap masyarakat yang

melakukan donor darah di SLD. Berkah Jaya ini maka berhak mendapatkan produk dari Tupperware secara gratis. Dengan memberikan produk Tupperware sebagai sampel ke masyarakat, maka masyarakat dapat mengetahui kualitas dari produk Tupperware tersebut dan melakukan pembelian di SLD. Berkah Jaya.

Selain itu, promosi yang dilakukan ialah memberikan potongan harga 25% tiap pembelian produk Tupperware jika menjadi member resmi dari Tupperware. Selain potongan 25% jika menjadi member, tiap bulannya Tupperware memberikan promo barang yang berbeda-beda di tiap bulannya. Ini merupakan program bulanan yang ada di Tupperware dengan produk yang berbeda di tiap bulannya. Tupperware memberikan potongan pembelanjaan bagi para member, syarat menjadi member Tupperware pun mudah yaitu :

1. Memiliki KTP
2. Nomer HP aktif
3. Melakukan pembayaran pendaftaran sebesar Rp100.000,- lalu kemudian akan mendapatkan *starter kit* berupa produk Tupperware.

## **2.12. Jumlah Tenaga Kerja**

Jumlah tenaga kerja di SLD. Berkah Jaya ini berjumlah 47 orang. 1 orang sebagai kepala Distributor, 3 orang sebagai Staff, 8 orang sebagai Manajer, 30 orang sebagai Konsultan, 3 orang sebagai bagian keuangan, dan 2 orang sebagai bagian administrasi.

NO	JENIS PEKERJAAN	JUMLAH	PERSENTASE (%)
1	Distributor	1	2
2	Staff	3	6
3	Manajer	8	17
4	Konsultan	30	64
5	Keuangan	3	6
6	Administrasi	2	4
TOTAL		47	100

### 2.13. Identitas Responden

#### 2.13.1. Usia Responden

Dalam penelitian ini, usia responden di golongkan menjadi 6 bagian yaitu  $\leq 19$  tahun, 20-24 tahun, 25-29 tahun, 30-34 tahun, 35-39 tahun, dan  $\geq 40$  tahun. Berdasarkan hasil pengamatan, terbukti bahwa usia  $\geq 40$  tahun mendominasi pembelian produk Tupperware. Sedangkan usia  $\leq 19$  tahun merupakan yang paling sedikit melakukan pembelian produk Tupperware. Berikut merupakan data usia responden :

Tabel 2.8. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
$\leq 19$ tahun	0	0
20 – 24 tahun	17	15
25 – 29 tahun	7	6
30 – 34 tahun	8	7
35 – 39 tahun	26	23
$\geq 40$ tahun	57	49
TOTAL	115	100

#### 2.13.2. Pekerjaan Responden

Dalam penelitian ini, pekerjaan responden di golongkan menjadi 6 bagian. Berdasarkan hasil pengamatan, terbukti bahwa ibu rumah tangga mendominasi pembelian produk Tupperware. Sedangkan TNI/POLRI

merupakan yang paling sedikit melakukan pembelian produk Tupperware. Berikut merupakan data pekerjaan responden :

Tabel 2.9. Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pegawai Negeri	6	5
Pegawai Swasta	22	19
Wirasaha	20	17
Ibu Rumah Tangga	60	52
TNI/POLRI	0	0
Lainnya	7	6
TOTAL	115	100

### 2.13.3. Penghasilan Responden

Dalam penelitian ini, penghasilan responden di golongan menjadi 5 bagian. Berdasarkan hasil pengamatan , terbukti bahwa yang penghasilannya sebesar  $\leq$ Rp2.000.000 mendominasi pembelian produk Tupperware. Sedangkan penghasilan  $>$ Rp2.000.000 – Rp3.000.000 merupakan yang paling sedikit melakukan pembelian produk Tupperware. Berikut merupakan data penghasilan responden :

Tabel 2.10. Penghasilan Responden

Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
$\leq$ Rp2.000.000	63	55
$>$ Rp2.000.000 – Rp3.000.000	8	7
$>$ Rp3.000.000 – Rp4.000.000	14	12
$>$ Rp4.000.000 – Rp5.000.000	15	13
$\geq$ Rp5.000.000	15	13
TOTAL	115	100

### 2.13.4. Pembelian Responden di SLD. Berkah Jaya

Dalam penelitian ini, pembelian responden di SD. Berkah Jaya ini di golongan menjadi 4 bagian. Berdasarkan hasil pengamatan , terbukti bahwa konsumen cenderung membeli produk Tupperware 2 kali dalam sebulan. Sedangkan, jarang konsumen yang melakukan pembelian produk

Tupperware lebih dari 10 kali di tiap bulannya. Berikut merupakan data pembelian responden di SLD. Berkah Jaya :

Tabel 2.11. Pembelian Responden di SLD. Berkah Jaya

Penghasilan	Jumlah	Persentase (%)
2 kali dalam sebulan	77	67
3 – 5 kali dalam sebulan	29	25
6 – 10 kali dalam sebulan	8	7
>dari 10 kali dalam sebulan	1	1
TOTAL	115	100