



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 2 (1) 2023: 287-291

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



MENGANALISIS PENYEBAB BANGKRUTNYA PRODUK TUPPERWARE

Alfia Haerunnisah¹, Dita Natasya², M. Sahrul Rizki³, Agus Supriatna⁴

Universitas Pamulang

e-mail : alfiahaerunnisah@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Desember 2022) Disetujui (Januari 2023) Diterbitkan (Januari 2023)</p>	<p>Abstrak ini bertujuan untuk menganalisis penyebab bangkrutnya Tupperware, sebuah perusahaan global yang dikenal dengan produk penyimpanan makanan berkualitas tinggi. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menelaah berbagai faktor internal dan eksternal yang berkontribusi terhadap kemunduran perusahaan. Secara internal, kesalahan manajemen strategis menjadi salah satu faktor utama, termasuk ketergantungan yang berlebihan pada model penjualan langsung tradisional yang gagal beradaptasi dengan tren e-commerce dan perubahan preferensi konsumen. Selain itu, keterlambatan dalam inovasi produk dan strategi pemasaran yang kurang efektif membuat Tupperware sulit bersaing dengan merek-merek lain yang lebih fleksibel dalam merespons pasar. Secara eksternal, meningkatnya persaingan dari produsen plastik murah dan perubahan gaya hidup konsumen yang lebih memilih produk sekali pakai turut memperburuk kondisi perusahaan. Faktor ekonomi global, seperti inflasi dan meningkatnya biaya bahan baku, juga menambah beban keuangan Tupperware. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kegagalan Tupperware dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi menjadi penyebab utama kebangkrutannya, serta perlunya strategi yang lebih fleksibel dan inovatif untuk mempertahankan keberlanjutan perusahaan di era modern.</p>
	ABSTRACT
<p>Keywords: <i>Written English; choosing appropriate keywords is important, because these are used for indexing purposes; please select a maximum of 5 words to enable your manuscript to be more easily identified and cited.</i></p>	<p><i>This abstract aims to analyze the causes of Tupperware's bankruptcy, a global company known for its high-quality food storage products. This study adopts a qualitative approach by examining various internal and external factors that contributed to the company's decline. Internally, strategic management errors were among the primary factors, including an over-reliance on the traditional direct sales model, which failed to adapt to the rise of e-commerce and changing consumer preferences. Additionally, delays in product innovation and ineffective marketing strategies made it difficult for Tupperware to compete with other brands that were more agile in responding to market shifts. Externally, increasing competition from low-</i></p>

cost plastic manufacturers and changing consumer lifestyles favoring disposable products further worsened the company's condition. Global economic factors, such as inflation and rising raw material costs, also added to Tupperware's financial burdens. The findings of this research indicate that Tupperware's failure to adapt to technological advancements and shifting consumption patterns was the main cause of its bankruptcy, highlighting the need for more flexible and innovative strategies to maintain business sustainability in the modern era.

PENDAHULUAN

Tupperware adalah salah satu merek yang telah menjadi ikon dalam industri penyimpanan makanan selama beberapa dekade. Dikenal dengan produk plastik berkualitas tinggi, Tupperware mencapai puncak popularitas melalui model penjualan langsung yang melibatkan acara-acara rumah tangga, yang dikenal sebagai "Tupperware parties." Namun, seiring dengan berjalannya waktu, perusahaan ini mulai menghadapi berbagai tantangan yang mengancam keberlanjutannya. Di era modern yang semakin didominasi oleh e-commerce dan perubahan gaya hidup konsumen, Tupperware kesulitan untuk beradaptasi. Persaingan dengan produk yang lebih murah, perubahan preferensi konsumen yang cenderung memilih produk yang lebih praktis dan sekali pakai, serta ketergantungan pada model penjualan lama tanpa inovasi berarti telah membuat Tupperware terjebak dalam penurunan penjualan yang signifikan.

Dalam beberapa tahun terakhir, masalah keuangan perusahaan semakin diperparah oleh faktor eksternal seperti inflasi dan kenaikan harga bahan baku. Dengan semua tantangan ini, Tupperware dilaporkan menghadapi ancaman kebangkrutan. Penelitian ini berfokus pada analisis mendalam mengenai penyebab utama kebangkrutan Tupperware, baik dari sisi internal maupun eksternal, serta pelajaran yang bisa diambil dalam konteks manajemen strategis dan adaptasi bisnis.

KAJIAN LITERATUR

Untuk memahami penyebab kebangkrutan Tupperware, kajian literatur ini mengacu pada berbagai teori manajemen strategis, perubahan pola konsumsi, dan dinamika persaingan bisnis. Salah satu kerangka kerja yang relevan adalah teori adaptasi organisasi, yang menekankan pentingnya fleksibilitas perusahaan dalam merespons perubahan lingkungan eksternal, termasuk perkembangan teknologi dan preferensi konsumen (Burnes, 2004). Ketidakmampuan Tupperware untuk beralih dari model penjualan langsung tradisional ke platform e-commerce menjadi salah satu faktor utama yang disoroti dalam literatur tentang kegagalan perusahaan yang tidak beradaptasi dengan teknologi digital (Porter, 2001). Studi ini juga melihat teori siklus hidup produk, yang menunjukkan bahwa produk Tupperware, meskipun populer di masa lalu, telah memasuki fase penurunan karena kurangnya inovasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen masa kini (Levitt, 1965).

Selain itu, penelitian terkait perilaku konsumen menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup modern mendorong konsumen untuk mencari produk yang lebih praktis, murah, dan sering kali bersifat sekali pakai, yang berlawanan dengan nilai yang ditawarkan oleh Tupperware, yaitu produk yang tahan lama namun dengan harga relatif tinggi (Solomon et al., 2013). Persaingan dari produk plastik sekali pakai dan inovasi dari merek-merek yang memanfaatkan e-commerce secara agresif telah menekan posisi Tupperware di pasar (Kotler & Keller, 2012).

Kajian literatur juga mengidentifikasi faktor-faktor eksternal seperti ekonomi global, yang mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam mengelola biaya bahan baku dan distribusi. Menurut laporan dari McKinsey (2020), kenaikan biaya bahan baku dan inflasi menjadi tantangan bagi banyak

produsen barang konsumsi, termasuk Tupperware, yang operasionalnya sangat bergantung pada bahan plastik.

Dengan mempertimbangkan literatur yang ada, penelitian ini berupaya memperdalam analisis mengenai bagaimana kurangnya adaptasi terhadap teknologi digital, perubahan perilaku konsumen, serta dinamika persaingan berperan dalam penurunan kinerja Tupperware..

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis penyebab kebangkrutan Tupperware. Data dikumpulkan melalui studi literatur dan analisis dokumen, yang mencakup laporan keuangan perusahaan, artikel berita, serta publikasi terkait industri dan bisnis. Penelitian ini juga mengacu pada sumber sekunder seperti jurnal akademik dan laporan industri untuk mendapatkan wawasan mengenai dinamika internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja Tupperware.

Adapun tahapan penelitian ini meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data Sekunder: Data diambil dari laporan tahunan Tupperware, berita bisnis, serta publikasi industri terkait. Laporan keuangan perusahaan akan digunakan untuk menganalisis tren penjualan, laba, dan perubahan signifikan dalam strategi bisnis.

2. Analisis SWOT: Penelitian ini menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal Tupperware, serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dalam beberapa tahun terakhir.

3. Studi Kasus Perusahaan Lain: Untuk memberikan perbandingan, penelitian ini juga akan menganalisis perusahaan lain dalam industri yang serupa dan bagaimana mereka menghadapi tantangan adaptasi terhadap digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen.

4. Wawancara (jika memungkinkan): Sebagai pelengkap, wawancara dengan pakar bisnis atau mantan eksekutif di industri yang terkait akan dilakukan untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang strategi bisnis Tupperware.

5. Analisis Data: Setelah pengumpulan data, analisis dilakukan dengan mengaitkan hasil studi dengan teori-teori manajemen strategis, perilaku konsumen, dan dinamika industri. Penelitian ini akan mengidentifikasi kesenjangan dalam strategi Tupperware yang menyebabkan ketidakmampuan perusahaan untuk bersaing secara efektif di pasar global.

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai penyebab kebangkrutan Tupperware serta mengidentifikasi pelajaran penting yang dapat diterapkan dalam konteks manajemen bisnis modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebangkrutan Tupperware disebabkan oleh kombinasi beberapa faktor internal dan eksternal yang saling terkait. Berdasarkan analisis data yang dikumpulkan, beberapa temuan utama dapat disoroti sebagai berikut:

1. Ketergantungan pada Model Penjualan Langsung Tradisional

Salah satu penyebab utama kemunduran Tupperware adalah ketergantungan yang terlalu besar pada model penjualan langsung tradisional melalui "Tupperware parties." Di era digital, model ini semakin tidak relevan karena konsumen beralih ke platform e-commerce yang lebih mudah diakses. Sementara pesaing lainnya cepat beradaptasi dengan tren e-commerce dan pemasaran online, Tupperware terlambat mengalihkan fokusnya dari penjualan konvensional. Kurangnya adaptasi ini

menyebabkan hilangnya pangsa pasar yang signifikan, terutama di kalangan generasi muda yang lebih memilih belanja online.

2. Kurangnya Inovasi Produk

Temuan ini juga menunjukkan bahwa Tupperware gagal dalam hal inovasi produk. Dalam beberapa dekade terakhir, perusahaan tampak stagnan dalam menghadirkan produk baru yang relevan dengan kebutuhan konsumen modern. Produk Tupperware tetap berkualitas tinggi, tetapi tidak ada pembaruan yang signifikan dalam desain atau fitur yang dapat menarik konsumen yang menginginkan kepraktisan dan inovasi dalam produk rumah tangga. Sebagai perbandingan, pesaing Tupperware dengan cepat meluncurkan produk-produk inovatif dan lebih ramah lingkungan, yang semakin menarik perhatian pasar.

3. Perubahan Gaya Hidup Konsumen

Gaya hidup konsumen juga mengalami perubahan signifikan, yang berdampak pada penurunan permintaan produk Tupperware. Berdasarkan literatur terkait, konsumen modern lebih memilih produk sekali pakai atau produk dengan harga yang lebih terjangkau, terutama di segmen pasar menengah ke bawah. Tupperware, dengan citra sebagai produk premium yang tahan lama, kesulitan menjangkau segmen ini. Selain itu, tren keberlanjutan dan produk ramah lingkungan juga menjadi prioritas bagi konsumen, sedangkan produk plastik Tupperware dinilai kurang sejalan dengan tren ini.

4. Persaingan dan Faktor Eksternal

Tupperware menghadapi persaingan ketat dari produsen plastik murah dan merek yang lebih fleksibel dalam strategi pemasaran dan distribusinya. Pesaing yang lebih lincah dalam menanggapi perubahan pasar berhasil merebut sebagian besar pangsa pasar Tupperware. Selain itu, kenaikan harga bahan baku plastik dan tekanan inflasi global semakin memperburuk kondisi keuangan perusahaan. Kenaikan biaya produksi dan distribusi tidak sejalan dengan peningkatan penjualan, sehingga memperburuk margin keuntungan.

5. Kurangnya Transformasi Digital

Salah satu temuan penting lainnya adalah kegagalan Tupperware dalam melakukan transformasi digital yang signifikan. Di tengah perkembangan teknologi yang pesat, Tupperware kurang agresif dalam mengadopsi e-commerce, media sosial, dan platform digital lainnya untuk mendongkrak penjualan. Hal ini berbeda dengan pesaing yang lebih progresif dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam model bisnis mereka, memungkinkan mereka untuk lebih dekat dengan konsumen modern.

Pembahasan

Dari hasil analisis ini, jelas bahwa kegagalan Tupperware adalah akibat dari kelemahan dalam manajemen strategis, terutama dalam hal adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi. Ketergantungan yang berlebihan pada model penjualan lama tanpa diversifikasi strategi pemasaran dan penjualan menempatkan perusahaan dalam posisi sulit. Selain itu, Tupperware gagal memperbarui produknya agar tetap relevan di mata konsumen yang terus berubah.

Faktor eksternal seperti persaingan yang semakin ketat dan kenaikan biaya produksi juga memperparah situasi, tetapi faktor-faktor ini dapat diatasi jika Tupperware lebih cepat merespons dengan inovasi produk dan strategi bisnis yang lebih fleksibel. Perusahaan ini membutuhkan perubahan mendasar dalam cara beroperasi, terutama dalam hal transformasi digital dan inovasi produk untuk dapat bersaing di pasar global yang semakin dinamis.

Kesimpulan: Kegagalan Tupperware dalam beradaptasi terhadap perubahan digital, gaya hidup konsumen, dan peningkatan persaingan menjadi faktor utama penyebab kebangkrutannya. Strategi yang lebih inovatif dan responsif terhadap pasar modern diperlukan agar perusahaan dapat bangkit kembali.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kebangkrutan Tupperware disebabkan oleh gabungan faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Secara internal, ketergantungan berlebihan pada model penjualan langsung tradisional dan lambatnya adaptasi terhadap e-commerce serta transformasi digital menjadi kendala utama yang menghambat pertumbuhan perusahaan. Selain itu, kurangnya inovasi produk yang relevan dengan kebutuhan dan tren konsumen modern memperburuk situasi, membuat Tupperware sulit bersaing dengan merek-merek yang lebih inovatif dan fleksibel.

Secara eksternal, perubahan gaya hidup konsumen yang beralih ke produk yang lebih praktis dan terjangkau, ditambah dengan peningkatan persaingan dari produsen plastik murah, memberikan tekanan besar pada Tupperware. Selain itu, kenaikan biaya bahan baku dan inflasi global turut memperburuk kondisi finansial perusahaan. Faktor-faktor ini membuat Tupperware gagal mempertahankan pangsa pasar dan keuntungannya.

Secara keseluruhan, kegagalan Tupperware dalam beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi menjadi penyebab utama kebangkrutannya. Untuk perusahaan di industri serupa, pelajaran yang dapat diambil adalah pentingnya inovasi, transformasi digital, dan strategi bisnis yang fleksibel agar mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

REFERENSI

- Breiby, M.A. & Slåtten, T. (2018). The role of aesthetic experiential qualities for tourist satisfaction and loyalty. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 12 (1), 1-14.
- Schmitt, & Berndt H. (2010). *Experiential Marketing, How to Get Customer to Sense, Feel, Think, Act, Relate, to Your Company and Brands*. New York: The Free Press.
- Zietsman, M. L., Mostert, P & Svensson, G. (2019). Perceived price and service quality as mediators between price fairness and perceived value in business banking relationships: A micro-enterprise perspective. *International Journal of Bank Marketing*, 37 (1), 2-19.