



Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 4 (1) 2025: 1158-1163

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

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



Analisis Penyebab Kebangkrutan PT Tupperware dan Implikasinya Terhadap Strategi Bisnis Perusahaan Sejenis

Siti Ainah

¹Universitas Pamulang

* Corresponding author:

e-mail: sitiainah0808@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
<p>Diterima (Oktober 2024) Disetujui (November 2024) Diterbitkan (Desember 2024)</p> <hr/> <p>Kata Kunci: Kebangkrutan, PT Tupperware, analisis pemasaran, strategi bisnis, inovasi produk.</p>	<p>Di tengah kondisi pasar yang sangat kejam, PT Tupperware, pionir dalam bidang penyimpanan makanan, mengajukan kebangkrutan yang mengejutkan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji alasan di balik kebangkrutan PT Tupperware dan bagaimana dampaknya terhadap perusahaan lain yang beroperasi di industri serupa. Metodologi kualitatif penelitian ini membantu mengidentifikasi sejumlah variabel penting, seperti perubahan selera pelanggan, meningkatnya persaingan merek lokal, dan kurangnya produk inovatif yang mengikuti tren pasar. Selain itu, analisis pemasaran menunjukkan bahwa berkurangnya pangsa pasar adalah akibat dari teknik distribusi dan promosi yang kuno. Berdasarkan temuan penelitian, organisasi serupa dapat memfokuskan inovasi produk dan menyesuaikan taktik pemasaran mereka untuk lebih memenuhi kebutuhan audiens target mereka. Dengan memahami elemen-elemen yang berkontribusi terhadap kebangkrutan Tupperware, bisnis lain dapat menciptakan strategi yang lebih berhasil dalam bertahan dan bersaing di pasar yang terus berubah.</p>
<p>Keywords: Bankruptcy, PT Tupperware, marketing analysis, business strategy, product innovation..</p>	<p style="text-align: center;">ABSTRACT</p> <p><i>In a cutthroat market, PT Tupperware, a pioneer in food storage goods, filed for stunning bankruptcy. The primary goal of this study is to examine the reasons behind PT Tupperware's bankruptcy and how they may affect other firms that operate in a similar industry. This study's qualitative methodology helped</i></p>

to identify a number of important variables, such as shifting customer tastes, growing local brand competition, and a dearth of innovative products that keep up with market trends. Furthermore, marketing analysis demonstrates that dwindling market share is a result of antiquated distribution and promotion techniques. Based on the research findings, similar organizations can focus product innovation and adjust their marketing tactics to better meet the needs of their target audience. By comprehending the elements that contributed to Tupperware's bankruptcy, other businesses can create strategies that are more successful in surviving and competing in a changing market.

PENDAHULUAN

Bisnis di berbagai industri, termasuk industri barang konsumsi, sering mengalami kebangkrutan. PT Tupperware, sebuah perusahaan yang terkenal di seluruh dunia karena produk wadah penyimpanan plastiknya yang inovatif dan berkualitas, adalah salah satu kasus kebangkrutan yang menarik perhatian publik. Tupperware, yang telah beroperasi selama dekade dan memiliki banyak pelanggan, akhirnya harus mengumumkan kebangkrutannya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi bisnis perusahaan gagal menyesuaikan diri dengan dinamika pasar yang terus berubah.

Dalam situasi ini, analisis alasan PT Tupperware untuk kebangkrutan sangat penting untuk memahami semua komponen yang berkontribusi pada penurunan kinerja perusahaan. Perubahan perilaku konsumen, meningkatnya persaingan pasar, strategi pemasaran yang salah, dan ketidakmampuan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi digital adalah beberapa faktor yang sering disebut dalam literatur. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis alasan kebangkrutan Tupperware, diharapkan dapat diambil pelajaran yang relevan untuk perusahaan sejenis dalam merancang strategi bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Studi ini juga akan membahas bagaimana kebangkrutan Tupperware berdampak pada perusahaan lain yang bergerak di industri yang sama. Bisnis semacam ini, seperti produsen peralatan dapur dan barang rumah tangga, harus mempertimbangkan dinamika pasar yang terus berubah dan kesulitan digitalisasi saat membuat strategi pemasaran dan distribusi yang efektif.

Ada dua cara umum untuk melakukan penelitian tentang kebangkrutan perusahaan. Yang pertama adalah pendekatan kuantitatif, yang melibatkan analisis operasi dan keuangan. Yang kedua adalah pendekatan kualitatif, yang berkonsentrasi pada faktor-faktor eksternal seperti persaingan industri, perubahan dalam perilaku konsumen, dan kebijakan ekonomi. Porter (1980) menyatakan bahwa perusahaan yang tidak dapat menyesuaikan strategi bisnisnya untuk menyesuaikannya dengan perubahan dalam lingkungan kompetitif akan mengalami kebangkrutan. Banyak penelitian dalam sepuluh tahun terakhir telah berkonsentrasi pada bagaimana perubahan digital mempengaruhi keberlangsungan bisnis. Penelitian Brynjolfsson dan McAfee (2014), misalnya, menunjukkan bahwa bisnis konvensional sering gagal menghadapi disrupsi digital.

Selain itu, penelitian tentang bisnis sejenis di industri konsumen barang, seperti Rubbermaid dan Avon, menunjukkan bahwa model distribusi dan kesulitan mempertahankan

relevansi merek juga merupakan faktor utama dalam kegagalan bisnis. Dengan melihat kebangkrutan PT Tupperware sebagai contoh, penelitian ini akan memperluas pemahaman kita dan menemukan pelajaran penting yang dapat diterapkan oleh perusahaan lain di sektor ini.

KAJIAN LITERATUR

Kebangkrutan adalah ketika suatu organisasi tidak dapat memenuhi kewajiban keuangan kepada kreditornya. Altman (1968) mengatakan bahwa seseorang dapat menggunakan Z-score, rasio keuangan yang memasukkan likuiditas, profitabilitas, dan leverage untuk mengukur kebangkrutan. Untuk PT Tupperware, analisis penyebab kebangkrutan harus mempertimbangkan banyak hal, seperti manajemen, kegagalan strategi bisnis, keadaan pasar, dan struktur biaya. Beberapa penyebab umum kebangkrutan perusahaan termasuk kegagalan pengelolaan keuangan; pengelolaan keuangan yang buruk sering menjadi faktor utama. Perusahaan menghadapi tantangan dalam lingkungan ekonomi yang dinamis karena kesalahan dalam manajemen utang, alokasi dana, dan perhitungan cash flow (Ross, Westerfield, & Jaffe, 2013). Kebangkrutan juga dapat disebabkan oleh perubahan pasar, perubahan permintaan pasar, pergeseran tren konsumen, dan persaingan yang semakin ketat. Sebagai contoh, PT Tupperware menghadapi kesulitan untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan konsumen yang berubah. Banyak pelanggan saat ini lebih memilih produk yang ramah lingkungan dan kompetitif dari pesaing (Porter, 1985). Selain itu juga ada kesalahan strategi bisnis, yaitu strategi bisnis yang tidak sesuai dengan kondisi pasar. Porter (1985) menyatakan bahwa pendekatan bisnis yang mengabaikan perubahan teknologi, kekuatan kompetisi, dan kondisi lingkungan dapat mempercepat kebangkrutan perusahaan. Selanjutnya ada Inovasi Produk yang Kurang, Dalam industri yang sangat kompetitif, inovasi produk adalah bagian penting dari kesuksesan bisnis. Menurut Christensen (1997), kekurangan inovasi dan ketidakmampuan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar dapat menyebabkan kehilangan pangsa pasar dan akhirnya kebangkrutan.

Analisis kebangkrutan sangat terbatas karena banyak faktor eksternal dan sering tidak dapat diprediksi. Perusahaan di ambang kebangkrutan biasanya harus menggunakan manajemen krisis yang tepat agar tetap beroperasi (Kotler & Keller, 2016). Perusahaan menggunakan manajemen krisis untuk menangani situasi sulit yang dapat membahayakan operasi mereka. Prinsip utama manajemen krisis adalah deteksi dini, mitigasi, respons cepat, dan pemulihan. Perusahaan yang tidak memiliki strategi krisis yang efektif seringkali gagal dalam kebangkrutan. Akibat dari kebangkrutannya, PT Tupperware memberi pelajaran bagi perusahaan sejenis untuk lebih berhati-hati dalam merancang strategi mereka. Perusahaan harus memperhatikan sinyal pasar dan mengubah strategi mereka dengan cepat untuk mengantisipasi kebangkrutan. Implikasi strategis yang dapat diambil termasuk: 1. Perlu Diversifikasi Produk: Perusahaan seperti ini harus memperkuat strategi diversifikasi produk mereka, baik dari segi fungsionalitas maupun desain, untuk menghadapi ketidakpastian pasar. Daya saing dapat meningkat karena diversifikasi, sedangkan ketergantungan pada satu produk dapat berkurang (Ansoff, 1957). 2. Penguatan Branding dan Loyalitas Konsumen: Karena persaingan yang semakin ketat, loyalitas pelanggan menurun di Tupperware. Oleh karena itu, perusahaan seperti itu harus mengeluarkan uang untuk membangun program loyalitas dan memperkuat branding agar mereka dapat mempertahankan pelanggan (Keller, 1993). 3. Adaptasi terhadap Teknologi dan Digitalisasi: Perusahaan seperti ini harus dapat menyesuaikan diri dengan tren digitalisasi, seperti e-commerce dan marketing digital, karena ini penting untuk meningkatkan penetrasi pasar dan memperluas jangkauan konsumen (Rogers, 2003).

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Tujuannya adalah untuk menggambarkan, memahami, dan menganalisis fenomena kebangkrutan PT Tupperware dengan

menggunakan data naratif dan interpretatif. Selain itu, pendekatan studi kasus digunakan untuk menggali secara mendalam faktor-faktor yang menyebabkan kebangkrutan PT Tupperware dan bagaimana hal itu berdampak pada strategi bisnis perusahaan. Responden dalam penelitian ini meliputi beberapa kelompok yaitu Mantan Eksekutif dan Manajer PT Tupperware, sebagai informan kunci yang memberikan informasi mendalam mengenai dinamika internal perusahaan. Konsumen Tupperware, untuk mendapatkan pandangan mengenai perubahan preferensi konsumen dan loyalitas merek. Pesaing di Industri Sejenis, Perusahaan sejenis yang bersaing di sektor produk rumah tangga untuk mengidentifikasi strategi yang mereka gunakan dalam menghadapi tantangan pasar yang serupa. Teknik penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini melalui wawancara langsung dengan responden, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data melalui wawancara yang dilakukan secara semi-terstruktur untuk menjaga fleksibilitas dalam menggali informasi penting, mengumpulkan dokumen sekunder seperti laporan keuangan, laporan tahunan, berita terkait kebangkrutan PT Tupperware, dan laporan industri sebagai data pendukung. Salah satu keterbatasan dari penelitian ini adalah keterbatasan akses terhadap data internal perusahaan yang lebih sensitif. Selain itu, faktor eksternal seperti kebijakan perusahaan yang sudah tidak beroperasi juga menjadi tantangan dalam pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil:

Berdasarkan analisis, beberapa faktor utama yang berkontribusi terhadap penurunan penjualan Tupperware telah diidentifikasi. Ini adalah sebagai berikut:

1. Pengalaman Pelanggan: Pelanggan semakin banyak menggunakan platform e-commerce dan mencari produk yang lebih fleksibel dan terjangkau yang tampaknya tidak ditawarkan oleh Tupperware.
2. Kegagalan dalam Transformasi Digital: Tupperware tidak mampu mengadopsi strategi digital, terutama di bidang distribusi dan pemasaran, yang mengakibatkan kehilangan peluang yang terus-menerus untuk melakukan penjualan di pasar online.
3. Model Perdagangan Langsung Kuno: Di era digital, di mana konsumen lebih cenderung bertransaksi dengan cara yang menghindari risiko, model perdagangan jangka panjang Tupperware yang telah lama ada semakin kurang relevan.
4. Persaingan yang Meningkat: Banyak produsen peralatan rumah tangga dengan harga yang lebih terjangkau dan inovasi yang lebih cepat mengurangi pangsa pasar Tupperware di seluruh dunia.
5. Inovasi Produk: Tupperware sebenarnya tidak terlalu inovatif. Portofolio produk Tupperware tidak sesuai dengan kebutuhan konsumen baru, seperti produk ramah lingkungan atau teknologi pengolahan makanan yang lebih canggih.

Pembahasan:

Model bisnis Tupperware menekankan pendekatan fleksibel terhadap strategi bisnis yang beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Bisnis di industri ini yang masih terutama menggunakan model penjualan tradisional harus belajar dari kasus ini dan mengembangkan strategi yang lebih relevan, seperti transformasi digital dan inovasi produk. Dengan nama panjangnya, Tupperware membanggakan loyalitas dan ketekunan pelanggannya, tetapi ini tidak selalu terjadi di dunia bisnis yang semakin sempit. Saat ini, banyak bisnis di industri real estat perlu memprioritaskan fleksibilitas dalam pemasaran dan distribusi, termasuk mengintegrasikan teknologi digital dan e-commerce sebagai tujuan utama. Selain itu, inovasi produk berfungsi sebagai katalisator untuk perubahan pasar yang cepat. Analisis kritis terhadap studi ini menunjukkan bahwa stagnasi inovasi dan ketidakpatuhan terhadap tren pasar mungkin berdampak negatif pada harga real estat secara teratur. Bisnis harus terus-menerus menilai strategi bisnis mereka untuk memastikan bahwa mereka dapat merespons dengan cepat dan efektif terhadap dinamika pasar. Analisis ini juga menunjukkan bahwa mendiversifikasi saluran distribusi dan menyesuaikan dengan teknologi digital bukanlah faktor yang tidak signifikan, melainkan esensial untuk operasi bisnis yang sukses.

Jawaban	Presentase Responden (%)
perusahaan lain akan lebih fokus pada inovasi	65%
Mendorong perusahaan lain untuk digitalisasi	50%
mengurangi ketergantungan pada model penjualan	42%
mengembangkan platform e-commerce sendiri	37%
mengadopsi teknologi pemasaran digital	55%
meningkatkan efisiensi operasional	60%
kualitas produk menurun	18%

Source: Name (Year)

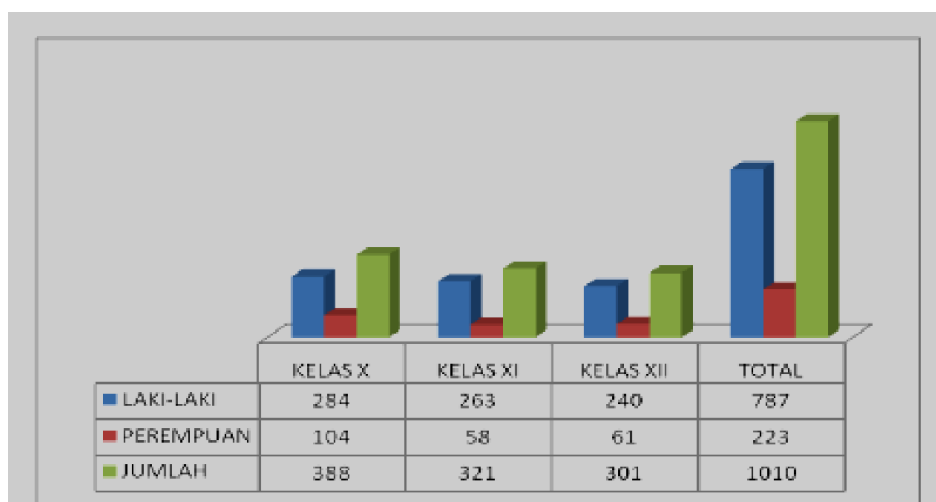


Figure #. Title of Figure

KESIMPULAN

Penurunan Permintaan dan Perubahan Preferensi Konsumen: Konsumen mulai beralih ke produk alternatif yang lebih murah dan memiliki fungsi serupa. Selain itu, perubahan gaya hidup yang lebih menekankan keberlanjutan dan ramah lingkungan membuat produk plastik seperti Tupperware dianggap kurang relevan.

Kegagalan Beradaptasi dengan Tren Pasar: Tupperware terlambat berinovasi dalam memanfaatkan penjualan online dan platform e-commerce, sementara pesaing lebih cepat beradaptasi dengan strategi digital.

Model Bisnis yang Tidak Fleksibel: Sistem penjualan langsung yang menjadi ciri khas Tupperware mulai kehilangan daya tarik di era digital. Model ini dianggap kaku, sementara konsumen saat ini lebih menyukai pengalaman belanja yang cepat dan mudah melalui platform digital.

Masalah Manajemen dan Keuangan: Terdapat pengelolaan manajemen yang kurang efektif, ditambah dengan biaya operasional yang tinggi dan beban utang yang sulit diatasi, yang semakin memperburuk kondisi keuangan perusahaan.

Dari hasil survei kuesioner ini, dapat disimpulkan bahwa penyebab utama kebangkrutan PT Tupperware adalah ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan tren digital seperti e-commerce, serta ketergantungan pada model penjualan langsung yang sudah tidak relevan. Perusahaan sejenis perlu segera mengadopsi teknologi digital, mengembangkan inovasi produk, dan menjaga manajemen keuangan yang lebih efisien untuk mencegah kebangkrutan serupa.

REFERENSI

- Altman, E. I. (1968). Financial ratios, discriminant analysis, and the prediction of corporate bankruptcy. **The Journal of Finance**, 23(4), 589-609.
- Ansoff, H. I. (1957). Strategies for diversification. **Harvard Business Review**, 35(5), 113-124.
- Christensen, C. M. (1997). The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail. **Harvard Business Review Press**.
- Hillman, A. J., & Hitt, M. A. (1999). Corporate political strategy formulation: A model of approach, participation, and strategy decisions. **Academy of Management Review**, 24(4), 825-842.
- Kaplan, R. S., & Mikes, A. (2012). Managing risks: A new framework. **Harvard Business Review**, 90(6), 48-60.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: An expanded sourcebook. **Sage Publications**.
- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. **Free Press**.
- Yin, R. K. (2014). Case study research: Design and methods (5th ed.). **Sage Publications**