

Inovasi Dan Kepemimpinan Di Tupperware: Perjalanan CEO Dalam Menghadapi Persaingan Industri

Bintang Oktavio Ramadhan *1

Delva Meidiantika ²

Mayang Sylva ³

Ramanda Tarigan ⁴

Shaendra Gunawan ⁵

Sindi Wardiani Putri ⁶

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi Akuntansi, STIE Pembangunan Tanjungpinang

*e-mail : daryld547@gmail.com, delva.meidiantika@gmail.com, mayangsylva25@gmail.com,
r922860@gmail.com, shaendragunawan@gmail.com, sindiwardiani1904@gmail.com

Abstrak

Tupperware Brands Corporation, yang didirikan oleh Earl Tupper pada tahun 1946, telah mengalami berbagai fase penting di bawah kepemimpinan beberapa CEO yang berperan dalam perjalanan perusahaan. Earl Tupper, sebagai pendiri, menciptakan produk inovatif berbahan plastik yang lebih kuat dan tahan lama, yang dikenal dengan nama Tupperware. Keberhasilan awalnya didorong oleh konsep inovatif Tupperware Parties yang diperkenalkan oleh Brownie Wise pada 1951. Setelah perbedaan pendapat dengan Wise, perusahaan berganti kepemilikan pada 1969 oleh Raleigh-Durham Corporation yang memperluas pasar internasional dan memperkenalkan nama Tupperware Corporation. Selanjutnya, Rick Goings mengembangkan pasar global dan menekankan pemberdayaan wanita melalui model penjualan langsung. Namun, di bawah kepemimpinan Miguel Fernandez (2018-2023), Tupperware menghadapi penurunan penjualan yang tajam akibat perubahan perilaku konsumen dan tantangan ekonomi global, termasuk dampak pandemi COVID-19. Pada 2023, setelah penurunan signifikan dalam kinerja finansial, Fernandez dipecat dan digantikan oleh Laurie Ann Goldman, yang diharapkan dapat memimpin perusahaan melalui fase transformasi dan pemulihan. Goldman berfokus pada strategi digitalisasi, inovasi produk, serta keberlanjutan untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi Tupperware di pasar global. Meskipun perusahaan menghadapi tantangan besar, terutama dengan pengajuan kebangkrutan Chapter 11 pada 2024, Goldman berkomitmen untuk memulihkan Tupperware dengan harapan membawa perusahaan kembali ke jalur kesuksesan.

Kata Kunci: *Pimpinan, Pemulihan Transformasi*

Abstract

Tupperware Brands Corporation, yang didirikan oleh Earl Tupper pada tahun 1946, telah mengalami berbagai fase penting di bawah kepemimpinan beberapa CEO yang berperan dalam perjalanan perusahaan. Earl Tupper, sebagai pendiri, menciptakan produk inovatif berbahan plastik yang lebih kuat dan tahan lama, yang dikenal dengan nama Tupperware. Keberhasilan awalnya didorong oleh konsep inovatif Tupperware Party yang diperkenalkan oleh Brownie Wise pada tahun 1951. Setelah perbedaan pendapat dengan Wise, perusahaan mengalihkan kepemilikan pada tahun 1969 oleh Raleigh-Durham Corporation yang memperluas pasar internasional dan memperkenalkan nama Tupperware Corporation. Selanjutnya, Rick Goings mengembangkan pasar global dan menekankan pemberdayaan wanita melalui model penjualan langsung. Namun, di bawah kepemimpinan Miguel Fernandez (2018-2023), Tupperware menghadapi penurunan penjualan yang tajam akibat perubahan perilaku konsumen dan tantangan ekonomi global, termasuk dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2023, setelah penurunan signifikan dalam kinerja finansial, Fernandez dipecat dan digantikan oleh Laurie Ann Goldman, yang diharapkan dapat memimpin perusahaan melalui fase transformasi dan pemulihan. Goldman fokus pada strategi digitalisasi, inovasi produk, serta keinginan untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi Tupperware di pasar global. Meskipun perusahaan menghadapi tantangan besar, terutama dengan pengajuan kebangkrutan Bab 11 pada tahun 2024, Goldman berkomitmen untuk memulihkan Tupperware dengan harapan membawa perusahaan kembali ke jalur kesuksesan.

Kata Kunci: *Pimpinan, Pemulihan Transformasi*

PENDAHULUAN

Globalisasi saat ini telah membawa banyak perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk ekonomi, politik, sosial, dan budaya. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, dunia telah menjadi semakin terhubung dan terintegrasi. Perdagangan digital, investasi asing, dan pasar keuangan global telah meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan peluang baru bagi individu dan bisnis. Namun, globalisasi juga telah menimbulkan tantangan seperti ketidaksetaraan, pengangguran, dan pengaruh terhadap lingkungan dan budaya lokal. Oleh karena itu, penting bagi negara-negara dan masyarakat untuk bekerja sama dan mencari solusi yang efektif untuk mengatasi tantangan globalisasi dan memanfaatkan peluang yang ditawarkannya. Etika dalam bisnis adalah prinsip-prinsip moral yang digunakan untuk memandu perilaku dan keputusan bisnis.

Etika bisnis meliputi berbagai aspek seperti bisnis harus jujur dalam semua transaksi dan komunikasi dengan pelanggan, karyawan, dan mitra bisnis, bisnis harus mempertahankan integritas dengan tidak melakukan tindakan yang tidak etis atau ilegal, bisnis harus bertanggung jawab atas tindakan dan keputusannya, serta mempertanggung jawabkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat, bisnis harus memperlakukan semua pihak dengan adil dan tidak diskriminatif.

Tupperware adalah perusahaan yang pernah sangat sukses dalam menjual produk-produk plastik untuk keperluan rumah tangga. Namun, pada tahun 1990-an, perusahaan ini mengalami kesulitan keuangan dan akhirnya bangkrut, beberapa faktor yang menyebabkan kebangkrutan Tupperware adalah kurangnya inovasi, tupperware tidak berhasil mengembangkan produk-produk baru yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Ketergantungan pada model bisnis lama juga dapat mempengaruhi, tupperware terlalu bergantung pada model bisnis lama yang tidak lagi efektif dalam menghadapi perubahan pasar. Kurangnya pengawasan keuangan, tupperware tidak memiliki pengawasan keuangan yang efektif, sehingga menyebabkan kesulitan keuangan dan akhirnya kebangkrutan.

Dalam kasus Tupperware, etika bisnis tidak sepenuhnya dijalankan. Perusahaan tidak berhasil mempertahankan integritas dan tanggung jawab dalam menghadapi kesulitan keuangan. Kurangnya inovasi dan ketergantungan pada model bisnis lama juga menunjukkan bahwa perusahaan tidak memiliki visi yang jelas dan tidak mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan bisnisnya.

Dalam menghadapi kasus seperti ini, penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan etika bisnis dan memastikan bahwa keputusan bisnisnya tidak hanya menguntungkan perusahaan, tetapi juga mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat.

METODE

Metode penelitian deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan fenomena kebangkrutan Tupperware melalui analisis perjalanan CEO nya. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mengumpulkan data melalui analisis dokumen perusahaan. Data yang dikumpulkan kemudian dapat dianalisis untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang menyebabkan kebangkrutan Tupperware. Dengan demikian, penelitian deskriptif dapat membantu memahami fenomena kebangkrutan Tupperware dan memberikan wawasan yang berharga bagi perusahaan lain yang ingin menghindari kesalahan serupa.

Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif tentang kebangkrutan Tupperware dapat dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian studi kasus, yang berfokus pada analisis mendalam tentang

keputusan dan tindakan CEO Tupperware yang mengalami kebangkrutan. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kebangkrutan Tupperware, termasuk keputusan strategis yang salah, manajemen yang buruk, dan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kebangkrutan perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Earl Tupper (1945-1983) CEO

Earl Silas Tupper lahir pada tahun 1907 di New Hampshire, Amerika Serikat. Ia memulai karirnya dengan bekerja di berbagai pekerjaan, termasuk di bidang pertanian dan kimia. Hingga pada awal 1930-an, Tupper bekerja untuk perusahaan kimia, di mana ia mulai terlibat dalam pengembangan material plastik. Singkatnya ia bekerja disana hingga tahun 1938, Tupper menemukan bahan plastik baru yang lebih kuat, lebih ringan, dan lebih tahan lama daripada plastik lainnya. Ia terinspirasi oleh plastik yang digunakan untuk membuat peralatan rumah tangga, dan dia merasa bahwa ada potensi untuk membuat wadah penyimpanan yang lebih baik. Disitulah Tupper mulai bereksperimen dengan bahan plastik tersebut dan akhirnya mengembangkan produk plastik yang ia sebut dengan TUPPERWARE. Pada 1942, Tupper mengembangkan proses penutupan vakum untuk produk plastiknya. Produk pertamanya adalah sebuah wadah yang dikenal sebagai Tupperware dengan tutup yang bisa memadatkan udara dan menciptakan segel kedap udara. Tupperware segera terbukti sangat efektif dalam penyimpanan makanan, dan konsepnya mendapat perhatian.



Earl Tupper mendirikan perusahaan Tupperware pada tahun 1946, setelah ia berhasil mengembangkan inovasi dalam industri plastik. Tupper mencoba menjual produk-produk Tupperware di toko-toko, tetapi penjualannya tidak memenuhi harapan. Meskipun produk itu sendiri sangat inovatif, konsumen tidak segera memahami manfaatnya. Pada tahun 1951, ia bekerja sama dengan Brownie Wise. Wise menyarankan agar Tupperware dijual melalui demonstrasi rumah, yang memungkinkan orang-orang untuk melihat langsung manfaat dan keunggulan produk tersebut. Pendekatan ini terbukti sangat sukses dan menghasilkan apa yang kini dikenal sebagai *Tupperware Parties* yaitu acara di mana wanita berkumpul untuk melihat dan membeli produk Tupperware. Pada tahun 1954, Tupperware memasarkan produk-produk



mereka ke luar negeri, hal ini membuat penjualan Tupperware meroket, dan perusahaan mulai menjadi pemain besar di pasar rumah tangga. Dibalik kesuksesan tersebut, hubungan antara Tupper dan Brownie Wise menjadi tegang. Tupper memiliki visi yang sangat terfokus pada inovasi produk, sementara Brownie lebih tertarik pada pengembangan penjualan dan pemberdayaan wanita sebagai agen penjual. Pada tahun 1958, setelah perbedaan pendapat yang terus berkembang, Tupper memutuskan untuk memecat Brownie Wise. Akan tetapi, Tupperware tetap berhasil berkembang meskipun kehilangan sosok yang sangat penting dalam sejarah perusahaan itu.

Setelah pemecatan Wise, Tupperware mulai mengalami penurunan dalam penjualannya, dan kesuksesan besar yang sebelumnya tercapai melalui *Tupperware Parties* mulai merosot. Pada 1969, Tupper merasa bahwa ia tidak lagi ingin terlibat langsung dalam operasional sehari-hari Tupperware dan akhirnya menjual perusahaan kepada Raleigh-Durham Corporation (yang kemudian nantinya akan dikenal dengan nama Tupperware Brands). Proses penjualan ini terjadi ketika Tupperware sedang mengalami kesulitan finansial, meskipun perusahaan tersebut sudah sangat dikenal di dunia. Earl Tupper memutuskan untuk pindah ke Costa Rica, di mana ia menjalani sisa hidupnya jauh dari dunia bisnis. Hingga Earl Tupper meninggal pada tahun 1983 di usia 76 tahun. Meskipun ia sudah tidak terlibat dalam perusahaan yang ia dirikan selama lebih dari 10 tahun, warisannya tetap dikenang.

Kesimpulan : Kisah Earl Tupper adalah bukti dari ketekunan, visi, dan inovasi yang dapat mengubah cara hidup jutaan orang di seluruh dunia. Keberhasilan Tupper tidak hanya terletak pada produk yang inovatif, tetapi juga pada kemampuannya untuk mengatasi tantangan dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Brownie Wise (1951-1958) Wakil Presiden

Brownie Wise bergabung bersama perusahaan Tupperware pada tahun 1951, ia adalah seorang ibu rumah tangga yang penuh semangat dan berorientasi pada bisnis, pertama kali mendengar tentang Tupperware yaitu sebuah produk plastik yang inovatif ini dikembangkan oleh Earl Tupper, namun penjualannya sangat terbatas. Pada awalnya, Brownie hanya bekerja sebagai agen penjual di Tupperware, dengan mempromosikan produk kepada orang-orang di sekitar rumahnya. Namun, ia merasa bahwa produk ini akan lebih sukses jika orang bisa melihatnya secara langsung dalam suasana sosial yang nyaman. Brownie menciptakan konsep baru yang dikenal dengan nama "Tupperware Parties" atau pesta Tupperware, yaitu acara di rumah-rumah yang di mana seorang tuan rumah mengundang teman-temannya untuk melihat dan membeli produk Tupperware. Konsep ini dapat dikatakan sangat sukses karena memungkinkan orang untuk melihat produk dalam konteks nyata dan menjelaskan manfaatnya secara langsung. Karena keberhasilannya ini pada tahun 1952, Brownie dipromosikan menjadi

Wakil Presiden Tupperware. Dia menjadi salah satu wanita pertama yang memegang jabatan eksekutif di perusahaan besar. Di bawah kepemimpinannya, penjualan Tupperware meroket, dan perusahaan mulai dikenal luas di seluruh dunia. Brownie juga berfokus pada pemberdayaan perempuan dengan memberikan peluang kepada mereka untuk menjadi agen penjual serta mengembangkan karir mereka dengan memungkinkan banyak ibu rumah tangga untuk bekerja dari rumah dan memperoleh penghasilan yang baik. Namun hubungan Brownie dengan Earl Tupper mengalami ketegangan. Hingga di tahun 1958, Brownie diberhentikan dari Tupperware setelah perbedaan pendapat dengan Tupper terkait arah perusahaan.

Kesimpulan : Kisah Brownie Wise dapat menjadi bukti bahwa ia memiliki visi yang jelas serta inovasi, meskipun pada awalnya idenya tidak dilihat sebagai potensial dalam dunia bisnis,

namun nyatanya ide tersebutlah yang akan menciptakan dampak yang besar bagi perusahaan Tupperware.

Raleigh-Durham Corporation (1969-1992)

Setelah Raleigh-Durham Corporation membeli Tupperware pada tahun 1969, Raleigh-Durham, yang sebelumnya lebih dikenal sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri farmasi dan produk konsumen lainnya, melihat potensi besar dalam Tupperware dan memutuskan untuk mengakuisisi perusahaan tersebut untuk memperluas portofolio mereka. Di bawah kepemilikan Raleigh-Durham, Tupperware mengalami restrukturisasi dan berfokus pada perluasan pasar internasional, terutama ke Eropa, Asia, dan Amerika Latin. Produk Tupperware kini mulai ditemukan di berbagai belahan dunia, berkat jaringan distribusi yang lebih luas yang dimiliki oleh Raleigh-Durham. Pada 1978, terjadi perubahan besar ketika Raleigh-Durham mengubah namanya menjadi Tupperware Corporation untuk lebih menekankan identitas dan nilai merek Tupperware yang sudah dikenal luas di pasar. Keputusan ini menjadi upaya perusahaan untuk lebih menonjolkan identitas Tupperware sebagai pemimpin dalam industri wadah plastik, serta untuk memperkuat koneksi merek dengan pelanggan dan distributor di seluruh dunia. Pada awal 1980-an, Tupperware terus tumbuh dan berkembang di pasar global melalui pemasaran berbasis *Tupperware Parties*, yang telah dimulai pada masa kepemimpinan dahulu yaitu Brownie Wise. Di masa ini pula Tupperware mulai mengembangkan berbagai produk baru untuk peralatan dapur lainnya dan perlengkapan rumah tangga, seperti Tupperware Modular Mates, yang dirancang untuk penyimpanan makanan lebih efisien di dapur. Perusahaan ini melanjutkan rebranding besar-besaran dan memperkenalkan konsep Tupperware Brands Corporation. Nama baru ini mencerminkan tujuan perusahaan untuk menjadi lebih dari sekadar merek produk rumah tangga. Tupperware Brands Corporation tidak hanya berfokus pada produk plastik, tetapi juga pada mengembangkan lini produk baru di berbagai kategori, seperti kosmetik dan barang-barang perawatan diri. Di tahun 1990-an inilah, Raleigh-Durham Corporation memutuskan untuk menjual Tupperware kepada investor lain. Keputusan ini diambil sebagai bagian dari strategi untuk fokus pada bisnis inti dan mengejar peluang baru yang lebih menguntungkan. Penjualan ini menandai akhir dari era Tupperware di bawah kepemilikan Raleigh-Durham Corporation.

Rick Goings (1992-2018)

Rick Goings bergabung dengan Tupperware pada tahun 1992, setelah perusahaan tersebut dijual oleh Raleigh-Durham Corporation. Pada saat itu, Tupperware sedang menghadapi tantangan besar, termasuk persaingan yang meningkat dan perubahan dalam perilaku konsumen. Rick Goings diangkat sebagai CEO dan dihadapkan pada tugas berat untuk memulihkan dan mengembangkan merek yang telah lama dikenal ini. Langkah awal yang diambilnya adalah mengalihkan fokus perusahaan ke pasar internasional terutama di Latin Amerika dan Asia. Langkah ini diambil untuk mengatasi tantangan yang dihadapi oleh model penjualan langsung di Amerika Serikat yang sulit pada waktu itu. Pertumbuhan global dari tahun 1992 sampai dengan 1996 dibawah kepemimpinan Rick Goings, Tupperware mengalami pertumbuhan signifikan. Goings mendorong pengembangan produk baru yang menarik dan fungsional, termasuk wadah penyimpanan yang lebih efisien dan alat dapur inovatif. Buktinya dalam waktu 4 tahun perusahaan berhasil memperoleh sekitar 95% dari pendapatannya dari luar Amerika Serikat, dengan total pendapatan mencapai sekitar 1 Milyar US Dollar. Kemudian singkatnya, inovasi dan strategi pemasaran dari tahun 1996-2000, Rick Goings terus menerapkan strategi inovatif dalam

pemasaran produk Tupperware. Ia memanfaatkan kekuatan jaringan sosial melalui acara Home Party yang sangat populer di kalangan wanita. Goings berusaha untuk mengubah budaya perusahaan, menekankan keberagaman, inklusi, dan pemberdayaan karyawan. Dia percaya bahwa karyawan yang termotivasi dan terlibat akan menghasilkan kinerja yang lebih baik. Serta meningkatkan pelatihan untuk para penjual Tupperware untuk memastikan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam penjualan. Singkatnya Rick Goings menerima Penghargaan dan Pengakuan tahun 2000-2010, Selama dekade itulah Rick Goings menerima berbagai penghargaan atas kontribusinya dalam dunia bisnis dan sosial. Pada tahun 2010, ia dianugerahi gelar Knight of the Legion of Honour oleh presiden Prancis Nicolas Sarkozy karena dedikasinya terhadap peran perempuan dan anak-anak di negara berkembang. Dengan Kepemimpinan Sosial 2010-2018, Rick Goings menjadi anggota dewan untuk beberapa organisasi Nirlaba dan terlibat dalam inisiatif seperti UN Woman's HeForShe untuk mendukung kesetaraan gender. Pada tahun 2014, dia bersama istrinya menerima Voice for Women Award atas upaya mereka dalam memberdayakan ekonomi perempuan diseluruh dunia. Pada tahun 2018, Rick Goings mengumumkan bahwa dia akan pensiun sebagai CEO setelah 26 tahun menjabat. Dia digantikan oleh Miguel Fernandez, yang sebelumnya menjabat sebagai presiden Tupperware di Amerika Utara. Dari tahun 1992 hingga 2018, Rick Goings telah menunjukkan kepemimpinan yang visioner di tupperware brands dengan memperluas pasar global dan memberdayakan wanita melalui model bisnis penjualan langsung.

Miguel Fernandez (2018-2023)

Penunjukkan sebagai CEO pada bulan September 2018, Miguel Fernandez diangkat sebagai CEO Tupperware Brands Corporation, menggantikan Rick Goings yang telah pensiun setelah 26 tahun menjabat. Fernandez membawa pengalaman dan pemahaman mendalam tentang perusahaan dan pasar global. Sebelumnya ia menjabat sebagai Presiden Global Avon Products Inc., yang memberinya pengalaman luas. Penunjukkan ini terjadi pada saat yang krusial bagi perusahaan, ketika Tupperware menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan relevansi dan kinerja keuangan. Setelah menjabat sebagai CEO, Fernandez menekankan pentingnya digitalisasi dalam strategi bisnis Tupperware. Dia mendorong penggunaan platform e-commerce dan media sosial untuk meningkatkan penjualan dan interaksi dengan konsumen. Berfokus pada stabilitas operasional 2020 - 2021, Selama masa kepemimpinannya, Fernandez menghadapi tantangan besar akibat pandemi COVID-19 yang dimulai pada tahun 2020. Tupperware, seperti banyak perusahaan lain, harus beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan perilaku konsumen yang baru. Fernandez memimpin perusahaan dalam merespons tantangan ini dengan fokus pada penjualan online dan strategi pemasaran yang lebih fleksibel. Tantangan keuangan dan upaya pemulihan (2022-2023), Tupperware mengalami penurunan penjualan yang akibat ketidakmampuan menarik pasar konsumen muda. Pada tahun 2023 saham perusahaan mengalami penurunan drastis hingga 90%, lalu Miguel Fernandez mengambil langkah strategis untuk memperbaiki posisi modal serta likuiditas perusahaan. Fernandez terus mendorong inisiatif keberlanjutan, termasuk kemitraan dengan organisasi lingkungan untuk mengurangi limbah plastik dan mempromosikan produk yang lebih ramah lingkungan. Komitmen terhadap transformasi bisnis pada April 2023, Miguel Fernandez terus melakukan transformasi bisnis dengan fokus pada modernisasi proses penjualan dan pemasaran Tupperware. Hal ini ditujukan untuk membalikkan operasi dan menangani masalah keuangan yang ada dengan serius, namun terus mengalami penurunan penjualan dan margin yang lebih ketat. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor

eksternal seperti inflasi global dan tekanan biaya. Singkatnya pada Oktober 2023, Fernandez dipecat dari posisinya sebagai CEO. Keputusan ini diambil setelah penilaian terhadap kinerja perusahaan dan tantangan yang dihadapi selama masa kepemimpinannya. Laurie Ann Goldman diangkat sebagai CEO baru untuk melanjutkan strategi turnaround perusahaan dan membawa perspektif baru dalam manajemen.

Laurie Ann Goldman (2023-sekarang)

Laurie Ann Goldman diangkat sebagai CEO Tupperware pada 17 Oktober 2023, menggantikan Miguel Fernandez, dengan harapan untuk memimpin perusahaan melalui fase transformasi dan pemulihan. Pengangkatannya datang pada saat perusahaan menghadapi tantangan keuangan yang signifikan. Setelah menjabat, Goldman segera memfokuskan upaya pada strategi pemulih untuk mengatasi tantangan yang dihadapi perusahaan, termasuk penurunan penjualan dan masalah keuangan. Di perkembangan tahun itulah Goldman berkomitmen untuk memperkuat merek Tupperware dan meningkatkan penjualan melalui inovasi produk dan pemasaran yang lebih agresif. Ia berusaha untuk memberdayakan tim penjual independen, yang merupakan inti dari model bisnis Tupperware, dengan pelatihan dan dukungan yang lebih baik. Goldman mendorong penggunaan platform digital dan strategi pemasaran modern untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, sejalan dengan tren perilaku konsumen yang berubah. Pada September 2024,

Tupperware Brands mengajukan kebangkrutan Chapter 11, yang menandai tantangan besar di bawah kepemimpinan Goldman. Meskipun situasi sulit, ia tetap optimis dan berusaha untuk mengimplementasikan rencana restrukturisasi yang dapat membawa perusahaan kembali ke jalur yang benar. Hingga di tahun 2025 meskipun menghadapi tantangan besar, Goldman tetap optimis dan berfokus pada rencana pemulihan yang mencakup inovasi produk dan peningkatan pengalaman pelanggan. Ia juga menekankan pentingnya keberlanjutan dalam produk Tupperware, sejalan dengan tren konsumen yang semakin peduli lingkungan. Ia berusaha dapat mengembalikan Tupperware ke posisi yang lebih kuat di pasar global.

Hasil dari pembahasan ini ialah pada ceo pertama tupperware ialah earl tupper sebagai pendiri pertama dari produk tupperware dimanialah pencetus produk tersebut, dimulai dari Tupper menemukan bahan plastik baru yang lebih kuat, lebih ringan, dan lebih tahan lama daripada plastik lainnya. dan juga produk ini di dilanjutkan oleh Brownie Wise dapat menjadi bukti bahwa ia memiliki visi yang jelas serta inovasi, meskipun pada awalnya idenya tidak dilihat sebagai potensial dalam dunia bisnis, namun nyatanya ide tersebutlah yang akan menciptakan dampak yang besar bagi perusahaan Tupperware setelah itu pada Raleigh-Durham membeli tupperware perluasan pasar internasional, terutama ke Eropa, Asia, dan Amerika Latin. Produk Tupperware kini mulai ditemukan di berbagai belahan dunia, berkat jaringan distribusi yang lebih luas yang dimiliki oleh Raleigh-Durham. pada era Raleigh-Durham produk tupperware berkembang pesat hingga dikenal hingga pasar internasional selanjutnya tupperware di pegang oleh Rick Goings juga berkembang sangat pesat memanfaatkan kekuatan jaringan sosial melalui acara Home Party yang sangat populer di kalangan wanita. Goings berusaha untuk mengubah budaya perusahaan, menekankan keberagaman, inklusi, dan pemberdayaan karyawan.

Dia percaya bahwa karyawan yang termotivasi dan terlibat akan menghasilkan kinerja yang lebih baik. Serta meningkatkan pelatihan untuk para penjual Tupperware untuk memastikan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk sukses dalam penjualan. pada masa miguel tupperware tidak berjalan lancar dikarenakan pada saat ia memimpin pada saat jaman covid pada tahun 2020-2021 dimana perekonomian yang mengalami penerunan ekonomi yang membuat pembelian menurun dan mengambil langkah dengan penjualan digitalisasi namun pada Oktober

2023, Fernandez dipecat dari posisinya sebagai CEO. Keputusan ini diambil setelah penilaian terhadap kinerja perusahaan dan tantangan yang dihadapi selama masa kepemimpinannya. Laurie Ann Goldman diangkat sebagai CEO baru untuk melanjutkan strategi turnaround perusahaan dan membawa perspektif baru dalam manajemen. Pada tahun 2023 Laurie Ann Goldman diangkat sebagai CEO Tupperware pada 17 Oktober 2023, menggantikan Miguel Fernandez, dengan pengangkatan Laurie Ann Goldman semoga dapat mengembalikan penjualan tupperware di era krisis nya tupperware

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari teks ini adalah bahwa perjalanan Tupperware dipenuhi dengan tantangan dan perubahan yang signifikan sepanjang sejarah perusahaan. Dimulai dengan Earl Tupper yang menciptakan produk inovatif dengan plastik yang lebih kuat dan tahan lama, Tupperware berkembang berkat visi dan ketekunannya. Keberhasilan besar datang ketika Brownie Wise memperkenalkan konsep "Tupperware Parties," yang mendongkrak penjualan dan menjadikan produk tersebut populer di kalangan masyarakat. Meskipun Tupperware mengalami penurunan penjualan setelah Wise dipecat, perusahaan terus berkembang dengan perubahan kepemilikan oleh Raleigh-Durham Corporation, yang berhasil memperluas pasar internasional dan memperkenalkan berbagai produk baru.

Di bawah kepemimpinan Rick Goings, Tupperware mengalami pertumbuhan pesat dengan strategi pemasaran yang inovatif dan pemberdayaan wanita sebagai agen penjual. Namun, di masa kepemimpinan Miguel Fernandez, perusahaan menghadapi tantangan besar akibat pandemi COVID-19 yang mempengaruhi penjualan. Meskipun ada upaya digitalisasi, penurunan kinerja menyebabkan Fernandez dipecat pada 2023.

Laurie Ann Goldman yang menggantikan Fernandez sebagai CEO berfokus pada pemulihan perusahaan, dengan strategi untuk memperkuat merek, meningkatkan penjualan melalui inovasi produk, dan memanfaatkan pemasaran digital. Meskipun Tupperware menghadapi tantangan keuangan dan penurunan penjualan, Goldman tetap optimis dan berusaha membawa perusahaan menuju pemulihan, meskipun situasi sulit tetap berlangsung hingga 2025. Keberhasilan Tupperware ini mencerminkan kemampuan adaptasi, inovasi, dan pemimpin yang berkomitmen untuk mengatasi tantangan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Anggi Mardiana. "Sejarah dan Pendiri Tupperware: Sudah Beroperasi 78 Tahun Kini Terancam Bangkrut" Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul "Sejarah dan Pendiri Tupperware: Sudah Beroperasi 78 Tahun Kini Terancam Bangkrut." 2024,

<https://katadata.co.id/ekonomedia/profil/66ed09c124d65/sejarah-dan-pendiri-tupperware-sudah-beroperasi-78-tahun-kini-terancam-bangkrut>.

Emma Rothberg. "Brownie Wise." *Brownie Wise*, 2020. *Brownie Wise*, <https://www.womenshistory.org/education-resources/biographies/brownie-wise>.

Heri Suryato. "Tupperware Ajukan Kebangkrutan: Sejarah Panjang Inovasi dan Kerugian Finansial." 2024,

<https://padek.jawapos.com/internasional/2365105681/tupperware-ajukan-kebangkrutan-sejarah-panjang-inovasi-dan-kerugian-finansial?page=2>.

Jen Doll. "How a Single Mom Created a Plastic Food-Storage Empire." *How a Single Mom Created a Plastic Food-Storage Empire*, 2017, <https://www.mentalfloss.com/article/59687/how-single-mom-created-plastic-food-storage-empire>.

Kevin Arthadia. "Profil Miguel Fernandez, CEO Tupperware yang Kini Terancam

Bangkrut!" 2023.

<https://www.okocenews.com/kisah-sukses/4208479338/profil-miguel-fernandez-ceo-tupperware-yang-kini-terancam-bangkrut#:~:text=Miguel%20Fernandez%20bergabung%20dengan%20Tupperware,industri%20konsumen%20dan%20perusahaan%20multinasional>.

Maria Christina. "Tupperware Bangkrut, CEO Laurie Ann Goldman Menyerah: Ini Jalan Terbaik!" *Tupperware Bangkrut, CEO Laurie Ann Goldman Menyerah: Ini Jalan Terbaik!*, 2024, <https://www.inews.id/finance/bisnis/tupperware-bangkrut-ceo-laurie-ann-goldman-menyerah-ini-jalan-terbaik>.

Redaksi Daerah. "Dari Puncak Kejayaan hingga Bangkrut: Kisah Pendiri Tupperware, Earl Silas Tupper." 2024. *Dari Puncak Kejayaan hingga Bangkrut: Kisah Pendiri Tupperware, Earl Silas Tupper*, <https://www.sumatrakini.com/read/dari-puncak-kejayaan-hingga-bangkrut-kisah-pendiri-tupperware-earl-silas-tupper>.

"Tupperware Brands Corporation." *International Directory of Company Histories*. . *Encyclopedia.com*, 2025, <https://www.encyclopedia.com/books/politics-and-business-magazines/tupperware-brands-corporation>