

**HASIL WAWANCARA PADA PT KARTIKA SWARNA DWIPA
(DISTRIBUTOR TUPPERWARE MEDAN)**

Narasumber : Rafika Saputri

Hari/Tanggal : Sabtu / 14 Maret 2015

1. Apakah perusahaan Tupperware sudah tergabung di dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI)?

Jawab : Perusahaan Tupperware sudah tergabung di dalam Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).

2. Apakah perusahaan Tupperware telah memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL)?

Jawab : Ada. Perusahaan Tupperware memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL).

3. Bolehkah Saudara ceritakan sedikit mengenai profil PT Kartika Swarna Dwipa?

Jawab : PT Kartika Swarna Dwipa bermula dari bisnis peralatan rumah tangga yaitu produk Tupperware pada tahun 1994, yang dikelola oleh Ibu Susan Erlina Hayati Rompies di Medan, yang beranggotakan 3 (tiga) orang karyawan. Seiring semakin banyaknya permintaan akan produk dari Tupperware, maka pada tanggal 29 Maret 1996, PT Tupperware Indonesia menunjuk Ibu Susan sebagai distributor sehingga didirikanlah perusahaan dengan nama PT Kartika Swarna Dwipa yang beralamat di Jalan Kolonel Sugiono Nomor 29 B, dimana makin bertambahnya

permintaan akan produk Tupperware sehingga bertambah pula *member/agen* sebanyak 10 (sepuluh) orang. Karena produk Tupperware banyak diminati ibu-ibu rumah tangga khususnya ibu-ibu yang berkarier di bisnis ini, pada tahun 2002, PT Kartika Swarna Dwipa pindah ke Jalan Juanda Nomor 31 AA. Hal ini dikarenakan semakin banyaknya minat ibu-ibu akan produk Tupperware dan permintaan akan produk semakin tinggi serta semakin banyak anggota yang masuk untuk menjadi *member/agen*. Pada tahun 2002, *staff* karyawan bertambah menjadi 7 (tujuh) orang, untuk *General Manager* (GM) 4 (empat) orang, dan Konsultan 50 (lima puluh) orang. Untuk mengantisipasi kemajuan di masa yang akan datang, PT Kartika Swarna Dwipa pindah ke Jalan Brigjend Katamso Komplek Istana Business Center Nomor 7-8 pada tahun 2010 sampai dengan sekarang. Saat ini, jumlah *staff* di PT Kartika Swarna Dwipa adalah sebanyak 30 (tiga puluh) orang, *General Manager* (GM) 18 (delapan belas) orang, *Manager* 200 (dua ratus) orang, *Assistant General Manager* (AGM) 1 (satu) orang, dan Konsultan 1.000 (seribu) orang. PT Kartika Swarna Dwipa telah banyak menerima penghargaan dari PT Tupperware Indonesia, dimana salah satunya adalah menduduki peringkat ke-39 (tiga puluh sembilan) dunia pada tahun 2014. Saat ini, PT Kartika Swarna Dwipa dipimpin oleh Ibu Brenda Marta Cristina sebagai

distributor. Sebagai sebuah perusahaan, PT Kartika Swarna Dwipa dalam menjalankan bisnisnya memiliki visi dan misi. Adapun visi dan misi dari PT Kartika Swarna Dwipa adalah sama dengan visi dan misi dari Tupperware, dimana visi dari PT Kartika Swarna Dwipa sebagai distributor Tupperware adalah untuk menjadi *Company of Coice* dan *Brand of Choice*, sedangkan misi dari PT Kartika Swarna Dwipa sebagai distributor Tupperware adalah untuk mengubah hidup banyak orang dan keluarganya menjadi lebih baik.

4. Apakah terdapat syarat tertentu untuk menjadi *member* ataupun distributor perusahaan Tupperware?

Jawab : Untuk menjadi distributor, seseorang tersebut harus melalui jenjang karir terlebih dahulu, sedangkan untuk menjadi seorang *member*, tidak terdapat syarat yang mengikat, dimana seseorang tersebut hanya perlu menyerahkan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP), meninggalkan nomor *handphone* yang bisa dihubungi, dan membeli *Kitbag* Tupperware seharga Rp 270.000,- (dua ratus tujuh puluh ribu rupiah), dimana dengan membeli *Kitbag* Tupperware tersebut, seorang *member* dapat memperoleh sebuah tas bermerek Tupperware, *Party Kit* (untuk memudahkan melakukan Tupperware *Party*, berisi amplop *party*, formulir pesanan konsumen, *form nyonya rumah*, undangan *party*), *Digital Versatile Disc* (DVD) info produk, *Flyer* dan

Booklet, buku sukses bersama Tupperware, katalog Tupperware, *sales order form*, pensil, binder, dan beberapa produk Tupperware seharga Rp 550.000,- (lima ratus lima puluh ribu rupiah). Seseorang yang telah memberikan fotokopi Kartu Tanda Penduduk (KTP) dan membeli *Kitbag* Tupperware sudah bisa dianggap sebagai *member* Tupperware, namun *member* tersebut hanya terdaftar secara nama saja dan dianggap belum aktif. Apabila *member* tersebut ingin dianggap aktif, maka *member* tersebut harus berbelanja produk-produk Tupperware minimal seharga Rp 900.000,- (sembilan ratus ribu rupiah) dalam waktu 1 (satu) minggu.

5. Dalam menjalankan bisnis ini, apakah penting bagi seorang *member* Tupperware untuk memiliki *downline*?

Jawab : Sebenarnya hal tersebut tergantung pada masing-masing *member*, apakah *member* tersebut ingin mengikuti jenjang karir atau tidak. Jika *member* tersebut ingin mengikuti jenjang karir, maka *member* tersebut wajib memiliki *downline* untuk menunjangnya agar bisa naik pangkat nantinya. Tetapi, jika *member* tersebut hanya ingin menjadi *member* biasa selama-lamanya, maka *member* tersebut tidak diwajibkan untuk memiliki *downline*.

6. Bagaimanakah mekanisme transaksi jual beli dalam perusahaan Tupperware ini?

Jawab : Mekanisme transaksinya mudah saja, yaitu konsumen hanya perlu datang ke kantor distributor Tupperware, kemudian setelah memilih dan menyetujui harga produk yang ingin dibeli, maka konsumen dapat melakukan pemesanan atau *order* atas produk-produk yang diminati, kemudian konsumen membayar sejumlah biaya atas produk yang dipesan tersebut di kasir, lalu konsumen akan langsung mendapatkan produk yang diinginkan tersebut pada saat itu juga.

7. Bagaimana apabila barang yang diinginkan konsumen sedang tidak ada di tempat atau sedang kosong barangnya?

Jawab : Apabila barang sedang kosong atau tidak ada di tempat, biasanya dari pihak kantor distributor akan mengeluarkan *invoice* atau faktur kepada konsumen dengan membuat kode “BB”, yang maksudnya adalah “Barangnya Belum”. Apabila kemudian produk tersebut sudah ada, maka pada hari masuknya produk tersebut, konsumen sudah bisa langsung mengambil produk tersebut ke kantor distributor dengan membawa *invoice* atau faktur tersebut untuk diperlihatkan kepada pihak kantor distributor.

8. Apakah dalam perusahaan Tupperware ini terdapat kode etik yang tertulis untuk melindungi hak-hak konsumen maupun hak-hak dari perusahaan Tupperware sebagai pelaku usaha?

Jawab : Kode etik sebenarnya ada, tetapi tidak ada kode etik yang tertulis. Kode etik tersebut seperti misalnya antara sesama distributor yang masing-masing memiliki *downline* tidak boleh saling berebutan atau saling mencuri anak atau *downline*-nya. Selain itu, perusahaan Tupperware juga melarang seorang *member* untuk terdaftar dalam dua distributor yang berbeda.

9. Kode etik yang dikemukakan tadi merupakan kode etik bagi pelaku usaha, lalu apakah ada kode etik yang dibuat untuk melindungi hak-hak konsumen?

Jawab : Kalau itu saya kurang tahu, namun sepertinya tidak ada.

10. Apakah Saudara mengetahui peraturan hukum apa sajakah yang mendasari bisnis *Multi Level Marketing* atau Penjualan Berjenjang ini?

Jawab : Saya tidak tahu sama sekali mengenai hal itu.

11. Apa sajakah hal yang sering dikeluhkan oleh konsumen pada perusahaan Tupperware (PT Kartika Swarna Dwipa) ini?

Jawab : Keluhan-keluhan yang sering dikeluhkan oleh konsumen produk Tupperware disini yaitu mengenai adanya keterlambatan dalam pendistribusian barang yang telah dipesan kepada konsumen. Keterlambatan tersebut terjadi karena disebabkan oleh adanya perubahan sistem yang terjadi di Tupperware pusat, yang akhirnya berakibat pada terjadinya gangguan terhadap ekspedisi

barang, yang mengakibatkan barang-barang yang telah dipesan oleh konsumen terpaksa harus ditunda atau di-*pending* terlebih dulu.

12. Apakah konsumen pernah mengeluhkan mengenai kualitas atau mutu dari produk Tupperware?

Jawab : Tidak pernah. Konsumen tidak pernah mengeluhkan tentang kualitas ataupun mutu dari produk Tupperware, karena perusahaan Tupperware memberikan garansi seumur idup, yang mana pihak konsumen dapat melakukan *claim* ganti rugi apabila terjadi kerusakan pada produk Tupperware. Maka dari itu, konsumen tidak pernah mengeluh mengenai kualitas atau mutu dari produk Tupperware.

13. Bagaimanakah cara perusahaan Tupperware ini menanggapi keluhan-keluhan yang datang dari para konsumen?

Jawab : Untuk menampung keluhan-keluhan dari konsumen, pihak Tupperware telah mempersiapkan kuesioner kepuasan konsumen yang akan diberikan pada setiap konsumen untuk diisi dan apabila konsumen memiliki keluhan, maka konsumen tersebut dapat menyampaikan keluhannya tersebut di dalam kuesioner. Kuesioner tersebut kemudian akan dimasukkan ke dalam sebuah kotak. Kemudian setelah terisi penuh, pimpinan perusahaan akan membaca satu per satu keluhan dari konsumen tersebut. Apabila keluhan-keluhan konsumen tersebut berhubungan dengan

pelayanan dari karyawan/*staff* Tupperware, maka pimpinan perusahaan akan mengadakan rapat untuk mengevaluasi kinerja dari para karyawan/*staff* tersebut. Namun apabila keluhan-keluhan konsumen tersebut berhubungan dengan produk-produk Tupperware, maka pimpinan perusahaan akan mengajak para konsumen tersebut untuk rapat dan menjelaskan lebih lanjut mengenai kendala-kendalanya.

14. Apakah pernah terjadi sengketa antara konsumen dengan pihak PT Kartika Swarna Dwipa?

Jawab : Seingat saya, apabila sengketa yang benar-benar sengketa tidak ada, yang ada hanya berupa kesalahpahaman saja.

15. Apabila terjadi kesalahpahaman antara pihak konsumen dengan pihak PT Kartika Swarna Dwipa, bagaimanakah penyelesaiannya?

Jawab : Biasanya kita menyelesaikannya secara bersama-sama, dimana orang-orang yang bersangkutan atau yang saling berselisih paham dipertemukan untuk dibahas dan ditemukan solusinya.

16. Bagaimana tata cara untuk melakukan *claim* ganti rugi terhadap produk Tupperware yang rusak?

Jawab : Jika seorang konsumen ingin melakukan *claim* kerusakan atau *claim* ganti rugi atas produk Tupperware yang dibelinya, maka konsumen tersebut hanya perlu datang ke kantor distributor dengan membawa produk Tupperware yang rusak tersebut untuk kemudian dilakukan *claim* ganti rugi di divisi *defective* atau divisi

barang rusak. Namun, tidak semua produk/barang Tupperware yang rusak dapat dilakukan *claim* ganti rugi, dimana produk/barang yang rusak tersebut harus memenuhi syarat-syarat tertentu. Produk/barang yang rusak tersebut hanya dapat dilakukan *claim* apabila produk/barang tersebut rusak dalam pemakaian normal, misalnya saja tutup dari botol Tupperware yang patah di bagian tengahnya karena saat membuka botol sering ditekan di bagian tengah. Sedangkan untuk produk/barang Tupperware yang rusak karena digigit tikus, terbakar, sengaja dipecahkan, dan disayat tidak dapat dilakukan *claim* ganti rugi atas kerusakan produk/barang tersebut.

17. Berapa lama waktu yang dibutuhkan konsumen untuk dapat menerima penggantian kerugian atas produk Tupperware yang rusak tersebut?

Jawab : Setelah dilakukan *claim* ganti rugi, apabila *stock* produk/barang yang rusak tersebut masih tersedia di gudang, maka produk/barang yang rusak tersebut akan langsung diganti dengan produk/barang baru yang sama dengan produk/barang yang *diclaim*, dimana perusahaan Tupperware berkewajiban untuk menyediakan *stock* barang untuk segera memenuhi pemesanan. Namun, apabila produk/barang yang *diclaim* tersebut sudah lama dan tidak diproduksi lagi di Tupperware, maka dari pihak perusahaan Tupperware akan menghargai produk tersebut sesuai berapa harganya, lalu kemudian konsumen akan diberikan

voucher belanja sesuai harga produk/barang yang *diclaim* tersebut sehingga konsumen dapat menggunakan *voucher* tersebut untuk berbelanja di Tupperware.