

**BAB III**  
**GAMBARAN UMUM PELAKSANAAN GARANSI**  
***TUPPERWARE***

**A. Riwayat Singkat *Tupperware***

*Tupperware* adalah nama merek terkenal dari peralatan rumah tangga yang terbuat dari plastic, termasuk di dalamnya, wadah penyimpanan dan beberapa peralatan dapur yang diperkenalkan untuk khalayak umum pada tahun 1946<sup>1</sup>.

*Tupperware* Corporation yang berpusat di Orlando Amerika Serikat adalah perusahaan multinasional yang memproduksi serta memasarkan produk plastic berkualitas untuk keperluan rumah tangga. Dengan system penjualan langsung (direct selling), *Tupperware* berkembang dan berada di lebih dari 100 negara. Di banyak negara, di antara perusahaan direct selling lain *Tupperware* berhasil menempati ranking atas.

---

<sup>1</sup> Profil Perusahaan  
<http://tupperware.co.id/pages/Articlestatic/190110/0019/profil-perusahaan.aspx>. Di akses pada 15 juli 2016.

Berkat penemuannya yang gemilang tahun 1937 di Amerika dan dikembangkan tahun 1946, Earl Tupper melahirkan berbagai produk inovatif bermerek *Tupperware*<sup>2</sup>.

Kejeliannya memanfaatkan teknologi membuat *Tupperware* tanggap dengan berbagai perubahan yang terjadi di masyarakat. Diperkirakan hampir 2,3 detik diselenggarakan *Tupperware* Party di salah satu sudut dunia. *Tupperware* selalu melahirkan produk baru berkualitas yang inovatif, berdesain unik dengan warna warni yang khas, trendy, dan menarik. Bahan yang digunakan berkualitas terbaik, aman bagi kesehatan serta ramah lingkungan bahkan telah memenuhi ketentuan FDA, EFSA dan FS, sesuai dengan komitmennya dalam memberi kepuasan maksimal kepada semua pecinta dan penggunanya. *Tupperware* tidak ragu untuk memberikan garansi seumur hidup (sesuai penggunaan normal)<sup>3</sup>.

*Tupperware* mengawali strategi penjualan langsung dengan apa yang disebutnya sebagai *Tupperware*

---

<sup>2</sup> Profil Perusahaan

<http://tupperware.co.id/pages/Articlestatic/190110/0019/profil-perusahaan.aspx>. Di akses pada 15 juli 2016.

<sup>3</sup>

<Http://www.tupperware.co.id/pages/articlestatic/280109/0020/lifetime-guarantee.aspx> diakses tanggal 20 Agustus 2016.

*Party. Brownie Wise* adalah orang yang mengenalkan strategi ini, dimana sebelumnya dia adalah seorang agen penjualan dari *Stanley Home Products*.

Secara resmi *Tupperware* dipasarkan di Indonesia tahun 1991. PT. Alif Rose di Jakarta merupakan Distributor resmi pertama *Tupperware*, dan kini sudah sudah lebih dari 74 Distributor resmi yang tersebar di berbagai kota besar d seluruh Indonesia<sup>4</sup>.

Didukung lebih dari 190.000 tenaga penjual independen, produk *Tupperware* berhasil menembus berbagai kalangan. Pelatihan dan bimbingan yang diberikan merupakan bekal untuk menjadi tenaga penjual yang tangguh. Meski terdiri dari berbagai latar belakang ekonomi dan pendidikan, namun ada satu persamaannya yaitu bisa menyisihkan waktu untuk keluarga, sekaligus memiliki karir dan penghasilan yang sangat memuaskan.

## **B. Profil Tupperware Kalyana Bentang Sentosa**

PT. Kalyana Bentang Sentosa bermula dari bisnis peralatan rumah tangga yaitu produk *Tupperware* pada tahun 2010, yang dikelola oleh Ibu Susan Erlina di

---

4

[Http://www.tupperware.co.id/pages/articlestatic/280109/0020/lifetime-guarantee.aspx](http://www.tupperware.co.id/pages/articlestatic/280109/0020/lifetime-guarantee.aspx) diakses tanggal 20 Agustus 2016

Semarang yang beranggotakan 3 (tiga) orang karyawan. Seiring semakin banyaknya permintaan akan produk dari *Tupperware*, maka pada tanggal 29 Maret 2012, PT *Tupperware* Indonesia menunjuk Ibu Susan sebagai distributor sehingga didirikanlah perusahaan dengan nama PT Kalyana Bentang Sentosa yang beralamat di Jalan Pamularsih Nomor 28 Semarang, dimana makin bertambahnya permintaan akan produk *Tupperware* sehingga bertambah pula *member/agen* sebanyak 10 (sepuluh) orang. 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*<sup>5</sup>.

Pada tahun 2014, *staff* karyawan bertambah menjadi 7 (tujuh) orang, untuk *General Manager* (GM) 4 (empat) orang, dan Konsultan 50 (lima puluh) orang. Saat ini, jumlah *staff* di PT Kalyana Bentang Sentosa adalah sebanyak 30 (tiga puluh) orang, *General Manager* (GM) 18 (delapan belas) orang, *Manager* 21 (dua puluh) orang, *Assistant General Manager* (AGM) 1 (satu) orang, *team captain* 8 (delapan) orang, dan Konsultan 71 (tujuh puluh satu) orang. PT Kalyana Bentang Sentosa telah banyak

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan Ibu Sri Setya wati, selaku manager di kantor Kalyana Bentang Sentosa, selasa 16 Agustus 2016.

menerima penghargaan dari PT Tupperware Indonesia, dimana salah satunya adalah menduduki peringkat ke-39 (tiga puluh sembilan) dunia pada tahun 2014.

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

### C. Struktur Organisasi Tupperware

Di bawah ini adalah gambaran mengenai struktur organisasi yang ada pada *Tupperware* dan uraian singkat mengenai tugas dan tanggung jawab yang merupakan wewenang dan tanggung jawab masing-masing bagian.

Tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian adalah sebagai berikut<sup>6</sup>:

---

<sup>6</sup> Wawancara dengan ibu Siti Munjayana, selaku *manager* Kalyana Bentang Sentosa, di rumah, Kamis 26 Oktober 2016.

1. Presiden Direktur sebagai pimpinan tertinggi perusahaan dan bertanggung jawab terhadap keseluruhan aktifitas perusahaan.
2. Wakil Presiden Direktur sebagai wakil tertinggi perusahaan bertanggung jawab membantu seluruh aktifitas atasan.
3. Divisi Sales dan Distribution yang mengorganisir serta bertanggung jawab terhadap perencanaan pemasaran produksi perusahaan dan penyaluran produk ke seluruh wilayah Indonesia.
4. Divisi Marketing yang mengorganisir serta bertanggung jawab terhadap perencanaan penjualan hasil produksi untuk jangka pendek, sedang, dan menengah.
5. Divisi Marketing Publik Relation mempunyai tugas merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan pemasaran dan kegiatan-kegiatan humas mengembangkan citra positif perusahaan bagi masyarakat serta menjalin komunikasi internal dan eksternal perusahaan.
6. Divisi Finance mempunyai tugas dan tanggung jawab dalam mengatur segala keuangan perusahaan.

**D. Daftar Member PT. Kalyana Bentang Sentosa**

Berikut daftar member yang tergabung dalam PT. Kalyana Bentang Sentosa di bawah pimpinan Ibu Agus Riniwati.

| NO  | NAMA               | JABATAN        |
|-----|--------------------|----------------|
| 1.  | Nur Rokhmah        | <i>Manager</i> |
| 2.  | Wakhidah           | <i>Manager</i> |
| 3.  | Sri Setyawati      | <i>Manager</i> |
| 4.  | Martha Muji Rahayu | <i>Manager</i> |
| 5.  | Kartinah           | <i>Manager</i> |
| 6.  | Devnita            | <i>Manager</i> |
| 7.  | Malyando           | <i>Manager</i> |
| 8.  | Salsa              | <i>Manager</i> |
| 9.  | Balqia Salma       | <i>Manager</i> |
| 10. | Ridho Ilahi        | <i>Manager</i> |
| 11. | Mitra Sejahtera    | <i>Manager</i> |
| 12. | Nagaringo          | <i>Manager</i> |

|          |                                   |  |
|----------|-----------------------------------|--|
| 13.      | Uti                               | <i>Manager</i>                             |
| 14.      | Yolanda                           | <i>Manager</i>                             |
| 15.      | Nurlaili Hanifah                  | <i>Manager</i>                             |
| 16.      | Anyelir                           | <i>Manager</i>                             |
| 17.      | Rubainah                          | <i>Manager</i>                             |
| 18.      | Dilly Susanti                     | <i>Manager</i>                             |
| 19.      | A.Arifah Adiningrum               | <i>Manager</i>                             |
| 20.      | Widha Ayu Oktaviana               | <i>Manager</i>                             |
| 21.      | Nur Laili                         | <i>Manager</i>                             |
| 22.      | Santi Indri Hapsari               | <i>Team Captain</i>                        |
| 23<br>24 | Anita Yuliani<br>Sri Mulyaningsih | <i>Team Captain</i><br><i>Team Captain</i> |
| 25       | Wiwik Ariyani                     | <i>Team Captain</i>                        |
| 27       | Obien                             | <i>Team Captain</i>                        |
| 28       | Yuliani ListyoWulan               | <i>Team Captain</i>                        |
| 29       | Khusahrani                        | <i>Team Captain</i>                        |
| 30       | Endang Yulianti                   | <i>Consultant</i>                          |
| 31       | Ninik Sumarni                     | <i>Consultant</i>                          |



|    |                       |                   |
|----|-----------------------|-------------------|
| 32 | Mareta Istiarini      | <i>Consultant</i> |
| 33 | Sri Rejeki Kurniawati | <i>Consultant</i> |
| 34 | Endang Suratini       | <i>Consultant</i> |
| 35 | Evi Anggraeni         | <i>Consultant</i> |
| 36 | Nitta Yustina         | <i>Consultant</i> |
| 37 | Septiana Wulannasih   | <i>Consultant</i> |
| 38 | Mufliatuh Khoiriah    | <i>Consultant</i> |
| 39 | Pratiwi Widyastuti    | <i>Consultant</i> |
| 40 | Diska Hidayanti       | <i>Consultant</i> |
| 41 | Khasmiati             | <i>Consultant</i> |
| 42 | Dewi Kusaria          | <i>Consultant</i> |
| 43 | Wahyu Kartika Sari    | <i>Consultant</i> |
| 44 | Juariyah              | <i>Consultant</i> |
| 45 | Iriana                | <i>Consultant</i> |
| 46 | Sri Endarwa           | <i>Consultant</i> |
| 47 | Agape                 | <i>Consultant</i> |
| 48 | Dewi Purinowa         | <i>Consultant</i> |

|    |                    |                   |
|----|--------------------|-------------------|
| 49 | Melani             | <i>Consultant</i> |
| 50 | Widarsih           | <i>Consultant</i> |
| 51 | Sunarti            | <i>Consultant</i> |
| 52 | Rohwati            | <i>Consultant</i> |
| 53 | Widarti            | <i>Consultant</i> |
| 54 | Retno Wulan        | <i>Consultant</i> |
| 55 | Poniati            | <i>Consultant</i> |
| 56 | Tri Ani Handayani  | <i>Consultant</i> |
| 57 | Rahayu Suprapti    | <i>Consultant</i> |
| 58 | Kuncaraningrum     | <i>Consultant</i> |
| 59 | Hesti Sarvarina    | <i>Consultant</i> |
| 60 | Imelda Harsoyo     | <i>Consultant</i> |
| 61 | Artik Rekiyansinto | <i>Consultant</i> |
| 62 | Kwik Tjyan         | <i>Consultant</i> |
| 63 | Denis Wijayanti    | <i>Consultant</i> |
| 64 | Darmini            | <i>Consultant</i> |
| 65 | Dyah Werdiningsih  | <i>Consultant</i> |

|    |                   |                   |
|----|-------------------|-------------------|
| 66 | Nur Achlis        | <i>Consultant</i> |
| 67 | Siti Farokah      | <i>Consultant</i> |
| 68 | Nining Ekawati    | <i>Consultant</i> |
| 69 | Anis Sulistyowati | <i>Consultant</i> |
| 70 | Sugiatun          | <i>Consultant</i> |
| 71 | Nawang Wulandari  | <i>Consultant</i> |
| 72 | Sari Nur Hayanti  | <i>Consultant</i> |
| 73 | Verdiana          | <i>Consultant</i> |
| 74 | Rus Tantiningsih  | <i>Consultant</i> |
| 75 | Ida Novita        | <i>Consultant</i> |
| 76 | Yuliyanti         | <i>Consultant</i> |
| 77 | Dwi Khuswija      | <i>Consultant</i> |
| 78 | Suwarno           | <i>Consultant</i> |
| 79 | Fatmawati         | <i>Consultant</i> |
| 80 | Pipin             | <i>Consultant</i> |
| 81 | Ani               | <i>Consultant</i> |
| 82 | Restyowati        | <i>Consultant</i> |

|    |               |                   |
|----|---------------|-------------------|
| 83 | Dida          | <i>Consultant</i> |
| 84 | Desi          | <i>Consultant</i> |
| 85 | Nur Ainun     | <i>Consultant</i> |
| 86 | Sri Wahyuni   | <i>Consultant</i> |
| 87 | Neti Primasti | <i>Consultant</i> |
| 88 | Imam          | <i>Consultant</i> |
| 89 | Ina           | <i>Consultant</i> |
| 90 | Valentiana    | <i>Consultant</i> |
| 91 | Sudarti       | <i>Consultant</i> |
| 92 | Fonny         | <i>Consultant</i> |
| 93 | Martuti       | <i>Consultant</i> |
| 94 | Puspita       | <i>Consultant</i> |
| 95 | Arina         | <i>Consultant</i> |
| 96 | Antiyana      | <i>Consultant</i> |
| 97 | Dwi           | <i>Consultant</i> |
| 98 | Igusti        | <i>Consultant</i> |
| 99 | Farah         | <i>Consultant</i> |

|     |                 |                                |
|-----|-----------------|--------------------------------|
| 100 | Martina Sentosa | <i>Consultant</i> <sup>7</sup> |
|-----|-----------------|--------------------------------|

## E. Produk *Tupperware*

### a. *Compact Bowl Hight*

Info produk:

*Copact Bowl Hight* memiliki tutup berjenis *one touch* yang kedap air dan kedap suara. Setiap set terdiri dari 3 wadah dengan 3 warna tutup yang cantik. Mudah dibuka dan ditutup dengan menarik disalah satu tepi tutup. Dengan inofasi dinding wadah transparan sehingga isi mudah terlihat. Terdapat lekukan di kedua sisi wadah yang berfungsi sebagai pegangan. Dinding luar wadah bertekstur sehingga tidak mudah tergores. Dilengkapi dengan kaki agar dalam keadaan panas, wadah tidak merusak meja

Kegunaan:

1. Untuk membawa makanan saat bepergian
2. Makanan berkuah tidak akan tumpah dan makanan kering tetap renyah

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Ibu Agus di Kantor *Tupperware*, Rabu 15 Juni 2016



#### **b. Family Day Out**

*Family Day Out* salah satu produk *Tupperware* terdiri dari 7 produk yang dilengkapi dengan tas untuk memudahkan membawa keseluruhan produk tersebut, dan sangat praktis untuk diisi makanan berkuah.

Memiliki *seal* jenis *classicround seal* yang rapat menahan udara dan air masuk dan keluar dari wadah dan ketat transparan sehingga mudah melihat isinya. Pada *sealnya* terdapat corong berguna untuk menuangkan air minum sehingga tidak perlu membuka semua *seal* dan tab yang melindungi corong dari kotoran dan debu. Walaupun *sealnya* bukan jenis *classic round seal*, namun dalam kondisi kapasitas penuh, air tidak akan mudah tumpah, hanya saja dalam beberapa menit akan muncul sedikit saja

rembesan air dari *sealnya*. Karena itu produk sebaiknya selalu dalam posisi tegak<sup>8</sup>.



### c. *T-chef Series Casserole*

*Tchef Casserole* adalah jenis alat masak serbaguna. Dapat dipakai untuk melakukan sebagian besar pekerjaan memasak, baik saat menggunakan kompor maupun oven. Ideal untuk membuat hidangan yang berkuah atau masakan jenis rebusan, seperti sup, semur, sayuran, serta untuk melembutkan daging dan berbagai jenis masakan rebusan lainnya.

<sup>8</sup> *Launching* Produk Tupperware saat observasi di kantor *Tupperware*, Rabu 31 Agustus 2016.

*Glass Cover* nya yang transparan akan memudahkan dalam mengontrol tingkat kematangan masakan tanpa harus membukanya berulang kali.

*Tchef Casserole* berbentuk pot bervolume 5.7 liter dan memiliki diameter atas 24 cm. jenis alat masak ini sangat ideal untuk memasak makanan yang membutuhkan lebih banyak air. *Tchef Casserole* disertai dengan *glass cover* yang dapat membantu mempercepat proses pemanasan pada makanan, sehingga memasak menjadi lebih cepat dan hemat energy dan meminimalkan hilangnya nutrisi saat memasak<sup>9</sup>.



---

<sup>9</sup> *Launching* saat Observasi di kantor *Tupperware*, Rabu 31 Agustus 2016.



## F. Penghargaan yang diperoleh *Tupperware*

Pada saat *Tupperware* Indonesia merayakan hari ulang tahun ke-16 tanggal 18 Juli 2007 lalu, *Tupperware* mendapatkan kado berupa penghargaan “Indonesia’s Most Admired Companies” (IMAC) 2007 sebagai” *The Company With The Best Corporate Image*” dari *Frontier Consulting* dan majalah *Business Week*, untuk kategori *direct selling*<sup>10</sup>.

Kehormatan ini diperoleh dari hasil survey yang dilakukan pada Maret sampai Mei 2007, di dua kota besar atas empat kelompok responden, manajemen, investor, jurnalis, dengan menggunakan empat dimensi pengukuran antara lain:

1. Dimensi Kualitas, terdiri dari perhatian tinggi terhadap konsumen, produk/jasa berkualitas tinggi, perusahaan yang dapat dipercaya, dan perusahaan inovatif.
2. Dimensi Kinerja, terdiri dari perusahaan yang memiliki peluang tumbuh dan berkembang serta perusahaan yang dikelola dengan baik.
3. Dimensi Tanggung Jawab, yang terdiri dari perusahaan yang peduli pada lingkungan dan perusahaan yang memiliki tanggung jawab social.

---

<sup>10</sup> Wawancara dengan ibu Widha Ayu Oktaviana selaku manajaer di kantor Tuperware, Selasa 14 Juni 2016

4. Dimensi Daya Tarik, terdiri dari perusahaan yang merupakan tempat kerja idaman dan perusahaan yang memiliki karyawan yang berkualitas<sup>11</sup>.

**G. Mekanisme Untuk Mendapatkan *Lifetime Garansi* Dalam Klausul *Lifetime Garansi* Pada Produk *Tupperware*.**

*Tupperware* merupakan salah satu produk penunjang kebutuhan manusia yang khususnya dalam bidang peralatan rumah tangga seperti tempat makanan dan peralatan memasak. Seperti halnya produsen-produsen penunjang kebutuhan manusia yang lainnya, yang menawarkan berbagai macam produk yang menarik, *Tupperware* juga menawarkan sebuah layanan yang menarik minat konsumen yaitu garansi.

Garansi yang ditawarkan oleh *Tupperware* berbeda dengan garansi pada umumnya, yakni garansi seumur hidup atau *lifetime*<sup>12</sup>. *Lifetime* garansi adalah jaminan atau garansi terhadap suatu produk dalam pemakaian normal. Untuk mendapatkan *lifetime* garansi pada produk *Tupperware* terdapat beberapa mekanisme yang harus diketahui oleh konsumen terlebih dahulu, antara lain:

1. Ketentuan dan Prosedur *lifetime* Garansi

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Ibu Agus Riniwati selaku Group Manajer di kantor Tupperware, Rabu 15 juni 2016.

<sup>12</sup> Wawancara dengan ibu Nur Rohmah, selaku *consultant*, di kantor Tupperware, Sabtu, 6 Agustus 2016.

Produk *Tupperware* dilindungi oleh *Lifetime Warranty* (garansi seumur hidup). Artinya jika produk *Tupperware* itu rusak atau cacat dalam pemakaian normal non komersial (sesuai dengan fungsinya), maka dapat diklaim untuk mendapat gantinya secara gratis ke distributor terdekat<sup>13</sup>.

## 2. Ketentuan *Lifetime* Garansi

Barang yang digaransi adalah produk *Tupperware*, kecuali:

- a. Dekorasi produk (printing, stiker, dan lain sebagainya.)
- b. Aksesoris Produk ( tas,tali/*strap*, karton box, dan lain-lain).
- c. Produk tertentu yang pada saat *launching* di informasikan secara khusus bahwa produk tersebut tidak bergaransi<sup>14</sup>.

Barang yang mengalami kerusakan dan berlabel *lifetime* garansi akan diganti, kecuali:

- a. Meleleh, yaitu jika produk terkena api atau benda yang sangat panas seperti wajan atau penggorengan.

---

<sup>13</sup> Wawancara dengan Ibu Siti Munjayana selaku manajaer di kantor Tupperware, Selasa 14 Juni 2016.

<sup>14</sup> Wawancara dengan ibu Agus Riniwati selaku Group Managaer di kantor Tupperware Kalyana Bentang Sentosa, kamis 15 juni 2016.

- b. Melengkung, yaitu apabila produk terkena panas yang sangat kuat untuk jangka waktu yang lama, sehingga memuai atau melengkung.
  - c. Noda, yaitu berupa warna makanan tertentu yang meninggalkan bekas atau noda pada produk namun tidak memengaruhi fungsi dari produk tersebut.
  - d. Pecah karena pukulan yaitu produk pecah atau terkena pukulan benda keras.
  - e. Bekas gigitan, yaitu apabila produk rusak karena bekas gigitan, sehingga menimbulkan kerusakan.
  - f. Tergores, apabila produk tergores dalam penggunaan normal namun tidak mempengaruhi fungsinya.
  - g. Tersayat (produk tersayat pisau atau benda tajam lainnya tapi tidak mempengaruhi fungsinya)<sup>15</sup>.
3. Prosedur *Lifetime* Garansi
- a. Konsumen harus membawa produk yang akan di klaim ke kantor distributor
  - b. Staf distributor akan meneliti barang yang akan di klaim masuk dalam ketentuan *lifetime* garansi.
    - 1) Jika iya, ditentukan apakah barang tersebut masuk dalam kategori penggantian defektif regular ( produk di catalog Tupperware saat ini) atau non

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Ibu Nur Rohmah selaku Consultant di Kantor Tupperware, Sabtu 17 Juni 2016

regular (tidak ada di katalog/ atau barang regular yang stoknya kosong).

- 2) Jika tidak, staf distributor akan memberikan penjelasan pada konsumen.
- c. Proses penggantian defektif regular antara lain:
- 1) Ganti dengan stok *spare part* yang tersedia di distributor
  - 2) Yang diganti hanya *part* yang rusak, dengan barang yang sama.
  - 3) Warna barang sesuai dengan ketersediaan di distributor
  - 4) Barang kemudian diserahkan langsung kepada konsumen
  - 5) Bila stok tidak tersedia:
    - a) Distributor akan memproses untuk pengajuan ke kantor pusat
    - b) Konsumen akan mendapatkan bukti klaim garansi
    - c) Segera setelah penggantian siap, barang diserahkan pada konsumen
    - d) Dianjurkan konsumen sering memeriksa perkembangannya di kantor distributor.

- d. Proses penggantian defektif non regular, antara lain:
- 1) Staf distributor akan memeriksa harga retail barang yang di klaim (*per part*) lalu dijumlahkan.
  - 2) Konsumen dipersilahkan untuk memilih barang pengganti dari catalog regular.
  - 3) Jika harga barang pengganti lebih tinggi dari barang yang di klaim maka konsumen membayar selisihnya.
  - 4) Jika harga barang pengganti lebih rendah dari barang yang di klaim, maka tidak ada kompensasi<sup>16</sup>.

Contoh beberapa kasus terkait *lifetime* garansi

1. Ibu Indra Faqrunnafsih Dewi

Saya merupakan konsumen *Tupperware* yang memiliki kasus dimana pada waktu itu saya mau menukarkan tutup botol minuman milik saya yang pecah, saat itu agen menjanjikan produk yang diklaim akan diganti dalam waktu maksimal dua bulan. Namun setelah dua bulan tidak ada kelanjutannya.

---

<sup>16</sup> Wawancara dengan ibu Sulistyoningrum selaku Consultan di Kantor Tupperware, Selasa 13 September 2016

Ketika ditanya agen beralasan produk belum tiba dari distributor pusat<sup>17</sup>.

## 2. Ibu Anggraini

Saya pernah memiliki kasus ketika ingin mengajukan klaim berupa toples *Tupperware* yang pecah di bagian badan toples. Namun tidak mendapatkan ganti produk, kata customer service nya bahwa produk yang diklaim sudah tidak tersedia<sup>18</sup>.

## 3. Ibu Nur Hayatun

Waktu itu saya mau mengajukan klaim garansi produk, kebetulan tempat minum *Tupperware* saya pecah, ketika itu saya taruh di *frrezer* tanpa sengaja jatuh dan pecah. Ketika ingin mengajukan klaim pihak agen mengatakan produk yang diklaim sudah tidak tersedia karena merupakan produk lama, kemudian diberikan alternative lain berupa penggantian voucher senilai harga waktu membeli produk yang diklaim. Pada waktu itu saya mendapat ganti senilai 30.000. saya tanya ke penjual kenapa hanya mendapat harga hanya senilai itu, pihak penjual mengatakan bahwasanya saya tidak membawa produk yang diklaim secara utuh, dan masih dikenakan biaya

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan ibu Indar selaku konsumen produk *Tupperware*, di kantor *Tupperware*, Rabu 29 Juni 2016

<sup>18</sup> Wawancara dengan ibu Anggraini selaku konsumen produk *Tupperware*, di rumah ibu Anggraini, Rabu 29 Juni 2016

tambahan untuk mengecek apakah produk yang diklaim termasuk produk yang mendapat garansi atau tidak<sup>19</sup>.

4. Saudari Farah Khairunnisa

Saya dulu pernah bekerja di kantor tersebut sebagai customer service, namun sekarang sudah keluar karena ada masalah dengan pihak distributor. Saya pernah mengajukan klaim terkait tutup toples *Tupperware* longgar, tapi ketika saya ajukan klaim selama dua minggu lebih tidak ada kejelasan. Maka dari itu sampai sekarang saya tidak pernah mengajukan klaim sendiri ke kantor, saya lebih memilih untuk menitipkan pada ibu Agus, selaku *manager* di kantor tersebut<sup>20</sup>.

5. Saya kemarin baru saja mengajukan klaim berupa botol minuman, pada waktu itu yang saya klaim gambar yang ada dalam badan produk warnanya pudar. Setau saya produk *Tupperware* memiliki layanan *lifetime* garansi. Ketika sampai di kantor, ternyata produk yang diklaim bukan termasuk barang yang bergaransi. Saya agak kecewa disitu, karna dari awal penjual mengatakan bahwa semua produk *Tupperware*

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan ibu Nur selaku konsumen, di rumah ibu Nur, Sabtu 11 Juni 2016

<sup>20</sup> Wawancara dengan saudari Farah, selaku konsumen *Tupperware*, di kantor *Tupperware*, Senin 10 Oktober 2016



bergaransi, dan tidak menjelaskan bahwa ada criteria tersendiri untuk produk yang tidak bergaransi *lifetime*<sup>21</sup>.

---

<sup>21</sup> Wawancara dengan ibu Martina, selaku konsumen produk *Tupperware*, di rumah ibu Martina, Rabu 12 Oktober 2016