

UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO TUPPERWARE KECAMATAN SINTANG KABUPATEN SINTANG

Evy Ratnasari^{1*}, Imam Asrori^{2*}, Darmansah^{3*}

^{1*} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univesitas Kapuas
Universitas Kapuas Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: evyratnasari.erando@gmail.com

^{2*} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univesitas Kapuas
Universitas Kapuas Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: imam_unka@yahoo.co.id

^{3*} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univesitas Kapuas
Universitas Kapuas Jl. Y.C. Oevang Oeray No. 92, Sintang, Kalimantan Barat, Indonesia
Email: darmansah070@gmail.com

Abstract: *This study aims to analyze efforts to increase sales at the Tupperware Store in Sintang District, Sintang Regency. The rapid development of the business world has encouraged companies, including household plastic product retailers, to continuously improve their marketing strategies in order to remain competitive. This research uses a qualitative descriptive approach to understand sales improvement efforts through service quality, business capital management, and the use of social media as a marketing tool. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving store owners, employees, and customers. The results show that service quality plays an important role in creating customer satisfaction and loyalty, although employee understanding of promotional details still needs improvement. Business capital management using own capital provides flexibility in operations and stock availability, but stock shortages still occur during certain periods. Social media marketing through Instagram and Facebook has proven effective in increasing brand awareness and customer engagement, although competition with large online stores remains a challenge. Overall, improving employee training, optimizing stock management, and strengthening digital marketing strategies are key factors in increasing sales at the Tupperware Store in Sintang District.*

Keywords: *sales improvement; service quality; business capital; social media marketing.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya meningkatkan penjualan pada Toko Tupperware di Kecamatan Sintang Kabupaten Sintang. Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat mendorong pelaku usaha, termasuk sektor ritel produk plastik rumah tangga, untuk terus meningkatkan strategi pemasaran agar mampu bersaing. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami upaya peningkatan penjualan melalui aspek pelayanan, pengelolaan modal usaha, dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan melibatkan pemilik toko, karyawan, dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan yang

diberikan sudah berjalan dengan baik dan berkontribusi pada kepuasan serta loyalitas pelanggan, meskipun pemahaman karyawan terhadap detail promosi masih perlu ditingkatkan. Pengelolaan modal usaha dengan menggunakan modal sendiri memberikan fleksibilitas dalam operasional dan menjaga ketersediaan stok, namun masih terdapat kendala kekosongan produk pada periode tertentu. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook terbukti efektif dalam meningkatkan brand awareness dan interaksi dengan pelanggan, meskipun persaingan dengan toko online besar masih menjadi tantangan. Secara keseluruhan, peningkatan pelatihan karyawan, optimalisasi manajemen stok, dan penguatan strategi pemasaran digital merupakan faktor penting dalam upaya meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: peningkatan penjualan; pelayanan; modal usaha; media sosial.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi dan digitalisasi saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan kompetitif. Setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis,

perkembangan teknologi, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif dalam menentukan pilihan produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), perusahaan yang ingin bertahan dalam persaingan harus mampu menciptakan nilai bagi konsumen melalui produk yang berkualitas, harga yang kompetitif, promosi yang tepat, serta pelayanan yang memuaskan.

Salah satu sektor yang mengalami persaingan ketat adalah industri produk plastik rumah tangga, khususnya produk wadah makanan dan minuman. Produk plastik telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena kepraktisan dan fungsinya yang serbaguna. Namun demikian, meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan keamanan pangan mendorong konsumen untuk semakin selektif dalam memilih produk plastik yang aman dan berkualitas. Tjiptono (2020) menyatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan merupakan faktor

utama yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan konsumen.

Tupperware merupakan salah satu merek produk plastik rumah tangga yang dikenal luas karena kualitasnya yang tinggi, aman digunakan untuk makanan (food grade), serta memiliki desain yang inovatif. Produk Tupperware telah memenuhi berbagai standar internasional seperti Food and Drug Administration (FDA) dan European Food Safety Authority. Keunggulan ini menjadikan Tupperware sebagai salah satu merek yang memiliki citra positif di mata konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2021), citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan berdampak langsung pada peningkatan penjualan.

Di Kecamatan Sintang Kabupaten Sintang, Toko Tupperware berperan sebagai distributor dan pusat penjualan produk Tupperware bagi masyarakat setempat. Meskipun memiliki lokasi yang strategis dan produk yang berkualitas, data penjualan menunjukkan adanya penurunan keuntungan pada periode tertentu. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas produk saja belum cukup untuk menjamin peningkatan penjualan secara berkelanjutan. Diperlukan upaya yang terencana dan berkesinambungan dalam

meningkatkan penjualan melalui strategi yang tepat.

Upaya meningkatkan penjualan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting, antara lain pelayanan, modal usaha, dan media sosial. Pelayanan menurut Tjiptono (2014) merupakan aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan, sehingga mampu menciptakan loyalitas dan keunggulan bersaing. Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan dan mendorong terjadinya pembelian ulang. Selain pelayanan, modal usaha juga memegang peranan penting dalam kelangsungan dan pengembangan usaha. Umar (2017) menyatakan bahwa modal merupakan faktor produksi yang memiliki pengaruh besar terhadap produktivitas dan output usaha. Modal yang dikelola dengan baik memungkinkan pelaku usaha untuk menjaga ketersediaan stok, meningkatkan fasilitas, serta melakukan kegiatan promosi secara optimal.

Di era digital, media sosial menjadi sarana pemasaran yang sangat efektif. Kaplan dan Haenlein (2020) mendefinisikan media sosial sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook memungkinkan pelaku usaha untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Namun demikian, persaingan dengan toko online berskala besar menjadi tantangan tersendiri bagi usaha lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis upaya meningkatkan penjualan pada Toko Tupperware Kecamatan Sintang Kabupaten Sintang

melalui aspek pelayanan, modal usaha, dan media sosial. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha serta kontribusi akademis dalam pengembangan ilmu administrasi bisnis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi dalam upaya meningkatkan penjualan pada Toko Tupperware Kecamatan Sintang. Menurut Yusuf (2017), penelitian kualitatif berfokus pada pencarian makna dan pemahaman terhadap fenomena sosial yang terjadi dalam konteks alamiah.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi yang sedang terjadi pada objek penelitian. Santoso dan Madiistriyatno (2021) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk melukiskan keadaan, proses, dan hubungan yang terjadi dalam suatu fenomena secara sistematis dan faktual.

Subjek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari pemilik Toko Tupperware Sintang, tiga orang karyawan, dan beberapa pelanggan. Pemilihan subjek dilakukan dengan teknik purposive sampling untuk pemilik dan karyawan, serta accidental sampling untuk pelanggan. Menurut Sugiyono (2018), purposive sampling digunakan untuk memilih informan yang dianggap paling mengetahui informasi yang dibutuhkan, sedangkan accidental sampling

digunakan untuk mengambil responden yang secara kebetulan ditemui dan sesuai dengan kriteria penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari informan terkait pelayanan, pengelolaan modal usaha, dan pemanfaatan media sosial. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung aktivitas pelayanan dan operasional toko. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa arsip, laporan penjualan, dan dokumen pendukung lainnya. Menurut Nawawi (2015), dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui peninggalan tertulis yang relevan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan secara kualitatif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif bertujuan untuk mengorganisasikan data, menemukan pola, dan menarik kesimpulan yang dapat dipahami secara logis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya meningkatkan penjualan pada Toko Tupperware Kecamatan Sintang Kabupaten Sintang dipengaruhi oleh tiga aspek utama, yaitu pelayanan, modal usaha, dan pemanfaatan media sosial. Ketiga aspek tersebut saling berkaitan dan berperan penting dalam mendukung kelangsungan serta peningkatan kinerja penjualan toko.

Dari aspek pelayanan, hasil wawancara dengan pemilik, karyawan,

dan pelanggan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan sudah tergolong baik. Karyawan bersikap ramah, komunikatif, dan cukup responsif dalam melayani pelanggan, baik secara langsung di toko maupun melalui media sosial. Pelanggan merasa nyaman karena karyawan mampu menjelaskan fungsi dan keunggulan produk Tupperware dengan bahasa yang mudah dipahami. Hal ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2020) yang menyatakan bahwa pelayanan yang berkualitas akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Namun demikian, masih ditemukan kendala berupa kurangnya pemahaman karyawan terhadap detail promosi atau program diskon yang sedang berlaku. Kondisi ini menyebabkan informasi yang disampaikan kepada pelanggan belum sepenuhnya optimal. Keterbatasan tersebut berpotensi memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, terutama bagi pelanggan baru yang sangat bergantung pada informasi dari karyawan.

Dari aspek modal usaha, hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Tupperware Kecamatan Sintang menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usahanya. Penggunaan modal sendiri memberikan fleksibilitas bagi pemilik dalam pengambilan keputusan serta tidak menimbulkan beban bunga pinjaman. Modal usaha digunakan untuk pengadaan stok produk, pembayaran gaji karyawan, pemeliharaan fasilitas toko, serta kegiatan promosi. Hal ini sejalan dengan pendapat Kasmir (2019) yang menyatakan bahwa modal sendiri memberikan keleluasaan dan kemandirian bagi pelaku usaha.

Meskipun demikian, pada periode tertentu seperti menjelang hari besar atau musim permintaan tinggi, masih terjadi kekosongan stok produk. Kekosongan stok ini dapat mengurangi peluang penjualan dan berdampak pada kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, pengelolaan modal usaha perlu dilakukan secara lebih terencana agar ketersediaan produk tetap terjaga.

Sementara itu, dari aspek media sosial, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan. Media sosial digunakan sebagai sarana promosi produk, penyampaian informasi promo, serta media komunikasi langsung dengan pelanggan. Interaksi yang aktif melalui komentar dan pesan langsung mampu membangun kedekatan emosional antara toko dan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kaplan dan Haenlein (2020) yang menyatakan bahwa media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang efektif antara perusahaan dan konsumen.

Namun, persaingan dengan toko online berskala besar yang menawarkan harga lebih murah menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, Toko Tupperware Kecamatan Sintang perlu mengoptimalkan keunggulan pelayanan personal, kepercayaan pelanggan, dan kualitas produk sebagai strategi diferensiasi.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan penjualan pada Toko Tupperware Kecamatan Sintang dapat dicapai melalui sinergi antara pelayanan yang berkualitas, pengelolaan modal

usaha yang efektif, dan pemanfaatan media sosial secara optimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa upaya meningkatkan penjualan pada Toko Tupperware Kecamatan Sintang Kabupaten Sintang dipengaruhi oleh pelayanan, modal usaha, dan media sosial. Pelayanan yang ramah dan komunikatif mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan, meskipun masih perlu peningkatan pemahaman karyawan terhadap detail promosi.

Pengelolaan modal usaha dengan menggunakan modal sendiri memberikan fleksibilitas dalam operasional dan mendukung kelancaran usaha, namun masih perlu perencanaan yang lebih baik agar ketersediaan stok produk tetap terjaga. Selain itu, pemanfaatan media sosial terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran dan membangun hubungan dengan pelanggan, meskipun persaingan harga dengan toko online besar masih menjadi tantangan utama.

Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Toko Tupperware Kecamatan Sintang disarankan untuk meningkatkan pelatihan karyawan, khususnya terkait pemahaman produk dan program promosi, agar informasi yang diberikan kepada pelanggan lebih akurat dan meyakinkan.
2. Pengelolaan modal usaha perlu ditingkatkan melalui

perencanaan stok yang lebih baik, terutama pada periode permintaan tinggi, agar tidak terjadi kekosongan produk yang dapat menghambat penjualan.

3. Pemanfaatan media sosial perlu terus dikembangkan dengan konten yang lebih kreatif dan interaktif, seperti testimoni pelanggan, video penggunaan produk, dan promo khusus, guna meningkatkan daya tarik dan daya saing toko di tengah persaingan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). *Digital marketing*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Kasmir. (2019). *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran* (Edisi 14). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nawawi, H. (2015). *Metode penelitian bidang sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Jakarta: Indigo Media.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran* (Edisi 4). Yogyakarta: Andi.
- Umar, H. (2017). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yusuf, A. M. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan penelitian gabungan*. Jakarta: Kencana.