

**PERUBAHAN FUNGSI PENGGUNAAN *TUPPERWARE* BAGI IBU
RUMAH TANGGA DI JORONG SIKALADI KECAMATAN PARIANGAN
KABUPATEN TANAH DATAR**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan Strata Satu (S1)*



OLEH :

ROZA YUNITA
00466/2008

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi

Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial

Pada Hari Jum'at Tanggal 02 Agustus 2013

Judul : Perubahan Fungsi Penggunaan *Tupperware* bagi Ibu Rumah Tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar

Nama : Roza Yunita

NIM/BP : 00466/2008

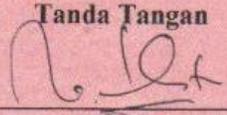
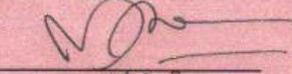
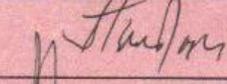
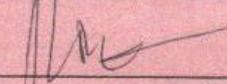
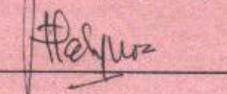
Program Studi : Pendidikan Sosiologi-Antropologi

Jurusan : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial

Padang, Agustus 2013

Dewan Penguji Skripsi

		Tanda Tangan
1. Ketua	: Mira Hasti Hasmira, SH., M.Si	
2. Sekretaris	: Delmira Syafrini, S.Sos., MA	
3. Anggota	: Drs. Ikhwan, M.Si	
4. Anggota	: Nora Susilawati, S.Sos., M.Si	
5. Anggota	: Ike Sylvia, S.IP., M.Si	

ABSTRAK

Roza Yunita. “Perubahan Fungsi Penggunaan *Tupperware* Bagi Ibu Rumah Tangga Di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar”. *Skripsi*. Program Studi Pendidikan Sosiologi Antropologi, Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang, 2013.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan penulis untuk melihat masalah perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi. Produk *Tupperware* sebagai peralatan rumah tangga yang memiliki fungsi yaitu memudahkan dalam penyimpanan makanan pada area luas maupun sempit, menjadikan makanan lebih awet, penyimpanan makanan di dalam kulkas menjadi lebih praktis, serta mempermudah membawa makanan dan minuman saat bepergian. Beberapa fungsi *Tupperware* tersebut bertolak belakang pemanfaatannya bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan. Produk *Tupperware* yang memiliki fungsi yang demikian menjadi tidak bermanfaat karena berubah fungsi menjadi pajangan. Berdasarkan hal tersebut peneliti ingin mengungkap dan mengetahui faktor-faktor apa yang menyebabkan terjadinya perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di daerah tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perilaku konsumsi oleh Jean P Baudrillard. Baudrillard mengungkapkan bahwa konsumsi adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda. Ketika mengkonsumsi sebuah objek, maka sebenarnya seseorang sedang memakai tanda dalam proses membatasi diri terhadap perilaku maupun dalam interaksi sosial. Begitu juga dengan ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi mengkonsumsi *Tupperware* karena nilai sosial dari produk tersebut. Penulis juga menggunakan teori *cultural lag* oleh William F. Ogburn. Ogburn menyatakan bahwa pertumbuhan kebudayaan tidak selalu sama cepatnya secara keseluruhan. Kemajuan teknologi yang tidak seiring dengan kemajuan kebudayaan dan pola pikir manusia menimbulkan yang namanya ketertinggalan budaya. Dengan kata lain, bila laju perubahan bagian-bagian yang saling tergantung dari satu kebudayaan tidak sama, maka kita berhadapan dengan kondisi ketertinggalan budaya. Hadirnya *Tupperware* sebagai teknologi baru tidak seiring dengan perkembangan pola pikir dan pengetahuan mereka sehingga terjadi ketimpangan dalam pemanfaatannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe studi kasus intrinsik. Teknik pemilihan informan dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah informan secara keseluruhan adalah 24 orang. Ibu rumah tangga yang mengoleksi *Tupperware* berjumlah 9 orang. Keluarga berjumlah 5 orang dan *dealer Tupperware* berjumlah 3 orang. Data dikumpulkan dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta dianalisis dengan teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Langkah-langkahnya yaitu mereduksi data, mendisplay data dan penarikan kesimpulan akhir.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut: (1) *Tagiah mambali*, (2) Bangga memiliki banyak *Tupperware* untuk dikoleksi, (3) Suka dengan barang yang unik dan menarik, (4) Adanya ikatan kekeluargaan dengan *dealer Tupperware*, dan (5) Kurangnya pengetahuan tentang fungsi dan perawatan produk. Masalah tersebut hendaknya menjadi pertimbangan bagi seluruh konsumen *Tupperware* agar tidak terjebak dengan teknologi yang dirasa belum bermanfaat.

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perubahan Fungsi Penggunaan *Tupperware* Bagi Ibu Rumah Tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar”. Shalawat beriring salam kepada Nabi Muhammad SAW.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Mira Hasti Hasmira, SH, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Delmira Syafrini S.Sos, M.A selaku pembimbing II, beserta bapak dan ibu tim penguji skripsi yang telah banyak memberikan masukan dan saran yang bermanfaat sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Kemudian terima kasih kepada bapak Adri Febrianto, S. Sos, M. Si sebagai Ketua Jurusan dan Ibu Nora Susilawati, S. Sos, M.Si sebagai Sekretaris Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua serta seluruh keluarga yang telah memberikan dorongan moril dan materil kepada penulis. Ucapan terima kasih yang sama juga penulis sampaikan kepada seluruh mahasiswa Sosiologi Antropologi khususnya rekan-rekan angkatan 2008.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan masukan yang bersifat membangun agar skripsi ini menjadi lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat untuk kita semua.

Padang, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	I
KATA PENGANTAR	Ii
DAFTAR ISI	Iii
DAFTAR TABEL	V
DAFTAR LAMPIRAN	Vi

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan dan Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	13
D. Manfaat Penelitian.....	13
E. Kerangka Teoritis.....	13
F. Penjelasan Konsep.....	17
1. Perubahan Fungsi.....	17
2. Tupperware.....	19
3. Fungsi Tupperware.....	20
4. Ibu Rumah Tangga.....	22
G. Metodologi Penelitian.....	23
1. Lokasi Penelitian.....	23
2. Pendekatan dan Tipe Penelitian.....	24
3. Teknik Pemilihan Informan.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data.....	25
5. Triangulasi Data.....	31
6. Analisis Data.....	33

BAB II JORONG SIKALADI KECAMATAN PARIANGAN

A. Kondisi Geografis.....	36
B. Keadaan Penduduk.....	37
C. Kondisi Sisial Budaya.....	39
D. Gambaran tentang Tupperware.....	41

BAB III PERUBAHAN FUNGSI PENGGUNAAN

TUPPERWARE BAGI IBU RUMAH TANGGA DI JORONG SIKALADI

1. Tagiah Mambali.....	45
2. Bangga Memiliki Banyak Tupperware untuk Dikoleksi.....	54
3. Suka Dengan Barang yang Unik dan Menarik.....	61
4. Adanya Ikatan Kekeluargaan dengan Dealer Tupperware.....	65
5. Kurangnya Pengetahuan tentang Fungsi dan Perawatan Produk...	71

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Ibu Rumah Tangga yang Membeli Tupperware.....	8
2. Data Ibu Rumah Tangga yang Mengoleksi Tupperware.....	10
3. Mata Pencaharian di sektor Pertanian.....	37
4. Mata Pencaharian di Sektor Peternakan.....	38
5. Mata Pencaharian di Sektor Industri Kecil.....	38
6. Mata Pencaharian di Sektor Jasa/Perdagangan.....	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara
2. Pedoman Observasi
3. Daftar Informan
4. Foto-Foto Hasil Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modernisasi saat ini, pemakaian produk yang bermerk tidak hanya menjadi trend pada masyarakat perkotaan namun juga sudah memasuki area pedesaan. Produk yang bermerk dan trend tersebut tidak hanya dalam bidang teknologi, kosmetik, pakaian dan produk lain yang dapat ditampilkan di tengah-tengah masyarakat, akan tetapi juga sudah merambah sampai kepada alat-alat kebutuhan rumah tangga. Produk yang bermerk tersebut tidak hanya yang terbuat dari kaca tetapi juga yang terbuat dari bahan plastik.

Plastik sudah menjadi bagian keseharian manusia dan sering menggantikan bahan-bahan tradisional seperti kayu, logam, gelas, kulit, kertas dan karet. Desain kemasannya yang menarik serta fungsinya yang serba guna menjadi salah satu alasan mengapa plastik digemari oleh masyarakat. Mulai dari mainan anak-anak, perabot rumah tangga, perlengkapan kedokteran, peralatan tulis, bahkan hingga komponen atau suku cadang kendaraan/peralatan listrik pun terbuat dari plastik. Plastik juga sudah umum digunakan dalam berbagai industri dan bisnis.

Berdasarkan semua kegunaan plastik yang bermacam-macam jenis dan bentuknya itu, fungsi plastik sebagai wadah makanan dan minuman patut mendapat perhatian besar oleh masyarakat. Berbagai pertanyaan bermunculan seputar plastik yang aman digunakan sebagai wadah makanan dan minuman,

serta bagaimana cara mengenalinya agar terhindar dari efek buruk bagi kesehatan.

Tupperware adalah perusahaan yang telah lebih dari 70 tahun berkecimpung dalam pembuatan produk plastik bermutu. Produk *Tupperware* terbuat dari bahan plastik berkualitas terbaik, tidak mengandung zat kimia beracun dan sudah memenuhi standar dari beberapa badan dunia seperti FDA (*Food and Drug Administration*) Amerika, *European Food Safety Authority* (Eropa), *Japan Food Safety Commission* (Jepang), sehingga selain aman digunakan berkali-kali untuk makanan dan minuman (*Food Grade*) juga ramah lingkungan karena produk *Tupperware* yang rusak bisa di daur ulang menjadi produk lain seperti bangku plastik, pot tanaman, tempat sampah, dan lain-lain¹.

Proses pembuatan yang cermat menghasilkan produk yang bermutu, berkelas dan telah melewati pemeriksaan kualitas yang ketat dilengkapi garansi seumur hidup, artinya *Tupperware* akan mengganti produk yang rusak dalam pemakaian normal seperti untuk kebutuhan rumah tangga, bukan untuk pemakaian komersial atau industri. Selain materi yang digunakan, keistimewaan terletak pada *seal* (tutup) yang beraneka bentuk namun dengan tujuan sama yaitu agar makanan/minuman yang disimpan tetap higienis, kualitas isi bertahan lebih lama sehingga menghemat uang dan waktu. Bentuknya yang ergonomis, praktis dan rapi disusun ke atas sehingga

¹ <http://www.tupperware.co.id/Pages/Articlestatic/050209/0008/keunggulan-tupperware.aspx>. diakses pada tanggal 24 Mei 2013

menghemat tempat karena fleksibel bagi area simpan yang luas maupun terbatas.

Tupperware mulai dikenal masyarakat Indonesia sekitar tahun 1978. Namun, nyatanya belum dapat berkembang luas, karena belum memiliki kantor perwakilan dan distributor resmi *Tupperware* di Indonesia. Sebagai sebuah peluang bisnis yang menjanjikan, *Tupperware* pernah dilirik beberapa orang. Namun setelah mengetahui cara penjualan yang unik, antara lain dipasarkan melalui pesta/demo *Tupperware* mereka mundur teratur. Setelah beberapa kali gagal mencari rekanan, tahun 1990 Kantor Pusat *Tupperware* dari Orlando AS, datang ke Jakarta untuk menyeleksi tujuh calon rekanan. Diluar dugaan, dari hasil seleksi terpilih Ibu Nafisah Emir yang sebetulnya cuma iseng-iseng saja mengikuti seleksi. Akhirnya pada 11 Juni 1991 diadakanlah pesta *Tupperware* pertama di Indonesia. Inilah cikal bakal bisnis *Tupperware* yang begitu hebat di Indonesia. Dapat dikatakan, tahun 1991-1994 merupakan masa peletakan pondasi bagi *Tupperware* Indonesia, tahun 1995 perlahan-lahan *Tupperware* bangkit dan berkembang pesat pada periode berikutnya. Pada saat ini *Tupperware* Indonesia yang diwakili oleh PT Tupperware Indonesia telah memiliki lebih dari 70 Distributor resmi yang tersebar di beberapa kota di Indonesia.²

Tupperware memiliki keistimewaan dibandingkan dengan produk plastik lainnya yaitu, memiliki desain yang unik, ramah bagi lingkungan, tidak

² <http://www.webtupperware.com/tupperware-news-25.info>. Diakses pada tanggal 23 Februari 2013.

mengandung zat kimia berbahaya, dan bergaransi seumur hidup³. Selain dari keistimewaan tersebut, produk *Tupperware* mempunyai fungsi yang dapat membuat makanan menjadi tahan lebih lama, dan dapat disusun dengan rapi karena dapat ditumpuk sesuai dengan bentuk dan ukurannya. Namun, dari beberapa fungsi produk *Tupperware* yang telah diuraikan diatas tidak sesuai pemanfaatannya bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan. Ibu-ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tidak memanfaatkan *Tupperware* sesuai dengan fungsi yang telah diuraikan diatas, tetapi mereka menggunakan *Tupperware* sebagai pajangan di lemari dan rak ruang tamu rumahnya.

Penggunaan *Tupperware* sebenarnya untuk membuat makanan yang tersimpan didalamnya menjadi lebih awet, serta produk dapat ditumpuk sesuai ukuran sehingga mudah disimpan di tempat yang sempit sekalipun. Selain dari itu produk *Tupperware* juga mempermudah dalam membawa makanan dan minuman saat bepergian. Jadi banyak fungsi yang dapat diperoleh apabila produk *Tupperware* benar-benar digunakan sesuai dengan fungsi tersebut. Namun bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi berbeda halnya. *Tupperware* telah menjadi trend akan tetapi penggunaannya bukan lagi sebagai alat kebutuhan rumah tangga seperti yang dijelaskan tersebut, melainkan berubah fungsi menjadi pajangan, walaupun produk tersebut dibeli dengan bersusah payah, dengan uang yang banyak bahkan ada yang berhutang untuk memilikinya.

³ Sumber: katalog Tupperware Indonesia.

Hal tersebut tentu saja sangat bertolak belakang dengan tujuan diciptakannya suatu produk bermutu seperti *Tupperware* ini dalam menghemat dan mempermudah penyimpanan bahan makanan ataupun peralatan lainnya supaya tahan lebih lama. Bagi mereka produk mahal seperti *Tupperware* merupakan barang mahal yang mereka jadikan pajangan di rumahnya sehingga tidak berfungsi sesuai dengan kegunaan yang sebenarnya, sehingga produk yang dibeli dengan harga yang mahal menjadi mubazir dan tidak ada gunanya.

Tupperware mulai masuk ke Jorong Sikaladi pada tahun 2011 dan mulai menjadi trend pada tahun 2012 hingga sekarang. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan pada tanggal 10 Februari 2013, ditemukan ada 6 orang *dealer*⁴ produk *Tupperware* di Jorong Sikaladi, yaitu: 1) Fitri Yeni (29 tahun), 2) Yuli (32 tahun), 3) Lastri Novita (26 tahun), 4) Eliana Sartika (28 tahun), 5) Ria (30 tahun), dan 6) Eva (32 tahun). Dari keenam *dealer Tupperware* tersebut hanya tiga orang yang memiliki pembeli lebih banyak di Jorong Sikaladi yaitu Ria, Fitri Yeni dan Yuli. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Ria (30 tahun), ia mengatakan bahwa awal mulanya ia *demo*⁵ di Jorong Sikaladi ini yaitu pada awal tahun 2011, ia hanya memperoleh pembeli sekitar 5 orang saja, kemudian ia terus bertahan hingga pada akhirnya mulai meningkat menjadi 16 orang. Sampai pada akhir tahun 2012 pelanggannya bertambah sampai 30 orang. Begitu juga menurut Yuli (32 tahun) ia baru

⁴ *Dealer Tupperware* adalah orang yang memperkenalkan/mempromosikan dan menjual produk *Tupperware* di tengah-tengah masyarakat.

⁵ *Demo* merupakan istilah bagi *dealer Tupperware* saat mempromosikan produk *Tupperware* mereka pada masyarakat.

mulai menjual produk *Tupperware* ke Jorong Sikaladi Pada bulan Oktober 2012 dan mendapat pelanggan sekitar 10 orang, sampai sekarang pembelinya sudah meningkat sampai dengan 20 orang, menurutnya rata-rata di antara pembeli tersebut selalu menambah barang kepadanya. Para dealer *Tupperware* tersebut bisa terus bertahan karena ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tersebut selalu menambah barang kepada mereka, dan bahkan sampai berlangganan tetap dan membeli setiap ada produk-produk yang baru.

Kehidupan ibu-ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tidak hanya sebagai ibu rumah tangga yang hanya mengurus anak di rumah, melainkan juga ikut membantu suami mereka baik ikut kesawah/ladang maupun pekerjaan lainnya di rumah. Hal tersebut dilakukan karena kondisi ekonomi yang tidak memadai untuk biaya hidup sehari-hari dan sekolah anak-anak mereka apalagi ditambah dengan biaya pembayaran kredit produk *Tupperware* mereka.

Ibu-ibu rumah tangga tersebut membantu suami mereka mencari nafkah dengan juga ikut bekerja, diantara ibu-ibu yang mengoleksi produk *Tupperware* tersebut bekerja memotong bawang dengan bayaran Rp. 800,-/kg, dalam sehari mereka dapat memotong sekitar 20 kg sampai 30 kg tergantung besar kecilnya bawang. Sebagian dari ibu rumah tangga tersebut juga ikut menerima upah ke sawah/ladang tetangga dengan upah Rp. 25.000,-/hari. Ada pula diantara ibu-ibu rumah tangga tersebut membantu suami mereka berdagang di pasar, menjual sayur-mayur dan cabe merah. Upah yang mereka peroleh ditambah dengan penghasilan dari suami sekitar Rp. 40.000,-

sampai Rp. 50.000,- /hari, sehingga rata-rata per hari mereka memperoleh uang sekitar Rp. 50.000,- sampai Rp. 70.000,- / hari. Upah tersebut belum termasuk makan dan rokok. Uang itu juga yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, biaya sekolah anak-anak mereka sekaligus untuk membeli dan mengoleksi produk-produk *Tupperware* tersebut.

Berdasarkan gambaran dari kehidupan masyarakat di Jorong Sikaladi tersebut terlihat bahwa kehidupan mereka sebenarnya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhan hidup dan sekolah anak-anak mereka apalagi untuk membeli sebuah produk yang harganya mahal seperti *Tupperware* tersebut, mengingat produk dengan harga yang lebih murah dengan fungsi yang kurang lebih sama juga banyak di jual dipasaran. Apalagi produk *Tupperware* tersebut tidak mereka gunakan sebagaimana mestinya. Masyarakat Jorong Sikaladi yang mayoritas bertani, tentu saja yang membeli produk *Tupperware* pun juga mayoritas ibu-ibu rumah tangga dari keluarga petani yang berpenghasilan yang juga pas-pasan, hal ini terbukti dengan Ria mengatakan bahwa untuk menjemput uang angsuran *Tupperware* kepada mereka sebaiknya pada sore hari karena jika di siang hari mereka banyak yang tidak ada di rumah dengan alasan sedang bekerja di sawah atau suami-suami mereka belum pulang dari ladang, dan belum ada uang.

Berikut data konsumen *Tupperware* di Jorong Sikaladi yang penulis peroleh dari beberapa dealer *Tupperware* pada Bulan Januari 2013.

Tabel 1: Data Konsumen Ibu Rumah Tangga yang Membeli *Tupperware* di Jorong Sikaladi pada bulan Januari 2013.

No	Nama	Angsuran per-minggu	Jumlah uang dalam 1 bulan
1	May	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,-
2	Arma	RP. 20.000,-	RP.80.000,-
3	Habibah	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
4	Edrita	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
5	Nel	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
6	Ina	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
7	Nuryasmi	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
8	Dewi	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
9	Serli	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
10	Des	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
11	Anyar	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
12	Elva	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
13	Sri	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
14	Aurel	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
15	Suwirna	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
16	Mila	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
17	Salsa	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
18	Serri	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
19	Ris	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
20	Veni	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
21	Dina	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
22	Nen	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
23	Dewi	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
24	Yori	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
25	Syifa	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
26	Nurlih	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
27	Tasya	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
28	Yanti	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
29	Dona	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
30	Yuliana	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
31	Lina	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
32	Rita	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
33	Tiri	RP. 20.000,-	Rp.80.000,-
34	Ipi	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
35	Res	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,

36	Sari	RP. 20.000,-	Rp.80.000,-
37	Ris	RP. 20.000,-	Rp.80.000,-
38	Sri	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
39	Ani	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
40	Ara	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
41	Tia	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
42	Rina	Rp. 30.000,-	Rp.120.000,
43	Riza	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
44	Sintia	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
45	Ati	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-
46	Eni	Rp. 40.000,-	Rp.160.000,-

Sumber data dari hasil wawancara dengan Fitri Yeni seorang *dealer Tupperware* di Jorong Sikaladi.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat diketahui ada 46 konsumen yang membeli produk *Tupperware* kepada dua orang *dealer* yaitu Fitri Yeni (29 tahun) dan Lastri Novita (26 tahun). Dari data tersebut juga menunjukkan bahwa pembelian masyarakat terhadap produk *Tupperware* ini berkisar antara Rp.80.000,- sampai Rp.160.000,- per bulannya. Jangka waktu membayar berdasarkan jumlah harga barang yang dibeli, rata-rata sampai 4 atau 5 bulan pembayaran tergantung berapa harga masing-masing produk yang dibeli.

Dari 46 Ibu Rumah Tangga yang membeli produk *Tupperware* di atas, ada 9 orang yang membeli *Tupperware* secara kontiniu.

Tabel 2: Data Konsumen Ibu Rumah Tangga yang Membeli dan Mengoleksi
Produk *Tupperware* di Jorong Sikaladi.

NO	NAMA	PEKERJAAN	Angsuran Kredit/Minggu
1	Nelfi	Petani	Rp. 80.000,-
2	Ina	Pedagang Kaki Lima	Rp. 80.000,-
3	Tika	Pedagang	Rp. 60.000,-
4	Liana	Sopir Truk	Rp. 85.000,-
5	Elva	Petani	Rp. 70.000,-
6	Rita	Petani	Rp. 50.000.-
7	Mila	Pedagang	Rp. 75.000,-
8	Sri	Petani	Rp. 60.000,-
9	Edrita	Petani	Rp. 50.000,-

Sumber data dari hasil wawancara penulis pada tanggal 4-5 April 2013.

Dari tabel diatas terlihat bahwa ibu rumah tangga yang mengoleksi produk *Tupperware* tersebut bekerja sebagai petani dan pedagang kecil, dengan angsuran yang cukup besar tiap minggunya yaitu berkisar antara Rp.50.000,- sampai Rp. 85.000,- per minggu.

Perilaku ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi dalam membeli Produk *Tupperware* ini seakan telah menjadi gaya hidup tersendiri, *Tupperware* telah menjadi trend di tengah-tengah masyarakat pedesaan yang memiliki perekonomian yang tidak memadai untuk mengoleksi produk-produk mahal tersebut, apalagi membeli hanya sekedar dipajang di lemari dan tidak dimanfaatkan sesuai dengan fungsinya. Seolah-olah produk *Tupperware* telah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. Hal tersebut semakin menunjukkan perilaku ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi yang mengubah fungsi penggunaan *Tupperware* sebagai kebutuhan rumah tangga menjadi barang hiasan / pajangan. Sebagaimana ungkapan salah seorang konsumen *Tupperware* yaitu Ibu Dewi, *Tupperware* yang ia beli diatas harga Rp.

600.000,- disimpannya di dalam lemari, dipakai sewaktu-waktu saja, sayang jika dipakai setiap hari. Sama halnya dengan Tika, tas perlengkapan makan dan piknik beserta isinya yang ia beli setahun yang lalu dengan harga lebih dari Rp. 600.000,- sampai sekarang belum pernah dipakai, hanya disimpan saja di lemari rumahnya.

Penelitian yang agak relevan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sumarni 2004, dengan judul “Perubahan Fungsi Kelompok Yasinan. Studi kasus: Kelompok Yasinan Sholehah di Dusun Bano Rejo Kecamatan Sumay Kabupaten Tebo Propinsi Jambi”. Adapun hasil penelitian yang diperoleh yaitu perubahan fungsi yang muncul pada kelompok Yasinan Jami’atul Sholehah adalah menjadikan yasinan sebagai wadah untuk mensosialisasikan program-program pemerintah, yasinan sebagai wadah untuk kampanye parpol, serta yasinan sebagai fungsi ekonomi. Perubahan ini muncul karena adanya ide-ide atau masukan dari pihak pemerintah terhadap kelompok yasinan ini serta adanya disfungsi perangkat dusun yaitu kepala dusun sebagai fasilitator untuk menggerakkan warga.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sumarni dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah pada objek penelitian. Pada penelitian yang dilakukan Sumarni objek penelitiannya yaitu pada kelompok yasinan Jami’atul Sholehah, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan yaitu pada penggunaan satu produk barang yaitu *Tupperware*. Persamaannya yaitu sama-sama melihat tentang perubahan fungsi.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor penyebab perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

Tupperware merupakan produk peralatan rumah tangga yang memiliki fungsi sebagai tempat penyimpanan makanan agar lebih awet, mudah ditumpuk karena memiliki berbagai macam ukuran, sehingga lebih praktis dan hemat. Namun kenyataannya, pada ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan penggunaan produk *Tupperware* tidak sesuai dengan fungsi yang telah diuraikan diatas. Produk *Tupperware* yang dibeli dengan bersusah payah dan dengan biaya yang mahal tidak memiliki fungsi yang sesuai karena ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tersebut tidak menggunakannya akan tetapi menjadikan *Tupperware* sebagai pajangan.

Mereka membeli *Tupperware* untuk dipajang di lemari rumahnya, sehingga produk *Tupperware* yang berfungsi untuk menghemat agar makanan awet dan tahan lama menjadi tidak efektif. Ibu rumah tangga yang membeli produk *Tupperware* di Jorong Sikaladi ini juga bukan dari keluarga yang mapan dengan ekonomi yang tidak berkecukupan. Bahkan terkadang harus berhutang kepada tetangga, mengurangi kebutuhan pokok sehari-hari dan lain-lain, hanya sekedar untuk dapat memiliki *Tupperware* tersebut.

Berdasarkan batasan masalah tersebut dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: *Apa faktor pendorong penyebab terjadinya*

perubahan fungsi penggunaan Tupperware bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor penyebab perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pendidikan dan memperkaya hasil penelitian yang telah ada dan berguna untuk dijadikan bahan acuan bagi peneliti lain yang berminat dalam bidang ini khususnya yang berhubungan dengan studi perilaku konsumtif masyarakat khususnya terhadap produk *tupperware*.
2. Dari segi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memberikan informasi kepada semua pihak khususnya bagi instansi dan pemerhati masalah perilaku konsumtif agar mampu mengatasi masalah tersebut dengan baik.

E. Kerangka Teoritis

Untuk melihat perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi, maka penulis menggunakan teori masyarakat konsumsi oleh Jean P Baudrillard. Konsumsi menurut Baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda dan untuk menjadi objek

konsumsi, objek harus mengandung atau bahkan menjadi tanda⁶. Ketika mengkonsumsi sebuah objek, maka sebenarnya seseorang sedang memakai tanda dalam proses membatasi diri terhadap perilaku maupun dalam interaksi sosial.

Baudrillard membangun sebuah logika baru dalam pemikiran tentang konsumsi sebuah barang atau komoditas, yaitu *Logika 4 Objek*. Logika ini mengembangkan empat nilai dalam sebuah komoditas konsumsi dalam pemikirannya tentang sistem objek. Logika 4 objek itu adalah :

1. Nilai fungsional, yaitu tentang tujuan instrumental dalam hal penggunaan sebuah objek (dalam bahasa Marx adalah “nilai guna” objek atau komoditas).
2. Nilai tukar, adalah nilai ekonomis dari sebuah objek konsumsi.
3. Nilai tukar simbolis, yaitu nilai yang telah dibangun bersama dalam masyarakat untuk sebuah objek konsumsi dibandingkan dengan objek lain.
4. Pertukaran nilai tanda objek merupakan pertukaran dalam perbandingan dengan objek-objek lain dalam suatu sistem objek.

Pada masyarakat di Jorong Sikaladi juga dapat dianalisis bahwa produk *Tupperware* yang mereka beli dan dikoleksi juga merupakan salah satu tanda bahwa mereka ingin dianggap memiliki stratifikasi yang berbeda bagi masyarakat disekitarnya, mengingat bahwa produk tersebut harganya mahal dan dibeli hanya untuk dipajang tidak untuk digunakan sebagai kebutuhan sehari-hari.

⁶ Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Kreasi wacana: Yogyakarta

Selanjutnya, untuk membahas tentang perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi maka juga digunakan teori *cultural lag* (ketertinggalan budaya) yang dikemukakan oleh William F. Ogburn. Teori tersebut menyatakan bahwa pertumbuhan kebudayaan tidak selalu sama cepatnya secara keseluruhan. Akan tetapi, ditemukan ada bagian yang tumbuh cepat, sedang, dan ada pula bagian lain yang tumbuh lambat. Perbedaan taraf kemajuan antara berbagai bagian dalam suatu kebudayaan dinamakan ketertinggalan kebudayaan atau *cultural lag*. Pengertian “lag” pada istilah ini mengandung arti sebagai berikut: (a) Sebagai suatu jangka waktu antara terjadinya penemuan baru dan diterimanya penemuan baru. (b) Dipakai untuk menunjuk pada tertinggalnya suatu unsur tertentu terhadap unsur lainnya yang erat hubungannya.

Ogburn memusatkan perhatian pada perkembangan teknologi dan ia menjadi terkenal karena mengembangkan ide mengenai ketertinggalan budaya dan penyesuaian tak terelakkan dari faktor-faktor kebudayaan terhadap teknologi. “Teori ketertinggalan kebudayaan” ini melibatkan dua variabel yang telah menunjukkan penyesuaian pada waktu tertentu. Tetapi karena penciptaan atau penemuan baru, salah satu variabel berubah lebih cepat daripada variabel lain. Dengan kata lain, bila laju perubahan bagian-bagian yang saling tergantung dari satu kebudayaan tidak sama, maka kita berhadapan

dengan kondisi ketertinggalan kebudayaan, dan penyesuaian selanjutnya “kurang memuaskan” dengan tujuan yang dicapai mula-mula.⁷

Ketidakkampuan menyesuaikan diri yang dikemukakan Ogburn ini berakibat bagi kualitas hidup manusia. Ia menyatakan ada dua jenis penyesuaian sosial. Pertama, penyesuaian antara berbagai bagian kebudayaan. Kedua, penyesuaian antara kebudayaan dan manusia. Masalah penyesuaian manusia terlihat dalam berbagai jenis ketegangan dan perampasan hak, kejahatan, pelacuran, dan berbagai masalah sosial lain yang merupakan tanda-tanda ketidakkampuan menyesuaikan diri dalam kehidupan sosial⁸.

Perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi juga menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara teknologi dengan kemajuan pola pikir individu terhadap pemanfaatan produk tersebut, sehingga timbul ketimpangan antara fungsi produk yang sesungguhnya dengan cara pakai oleh masyarakat. Dengan adanya ketertinggalan tersebut menyebabkan tidak berfungsinya suatu teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Seharusnya apabila teknologi seperti *Tupperware* tersebut hadir seiring dengan pola pikir masyarakat tentang bagaimana cara pemanfaatan yang sesungguhnya tentu masyarakat, khususnya ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tidak akan mengubah fungsi *Tupperware* menjadi barang pajangan yang tidak bermanfaat.

Meskipun unsur-unsur sosial satu sama lain terdapat hubungan yang berkesinambungan, namun dalam perubahan ternyata masih ada sebagian yang

⁷ Lauer, Robert. H. 1993. *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. Rhineka Cipta. Hal 209

⁸ Robert H Lauer . Op. Cit. hal 210.

mengalami perubahan tetapi sebagian yang lain masih dalam keadaan tetap (statis). *Cultural lag* menjadikan kesenjangan antar unsur-unsur yang berubah sangat cepat dan yang berubah lambat. Kesenjangan ini akan menyebabkan kejutan sosial pada masyarakat. Ketertinggalan budaya menggambarkan bagaimana beberapa unsur kebudayaan tertinggal di belakang perubahan yang bersumber pada penciptaan, penemuan dan difusi. Teknologi, menurut Ogburn, berubah terlebih dahulu, sedangkan kebudayaan berubah paling akhir. Dengan kata lain manusia berusaha mengejar teknologi yang terus menerus berubah dengan mengadaptasi adat dan cara hidup untuk memenuhi kebutuhan teknologi.

F. Penjelasan Konsep

1. Perubahan Fungsi

Masyarakat merupakan kumpulan kelompok-kelompok yang membentuk organisasi sosial dan bersifat kompleks. Dalam organisasi tersebut ada norma-norma, nilai-nilai, dan pranata sosial. Di samping itu dalam organisasi sosial terdapat peraturan-peraturan untuk bertingkah laku yang kesemuanya berinteraksi dalam kehidupan bermasyarakat. Dalam kehidupan bermasyarakat di mana pun pasti akan mengalami perubahan sosial, baik di desa maupun di kota. perubahan sosial terjadi sebagai akibat adanya interaksi antarmanusia dan antarkelompok, sehingga antara mereka terjadi proses saling memengaruhi yang menyebabkan terjadinya perubahan sosial.

Perubahan sosial yang terjadi pada masyarakat dapat berupa perubahan-perubahan nilai-nilai sosial, norma-norma yang berlaku di masyarakat, pola-pola perilaku individu dan organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan-lapisan maupun kelas-kelas dalam masyarakat, kekuasaan, dan wewenang. Dengan kata lain perubahan sosial meliputi perubahan organisasi sosial, status, lembaga, dan struktur sosial masyarakat.

Tidak ada yang tetap seperti apa, di mana, dan keadaan semula, melainkan segala sesuatu bergerak, berubah, terjadi dan berubah keadaannya⁹. Tidak ada sesuatu dalam kehidupan manusia yang sifatnya statis, termasuk nilai, sikap-sikap sosial, dan pola perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Perubahan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perubahan terhadap fungsi suatu produk peralatan rumah tangga oleh ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi. Produk *Tupperware* yang seharusnya memiliki fungsi sebagai peralatan rumah tangga berubah fungsi menjadi pajangan. *Tupperware* yang semula diciptakan untuk menghemat tempat karena dapat ditumpuk, dapat membuat makanan lebih awet karena kedap udara, kemudian mempermudah penyimpanan makanan di dalam kulkas, karena ukuran dan bentuk yang bervariasi. Fungsi tersebut menjadi tidak bermanfaat bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi karena produk

⁹ Robert H. Lauer. 1993. *Perspektif Tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 9-10

tersebut hanya tersimpan di lemari sebagai pajangan bukan sebagai alat peralatan rumah tangga.

2. Tupperware

Tupperware adalah produk rumah tangga yang dibuat dari bahan plastik dengan kemasan cantik. Bentuknya variatif, bisa berupa perabot dapur bisa juga peralatan rumah tangga lain seperti toples dan tempat-tempat perabotan kecil. Secara resmi *Tupperware* dipasarkan di Indonesia tahun 1991. PT. Alif Rose di Jakarta merupakan distributor resmi pertama *Tupperware*, dan kini sudah lebih dari 70 distributor resmi yang tersebar di berbagai kota besar di seluruh Indonesia¹⁰.

Tupperware diperkenalkan untuk khalayak umum pada tahun 1946¹¹. Mereka merancang, membuat dan menyebarkan produk-produknya ke seluruh dunia melalui perusahaan induknya *Tupperware Brands Corporation* dan dipasarkan dengan metode penjualan langsung yang sering dikenal dengan julukan *independent sales force* atau *sales force* yang saat ini tidak kurang ada 1.9 juta orang tersebar di seluruh dunia¹². *Tupperware* sendiri merupakan anak perusahaan yang dimiliki oleh *Tupperware Brands Corporation*. *Tupperware* pertama kali dibuat pada tahun 1946 oleh Earl Tupper (1907 – 1983) di Amerika. Ia membuat suatu

¹⁰ <http://www.radar-karawang.com/2012/07/tupperware-dilindungi-garansi-seumur.html>. diakses pada tanggal 20 Februari 2013.

¹¹ Dikutip dari: <http://id.wikipedia.org/wiki/Tupperware>. diakses pada tanggal 17 Februari 2013.

¹² Cortese, Amy, "Tupperware Freshens Up the Party ", (The New York Times), 7 Juli 2007. Diakses pada 17 Februari 2013

wadah plastik yang dipergunakan di rumah tangga untuk menyimpan makanan dan membuatnya kedap udara.

Di Sumatera Barat, *Tupperware* juga sudah mulai diminati oleh masyarakat. Kantor cabang *Tupperware* telah ada di berbagai kota di Sumatera Barat, seperti di Padang, Bukittinggi, Payakumbuh, Padang Panjang dan kota-kota besar lainnya.

3. Fungsi *Tupperware*

Produk *Tupperware* memiliki beberapa fungsi diantaranya:¹³

a. Menjadikan makanan menjadi awet.

Apabila menyimpan makanan seperti kue basah ataupun kering akan bertahan lebih lama dibandingkan disimpan di tempaan lain, hal ini karena tutup *Tupperware* yang kedap udara. Selain dari itu sayuran yang disimpan setelah dibersihkan pun didalam produk tersebut juga akan lebih lama terjaga kesegarannya.

b. Mudah ditumpuk.

Produk *Tupperware* memiliki ukuran yang dapat ditumpuk sehingga penyimpanan menjadi lebih mudah walaupun pada tempat yang sempit.

c. Mempermudah penyusunan saat menyimpan makanan di dalam lemari es.

Menyimpan makanan di dalam kulkas akan semakin rapi dan praktis karena produk *Tupperware* memiliki ukuran-ukuran yang

¹³ <http://tupperwarediskon.tokopedia.com/>. Di akses pada tanggal 24 Mei 2013

dapat disesuaikan dengan besar kulkas. Ukuran yang dapat disesuaikan tersebut membuat barang yang tersimpan tidak berantakan. Produk *Tupperware* sudah didesain untuk penyimpanan pada lemari es termasuk pada *freezernya*, sehingga daging, udang, dan ikan yang disimpan tidak menyebarkan bau keseluruh kulkas.

d. Mempermudah membawa makanan dan minuman saat bepergian.

Pada saat rekreasi maupun piknik akan menjadi lebih menyenangkan membawa makanan dan minuman. Karena tidak perlu khawatir minuman dan makanan akan tumpah. Produk *Tupperware* yang memiliki tutup yang rapat tidak akan membuat minyak pada makanan tumpah. Serta produk *Tupperware* juga menyediakan tas untuk digunakan sekaligus peralatan makan lainnya. Jika menggunakan botol plastik lainnya pada saat penyimpanan air untuk bepergian menjadi tidak sehat, karena botol minuman yang digunakan tidak baik untuk di isi ulang.

Fungsi yang dilihat dalam penelitian ini adalah fungsi *Tupperware* yang semula digunakan untuk kebutuhan rumah tangga yaitu sebagai peralatan dapur seperti yang telah diuraikan diatas, tidak sesuai pemanfaatannya oleh ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi. Ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tidak menggunakan produk *Tupperware* seperti fungsi tersebut melainkan membeli hanya untuk menyimpan produk

tersebut di lemari rumahnya, sehingga *Tupperware* berubah fungsi menjadi pajangan.

4. Ibu Rumah Tangga

Dalam setiap masyarakat manusia, pasti akan dijumpai keluarga batih (*nuclear family*). Keluarga batih tersebut merupakan kelompok sosial kecil yang terdiri dari suami, istri beserta anak-anaknya. Keluarga batih tersebut lazimnya juga disebut rumah tangga, yang merupakan unit terkecil dalam masyarakat sebagai wadah dan proses pergaulan hidup¹⁴. Didalam setiap komponen dirumah tangga memiliki fungsi dan peranannya masing-masing. Ibu rumah tangga adalah komponen penting dalam mengurus segala kegiatan yang berada di dalam rumah tangga, mendidik anak, mengurus keperluan keluarga dan melayani segala kebutuhan yang berkaitan dengan rumah tangga.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ibu rumah tangga dapat diartikan sebagai seorang wanita yang mengatur penyelenggaraan berbagai macam pekerjaan rumah tangga, atau dengan pengertian lain ibu rumah tangga merupakan seorang istri (ibu) yang hanya mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga (tidak bekerja di kantor).

Ibu rumah tangga yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga yang selain bertugas sebagai mengurus berbagai pekerjaan dalam rumah tangga juga sebagai ibu rumah tangga yang menyambi mengurus anak dan keluarga juga membantu suami dalam mencari nafkah

¹⁴ Soerjono, Soekanto. 2009. *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta hal 1

secara sederhana di rumah. Seperti pekerjaan memotong bawang dengan sistem upah harian, membantu tetangga kesawah/ladang.

G. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Produk *Tupperware* telah memasuki wilayah kecamatan dan desa. Idealnya baik di desa maupun kota produk *Tupperware* mempunyai fungsi yang sama yaitu untuk menyimpan bahan makanan, agar lebih awet dan mempermudah membawa makanan maupun minuman pada saat bepergian, serta ukuran yang bervariasi sehingga mudah ditumpuk dan disimpan baik di area luas maupun sempit. Akan tetapi masyarakat di Jorong Sikaladi membeli produk *Tupperware* tersebut tidak semata-mata digunakan sesuai dengan fungsinya tersebut, akan tetapi mereka membeli *Tupperware* hanya dipajang di lemari rumahnya, oleh sebab itu peneliti tertarik meneliti perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga yang ada di wilayah tersebut.

Wilayah desa yang penulis pilih yaitu di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar. Di Kecamatan Pariangan terdapat empat jorong yaitu Jorong Pariangan, Jorong Guguk, Jorong Padang Panjang, dan Jorong Sikaladi. Alasan penulis melakukan penelitian di Jorong Sikaladi ini karena dari keempat jorong berdasarkan hasil observasi peneliti, di Jorong Sikaladi lah yang paling banyak ibu-ibu rumah tangga yang membeli produk *Tupperware* tersebut. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di daerah tersebut.

2. Pendekatan dan Tipe Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan yaitu melalui pendekatan kualitatif. Peneliti memilih pendekatan kualitatif kerana pendekatan ini dirasa mampu untuk mendeskripsikan realitas sosial dari perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar. Pendekatan ini dipilih juga dengan pertimbangan agar dapat memahami lebih mendalam tentang aspek yang mendorong ibu-ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tidak memanfaatkan produk *Tupperware* tersebut sesuai dengan fungsi yang sebenarnya.

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe studi kasus instrinsik. Alasan penggunaan studi kasus instrinsik dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dan menyeluruh mengenai kasus tertentu khususnya dalam penelitian ini adalah perubahan fungsi *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar.

3. Teknik Pemilihan Informan

Teknik yang dipakai dalam pemilihan informan adalah penarikan sampel dengan sengaja (*purposive sampling*). *Purposive sampling* artinya peneliti dengan sengaja menentukan siapa yang menjadi informan penelitian sesuai dengan data yang diinginkan untuk tujuan penelitian. Informan yang dipilih adalah orang-orang yang betul-betul memahami

permasalahan yang diteliti¹⁵. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang membeli dan mengoleksi produk *Tupperware* di Jorong Sikaladi mulai dari tahun 2012 hingga tahun 2013. Informan dalam penelitian ini adalah :

1. Ibu-ibu rumah tangga yang mengoleksi *Tupperware*.
2. Keluarga yaitu suami dan anak.
3. Para *dealer* *Tupperware* baik *dealer* lama maupun *member* baru.
4. Informan lain yang bukan konsumen *Tupperware* seperti ibu-ibu yang tidak membeli produk *Tupperware*.

Jumlah informan dalam penelitian ini adalah 24 orang. Ibu rumah tangga yang mengoleksi produk *Tupperware* sebanyak 9 orang. Selanjutnya 3 orang *dealer* *Tupperware*, 7 orang yang tidak mengoleksi produk *Tupperware* dan 5 orang dari keluarga. Hal ini dimaksudkan agar data yang didapatkan sesuai dengan tujuan penelitian dengan mencari kesamaan ataupun perbandingan data untuk mencapai kesimpulan.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi hakikatnya merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan

¹⁵ Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara. Hal 64

emosi seseorang. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian.¹⁶ Observasi yang peneliti lakukan di sini adalah termasuk tipe observasi non partisipan. Prosedur pelaksanaan observasi non partisipan adalah observer berada di luar kegiatan, seolah-olah sebagai penonton. Peneliti tidak sepenuhnya ikut serta dalam aktifitas pembelian produk-produk *Tupperware* tersebut.

Observasi awal peneliti lakukan yaitu pada saat peneliti ikut serta mengikuti acara *Tupperware party* yang diadakan di kantor PT. Triarga di Bukittinggi pada tanggal 23 Mei 2013. Pada acara tersebut berkumpul seluruh dealer *Tupperware* yang ada di Sumatera Barat. pada acara tersebut juga disediakan beberapa permainan dan hiburan, namun yang lebih penting pada acara tersebut adalah penyampaian motivasi oleh Bunda Dra. Rosda pemilik distributor *Tupperware* di Bukittinggi tersebut terhadap para tamu dan undangan yang hadir, termasuk peneliti sendiri sebagai undangan pada saat itu. Bunda Dra Rosda menyampaikan agar dapat mengubah gaya hidup dengan menjual dan menggunakan produk *Tupperware*, karena menurutnya menjual produk *Tupperware* merupakan salah satu langkah awal menuju hidup sehat dan sukses bagi ibu rumah tangga yang mempunyai keinginan untuk mengubah perekonomian keluarganya. Berbagai macam keuntungan, manfaat, dan bonus bulanan/tahunan

¹⁶ Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

menjual *Tupperware* disampaikan. Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan hampir 80% undangan yang hadir mendaftarkan diri menjadi member *Tupperware*.

Peneliti juga mengamati bahwa ditempat tersebut ternyata banyak sekali produk *Tupperware* yang akan disalurkan melalui dealer-dealer *Tupperware* kepada masyarakat, mengingat didalam ruangan yang lumayan besar tersebut semua berisi produk *Tupperware* dengan bermacam jenis dan ukuran. Semua ruangan dan rak terisi penuh tanpa sisa.

Selain dari itu, observasi juga peneliti lakukan bersama dealer *Tupperware* yaitu bersama Yuli. Peneliti ikut pergi meminta uang angsuran *Tupperware* bersama Yuli kepada penduduk di Jorong Sikaladi. Peneliti ikut mengamati cara meminta, berapa uang yang diberikan oleh masing-masing ibu rumah tangga tersebut, serta penolakan seperti apa yang dilakukan oleh ibu rumah tangga tersebut saat tidak punya uang untuk membayar angsurannya. Observasi bersama Yuli ini peneliti lakukan selama empat kali yaitu pada sore hari yaitu pada pukul 14.00 WIB, observasi ini selalu selesai menjelang maghrib, karena kami sering menunggu ibu rumah tangga tersebut yang belum pulang dari ladang, sawah dan pasar tempat mereka bekerja.

Hari pertama peneliti melakukan observasi dengan Yuli yaitu pada tanggal 16 Mei 2013. Dari 12 orang yang membeli *Tupperware*

hanya 3 ibu rumah tangga saja yang tidak membayar, dengan alasan tidak ada di rumah. Hari kedua observasi pada tanggal 30 Mei 2013. Pada hari kedua sekitar 5 orang yang tidak membayar, 2 orang dengan alasan belum pulang dari sawah, 2 orang lagi tidak diketahui beritanya waktu itu. Dan satu lagi yaitu Ibu Amai juga tidak membayar dengan alasan tidak ada uang.

Hari ketiga yaitu tanggal 6 Juli 2013. Pada hari ketiga ini semua ibu rumah tangga yang membeli *Tupperware* kepada Yuli semua membayar angsurannya. Pada saat peneliti mengikuti observasi bersama Yuli ini ia juga menyambi meminta uang angsuran pakaian yang juga dikreditnya kepada ibu rumah tangga tersebut.

Pada hari terakhir peneliti melakukan observasi bersama Yuli ini pada tanggal 14 Juni 2013, terjadi suatu peristiwa yang tidak diinginkan. Yaitu pertengkaran antara Yuli dengan salah satu pelanggan yang berinisial "A". Pertengkaran terjadi dipicu karena pelanggan berinisial "A" tersebut sudah tiga kali selalu mengelak untuk membayar angsuran sebesar Rp. 20.000,- untuk pembayaran sebuah rantang makanan. Karena Yuli merasa dipermainkan akhirnya terjadilah cekcok mulut diantara keduanya, lalu ibu berinisial "A" tersebut membanting rantang tersebut hingga pecah. Pertengkaran reda setelah masyarakat disekitar melerai dan akhirnya kamipun pulang. Peneliti pada waktu itu hanya terdiam menyaksikan antara takut dan khawatir.

Selain itu peneliti juga mengamati kondisi ibu rumah tangga yang mengoleksi produk *Tupperware* untuk pajangan tersebut. Produk *Tupperware* yang mereka beli tampak tersusun di lemari rumah mereka dan ada pula yang tersusun di atas meja rumah mereka. *Tupperware* tersebut ada yang tersusun dengan rapi ada pula yang sampai di taruh di atas lemari, dan masih ada pula yang tersusun lengkap dengan kardusnya. Yang belum pernah terpakai sama sekali.

b. Wawancara

Teknik wawancara yang dipilih dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*indepth interview*). Pelaksanaan wawancara mendalam ini dilakukan berulang-ulang dengan tujuan untuk mendapatkan informasi mendalam dan mampu memahami pokok permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi.

Wawancara dilakukan dalam suasana bebas dan santai. Pertanyaan diajukan secara acak namun tetap sesuai dengan pokok-pokok pertanyaan yang ada dalam pedoman wawancara. Dalam wawancara berlangsung peneliti mencatat hasil wawancara tersebut, kemudian peneliti menjadikan satu kesatuan yang utuh supaya dapat dianalisa secara kualitatif.

Wawancara dengan beberapa informan peneliti lakukan pada malam hari setelah shalat magrib karena ada beberapa informan yang susah untuk ditemui pada saat peneliti melakukan penelitian di sore

hari. Waktu wawancara di pilih setelah informan selesai bekerja, artinya penelitian dilakukan dirumah/dihalaman rumah bukan ditempat kerja informan seperti di sawah, hal ini dilakukan agar peneliti dapat mengambil foto koleksi *Tupperware* mereka.

Pada pagi hari peneliti juga berusaha menemui informan tetapi informan sering tidak ada dirumah, karena sudah pergi keladang maupun kepasar. Kadang peneliti hanya menemui anak atau orang tuanya, jadi peneliti hanya sedikit melakukan wawancara. Wawancara yang lebih mendalam peneliti lakukan mulai dari pukul 15.00 WIB sampai pukul 18.00 WIB.

Pada saat melakukan wawancara peneliti seolah-olah datang sebagai tamu yang tidak terlalu tampil sebagai seorang peneliti, hal ini dilakukan agar suasana menyenangkan dan tidak membuat pertanyaan yang kesannya mengintimidasi, sehingga hasil penelitian yang diperolehpun akan semakin baik. Peneliti dalam melaksanakan wawancara menggunakan pedomen wawancara yaitu rumusan-rumusan pertanyaan untuk mencari informasi yang dibutuhkan dan catatan lapangan. Demi melengkapi data tersebut, peneliti juga melakukan studi dokumentasi di kantor-kantor yang bersangkutan dan ditambah dengan foto-foto di lapangan.

c. Studi Dokumentasi

Menurut Sugiyono¹⁷ studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Ada beberapa keuntungan dari penggunaan studi dokumen dalam penelitian kualitatif; a) Bahan dokumenter itu telah ada, telah tersedia, dan siap pakai; b) penggunaan bahan ini tidak meminta biaya, hanya memerlukan waktu untuk mempelajarinya; c) banyak yang dapat ditimba pengetahuan dari bahan itu bila dianalisis dengan cermat, yang berguna bagi penelitian yang dijalankan; d) dapat memberikan latar belakang yang lebih luas mengenai pokok penelitian; e) dapat dijadikan bahan triangulasi untuk mengecek kesesuaian data; dan f) merupakan bahan utama dalam penelitian historis.

Studi dokumentasi dilakukan untuk memperkuat data yang didapat dari wawancara dan observasi atau sebagai sumber data baru yang mendukung dan berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder tersebut tentang kondisi geografis, keadaan penduduk, serta keadaan ekonomi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi dari kantor Wali Nagari Pariangan.

5. Triangulasi Data

Agar data yang diperoleh valid, maka penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data, hal tersebut dilakukan dengan cara triangulasi

¹⁷ Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. Hal 83.

sumber berupa pertanyaan yang diajukan kepada berbagai sumber. Seperti data yang didapat dari ibu-ibu yang mempunyai produk *Tupperware* itu sendiri, keluarga, para *dealer Tupperware* yang dilakukan berkali-kali dan tidak hanya dengan satu orang saja namun dengan beberapa orang dengan tujuan agar data-data yang diperoleh lebih akurat¹⁸.

a. Teknik

Trianggulasi data dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan yang dikembangkan dari pedoman wawancara terhadap para informan, kemudian dicek ulang kepada informan yang berbeda. Maksudnya, keterangan atau data yang didapat dari informan akan dibandingkan dengan keterangan yang diberikan oleh informan lain sampai data yang diperoleh jenuh sehingga dapat diperoleh kesimpulan dan dapat dipertanggungjawabkan secara metodologi.

b. Sumber

Trianggulasi dilakukan pada informan yang terdiri dari ibu rumah tangga yang mengoleksi produk *Tupperware*, *dealer Tupperware*, keluarga dan ibu rumah tangga yang tidak mengoleksi *Tupperware*. Keterangan yang didapatkan dari salah satu informan akan dibandingkan dengan keterangan yang diberikan oleh informan lainnya, lalu membandingkan data hasil pengamatan dengan wawancara, kemudian penulis membaca ulang data secara sistematis dan memeriksa data berulang kali sehingga data tersebut dapat dipercaya dan dijamin

¹⁸ Mattew B Miles. A Huberman. 1992. Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UI Press. Hal 16-20.

kebenarannya. Data dianggap valid jika data yang diperoleh sudah relatif sama dari sumber yang berbeda, sehingga kesimpulan dapat diperoleh dan kesahihannya dapat dipertanggungjawabkan secara metodologi.

c. Waktu

Waktu pengamatan dilakukan pada sore dan malam hari. Waktu sore ketika mengikuti dealer *Tupperware* meminta uang angsuran *Tupperwarenya* kepada ibu rumah tangga, malam hari ketika ibu rumah tangga yang diwawancarai sebagai informan yang susah ditemui pada siang dan sore hari. Waktu wawancara dilakukan pada saat informan tidak dalam keadaan sibuk. Wawancara dilakukan pada saat informan ibu rumah tangga selesai bekerja pada siang hari. Selanjutnya waktu sore dan malam hari dengan mendatangi tempat tinggal informan.

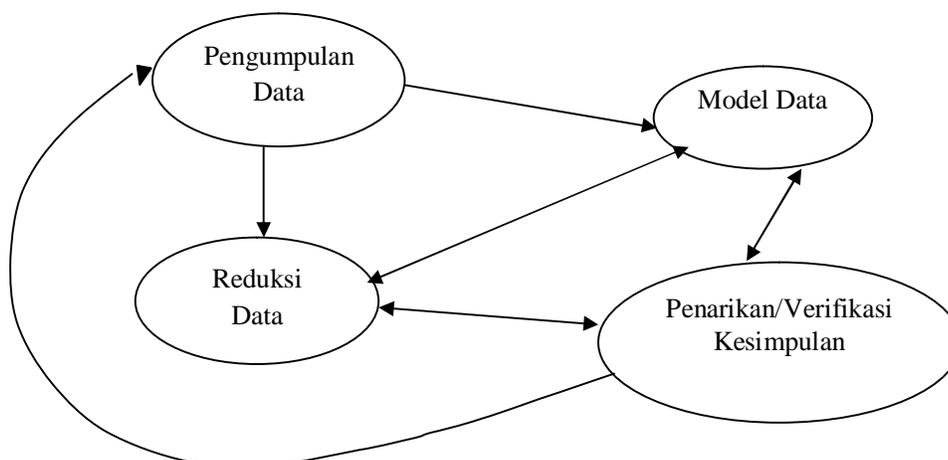
Apabila dengan ketiga teknik menghasilkan data yang berbeda-beda, maka penulis melakukan diskusi lebih lanjut kepada informan yang bersangkutan untuk memperoleh data yang dianggap benar.

6. Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik analisis interaktif Miles dan Huberman. Peneliti memilih teknik analisis data tersebut karena menurut peneliti teknik tersebut mampu untuk menganalisis data-data hasil penelitian tentang perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* di jorong Sikaladi. Menurut Miles dan Huberman analisis interaktif adalah "Kegiatan analisis yang dilakukan sebagai suatu inisiatif berulang-ulang secara terus menerus sehingga membentuk suatu

proses siklus interaktif (berhubungan satu sama lain)¹⁹. Jika data yang dikumpulkan sudah lengkap, analisa data dilakukan melalui tiga tahap.

Ketiga tahap tersebut dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1 : Komponen Analisis Data : Model Interaktif

a. Reduksi Data

Reduksi Data, yaitu merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

b. Model Data

Model Data (*Data Display*). Model adalah suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari model data

¹⁹ Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Analisis Data*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada Hal 129-135

kualitatif selama ini adalah teks naratif yang berasal dari catatan lapangan yang masih berserakan, tidak berurutan dan sangat luas. Model tersebut mencakup berbagai jenis matrik, grafik, jaringan kerja, dan bagan. Semua dirancang untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu yang dapat diakses secara langsung, bentuk yang praktis, dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan.

c. Penarikan/ verifikasi kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dalam hal ini secara ringkas, makna muncul dari data yang teruji kepercayaannya, kekuatannya, konfirmabilitasnya yaitu validitasnya. Dengan cara lain kita berhenti dengan cerita-cerita menarik tentang kebenaran yang tidak diketahui dan bermanfaat.

BAB II

JORONG SIKALADI KECAMATAN PARIANGAN

A. KONDISI GEOGRAFIS

Nagari Pariangan terdiri atas dataran, perbukitan, dan pegunungan oleh sebab itu nagari Pariangan memiliki tanah yang subur serta cocok untuk pertanian dan perkebunan. Luas tanah yang sangat subur 675 H, tanah subur 1.679 H, sedang 125 H. Tinggi dari permukaan laut 915 M. curah hujan rata-rata/tahun 1.600-1.800 MM/TH. Keadaan suhu rata-rata 23-25°C.

Kecamatan pariangan memiliki empat jorong. Yaitu Jorong Pariangan, Jorong Padang Panjang, Jorong Sikaladi, dan Jorong Guguk. Jorong Pariangan memiliki luas 346 Ha, Jorong Padang Panjang memiliki luas 362 Ha, Jorong Sikaladi memiliki luas 361 Ha, dan Jorong Guguk memiliki luas 1.410 Ha. Batas-batas wilayah Kecamatan Pariangan sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Gunung Merapi
2. Sebelah Selatan : Nagari Batu Basa – Nagari Simabur
3. Sebelah Barat : Sabu Kecamatan Batipuh
4. Sebelah Timur :Nagari Sungai Jambu, Nagari Sawah Tengah

Sedangkan Jorong Sikaladi sendiri memiliki batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah Utara : Gunung Merapi
2. Sebelah Selatan : Jorong Pariangan
3. Sebelah Barat : Sabu, kecamatan Batipuh

4. Sebelah Timur : Jorong Padang Panjang

B. KEADAAN PENDUDUK

Pendataan penduduk pada tahun 2012 jumlah laki-laki sebanyak 2.932 orang, perempuan sebanyak 2.848 orang. Jumlah keseluruhan sebanyak 5.780 orang. Jumlah KK sebanyak 1.482. Berikut data penduduk dari masing-masing Jorong:

1. Jorong Pariangan : 862 laki-laki + 832 pr = 1.694 orang
2. Jorong Padang Panjang : 724 laki-laki + 707 pr = 1.491 orang
3. Jorong Guguk : 397 laki-laki + 364 pr = 761 orang
4. Jorong Sikaladi : 949 laki-laki + 945 pr = 1.894 orang

Mata pencaharian penduduk cukup beragam diantaranya sebagai berikut:

1. Sektor Pertanian

Tabel 3. Mata Pencaharian di Sektor Pertanian

No	Bentangan Alalm	Luas	Ket
1	Pemilik Sawah	286	665 orang
2	Pemilik Tegalan	275	215 orang
3	Penggarap	202	435 orang
4	Buruh Tani	-	471 orang
Jumlah		763	1.786 orang

Sumber data dari kantor Wali Nagari Pariangan

Berdasarkan keseluruhan jumlah penduduk yang ada, mata pencaharian yang paling dominan yaitu pada sektor pertanian ini. Hal ini karena masyarakat di Kecamatan Pariangan memiliki hutan dan lahan yang luas untuk ditanami, karena tempat tinggal yang dekat dengan daerah pegunungan.

2. Sektor Peternakan

Tabel 4. Mata Pencaharian di Sektor Peternakan

No	Status	Jumlah Orang	Jumlah Ekor
1	Pemilik Sapi	650	780
2	Pemilik Kambing	9	65
3	Pemilik Ayam/Bebek	478	2.789
4	Pemilik Kerbau	10	25
Jumlah		1.147	3.659

Sumber data dari Kantor Wali Nagari Pariangan

Selain bermata pencaharian sebagai petani, penduduk di empat jorong di Kecamatan Pariangan, juga beternak. Di Jorong Sikaladi yang ada hanya peternak Sapi, Ayam, dan Bebek. Sedangkan beternak Kambing dan Kerbau sudah tidak ada. Tetapi pada masyarakat di Jorong yang lain masih ada beternak Kambing dan Kerbau.

3. Sektor Industri Kecil

Tabel 5. Mata Pencaharian di Sektor Industri Kecil

No	Usaha	Jumlah Orang	Ket
1	Pandai Besi	6	
2	Makanan	25	
3	Bordir	10	
4	Kerajinan	1	

Sumber data dari kantor Wali Nagari Pariangan

Pada masyarakat di Jorong Sikaladi cukup banyak yang bekerja di sektor makanan dan bordir dibandingkan dengan ketiga Jorong yang lainnya. Di Jorong Sikaladi sendiri dapat kita temukan berbagai macam industri makanan diantaranya, kerupuk cancang, keripik pisang, kue lebaran, dan makanan-makanan khas lainnya.

4. Sektor Jasa/ Perdagangan

Tabel 6. Mata Pencaharian di Sektor Jasa/Perdagangan

No	Status Jenis Jasa / Perdagangan	Jumlah Orang
1	PNS	265
2	Pegawai Negeri Jorong	12
3	Guru	212
4	ABRI – POLRI	17
5	Pegawai Kesehatan	21
6	Bidan	4
7	Dokter	2
8	Pensiunan ABRI / Sipil	50
9	Toko/Ruko/Kios	14
10	Warung	553

Sumber data dari kantor Wali Nagari Pariangan

Mata pencaharian pada sektor jasa ini sudah tersebar secara merata di keempat jorong di Kecamatan Pariangan. Baik di Jorong Padang Panjang, Jorong Guguk, Jorong Pariangan, maupun di Jorong Sikaladi ada terdapat kesepuluh point diatas.

C. KONDISI SOSIAL BUDAYA

Nagari Pariangan berada di tepi jalan yang menghubungkan Kota Batusangkar dan Kota Padang Panjang. Nagari tua ini hanya berjarak sekitar 100 m dari jalan raya yang menghubungkan kedua kota tersebut. Dari Kota Padang, Nagari Pariangan dapat dikunjungi dengan menggunakan bus, jasa travel, atau mobil sewaan dengan waktu tempuh sekitar 2 jam. Bila menggunakan bus, ongkosnya sekitar Rp 20.000-Rp 25.000 per orang. Sedangkan dari Kota Batusangkar, Ibu Kota Kabupaten

Tanah Datar, Nagari Pariangan dapat dicapai dengan naik bus, minibus, atau ojek dengan waktu tempuh sekitar 20 menit.

Di Nagari Pariangan ini terdapat bermacam khas Minangkabau. Di nagari ini masih terjaga dengan baik rumah adat tradisional yang disebut rumah gadang. Di Pariangan, juga masih dijumpai surau, yang masih menjadi tempat tinggal komunal untuk pria yang belum menikah. Dan pada bagian tengah dari nagari ini masih berdiri sebuah masjid tradisional yang cukup besar yang diperkirakan sudah ada di awal abad kesembilan belas.

Tidak jauh dari masjid tersebut terdapat tempat mandi umum berair panas yang masih digunakan sampai sekarang. Air panas ini mengandung sulfur yang sangat bermanfaat untuk kesehatan kulit. Pada umumnya, masyarakat Pariangan masih menggunakan air panas ini untuk mandi dan mencuci.

Selain pemandian air panas, juga terdapat beberapa peninggalan sejarah, seperti kuburan panjang. Menurut ceritanya, kuburan panjang ini merupakan kuburan Dt. Tantejo Gurhano. Kabarnya, tidak ada orang yang pas mengukur panjang makam yang membujur dari arah utara ke selatan. Melihat kondisi areal makam yang di kanan-kirinya ada beberapa buah batu sandaran, menurut masyarakat sekitar, dulunya di tempat tersebut tempat musyawarah terbuka yang dikenal dengan medan nan bapaneh. Tantejo Gerhano juga dikenal sebagai orang sakti. Dia dikenal pula sebagai arsitek Minangkabau pertama yang membuat Balai Adat.

D. GAMBARAN TENTANG *TUPPERWARE*

Produk *Tupperware* merupakan produk peralatan rumah tangga yang terbuat dari bahan plastik yang biasanya dimanfaatkan oleh ibu rumah tangga sebagai tempat penyimpanan bahan makanan agar tahan lebih lama. Tidak hanya di wilayah perkotaan, produk *Tupperware* sudah mulai berkembang dan dikenal oleh masyarakat di pedesaan. Bahkan di beberapa desa tertentu produk *Tupperware* sudah mulai menjadi trend dan banyak diminati oleh ibu rumah tangga.

Fungsi *Tupperware* yang memberikan kelebihan-kelebihan tertentu dibandingkan produk plastik lainnya yang ada dipasaran, membuat produk ini menjadi pilihan tersendiri bagi ibu rumah tangga. Diantara fungsi *Tupperware* tersebut adalah sebagai berikut: 1) **Menjadikan makanan menjadi awet**, yaitu terletak pada tutupnya yang didesain agar makanan menjadi lebih higienis dan tahan lebih lama. 2) **Mudah ditumpuk**, Produk *Tupperware* memiliki ukuran yang dapat ditumpuk sehingga penyimpanan menjadi lebih mudah walaupun pada tempat yang sempit. 3) **Mempermudah penyusunan saat menyimpan makanan di dalam lemari es**, Produk *Tupperware* sudah didesain untuk penyimpanan pada lemari es termasuk pada freezernya, sehingga daging, udang, dan ikan yang disimpan tidak menyebarkan bau keseluruhan kulkas. 4) **Mempermudah membawa makanan dan minuman saat bepergian**.

Berdasarkan kelebihan dan manfaat yang dapat diperoleh dari produk *Tupperware* tersebut bagi sebagian orang justru malah tidak

berfungsi sesuai dengan kelebihan yang dimilikinya tersebut. Seperti yang terjadi pada ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan. Bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tersebut produk *Tupperware* memiliki fungsi yang berbeda. Bagi mereka produk *Tupperware* yang dibeli tersebut hanya tersimpan di lemari rumahnya, dan tidak digunakan sebagai peralatan rumah tangga sesuai dengan fungsi yang seharusnya.

Tupperware mulai masuk ke Jorong Sikaladi pada tahun 2011 dan mulai menjadi trend pada tahun 2012 hingga sekarang. Peminat *Tupperware* di Jorong Sikaladi terus mengalami perkembangan. Berdasarkan hasil observasi peneliti dan wawancara dengan dealer *Tupperware* di Jorong Sikaladi ini, ada peningkatan yang signifikan terhadap pembelian produk tersebut. Penjualan awal hanya sekitar 5 jutaan sekarang sudah mencapai lebih dari 10 juta per bulannya. Akan tetapi peningkatan pembelian oleh ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tersebut tidak seiring dengan penggunaan yang seharusnya. Hal ini yang menjadi persoalan pada penelitian ini. Produk *Tupperware* yang dibeli tersebut berubah fungsi menjadi pajangan dan hiasan.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang dilakukan dapat disimpulkan mengenai faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga. Secara garis besar faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan fungsi penggunaan *Tupperware* bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi Kecamatan Pariangan Kabupaten Tanah Datar dikarenakan oleh faktor sebagai berikut: 1) *Tagiah mambali*, 2) Bangga memiliki banyak *Tupperware* untuk dikoleksi, 3) Suka dengan barang yang unik dan menarik, 4) Adanya ikatan kekeluargaan dengan *dealer Tupperware*, 5) kurangnya pengetahuan tentang fungsi dan perawatan produk.

Dari semua faktor tersebut yang paling dominan adalah faktor yang bersinggungan dengan perilaku yang merujuk kepada perilaku konsumtif yaitu faktor *tagiah mambali*. Hal tersebut dikarenakan adanya keinginan yang berlebihan dari ibu rumah tangga dalam membeli dan memiliki produk tersebut. Pembelian terhadap produk *Tupperware* tersebut tidak berlandaskan kepada kebutuhan melainkan karena keinginan yang tidak wajar. Mereka terus membeli dan membeli produk *Tupperware* tanpa memikirkan untuk apa produk tersebut dibeli. Pada akhirnya *Tupperware* yang dibeli dengan harga yang mahal berubah fungsi dari peralatan rumah tangga yang dapat menghemat tempat, membuat makanan menjadi lebih awet mempermudah

membawa makanan dan minuman saat bepergian menjadi barang pajangan yang tidak berguna. Tujuan di ciptakannya produk *Tupperware* menjadi tidak efektif bagi ibu rumah tangga di Jorong Sikaladi tersebut.

B. Saran

1. Ibu rumah tangga yang ingin membeli produk *Tupperware* hendaknya sebelum membeli difikirkan terlebih dahulu apa kegunaan dari produk tersebut. Apakah produk yang dibeli akan bermanfaat atau tidak, sehingga barang yang dibeli tidak menjadi mubazir apalagi menjadi konsumen yang konsumtif.
2. Sebaiknya sebelum menerima suatu teknologi baru diiringi dengan pengetahuan tentang teknologi tersebut. Baik bagaimana cara menggunakannya, cara merawatnya, termasuk cara menyimpannya. Supaya tidak terjadi ketimpangan antara kemajuan teknologi dan pengetahuan.
3. Setiap individu mempunyai keinginan untuk memiliki apapun yang belum dimiliki apalagi terhadap sesuatu yang menarik. Akan tetapi keinginan tersebut sebaiknya dilandasi dengan sikap yang arif dan bijaksana agar keinginan tidak menguasai manusia, yang membuat manusia menjadi tidak terkendali dalam memenuhi keinginannya.
4. Peneliti selanjutnya hendaknya mampu meneliti hal-hal yang masih kurang dan yang belum mampu diteliti secara mendalam dalam skripsi ini. Kekurangan yang terasa dalam skripsi ini adalah bagaimana strategi ibu rumah tangga yang bekerja sebagai *dealer Tupperware* dalam

mencari pelanggan di daerah tersebut. Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya bisa lebih mendalami tentang studi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, Jean P. 2009. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta; Kreasi Wacana
- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi. Terjemahan Wahyunto*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bungin, M. Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cortese, Amy, "Tupperware Freshens Up the Party ", (*The New York Times*), 7 Juli 2007. Diakses pada 17 februari 2013
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif. Analisis Data*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Gulo, W. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- <http://dapur-holic.blogspot.com/2012/06/kelebihan-dan-kelemahan-tupperware.html>. diakses pada tanggal 20 Februari 2013.
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Tupperware>. diakses pada tanggal 17 februari 2013.
- <http://www.radar-karawang.com/2012/07/tupperware-dilindungi-garansi-seumur.html>. diakses pada tanggal 20 Februari 2013.
- <http://www.webtupperware.com/tupperware-news-25.info>. Diakses pada tanggal 23 Februari 2013.
- <http://www.tupperware.co.id/Pages/Articlestatic/050209/0008/keunggulan-tupperware.aspx>. diakses pada tanggal 24 Mei 2013
- <http://tupperwarediskon.tokopedia.com/>. Di akses pada tanggal 24 Mei 2013
- <http://nurriest.wordpress.com/2013/04/11/konsumsi-sebagai-penanda-kesejahteraan-dan-stratifikasi-sosial-dalam-bingkai-pemikiran-jean-baudrillard/>. Diakses pada tanggal 20 juni 2012.
- <http://ceppy-atmadja.blogspot.com/2012/05/menghilangkan-bau-noda-bekas-makanan.html>. diakses pada tanggal 19 Juli 2013

- Lina & Rasyid, H.F. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putra*. Jurnal psikologika
- Lauer, Robert. H. 1993. *Perspektif tentang Perubahan Sosial*. Jakarta: PT. Rhineka Cipta.
- Matthew B Miles. A Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif* Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru. Jakarta: UI Press.
- Notoatmodjo. 2003. *Pendidikan dan Prilaku Kesehatan*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Ritzer, George dkk. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Soerjono, Soekanto. 2009. *Sosiologi Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Soekidjo, Notoadmodjo. 2002. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Sumartono, 2002. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Wrihatnolo, Randy R, dkk. 2007. *Manajemen Pemberdayaan. Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta : PT Gramedia.