

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada umumnya setiap perusahaan, baik perusahaan yang bergerak dalam bidang industri maupun pelayanan jasa pastilah mempunyai tujuan pokok yakni untuk memperoleh keuntungan atau laba, sebab laba akan menjadi aspek penting dalam menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan. Tanpa memperoleh laba, suatu perusahaan akan sulit untuk melanjutkan usahanya akan bahkan bisa jadi perusahaan tersebut akan berhenti. Keberhasilan suatu perusahaan di dalam mencapai suatu tujuan pada umumnya bisa diperoleh melalui kemampuan pemimpin suatu perusahaan dalam mengkoordinasikan bidang pemasaran, pengadaan barang, pelayanan pelanggan, personalia dan keuangan, serta kemampuan pemimpin tersebut dalam melihat dan menganalisa kemungkinan dan kesempatan di masa mendatang baik dalam jangka dalam pendek maupun jangka panjang.

Seiring dengan itu juga pola berpikir konsumen yang semakin berkembang dan menjadi selektif, menjadi tuntutan bagi produsen untuk meningkatkan kualitas dari produk yang dipasarkan. Mau tidak mau produsen mengembangkan berbagai macam cara dalam dalam memenuhi tututan konsumen dan memuaskannya. Sebab kepuasan konsumen adalah nilai dalam pemasaran.

Sebuah perusahaan yang telah menghasilkan produk bukan berarti tujuan perusahaan telah tercapai karena jika suatu produk tersebut tidak memiliki arti.

Dalam dunia usaha, fungsi pemasaran memegang peranan penting dalam mempengaruhi aktifitas perusahaan untuk meningkatkan keuntungan, guna perkembangan perusahaan dan mempertahankan kelangsungan hidup yang diinginkan dalam jangka panjang.

Setiap perusahaan mempunyai tujuan umum yaitu memperoleh laba yang wajar, selain itu perusahaan mempunyai tujuan khusus yaitu untuk mencapai kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Dalam perusahaan tujuan itu dapat tercapai, jika perusahaan tersebut memperhatikan kegiatan pemasaran yang meliputi produk yang dihasilkan, harga produk serta promosi yang tepat.

Adapun cara yang ditempuh masing-masing perusahaan dalam memasarkan produknya berbeda satu dengan yang lain. Produk yang ditawarkan berupa fasilitas, mutu pelayanan serta harga dan Tampilan katalognya yang tidak cukup untuk menarik minat konsumen tanpa adanya suatu komunikasi. Maksudnya perusahaan harus melakukan berbagai upaya dalam mempromosikan produknya agar konsumen tertarik yang selanjutnya diharapkan.

Di tengah perusahaan yang ketat saat ini PT. Tienshi selalu berusaha membuat produknya yang unggul dan terdepan, menawarkan kelebihan masing-masing produk pada konsumen. Dengan mengembangkan produk-produk makanan, perawatan kesehatan, perawatan kecantikan dan perawatan rumah tangga. Tienshi menawarkan sebuah gaya hidup berkualitas tinggi disertai kesehatan, kebahagiaan, dan kesejahteraan kepada lebih dari 20 juta konsumen di seluruh dunia.