

BAB II

TINJAUAN UMUM *Healthy and Bussines Center of Tiens*

2.1 Definisi Kesehatan

Organisasi Kesehatan Dunia atau, *World Health Organization* (WHO) mendefinisikan bahwa sehat sebagai suatu keadaan fisik, mental dan sosial yang sejahtera dan bukan hanya ketiadaan penyakit dan lemah. Meskipun tepat, definisi ini dianggap terlalu ideal dan kurang nyata. Kalau menggunakan definisi WHO tersebut berarti sekitar 70-95% orang yang berada di dunia sebagian besar tidak sehat.

Menurut Undang-undang Nomor 23 Tahun 1992 yang dimaksud dengan Kesehatan adalah:

"Kesehatan adalah keadaan sejahtera dari badan, jiwa dan sosial yang memungkinkan setiap orang hidup produktif secara sosial dan ekonomis".

Atas dasar definisi kesehatan tersebut di atas, maka manusia selalu dilihat sebagai satu kesatuan yang utuh (holistik). dari unsur badan (organobiologik), jiwa (psiko-edukatif) dan sosial (sosio-kultural), yang tidak dititik beratkan pada “penyakit” tetapi pada kualitas hidup yang terdiri dari "kesejahteraan" dan “produktivitas sosial ekonomi”. Dari definisi tersebut juga tersirat bahwa "kesehatan jiwa" merupakan bagian yang tidak terpisahkan (integral) dari "kesehatan" dan unsur utama dalam menunjang terwujudnya kualitas hidup manusia yang sempurna.

Beberapa faktor yang menentukan tingkat kesehatan adalah :

10% kondisi sosial; 8% kondisi medis;

7% kondisi iklim; 15% faktor keturunan;

60% gaya hidup.

2.2 Standar Kesehatan

Kesehatan memerlukan pola makan yang seimbang, istirahat yang secukupnya, olah raga secara teratur, dan memiliki semangat hidup yang tinggi dan berpikir positif.

Orang sehat memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

1. Memiliki fisik yang kuat, memiliki kemampuan untuk menangani tekanan dari kehidupan sehari-hari tanpa mengalami stres, dan mampu melakukan segala sesuatu yang dibutuhkan.
2. Memiliki rasa optimis dengan sikap yang positif, memiliki rasa tanggung jawab atas tindakan yang telah dilakukan.
3. Kemampuan untuk menangani berbagai keadaan yang bersifat darurat dan mampu untuk beradaptasi terhadap perubahan.
4. Kemampuan bertahan terhadap cuaca dingin yang normal dan penyakit menular.
5. Memiliki berat badan yang normal dan bentuk tubuh yang proporsional.
6. Kemampuan untuk beristirahat dan tidur dengan baik.

2.3 Perawatan Kesehatan

Perawatan kesehatan adalah sebuah proses yang berhubungan dengan pencegahan, perawatan, dan manajemen penyakit dan juga promosi kemakmuran mental, fisik, dan rohani melalui pelayanan ditawarkan oleh profesional petugas paramedis (Dokter, Bidan, Ahli Nutrisi, Mantri, dsb)

Perawatan kesehatan merupakan salah satu industri terbesar dunia dan pertumbuhan tercepat, menghabiskan 10% PDB negara-negara maju. Di Indonesia pemerintah hanya mengalokasikan 0,72% dari PDB ke bidang kesehatan pada 2002.

Industrinya termasuk perawatan kesehatan oleh ahli medis dan persatuan kesehatan lainnya. Biasanya jasa ini menerima pembayaran dari pasien atau dari perusahaan asuransi pasien; meskipun mereka dapat juga dibiayai oleh pemerintah (seperti *National Health Service* di Britania Raya) atau dilakukan oleh *charity* atau sukarelawan, terutama untuk negara-negara miskin.

Pelayanan kesehatan dapat membentuk bagian ekonomi negara yang besar. Pada 2000, biaya perawatan kesehatan yang dibayar kepada rumah sakit, dokter, laboratorium diagnostik, apotek, produsen alat kedokteran dan komponen lainnya dari sistem perawatan kesehatan, mengkonsumsi sekitar 14% dari GNP Amerika Serikat, yang terbesar di dunia. Untuk negara-negara G7 sistem perawatan kesehatan mengkonsumsi rata-rata sekitar 9%.

Pelayanan kesehatan saat ini, masih banyak kendala, yaitu bagi mereka yang tidak mampu membayar obat rumah sakit. banyak sekali halangan bagi orang-orang yang tidak mampu dengan adanya persyaratan yang rumit.

2.4 Pusat Pelayanan Kesehatan

Merupakan tempat dimana orang bisa mendapatkan pelayanan kesehatan dari informasi kesehatan, pengecekan kesehatan badan hingga pengobatan dan perawatan kesehatan badan.

2.4.1 Bentuk Pusat Pelayanan Kesehatan Dapat Berupa

1. Rumah Sakit
2. Puskesmas
3. Klinik Kesehatan atau *Healthy Care Center*
4. Pusat Pengobatan Alternatif
5. Dan Sebagainya

2.4.2 Pengelola Pusat Pelayanan Kesehatan Dapat Di Selenggarakan

1. Pemerintah
2. Swasta

2.5 Sarana Media Pengobatan Kesehatan

Sarana yang dapat menyembuhkan dan menjaga kesehatan tubuh, biasanya berupa obat dan vitamin.

Menurut jenis pengobatan dapat berupa :

1. Obat Generik
2. Obat Kimia
3. Jamu Tradisional
4. *Food Supplement* Nutrisi Kesehatan

2.6 Definisi Bisnis

Dalam ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy* yang berarti "sibuk" dalam konteks individu, komunitas, ataupun masyarakat., yang berarti, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan.

Dalam ekonomi kapitalis, dimana kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Pemilik dan operator dari sebuah bisnis mendapatkan imbalan sesuai dengan waktu, usaha, atau kapital yang mereka berikan. Namun tidak semua bisnis mengejar keuntungan seperti ini, misalnya bisnis koperatif yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan semua anggotanya atau institusi pemerintah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan rakyat. Model bisnis seperti ini kontras dengan sistem sosialis, dimana bisnis besar kebanyakan dimiliki oleh pemerintah, masyarakat umum, atau serikat pekerja.

Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata "bisnis" sendiri memiliki tiga penggunaan, tergantung lingkupannya — penggunaan singular kata bisnis dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan. Penggunaan yang lebih luas dapat merujuk pada sektor pasar tertentu, misalnya "bisnis pertelevisian." Penggunaan yang paling luas merujuk pada seluruh aktivitas yang dilakukan oleh komunitas penyedia barang dan jasa. Meskipun demikian, definisi "bisnis" yang tepat masih menjadi bahan perdebatan hingga saat ini.

Bisnis adalah suatu aktivitas yang mengarahkan pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang (produksi). Dalam terminologi bahasan ini, pembiayaan merupakan pendanaan, baik aktif maupun pasif, yang dilakukan oleh lembaga pembiayaan kepada nasabah. Sedangkan bisnis merupakan aktivitas berupa jasa, perdagangan dan industri guna memaksimalkan nilai keuntungan. (Skinner,1992) mengatakan bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberi manfaat. Sementara (Anoraga dan Soegiastuti,1996) dalam buku nya “*Bisnis dan Marketing*” mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa. (Straub dan Attner,1994) mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.

Dari semua definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa suatu organisasi/pelaku bisnis akan melakukan aktivitas bisnis dalam bentuk: (1) memproduksi dan atau mendistribusikan barang dan/atau jasa, (2) mencari profit, dan (3) mencoba memuaskan konsumen. Memproduksi barang dan jasa yang tidak merusak bagi diri sendiri dan orang banyak, mencari profit dengan cara yang benar dan tidak menyalahi aturan yang telah ditentukan (halal dan haram), memuaskan konsumen dengan pelayanan yang sebaik-baiknya

Bentuk Dasar Kepemilikan Bisnis :

Meskipun bentuk kepemilikan bisnis berbeda-beda pada setiap negara, ada beberapa bentuk yang dianggap umum:

1. Perusahaan Perseorangan:

adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh satu orang. Pemilik perusahaan perseorangan memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Artinya, apabila bisnis mengalami kerugian, pemilik lah yang harus menanggung seluruh kerugian itu.

2. Persekutuan:

adalah bentuk bisnis dimana dua orang atau lebih bekerja sama mengoperasikan perusahaan untuk mendapatkan profit. Sama seperti perusahaan perseorangan, setiap sekutu (anggota persekutuan) memiliki tanggung jawab tak terbatas atas harta perusahaan. Persekutuan dapat dikelompokkan menjadi persekutuan komanditer dan firma.

3. Perseroan:

adalah bisnis yang kepemilikannya dipegang oleh beberapa orang dan diawasi oleh dewan direktur. Setiap pemilik memiliki tanggung jawab yang terbatas atas harta perusahaan.

4. Koperasi:

adalah bisnis yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasarkan asas kekeluargaan. Koperasi bertujuan untuk mensejahterakan anggotanya. Karakteristik utama koperasi yang membedakan dengan badan usaha lain adalah anggota koperasi memiliki identitas ganda. Yakni sebagai pemilik sekaligus sebagai pengguna jasa.

2.7 Marketing / Pemasaran

Pengertian Pemasaran Menurut (WY. Stanton,1996) pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial.

Pengertian Pemasaran Menurut (H. Nystrom,1992) pemasaran merupakan suatu kegiatan penyaluran barang atau jasa dari tangan produsen ke tangan konsumen.

Pengertian Pemasaran Menurut Asosiasi Pemasaran Amerika Serikat / *American Marketing Association*

Pemasaran adalah pelaksanaan kegiatan usaha perdagangan yang diarahkan pada aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Pemasaran adalah sebuah proses dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Jadi, segala kegiatan dalam hubungannya dalam pemuasan kebutuhan dan keinginan manusia merupakan bagian dari konsep pemasaran. Pemasaran dimulai dengan pemenuhan kebutuhan manusia yang kemudian bertumbuh menjadi keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran. Seseorang yang bekerja dibidang pemasaran disebut pemasar. Pemasar ini sebaiknya memiliki pengetahuan dalam konsep dan prinsip pemasaran agar kegiatan pemasaran dapat tercapai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manusia terutama pihak konsumen yang dituju.

Dalam pemasaran terdapat empat prinsip dasar yang terdiri 4 P :

- *Product* (produk)
- *Price* (harga)
- *Place* (tempat) -edit = termasuk di dalamnya adalah distribusi.
- *Promotion* (promosi)

Fungsi-Fungsi Pemasaran :

1. Fungsi Pertukaran

Dengan pemasaran pembeli dapat membeli produk dari produsen baik dengan menukar uang dengan produk maupun pertukaran produk dengan produk (barter) untuk dipakai sendiri atau untuk dijual kembali.

2. Fungsi Distribusi Fisik

Distribusi fisik suatu produk dilakukan dengan cara mengangkut serta menyimpan produk. Produk diangkut dari produsen mendekati kebutuhan konsumen dengan banyak cara baik melalui air, darat, udara, dsb. Penyimpanan produk mengedepankan menjaga pasokan produk agar tidak kekurangan saat dibutuhkan.

3. Fungsi Perantara

Untuk menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen dapat dilakukan melalui perantara pemasaran yang menghubungkan aktivitas pertukaran dengan distribusi fisik. Aktivitas fungsi perantara antara lain seperti pengurangan resiko, pembiayaan, pencarian informasi serta standarisasi atau penggolongan produk.

2.7.1 Pemasaran Tidak Langsung

Pemasaran tidak langsung adalah sistem pemasaran yang melalui jalur berbagai macam distribusi. Sistem ini termasuk konvensional yang masih dipakai oleh berbagai perusahaan secara umum.

Jalur distribusi pemasaran tidak langsung dapat diuraikan sebagai berikut :

Dari produk dihasilkan dari pabrik (*manufacturer*) kemudian menuju distributor besar (*transporter*) kemudian menuju distributor kecil (*wholesaler*) kemudian menuju toko (*retailer*) menuju periklanan (*advertisers*) untuk diperkenalkan ke khalayak umum dan akhirnya sampai tangan *customers*.

2.7.2 Pemasaran Langsung / Direct Marketing

Pemasaran langsung merupakan sistem pemasaran yang menggunakan berbagai media untuk berinteraksi langsung dengan konsumen dan untuk mendapatkan respon secara langsung dari konsumen. Dalam pemasaran langsung, komunikasi promosi ditujukan langsung kepada konsumen individual, dengan tujuan agar pesan – pesan tersebut ditanggapi konsumen yang bersangkutan. Baik melalui telpon, pos atau mendatangi langsung konsumen.

Bentuk – Bentuk Pemasaran Langsung :

1. Penjualan Langsung / Tatap Muka (*Direct Selling* atau *Face to Face Selling*)

Pemasaran yang dilakukan langsung tatap muka antara distributor dengan calon konsumen.

2. Pemasaran Brosur Marketing (*Direct Mail Marketing*)

Pemasaran yang dilakukan dengan pembagian brosur produk kepada calon konsumen.

3. Pemasaran Melalui Katalog (*Catalog Marketing*)

Pemasaran yang dilakukan pembagian katalog produk kepada calon konsumen.

4. *Telemarketing*

Pemasaran yang dilakukan dengan menelpon calon konsumen dalam menawarkan produk tersebut.

5. *Saluran Online*

Pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan internet dalam memasarkan produk dan bertransaksi dengan konsumen melalui internet.

Direct Selling atau Penjualan Langsung adalah cara memasarkan produk maupun jasa langsung kepada pelanggan. Langsung, yaitu secara temu muka. Temu muka ini umumnya berlangsung di rumah pelanggan atau di rumah teman. Atau, tempat lain di luar lokasi pengecer.

Jenis *Direct Selling* :

1. *Single Level Marketing* (Pemasaran Satu Tingkat)

Metode pemasaran barang atau jasa dari sistem Penjualan Langsung melalui program pemasaran berbentuk satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan barang / jasa yang dilakukannya sendiri.

2. *Multi Level Marketing* (Pemasaran Berjenjang)

Metode pemasaran barang atau jasa dari sistem Penjualan Langsung melalui program pemasaran berbentuk lebih dari satu tingkat, dimana mitra usaha mendapatkan komisi penjualan dan bonus penjualan dari hasil penjualan

barang / jasa yang dilakukannya sendiri dan anggota jaringan di dalam groupnya.

Multi Level Marketing (MLM) ditemukan oleh dua orang profesor pemasaran dari Universitas Chicago pada tahun 1940-an. Produk pertama yang dijual adalah vitamin dan makanan tambahan Nutrilite.

Saat itu, *Nutrilite Products Inc.* merupakan salah satu perusahaan di Amerika yang dikenal telah menggunakan metode penjualan secara bertingkat. Dengan modal awal yang relatif tidak besar, seorang tenaga penjual biasa mendapatkan penghasilan melalui dua cara. Pertama, keuntungan diperoleh dari setiap program makanan tambahan yang berhasil dijual ke konsumen. Kedua, dalam bentuk potongan harga dari jumlah produk yang berhasil dijual oleh distributor yang direkrut dan dilatih oleh seorang tenaga penjual dari perusahaan.

MLM memang memberikan kesempatan kepada setiap orang, yang semula tidak diperhitungkan di dunia perdagangan. Bisnis ini menawarkan kemudahan bagi setiap orang, dengan cara yang sederhana, untuk menambah penghasilan mereka. MLM memperbolehkan orang berbisnis dengan produk atau jasa yang unik dan inovatif, membawa mereka ke pasar tanpa mengeluarkan biaya iklan di media masa yang sangat besar, dan tanpa harus bersaing di toko-toko pengecer. Suatu metode distribusi eceran dengan sentuhan pribadi yang sudah menyebar ke seluruh pelosok dunia.

Dengan cara unik dan inovatif, MLM telah menjadi metode penjualan yang sukses selama 50 tahun. Karena itu, banyak ditiru oleh bisnis-bisnis yang curang seperti skema pyramid / *money-game*, surat berantai dan sistem Binari.

Multilevel Marketing (MLM) atau *Sistem Networking*: Adalah penjualan secara bertingkat dari distributor mandiri yang memiliki peluang untuk mendapatkan penghasilan dalam 2 cara. Pertama, penjualan produk langsung ke konsumen, Distributor mendapat keuntungan atas dasar perbedaan atau selisih antara harga distributor dan harga konsumen. Kedua, distributor bisa menerima potongan harga atas dasar jumlah produk/jasa yang dibeli oleh anggota kelompok bisnis untuk penjualan atau pemakaian, termasuk jumlah penjualan pribadi. Dalam kasus *Tiens*, potongan harga ini berkisar dari 5% - 40%.

Kekuatan dari sistem *direct selling* adalah tradisi kemandiriannya layanan ke konsumen dan komitmen untuk pertumbuhan kewirausahaan dalam sistem pasar bebas. Sistem *direct selling* menawarkan peluang usaha kepada mereka yang mencari alternatif untuk mendapatkan penghasilan tanpa melihat suku, jenis kelamin, tingkat pendidikan, umur maupun pengalaman. Sistem ini menawarkan peluang untuk mendapatkan penghasilan dengan bekerja secara paruh waktu maupun penuh waktu.

Dalam banyak kasus, peluang *direct selling* ini berkembang menjadi suatu "karier" yang memuaskan bagi mereka yang mencapai kesuksesan dan memilih untuk bekerja secara '*full time*'.

Produk - produk yang dijual pun beragam, mulai dari kosmetik dan perawatan tubuh, peralatan rumah tangga, hingga pakaian dan aksesoris, makanan, dan produk-produk nutrisi. Pada tahun 1978 berdiri Federasi Penjual Langsung Dunia (WFDSA), yang merupakan organisasi non pemerintah yang mewakili industri penjualan langsung sedunia. Sekarang ini ada 50 asosiasi penjualan langsung di dunia yang

menjadi anggota federasi ini. Di Indonesia, asosiasi yang diakui oleh WFDSA adalah Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia atau APLI yang didirikan pada tahun 1984.

Bagi perorangan, MLM bisa memberikan kesempatan untuk mempunyai sumber penghasilan tambahan yang jika disertai dengan kerja keras, bisa menjadi sumber penghasilan yang cukup significant karena ada suatu cirri khas kebanggaan MLM yang disebut sebagai **Aset**.

2.8 Healthy and Bussines Center of Tiens

2.8.1 Healthy of Tiens

Tiens Company dalam projek ini membuat *Healthy Center* atau *Healthy Care Center* yang dimana dapat membantu masyarakat akan kesehatan sesuai juga dengan misi yang di emban oleh *Tiens Company* yaitu menyehatkan masyarakat khalayak umum. *Tiens Company* telah berhasil menciptakan alat – alat kesehatan dan *Food Suplement* Nutrisi Kesehatan yang berguna untuk mencegah, merawat dan mengobati akan gangguan kesehatan badan.

A. Bentuk – Bentuk Alat Kesehatan Tiens :

1. *Hypotension Apparatus*
2. *Tiens Dream Health Matteress*
3. *Accupoint Health Apparatus*
4. *Fat Sport Expert*
5. *Breast Care Apparatus*

6. *Acculife*

7. Dan Sebagainya



Gambar 2.1 : Beberapa Alat Kesehatan *Tiens Company*

<http://www.bannerstore-online.biz/index.php?nav=profile&id=79098427> (1-03-2009)

Produk *Tiens Company* yang utama adalah *Food Supplement* Nutrisi Kesehatan Kombinasi 5000 tahun rahasia kesehatan kerajaan Tiongkok kuno diproses dengan pengolahan teknologi modern yang terbuat dari bahan alami (organik) dan telah di akui oleh Badan Kesehatan Dunia (WHO).

B. *Food Supplement* Nutrisi Kesehatan *Tiens* :

1. Kalsium :

a. *Nutrient High Calcium Powder*

b. *Hyperglycemia High Calcium Powder*

c. *Children Nutrient High Calcium Powder*

d. *Calcium Chewable Tablets*



Gambar 2.2 : Kalsium Tiens

<http://www.bannerstore-online.biz/index.php?nav=profile&id=79098427> (1-03-2009)

2. Nutrisi Pembersih :

- a. *Antilipemic Tea*
- b. *Double Cellulose*
- c. *Chitosan Capsules*



Gambar 2.3 : Nutrisi Pembersih Tiens

<http://www.bannerstore-online.biz/index.php?nav=profile&id=79098427>

(1-03-2009)

3. Nutrisi Pengganti :

- a. *Spirulina Capsules*
- b. *Zinc Cream Supplement*
- c. *Vitality Softgel Supplement*



Gambar 2.4: Nutrisi Pengganti Tiens

<http://www.bannerstore-online.biz/index.php?nav=profile&id=79098427>

(1-03-2009)

4. Nutrisi Penguat :

- a. *Cordyceps Mycelium*
- b. *Beneficial Capsules*



Gambar 2.5: Nutrisi Penguat Tiens

<http://www.bannerstore-online.biz/index.php?nav=profile&id=79098427> (1-03-2009)

5. Nutrisi Gen Structure :

a. Vigor Rousing Capsules



Gambar 2.6 : Nutrisi Gen Structure Tiens

<http://www.bannerstore-online.biz/index.php?nav=profile&id=79098427>

(1-03-2009)

2.8.2 Bussines of Tiens:

History Multi Level Marketing Tiens

TIENS GROUP COMPANY dari RRC yang didirikan oleh *Mr. Li Jinyuan* pada tahun 1993. Kantor pusatnya berada di Henderson Center Beijing, RRC. Pabrik utamanya terletak di Pusat Industri Teknologi Modern Tianjin. Juli 1995.



2.7 : *Mr. Li Jinyua*



Gambar

Gambar 2.8 : Kantor Pusat *Tiens* di Henderson Center
Beijing RRC

Sumber : www.tiens.com

(1-03-2009)

Sumber : www.tiens.com

(1-03-2009)

Perusahaan *TIENS GROUP COMPANY* mengadopsi sistem Network Marketing / Multi Level Marketing. *TIENS GROUP COMPANY* telah mendaftarkan mereknya di lebih dari 170 negara dan secara aktif membangun Pusat Penelitian dan Laboratorium berskala besar untuk menggabungkan teknologi modern di bidang biologi dengan inti

perawatan kesehatan dalam kebudayaan China yang telah berusia 5000 tahun. *TIENS GROUP COMPANY* bergerak di bidang kesehatan dan menerapkan sistem distribusi network marketing. Jalur produksinya dari satu produk tunggal menjadi banyak produk, seperti suplemen nutrisi, komoditi bahan pangan umum, dan peralatan medis. Dengan bisnis utamanya yang bergerak dalam bidang bioteknologi canggih dalam kesehatan dengan memproduksi food supplements nutrisi kesehatan., *TIENS GROUP COMPANY* juga aktif dalam retail, tourism, finance, international trade and E-business. Kredibilitas dan Prestasi dari Pendiri *Mr. Li Jinyuan* pun tidak sedikit Kehormatan dan Penghargaan yang telah dianugerahkan kepada Tuan Li Jinyuan

Perusahaan Tianshi mulai masuk ke Indonesia pada bulan Februari 2001 terdaftar sebagai negara yang ke 89. Bulan Maret omzet penjualan di Indonesia sudah mencapai 1 Miliar Rupiah. Bulan Oktober, 2 orang distributor dari Indonesia mendapat bonus gratis mobil BMW terbaru. *TIENS* launching di Jakarta dan diresmikan langsung oleh ibu Megawati dan Hamzah Haz selaku presiden dan wakil presiden Republik Indonesia pada tanggal 20 Mei 2002 pada saat itu.



Gambar 2.9 : Peresmian Tianshi oleh ibu Megawati dan Hamzah Haz.

Sumber : www.tiens.com (1-03-2009)

Di Indonesia, Tianshi terdaftar sebagai anggota Badan POM (Depkes) dan APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) No. 0057/07/01. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis ini sudah melalui tahapan pemeriksaan dengan seksama, mulai dari kekuatan finansial perusahaan, marketing plan, produk-produknya dan pabriknya.

Bisnis Multi Level Marketing / Networking *TIENS* di Indonesia berkembangnya secara pesat terlihat dari jumlah orang yang menjalankan dan orang yang mengkonsumsi food supplements nutrisi kesehatan *TIENS* meningkat jumlahnya.

Tiens Company menggunakan konsep Multi Level Marketing atau Network Marketing pada tahun 1995. Omzet Penjualannya meningkat tajam dari 630 juta yuan tahun 1996 menjadi 2,2 milya yuan pada tahun 1997.

Ada beberapa alasan *Tiens Company* memilih untuk menerapkan sistem *Multi-Level Marketing* atau *Network Marketing* ini :

1. Biaya advertising yang rendah

Tidak seperti perusahaan retail, *Tiens Company* tidak perlu mengalokasikan dana yang besar dalam advertising untuk menarik customer. Sebagai penggantinya, dana dialihkan untuk memberikan komisi bagi distributor untuk memasarkan produk ke customer. Selain itu, perusahaan hanya perlu memberikan komisi bagi distributor berdasarkan hasil, yaitu dari persentasi dari produk yang terjual.

2. Biaya distribusi yang rendah

Typical distribusi melalui retail menggunakan serangkaian regional, negara, kota, dan retailer lokal untuk mendistribusikan barang-barang. Masing-masing perlu mendapatkan keuntungan dan melakukan mark up harga dari barang.

Bagan Jalur Distribusi :

Jalur distribusi non MLM

manufacturer → transporter → wholesaler retailer → advertisers → customers

Jalur distribusi MLM

manufacturer → representative → customer

3. Tingkat pertumbuhan usaha yang cepat

Tiens Company yang diatur dengan baik bisa berkembang dengan tingkat pertumbuhan 20%, 50%, bahkan 100% tiap bulan.

4. Tim sales dan marketing yang termotivasi.

Ada banyak sekali produk yang membanjiri pasaran. Dibutuhkan dana marketing yang besar untuk bisa memperoleh tempat di customer. Selain itu banyak produk yang membutuhkan penjelasan yang rinci dibandingkan dengan yang dapat dilakukan di iklan TV selama 30 detik.