

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**A. Alasan Pemilihan Judul**

Peranan jamu bagi kehidupan manusia adalah sangat penting sekali terutama sebagai sarana untuk memberikan dukungan bagi kesegaran tubuh. Di dalam hal pembahasan skripsi ini penulis hanya membatasi pada jamu yang dipergunakan manusia untuk berbagai kepentingan baik itu kepentingan sebagai alat penyembuh berbagai macam penyakit dan juga kepentingan-kepentingan lainnya.

Di satu sisi kepentingan akan jamu-jamuan ini bagi manusia dipandang sebagai suatu aspek bisnis oleh perusahaan-perusahaan pembuat jamu-jamuan tersebut.

Sebagaimana telah diketahui, bahwa tidak satu perusahaanpun yang mampu bertahan, apabila perusahaan tersebut tidak dapat memasarkan ataupun menjual barang-barang atau jasa yang dihasilkannya. Ini berarti bagaimanapun baiknya kegiatan-kegiatan lain dalam perusahaan, tetapi kalau perusahaan tidak mampu menjual barang atau jasa yang dihasilkannya, perusahaan tersebut akan bangkrut. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya peranan pemasaran dalam menentukan kelangsungan hidup perusahaan secara keseluruhan.

Di dalam perusahaan yang berorientasi kepada pasar penjual tidak hanya memproduksi dan mencapai standard yang ditetapkan perusahaan, melainkan harus sesuai dengan keinginan konsumen, artinya bagaimana kebutuhan konsumen

tersebut dapat terpenuhi oleh perusahaan dengan sebaik mungkin. Oleh sebab itu perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus mengolah orientasinya dari produk ke bidang pasar. Di samping itu perusahaan tidak boleh bersifat pasif dalam memasarkan barang-barangnya artinya hanya menunggu langganan, tetapi harus bersifat aktif, artinya mencari langsung.

Untuk itu perusahaan perlu memanfaatkan peluang yang ada dengan menggunakan kebijaksanaan-kebijaksanaan pemasaran. Adapun kebijaksanaan pemasaran yang perlu diperhatikan dalam merebut pembeli potensial adalah kebijaksanaan produk, harga promosi dan distribusi. Oleh karena itu supaya kebijaksanaan pemasaran dapat lebih baik serta target pasar dari satu produk pada periode tertentu tercapai maka perlu :

1. Membuat perencanaan di bidang pemasaran
2. Membuat pengarah pelaksanaan di bidang pemasaran
3. Menjalankan pengawasan di bidang pemasaran.

Dalam hal ini suatu kebijaksanaan pemasaran yang biasanya dilaksanakan oleh setiap perusahaan adalah dengan mengadakan aktivitas-aktivitas dibidang promosi, yang mana promosi ini adalah sebagian dari alat untuk meningkatkan volume penjualan.

Dengan mengadakan promosi, perlu diusahakan cara pemakaian dan penyuguhan yang efektif sehingga biaya dapat ditekan sekecil mungkin maupun menghindarkan pemborosan.