

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minyak cajuput (juga dikenal sebagai minyak kayu putih) diekstrak dari pohon kayu putih, atau *Melaleuca leucadendra* M. leucadendron, anggota keluarga jambu-jambuan (Myrtaceae). Daun dan ranting pohon kayu putih adalah sumber utama dari mana minyak ini berasal (melalui penyulingan uap). Batangnya yang berwarna putih menjadi inspirasi untuk nama umum tanaman ini. Orang Melayu menyebut kayu putih sebagai gālam, orang Ternate sebagai bajule, orang Seram sebagai sakelan, dan orang Ambon sebagai kilam, elan, atau ilan.

Tanaman ini tumbuh paling baik di iklim kering di Indonesia bagian timur dan Australia bagian utara, meskipun dapat tumbuh di mana saja yang memiliki musim kemarau yang berbeda. Pencegahan gigitan serangga, mengatasi sesak di dada, meredakan batuk, napas segar, mengobati luka, dan pereda nyeri adalah beberapa dari sekian banyak kegunaan kayu putih. Banyaknya kegunaan dan keunggulan kayu putih telah menyebabkannya dibudidayakan secara luas dan digunakan dalam berbagai macam produk manufaktur. Minyak kayu putih murni adalah salah satunya.

Perkembangan tanaman *Eucalyptus* dan kualitas minyak yang dihasilkannya sangat dipengaruhi oleh faktor lingkungan seperti lokasi geografis dan panjangnya musim tanam. Memetik daun di awal musim kemarau, menyortirnya, dan kemudian menyulingnya adalah langkah pertama dalam proses pembuatannya. Kohobasi, perebusan, pengukusan, dan penggunaan uap secara langsung merupakan cara penyulingan yang valid. Penyulingan ini hanya membutuhkan waktu sekitar 20 menit, dan hasilnya akan disaring untuk menghilangkan kotoran. Terakhir, minyak

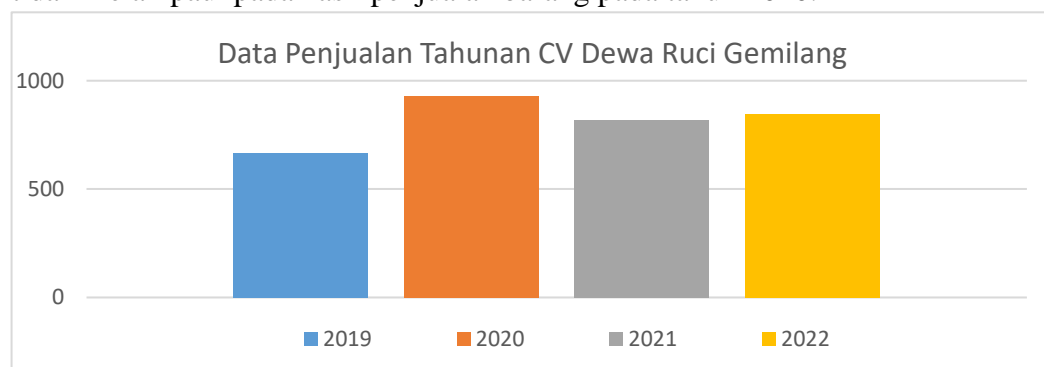
disimpan dalam wadah yang kedap udara untuk mencegah penguapan, seperti botol atau drum besi berlapis timah atau galvanis.

Kuning kehijauan atau biru adalah warna khas minyak kayu putih. Warna hijau atau biru yang unik dari minyak ini adalah hasil dari proses alami yang terjadi selama perebusan minyak itu sendiri. Aromanya sendiri menenangkan dan menyejukkan, tidak berbeda dengan versi yang lebih ringan dari aroma khas kamper. Dilihat dari khasiatnya, yang termasuk parfum yang menyenangkan, kayu putih dapat digunakan untuk menyembuhkan diabetes, mempercepat penyembuhan luka, mengurangi ketidaknyamanan sendi, dan meningkatkan pernapasan dan suhu tubuh. Naik turunnya permintaan terhadap kebutuhan minyak kayu putih berdampak terhadap produksi yang dilakukan pada badan usaha yang bergerak pada bidang ini sehingga dalam mengatasinya perlu dilakukan suatu manajemen dan strategi agar usaha yang dilakukan tidak mengalami kerugian atau bahkan lebih. (Lawalata et al., 2022)

Pandemi Covid 19 membuat konsumsi terhadap minyak kayu putih meningkat. Maka banyak pula produsen maupun perusahaan pengolah maupun penghasil minyak kayu putih. Salah satunya adalah CV. Dewa Ruci Gemilang. CV. Dewa Ruci Gemilang merupakan usaha perorangan yang berdiri pada tanggal 08 Desember 2021. Usaha ini bergerak dalam bidang penampung dan distributor minyak kayu putih. CV. Dewa Ruci Gemilang beralamat di Perumahan Taman Graha Mulyorejo Blok c-01, Sukun, Malang. Dengan demikian untuk melihat strategi pemasaran dalam CV. Dewa Ruci Gemilang peneliti menggunakan 7P. Kualitas produk, Kualitas pelayanan, dan kreativitas kegiatan promosi penjualan menjadi sesuatu yang penting bagi pihak manajemen.

Strategi pemasaran CV Dewa Ruci Gemilang selama pandemi, untuk mencegah penyebaran virus corona, lebih memilih untuk meminimalkan interaksi langsung, dan kebiasaan pembelian pelanggan telah beradaptasi. Telah terjadi pergeseran ke arah melakukan bisnis atau melakukan pembelian secara online. Mengubah taktik penjualan Anda untuk fokus pada saluran digital seperti Facebook dan Instagram serta bentuk promosi media sosial lainnya adalah salah satu strategi untuk mengatasi masalah ini. Karena berbagai manfaat kesehatan yang diklaim dari produk minyak kayu putih, diantisipasi bahwa pelanggan akan terus memiliki akses ke produk tersebut, dan volume penjualan akan meningkat.

Data penjualan dalam kurun waktu tiga tahun berakhir cenderung mengalami tren positif yang pada saat 2020 masih terjangkit kendala covid bahkan terjadi kenaikan pada tahun tersebut dikarenakan memaksimalkan digital marketing yang didukung dengan kebijakan pemerintah untuk tetap berada dirumah kemudian mulai menurun disaat tahun 2021 karena keadaan kembali normal dan dengan memanfaatkan strategi pemasaran pada tahun 2022 mengalami kenaikan walaupun tidak melampaui pada hasil penjualan barang pada tahun 2020.



Gambar 1. 1 Data Penjualan tahunan

Hal ini tak lain dikarenakan pada bidang promosi dan layanan ditekankan untuk dilakukan sebaik mungkin dengan tujuan branding terhadap kualitas pelayanan yang disediakan sehingga pada penelitian ini dilakukan pada CV. Dewa Ruci

Gemilang sudah kembali stabil kinerja pemasaran dengan memaksimalkan pada strategi pemasaran yang dilakukan

Minyak kayu putih adalah salah satu produk dengan nilai penjualan yang tergoong tinggi. Minyak kayu putih diproduksi dari ekstraksi daun dan ranting pohon kayu putih, dan memiliki banyak manfaat, seperti sebagai bahan baku parfum, obat-obatan, dan produk perawatan kesehatan. CV. Dewa Ruci Gemilang sendiri merupakan badan usaha yang bergerak pada pemasaran minyak kayu putih. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang ini, CV. Dewa Ruci Gemilang dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat guna meningkatkan kinerja pemasarannya.

Strategi pemasaran sangat penting dalam mengoptimalkan kinerja pemasaran produk minyak kayu putih. Dalam hal ini, strategi pemasaran yang baik akan membantu CV. Dewa Ruci Gemilang dalam meningkatkan penjualan produk minyak kayu putihnya, serta meningkatkan brand awareness dan loyalitas pelanggan. Namun, perlu diingat bahwa persaingan di pasar produk minyak kayu putih sangat ketat. Hal ini menjadikan pentingnya strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan kinerja pemasaran.

Berdasarkan data dan uraian diatas, maka penelitian ini diberi judul “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Minyak Kayu Putih Di CV. Dewa Ruci Gemilang”.

1.2 Rumusan Masalah

Tahapan penelitian akan difokuskan terhadap permasalahan yang dijelaskan berikut:

1. Bagaimana komponen pemasaran 7P yang dijalankan CV. Dewa Ruci Gemilang?

2. Bagaimana pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran di CV. Dewa Ruci Gemilang?
3. Bagaimana implikasi hasil penelitian untuk pengembangan perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Permasalahan yang diangkat bertujuan untuk menjelaskan beberapa hal berikut:

1. Mendeskripsikan komponen strategi pemasaran 7P pada CV. Dewa Ruci Gemilang.
2. Menganalisis pengaruh strategi pemasaran 7P terhadap kinerja pemasaran.
3. Menjelaskan implikasi hasil penelitian untuk pengembangan perusahaan.

1.4 Manfaat penelitian

Implikasi hasil pada penelitian diwujudkan dengan harapan untuk beberapa hal yang terhubung pada penelitian sebagaimana berikut:

1. Bagi Penulis

Pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah harus dapat diaplikasikan secara praktis dalam penelitian ini, yang pada gilirannya dapat menjadi batu loncatan untuk investigasi lebih lanjut mengenai kinerja dan taktik pemasaran.

2. Bagi Perguruan Tinggi

Diharapkan bahwa penelitian ini akan menjadi sumber daya yang bermanfaat bagi para siswa dan menawarkan mereka sebuah dasar untuk membangun karya-karya yang sebanding.

3. Bagi Masyarakat atau Pengusaha

Temuan-temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana mempertahankan bisnis, memaksimalkan keuntungan, dan memperluas potensi pasar melalui pemasaran yang strategis.