

Info Artikel Diterima Oktober
Disetujui November
Dipublikasikan November

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN SAYURAN KUBIS
(Brassica oleracea L. var. cagitata L.)
DI SUB TERMINAL AGRIBISNIS (STA) JETIS
KABUPATEN SEMARANG

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES FOR CABBAGE VEGETABLES
(Brassica oleracea L. var. cagitata L.)
IN SUB TERMINAL OF AGRIBUSINESS (STA) JETIS
SEMARANG DISTRICT

*Istanto, Hilmi Arija Fachriyan

Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Wahid Hasyim Semarang

Email : istanto@unwahas.ac.id

ABSTRACT

Price fluctuations and marketing are often the main problems in developing horticultural agribusiness, including cabbage. One of the efforts being developed is through marketing agricultural commodities with an institutional approach to the Sub Terminal Agribusiness (STA) auction market which acts as a stabilizer for the sustainability and continuity of production, as well as the availability of products on the market so that prices are relatively more stable. This research aims to determine the marketing strategy for cabbage in STA Jetis, Semarang Regency. This research method is a qualitative descriptive method using primary and secondary data. Data collection was done by observation, interviews and questionnaires. The research location was determined deliberately, namely at STA Jetis, Semarang Regency. Respondents consisted of farmers, cabbage traders, consumers and STA Jetis employees. The method for determining respondents is purposive and accidental sampling. The number of respondents was 58 people. Taking respondents using the purposive method, consisting of 5 respondents from wholesalers, and 3 respondents from STA Jetis employees. Meanwhile, with the Accidental Sampling method, there were 5 farmer respondents, 10 middleman respondents, 15 collector trader respondents, 15 retailer respondents, and 5 consumer respondents. Based on the results of the analysis of internal and external factors, the coordinate points were obtained (1.998 : 1.536), which occupy quadrant I so the strategy choice is Aggressive strategy or SO (strength-opportunities) strategy. The alternative marketing strategies for cabbage at STA Jetis are: 1) Improving transportation facilities and infrastructure, 2) Maintaining the comfort of STA Jetis, 3) Increasing promotion and information, 4) Improving the function of STA Jetis facilities, and 5) Maintaining product availability.

Keywords: *cabbage, marketing strategy, Sub Terminal of Agribusiness (STA)*

ABSTRAK

Fluktuasi harga dan pemasaran sering kali menjadi permasalahan utama dalam pengembangan agribisnis hortikultura, termasuk kubis. Salah satu upaya yang dikembangkan adalah melalui pemasaran komoditas pertanian dengan pendekatan kelembagaan pasar lelang Sub Terminal Agribisnis (STA) yang berperan sebagai stabilisator terhadap kesinambungan dan kontinuitas produksi, serta ketersediaan produk di pasaran agar harga relatif lebih stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran kubis di STA Jetis Kabupaten Semarang. Metode penelitian ini dengan metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan kuisioner. Lokasi penelitian ditentukan dengan sengaja yaitu berada di STA Jetis Kabupaten Semarang. Responden terdiri dari petani, pedagang kubis, konsumen dan pegawai STA Jetis. Metode penentuan responden dengan cara *Purposive* dan *Accidental Sampling*. Jumlah responden sebanyak 58 orang. Pengambilan responden dengan metode *Purposive* terdiri dari 5 responden pedagang besar, dan 3 responden pegawai STA Jetis. Sedangkan dengan metode *Accidental Sampling* yaitu 5 responden petani, 10 responden pedagang tengkulak, 15 responden pedagang pengumpul, 15 responden pedagang pengecer, dan 5 responden konsumen. Berdasar hasil analisis faktor internal dan eksternal diperoleh titik koordinat (1,998 : 1,536), yaitu menempati kuadran I sehingga pilihan strateginya adalah *Aggressive strategy* atau strategi SO (*streghts-opportunities*). Adapun alternatif strategi pemasaran kubis yang ada di STA Jetis adalah: 1) Meningkatkan sarana dan prasarana transportasi, 2) Mempertahankan kenyamanan STA Jetis, 3) Meningkatkan promosi dan informasi, 4) Meningkatkan fungsi fasilitas STA Jetis, dan 5) Mempertahankan ketersediaan produk.

Kata Kunci : kubis, strategi pemasaran, Sub Terminal Agribisnis (STA)

PENDAHULUAN

Program pembangunan sektor pertanian dalam usaha peningkatan pendapatan daerah dan pengembangan wilayah sebaiknya diarahkan pada spesifik lokasi atau kabupaten/kota yang memiliki potensi komoditi pertanian tertentu. Sektor pertanian diusahakan dan dikelola secara konsisten dan terarah melalui pengelolaan terpadu antar sektoral. Salah satu alternatifnya yaitu adengan mengembangkan komoditas basis yang dapat menimbulkan pengaruh ganda dalam upaya peningkatan pendapatannya (Achmad, 2007).

Pembangunan pertanian subsektor hortikultura yang meliputi komoditas sayuran, buah, tanaman hias dan biofarmaka merupakan salah satu perolehan devisa yang cukup penting. Misalnya selama tahun 1980-2000 nilai ekspor sayuran dan buah menyumbang sekitar 12-17 persen nilai ekspor bahan pangan yang dihasilkan oleh sektor pertanian dan sektor perikanan. Oleh karena itu usaha pertanian hortikultura masih memiliki potensi ekonomi yang cukup menjanjikan. Banyak pendapat yang menyatakan bahwa masalah pengembangan agribisnis hortikultura pada umumnya lebih terletak pada aspek di luar usaha tani (*off farm*) dari pada aspek usaha tani (*on farm*) karena kendala pengembangan agribisnis hortikultura lebih banyak dijumpai pada penanganan pasca panen dan pemasaran (Irawan, 2003).

Kubis merupakan salah satu komoditas hortikultura yang tumbuh di dataran tinggi dengan kondisi tanah gembur, bersarang, mengandung bahan organik, serta suhu udaranya rendah dan lembab, pH tanah yang ideal untuk tanaman kubis antara 6-7. Tanaman kubis merupakan tanaman semusim yang berbentuk perdu berbatang pendek dan beruas-ruas, berakar tunggang dengan akar sampingnya sedikit tetapi dangkal. Daun kubis termasuk lebar berbentuk bulat telur dan lunak, daun yang muncul terlebih dahulu menutup daun yang muncul kemudian, demikian seterusnya hingga membentuk krop daun bulat seperti telur dan padat berwarna putih (Sunarjono, 2013).

Salah satu permasalahan *off farm* yang sering dijumpai pada kegiatan agribisnis hortikultura adalah masalah naik turunnya harga produk. Fluktuasi harga yang tinggi tentunya tidak menguntungkan bagi pengembangan agribisnis hortikultura karena dapat memiliki pengaruh negatif terhadap keputusan pemilik modal untuk melakukan investasi akibat ketidakpastian penerimaan yang akan diperoleh (Hutabarat, 1999).

Harga jual sayur yang diterima petani merupakan salah satu unsur penting yang akan mempengaruhi tingkat produksi, pendapatan petani dan harga sarana produksi dari kegiatan usahatani. Sama halnya dengan petani, pedagang juga memperhatikan harga beli, dan pedagang berkepentingan dengan harga beli yang rendah. Penetapan harga yang seringkali dilakukan secara sepihak oleh pedagang menjadi tidak adil karena kepentingan petani kurang mendapat perhatian. Petani bisa sangat dirugikan karena harga yang terjadi bisa tidak seimbang dengan biaya produksi yang dikeluarkan. Terlebih dengan karakteristik kualitas sayur yang cepat menurun, sehingga terpaksa petani harus segera menjualnya berapapun harga jual yang akan diterima. Memperhatikan kondisi petani yang mengalami penetapan harga secara sepihak oleh pembelinya, maka masih dipandang perlu adanya pendampingan dan perlindungan terhadap petani. (Yuliawati, 2013)

Seperti halnya komoditas sayuran lainnya, harga kubis sering mengalami fluktuasi harga dari waktu ke waktu. Fluktuasi harga kubis tergantung pada jumlah penawaran dari daerah produksi dan permintaan di daerah konsumsi. Rendahnya harga kubis disebabkan oleh melimpahnya produksi dan kualitas kubis yang tidak baik, sedangkan harga kubis yang tinggi biasanya terjadi di saat-saat diluar musim tanam kubis sehingga pasokan kubis menjadi berkurang (Mieke dan Nurmalinda, 1993).

Selain masalah fluktuasi harga dalam pengembangan agribisnis hortikultura, permasalahan klasik yang sering muncul adalah pemasaran. Masalah ini timbul karena banyaknya pihak yang terlibat dalam rantai pemasaran serta struktur pasar yang tidak sempurna. Umumnya pasar produk hortikultura masih dikuasai oleh pedagang besar dan tengkulak, sehingga para pedagang besar dan tengkulak bisa berbuat sekehendak hatinya demi tercapainya keuntungan yang maksimal. Keadaan ini sangat bertentangan dengan tujuan dibangunnya pasar, yaitu untuk memberikan kesempatan kepada produsen menjual produknya dengan harga terbaik dan biaya transaksi yang seefisien mungkin. Tujuan berikutnya adalah agar fluktuasi harga yang terjadi di pasar terefleksikan pula pada harga di tingkat produksi (*on farm*). Hal itu sangat penting untuk memberikan perangsang (*incentive*) kepada produsen agar mengalokasikan sumber dayanya (*resources*) secara optimal. Pasar yang berkeadilan juga memungkinkan produsen bisa mengakses pasar dengan baik, sehingga kenaikan produksi dan kualitas yang diupayakan produsen memiliki nilai tambah yang dapat dinikmati produsen melalui terciptanya harga yang layak (Supari, 2001).

Salah satu upaya yang dikembangkan dalam kegiatan agribisnis di tingkat produsen melalui pemasaran komoditas pertanian dengan pendekatan kelembagaan pasar lelang Sub Terminal Agribisnis (STA). Badan Agribisnis Departemen Pertanian

(2000) menyatakan bahwa Sub Terminal Agribisnis merupakan perwujudan atas fenomena yang selama ini berkembang dalam pemasaran komoditas pertanian dan sekaligus sebagai bagian dari rangkaian kegiatan agribisnis. STA, selain sebagai suatu infrastruktur pasar dan tempat transaksi jual beli, namun juga merupakan wadah yang dapat mengakomodasi berbagai kepentingan pelaku agribisnis, seperti sarana dan prasarana pengemasan, *sortasi, grading*, penyimpanan, ruang pameran, transportasi dan pelatihan. STA yang ada harus bisa menjadi sumber pendistribusian kebutuhan produksi (barang) yang diminta oleh para pedagang, baik itu pedagang besar, pedagang pengumpul, dan pedagang pengecer. STA berperan sebagai stabilisator terhadap kesinambungan dan kontinuitas produksi, serta ketersediaan produk di pasaran dan di tingkat konsumen yang pada akhirnya terjadi pembentukan harga relatif lebih stabil.

STA Jetis merupakan salah satu STA di Kabupaten Semarang yang menjalankan kegiatan pemasaran dan transaksi jual beli produk hortikultura termasuk kubis. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pemasaran kubis di STA Jetis Kabupaten Semarang.

METODE DAN BAHAN

Metode penelitian ini menggunakan metode survai (*survey method*), yaitu penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dengan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data pokok (Arikunto dan Suharsimi, 2002).

Penelitian ini dilaksanakan di Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis Kabupaten Semarang pada bulan Juni tahun 2022. STA Jetis dipilih sebagai lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*), berdasarkan pertimbangan bahwa STA Jetis merupakan tempat kegiatan pemasaran dan transaksi jual beli produk hortikultura salah satunya adalah kubis yang beroperasi setiap hari. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dengan jalan mengadakan wawancara langsung dengan petani kubis yang menjual produknya di STA Jetis, pedagang tengkulak/desa, pedagang pengumpul, pedagang besar, pedagang pengecer, pegawai pengelola STA Jetis, dan konsumen. Data sekunder diperoleh dengan jalan membaca, menganalisis, dan mengutip literatur dari berbagai lembaga atau instansi yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Pengambilan sampel responden menggunakan dua metode yaitu ditentukan dengan sengaja (*Purposive*) dan (*Accidental Sampling*). Jumlah sampel yang akan diambil dengan metode *purposive* adalah 8 responden yang terdiri dari 5 pedagang besar, dan 3 pengelola STA Jetis. Sedangkan jumlah sampel yang akan diambil dengan metode *accidental sampling* adalah 50 responden yang terdiri dari 5 responden petani, 10 responden pedagang tengkulak, 15 responden pedagang pengumpul, 15 responden pedagang pengecer, dan 5 responden konsumen.

ANALISIS DATA

Strategi pemasaran kubis di Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis Kabupaten Semarang dianalisis menggunakan pendekatan *Strength, Weakness, Opportunity* dan *Threat* (SWOT). Data yang sudah terkumpul diolah dan disajikan secara deskriptif, kemudian dilengkapi dengan penyajian dalam bentuk tabel maupun gambar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi kegiatan pemasaran kubis di Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis. Analisis dilakukan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), serta meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Berdasarkan data dan informasi yang diperoleh, indikator-indikator kekuatan dan kelemahan strategi pemasaran produk kubis di Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis Kabupaten Semarang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Faktor Internal Strategi Pemasaran Kubis di STA Jetis Kabupaten Semarang

Uraian	Bobot	Skor	Nilai
KEKUATAN (<i>STRENGTH</i>)			
Sarana dan alat transportasi yang baik	0,129	4,62	0,597
Kelancaran promosi dan informasi	0,134	4,79	0,643
Lokasi STA Jetis yang strategis	0,135	4,84	0,657
Fasilitas STA Jetis yang lengkap	0,114	4,08	0,467
Produk kubis selalu ada	0,128	4,60	0,593
SUB TOTAL KEKUATAN	0,642		2,958
KELEMAHAN (<i>WEAKNESS</i>)			
Harga fluktuatif	0,059	2,12	0,125
Keterbatasan stan penjualan	0,078	2,79	0,218
Lahan pengembangan terbatas	0,085	3,03	0,257
Kubis Mudah busuk	0,088	3,17	0,281
Produk yang bersifat <i>bulky</i>	0,046	1,65	0,076
SUB TOTAL KELEMAHAN	0,358		0,906

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Tabel 1, menunjukkan faktor kekuatan yang tertinggi nilainya pada indikator tempat STA Jetis yang strategis yaitu 0,657. Hal ini dikarenakan bahwa lokasi STA Jetis tepat berada di lereng gunung ungaran sebelah timur dimana lokasi tersebut berdekatan dengan pusat budidaya kubis yang tersebar di Kecamatan Bandungan dan Sumowono sebagai salah satu wilayah pensuplai kubis ke STA Jetis. Indikator yang mempunyai nilai terendah adalah fasilitas STA Jetis yang lengkap yaitu 0,467. Fasilitas STA Jetis masih tergolong belum memadai baik dari sisi jumlah maupun mutunya, hal tersebut dikarenakan sistem pengadaan fasilitas harus melewati mekanisme penganggaran melalui APBD Kabupaten Semarang sebab STA Jetis pengelolaannya berada di bawah Dinas Pertanian dan Perkebunan. Hal ini yang menjadikan para pegawai pengelola STA jetis jarang mengusulkan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan

Faktor kelemahan nilai indikator yang tertinggi adalah kubis mudah busuk yaitu 0,281, artinya bahwa kubis sebagai produk hortikultura memiliki potensi rusak yang tinggi karena kandungan airnya yang relative tinggi serta daunnya yang lunak. Nilai terendah pada indikator produk yang bersifat *bulky* yaitu 0,076. Kubis di STA Jetis tergolong produk hortikultura yang memakan banyak tempat untuk penyimpanannya sehingga perlu penanganan pengemasan yang baik. Biasanya kubis dikemas dikeranjang bambu dan karung plastik sesuai dengan berat sesuai dengan permintaan konsumen.

Tabel 2. Faktor Eksternal Strategi Pemasaran Kubis di STA Jetis Kabupaten Semarang

Uraian	Bobot	Skor	Nilai
PELUANG(<i>OPPORTUNITY</i>)			
Potensi penjualan kubis ke luar daerah yang tinggi	0,127	4,48	0,507
Banyaknya pedagang yang bertransaksi kubis	0,113	4,00	0,454
Tingginya permintaan kubis dari luar STA Jetis	0,131	4,63	0,610
Proses jual beli kubis berjalan setiap hari	0,133	4,70	0,629
Harga kubis di STA Jetis yang bersaing	0,106	3,72	0,393
SUB TOTAL PELUANG	0,612		2,658
ANCAMAN(<i>THREAT</i>)			
Sarana transportasi dari luar STA Jetis	0,058	3,93	0,121
Iklim dan cuaca	0,083	2,93	0,243
Fasilitas yang dimiliki STA lain	0,106	3,75	0,401
Produk yang ditawarkan STA lain	0,083	2,93	0,243
Harga yang ditawarkan STA lain	0,056	1,98	0,111
SUB TOTAL ANCAMAN	0,388		1,222

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

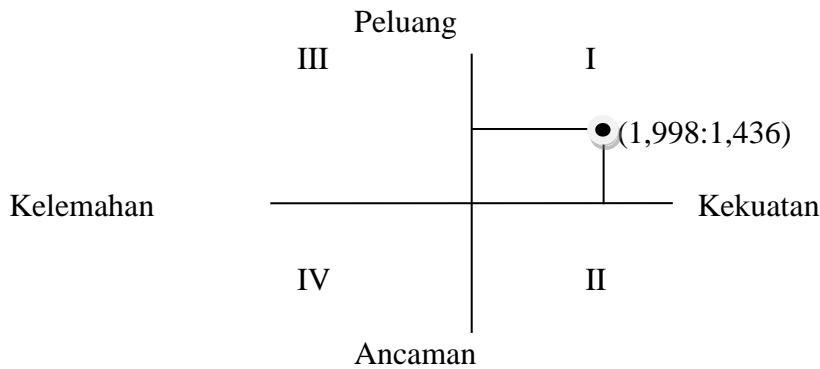
Tabel 2, menunjukkan nilai peluang tertinggi yaitu pada indikator proses jual beli kubis berjalan setiap hari sebesar 0,629. Nilai tertinggi ini dikarenakan transaksi jual beli kubis di STA Jetis berjalan setiap hari mulai dari jam 01.00 sampai dengan pukul 17.00 WIB. Sedangkan terendah pada indikator harga kubis di STA Jetis yang bersaing yaitu 3,92. Fluktuasi harga kubis yang dinamis menjadikan persaingan harga menjadi lebih ketat. Persaingan harga kubis sering dipicu karena adanya pasokan kubis dari wilayah lain diluar wilayah STA Jetis seperti pasokan dari Banjarnegara, Magelang, dan Dieng

Sedangkan nilai tertinggi pada indikator ancaman adalah fasilitas yang dimiliki STA lain sebesar 0,401. Fasilitas STA lain yang lebih memadai menjadi ancaman yang perlu di perhitungkan, sebab fasilitas STA seringkali menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan apakah akan membeli dan tidaknya produk kubis. Fasilitas seperti timbangan tempat parkir yang baik diharapkan bisa memberikan kenyamanan dalam mendukung proses jual beli kubis. Nilai terendah pada indikator harga yang ditawarkan STA lain sebesar 0,111. Meskipun ancaman harga yang ditawarkan STA lain cukup rendah, namun hal tersebut harus diwaspadai dan diartikan bahwa dalam strategi pemasaran kubis memiliki potensi ancaman persaingan harga.

Skor pembobotan nilai analisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal diperoleh skor sebagai berikut : faktor kekuatan = 2,958, faktor kelemahan = 0,960, faktor peluang = 2,685, dan faktor ancaman = 1,222. Perpotongan keempat garis faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diperoleh koordinat sebagai berikut :

$$\frac{\text{Skor kekuatan} - \text{skor kelemahan} : \text{skor peluang} - \text{skor ancaman}}{2,958 - 0,960 : 2,658 - 1,222}$$

$$(1,998:1,436)$$



Gambar 1. Grafik Analisis SWOT

Titik koordinat 1,998:1,536 ini menempati kuadran I sehingga pilihan strateginya adalah strategi SO (*streghts-opportunities*).Strategi SO (*streghts-opportunitie*) ini menunjukkan situasi yang menguntungkan bagi pemasaran kubis di STA Jetis, karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat memberikan keuntungan bagi pelaku pemasaran kubis di STA Jetis.

Tabel 3. Matriks SWOT

Faktor Internal		Kekuatan (<i>Strength</i>)	
		S1	Sarana dan alat transportasi yang baik
Faktor Eksternal		S2	Kelancaran promosi dan informasi
		S3	Lokasi STA Jetis yang strategis
		S4	Fasilitas STA Jetis yang lengkap
		S5	Produk selalu tersedia
		Peluang (<i>Opportunities</i>)	
O1	Potensi penjualan kubis ke luar daerah yang tinggi	Meningkatkan sarana dan prasarana tranpostasi untuk memperlancar penjualan kubis ke luar daerah	
O2	Banyaknya pedagang yang bertransaksi kubis	Mempertahankan kenyamanan STA Jetis agar para pedagang kubis tetap eksis menjalankan usahanya	
O3	Tingginya permintaan kubis dari luar STA Jetis	Meningkatkan promosi dan informasi untuk mempertahankan tingginya permintaan kubis di STA Jetis	
O4	Proses jual beli kubis berjalan setiap hari	Meningkatkan fungsi fasilitas STA Jetis guna menunjang proses transaksi jual beli kubis	
O5	Harga kubis di STA Jetis yang bersaing	Mempertahankan ketersediaan produk agar persaingan harga lebih kompetitif	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 3. Menunjukkan ada 5 (lima) alternatif strategi SO yang dapat dipilih dan diterapkan dalam mengembangkan dan meningkatkan kegiatan pemasaran kubis di STA Jetis Kabupaten Semarang. Upaya lain dalam pemasaran kubis yang perlu diperhatikan adalah dengan cara memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki, serta meminimalkan kelemahan dan ancamannya, sehingga

diharapkan mampu memberikan keuntungan bagi petani kubis, pelaku pemasaran kubis, dan konsumennya.

b. Strategi SO (*Strength- Opportunities*)

1. Meningkatkan sarana dan prasarana transportasi

Sarana transportasi sebagai pendukung utama dalam kegiatan distribusi kubis ke berbagai daerah tujuan pemasaran memerlukan perhatian khusus untuk selalu dikontrol dan dikendalikan. Alat transportasi yang digunakan untuk memasarkan kubis keluar STA Jetis yaitu menggunakan mobil bak terbuka (*pick up*) yang dilengkapi dengan tambahan pengaman pada bagian bak belakangnya. Tujuan penambahan pengaman pada bak mobil tersebut adalah untuk menahan keranjang-keranjang yang digunakan sebagai tempat pengepakan kubis agar tidak mudah jatuh. Selain itu, dengan sarana transportasi yang baik juga bisa meminimalisir kerusakan kubis selama pengangkutan.

Prasarana transportasi yang meliputi akses jalan akan berkontribusi terhadap peningkatan produktifitas agribisnis kubis, khususnya dari aspek distribusinya, baik dari petani ke STA Jetis maupun dari STA Jetis ke beberapa daerah tujuan pemasaran kubis. Prasarana transportasi yang baik akan berpengaruh terhadap besar kecilnya biaya transportasi yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran yang kemudian akan berpengaruh juga terhadap harga kubis ditingkat konsumen dan petani kubis.

Upaya yang dilakukan oleh pengelola STA Jetis untuk meningkatkan prasarana transportasi adalah dengan mengusulkan pembangunan jalan-jalan yang menuju STA Jetis agar menjadi prioritas pembangunan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang. Sedangkan untuk meningkatkan sarana transportasi yang mendukung kegiatan pemasaran kubis di STA Jetis adalah dengan melakukan pembinaan-pembinaan kepada seluruh pemilik armada transportasi yang terlibat dalam distribusi kubis di STA Jetis.

2. Mempertahankan kenyamanan STA Jetis

Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis terletak di daerah pegunungan di Kabupaten Semarang yang merupakan daerah penghasil sayuran salah satunya kubis. Keberadaan STA Jetis sangat membantu para petani kubis dan pelaku bisnis kubis untuk melangsungkan jual beli kubis dengan mudah, cepat dengan sistem pembayaran tunai. Tempat sebagai salah satu unsur yang mendukung proses jual beli kubis perlu dipertahankan keberadaan dan kenyamanannya, sehingga proses transaksi jual beli kubis dapat berjalan dengan baik.

Upaya-upaya yang dilakukan oleh pengelola STA Jetis dalam mempertahankan keberadaan dan meningkatkan kenyamanan lokasi STA Jetis sebagai tempat pemasaran kubis, yaitu dengan cara : 1) melibatkan masyarakat setempat sebagai tenaga pendukung, 2) memberikan ruang dan kemudahan kepada masyarakat sekitar STA Jetis yang berminat menjadi lembaga pemasaran kubis, 3) memberlakukan tarif redistribusi sesuai dengan ketentuan Perda redistribusi Kabupaten Semarang, 4) mendorong para pedagang agar melakukan transaksi jual beli kubis dengan integritas dan kejujuran

yang tinggi, dan 5) pengelola STA Jetis memberikan pelayanan yang baik kepada semua pengguna STA Jetis.

3. Meningkatkan promosi dan informasi

Promosi dan informasi merupakan salah satu strategi yang dijalankan oleh pengelola STA Jetis dan para pedagang kubis di lingkungan STA Jetis. Promosi dan informasi yang dilakukan yaitu dengan cara memberikan informasi pergerakan harga, jumlah atau ketersediaan kubis serta kualitasnya. Informasi tersebut diberikan setiap hari kepada STA lain maupun kepada pedagang diluar daerah STA Jetis. Selain itu, pengelola STA jetis juga selalu mencatat harga kubis setiap harinya. Hal tersebut dilakukan dengan tujuan mencermati pergerakan harga kubis secara periodik sehingga bisa dijadikan acuan untuk mengestimasi harga kubis baik pada hari itu juga maupun dihari berikutnya.

Informasi yang diberikan oleh pengelola dan pedagang kubis STA Jetis kepada pedagang diluar STA Jetis yaitu meliputi :1) jumlah dan ketersediaan kubis, 2) harga kubis, 3) kualitas kubis, dan suplai kubis dari luar STA Jetis. Media penyampian informasi biasanya melalui telpon maupun WA/SMS (*short message service*). Kegiatan promosi yang dilakukan oleh pengelola STA Jetis dilakukan bersamaan dengan mengikuti kegiatan pameran produk pertanian baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun swasta. Sedangkan promosi yang dilakukan oleh pedagang kubis yang berada di lingkungan STA Jetis yaitu dengan cara memberikan potongan harga maupun pelayanan lain seperti ongkos angkut ditanggung penjual dalam setiap transaksi jual beli kubis.

4. Meningkatkan fungsi fasilitas STA Jetis

Fasilitas yang dimiliki oleh STA Jetis yang terdiri dari stan penjualan kubis, timbangan, bak air pembersih, tempat sampah, area parkir, alat pemadam kebakaran dan fasilitas lainnya tergolong baik dan memadai untuk menunjang kegiatan pemasaran kubis. Baik dan memadainya fasilitas yang ada di STA Jetis berdampak pada kondisi kenyamanan tempat dan lingkungan STA Jetis sehingga semua kegiatan pemasaran kubis bisa berjalan dengan baik.

Stan-stan penjualan kubis merupakan salah satu fasilitas yang berada di STA Jetis yang digunakan untuk meletakkan kubis sebelum kemudian ditransaksikan oleh para pedagang. Meskipun jumlah stan kubis terbatas namun hal tersebut tidak mengganggu keberlangsungan kegiatan pemasaran kubis. Mengingat proses transaksi kubis yang berjalan terus, sehingga produk kubis itu sendiri akan cepat berpindah tempat. Setiap stan penjualan kubis juga dilengkapi oleh sarana yang mendukung proses transaksi kubis seperti : timbangan, meja, kursi, dan sapu yang sarana tersebut disediakan oleh pengelola STA Jetis dengan tujuan agar memberi kenyamanan bagi para pelaku bisnis kubis.

Upaya yang dilakukan oleh pengelola STA Jetis untuk meningkatkan fungsi fasilitas yang ada yaitu dengan cara melakukan perawatan secara berkala terhadap alat-alat teknis seperti menera ulang timbangan. Selain hal tersebut pengelola STA Jetis juga selalu mengusulkan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang setiap tahunnya untuk menambah fasilitas atau sekedar perawatan fasilitas yang sudah ada. Mengingat bahwa STA Jetis juga memberikan kontribusi yang cukup besar bagi PAD (pendapatan asli daerah) maupun untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar STA Jetis khususnya.

5. Mempertahankan ketersediaan produk

Kubis merupakan salah satu produk hortikultura yang diperjual-belikan di STA Jetis setiap hari, baik yang berasal dari petani sekitar maupun yang berasal dari luar STA Jetis. Jumlah kubis yang diperdagangkan sangat besar yaitu mencapai lebih dari 100 ton per hari. Langkah-langkah yang dilakukan oleh pengelola dan pedangang kubis di STA Jetis dalam mempertahankan ketersediaan kubis yaitu dengan cara menerima pasokan kubis dari petani dan pedangang kubis di luar wilayah STA Jetis. Daerah penyuplai kubis tersebut berasal dari Kabupaten Wonosobo, Temanggung, Banjarnegara, Magelang dan Kota Salatiga. Sedangkan kubis yang berasal dari Kabupaten Semarang sendiri berasal dari Kecamatan Bandungan, Sumowono, Banyubiru, dan Getasan. Selain hal tersebut, pengelola dan pedangang kubis di lingkungan STA Jetis selalu memberikan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan terkait dengan perkembangan harga dan jumlah kubis yang tersedia.

Ketersediaan kubis setiap harinya di STA Jetis menjadi salah satu penyebab terbentuknya harga kubis yang lebih kompetitif. Harga kompetitif mencerminkan bahwa kondisi pasar lebih sehat, dimana para konsumen dapat menentukan sendiri kepada siapa membeli kubis tersebut. Selain konsumen yang diuntungkan dari harga yang kompetitif, tentunya petani produsen juga mendapat keuntungan tersendiri yaitu petani produsen bisa dengan leluasa menentukan kepada siapa akan menjual kubisnya dengan harga yang layak. Kontinuitas kubis yang diperjual-belikan di STA Jetis mampu mempengaruhi minat petani dan pelaku bisnis kubis untuk meningkatkan produktifitasnya. Iklim usaha yang lebih kondusif dengan potensi pendapatan yang akan diterima petani dan pedagang relative terjamin setiap harinya. Sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan bagi semua pelaku bisnis kubis baik bagi petani produsen, pedagang, dan konsumennya.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pemasaran kubis di STA Jetis berada pada kuadran I (satu) dengan koordinat (1,998:1,536), yaitu strategi SO (*Strength-Opportunities*). Pemasaran kubis memiliki kekuatan dan peluang, dimana strategi pemasaran kubis adalah dengan menerapkan strategi kebijakan pertumbuhan agresif.
2. Berdasarkan matriks SWOT ada 5 (lima) alternative strategi pemasaran kubis di STA Jetis Kabupaten Semarang yang dapat dipilih yaitu :1) Meningkatkan sarana dan prasarana tranpostasi, 2) Mempertahankan kenyamanan STA Jetis, 3) Meningkatkan promosi dan informasi, 4) Meningkatkan fungsi fasilitas STA Jetis, dan 5) Mempertahankan ketersediaan produk

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang didapatkan maka disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Pertahankan strategi SO melalui peningkatan kerjasama antara pemangku kepentingan Sub Terminal Agribisnis (STA) Jetis dengan masyarakat sekitarnya

2. Pemerintah Daerah diharapkan memberikan bantuan dan dukungannya dalam hal peningkatkan sumber daya manusia pengelola dan memberikan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan pemasaran kubis melalui keberpihakan anggaran.
3. Mengintensifkan penggunaan media online sebagai media promosi dan informasi

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. 2007. Penentuan Komoditi Basis Sub Sektor Tanaman Pangan Dan Hortikultura di Kabupaten Paser. *Jurnal EPP* Vol. No.2. hal :43-52. Universitas Mulawarman, Samarinda.
- Arikunto dan Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian "Suatu Pendekatan"* Revisi 2. Rineka Cipta. Yogyakarta.
- Badan Agribisnis Departemen Pertanian. 2000. Petunjuk Teknis Pengembangan Sub Terminal Agribisnis. Jakarta.
- Hutabarat, B. 1999. Sistem Komoditas bawang merah dan cabai merah. Monograph Series No.7. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Irawan, B. 2003. Membangun Agribisnis Hortikultura Terintegrasi Dengan Basis Kawasan Pasar. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*. Vol 21 No.1. Pusat Penelitian dan pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian. Bogor.
- Mieke. A dan Nurmalinda. 1993. Kubis. Usaha Tani Kubis. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Balai Hortikultura. Lembang.
- Supari. 2001. Manajemen Produksi dan Operasi Agribisnis Hortikultura. Seri Praktik Siputri Hijau. Edisi pertama. Gramedia. Jakarta.
- Sunarjono, H. 2013. Bertanam 36 Jenis Sayur. Panebar Swadaya. Jakarta.
- Yulawati dan G. Hartono. 2013. Kajian Pemasaran Sayuran di Sub Terminal Agribisnis (STA) wilayah Jawa Tengah ditinjau dari struktur perilaku kinerja. Prosiding Seminar Nasional "Menuju Masyarakat Madani dan Lestari". Auditorium Perpustakaan Pusat Lt 2. Gedung Mohammad Hatta Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia. yang diselenggarakan oleh DP2M UII. 18 Desember 2013