

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia merupakan negara agraris yang sedang berkembang, selain itu dalam pengembangannya dan pembudidayaannya kubis juga merupakan komoditas impor. Kubis merupakan salah satu jenis sayuran daun yang berasal dari daerah subtropis yang telah lama dikenal dan dibudidayakan di Indonesia. Pengembangan budidaya kubis telah meluas di 24 provinsi di wilayah nusantara, tetapi rata-rata hasil nasional masih rendah. Untuk meningkatkan produksi kubis secara optimal, perlu dipandu teknologi budidaya yang mengarah kepada perbaikan produktivitas dan kualitas hasil, pengendalian hama dan penyakit secara terpadu, penanganan pasca panen yang memadai, penentuan skala usahatani yang menguntungkan, dan pemecahan masalah produksi lain yang mendesak (Rukmana, 1994:7).

Kubis sebagai sayuran mempunyai peran penting untuk kesehatan manusia. Kubis banyak mengandung vitamin dan mineral yang sangat dibutuhkan tubuh manusia, sebagai sayuran kubis dapat membantu pencernaan, menetralkan zat-zat asam, dan memperlancar buang air besar. Kubis hanya ditanam di daerah berhawa dingin. Dalam perkembangannya, sekarang kubis sudah banyak ditanam di daerah sejuk dan bahkan di dataran rendah, semua jenis kubis mampu tumbuh dan berkembang pada berbagai jenis tanah. Namun demikian, kubis akan tumbuh optimal bila ditanam pada tanah yang kaya bahan organik. Kecuali itu, dalam hidupnya kubis memerlukan air yang cukup, tetapi tidak boleh berlebihan artinya kubis akan mati bila kekurangan atau berlebihan air (Pracaya, 2001:1).

Kubis termasuk salah satu sayuran daun yang digemari hampir setiap orang dan kubis merupakan sayuran yang sangat bermanfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Di antaranya dikonsumsi sebagai lalapan mentah dan masak, lodeh, campuran bakmie, loteh, pacal, asinan, dan aneka makanan lainnya. Citra rasanya yang enak dan lezat, juga mengandung gizi cukup tinggi serta komposisinya lengkap, baik vitamin

maupun mineral. Kandungan gizi kubis (kalori, protein, lemak, karbohidrat, kalsium, fosfor zat besi natrium, niacin, serat, abu, vitamin A, vitamin B1, vitamin C, air (Rukmana, 1994:27).

Tidak semua petani kubis di sentra penanaman kubis menanam Kubis. Keengganan petani menanam kubis lebih dipicu alasan klasik, takut terserang hama penyakit. Gangguan tersebut dapat diatasi jika petani rajin memperhatikan tanamannya, dengan demikian pencegahan dan pengendalian dapat segera dilakukan. Selain hama penyakit masalah pemasaran juga sering kali menjadi kendala serius bagi petani kubis. Pada saat harga tinggi petani berlomba-lomba menanam kubis, akibatnya produksi kubis melimpah, dan pada gilirannya harga jatuh sehingga petani rugi. Untuk menjaga kejadian itu petani harus dapat mengatur penanaman agar produksi tidak melimpah (Pracaya, 2001:2).

Strategi pemasaran kubis meliputi **keadaan lingkungan internal dan keadaan lingkungan eksternal**. Keadaan pemasaran dari ruang internal adalah keadaan yang muncul sebagai akibat dari kesalahan manajemen internal, misalnya kesalahan dari segi kualitas hasil produk, sedangkan **keadaan lingkungan eksternal atau** pemasaran dari luar juga bisa muncul dan menghambat proses strategi pemasaran yang dilaksanakan. Untuk menangani data-data lingkungan yang tidak lengkap dan untuk meningkatkan pemahaman mereka akan lingkungan umum, perusahaan melibatkan diri dalam suatu proses yang disebut analisis lingkungan eksternal. Proses tersebut, yang harus dilakukan secara kontinu, terdiri dari empat aktivitas: Pemindaian (*Scanning*), Pengawasan (*Monitoring*), Peramalan (*Forecasting*), dan Penilaian (*Assessing*). Pemindaian merupakan studi terhadap semua segmen dalam lingkungan umum. Pengawasan merupakan pengamatan perubahan-perubahan lingkungan untuk melihat apakah suatu trend yang penting sedang berkembang diantara hal-hal yang diamati dalam pemindaian. Peramalan, pemindaian dan pengawasan berkaitan dengan peristiwa-peristiwa dalam lingkungan umum pada suatu waktu. Penilaian adalah untuk menentukan waktu dan signifikansi efek-efek

dari perubahan-perubahan dan trend-trend lingkungan terhadap manajemen strategi suatu perusahaan (Hitt, 2001:52).

Di Kecamatan Tabongo penanaman kubis belum ada akan tetapi untuk pemasaran kubis banyak di Kecamatan Tabongo khususnya di pasar Tabongo, kebanyakan lahannya digunakan untuk penanaman tanaman Padi dan Kangkung. Karena hal itu para pedagang kebanyakan membeli sayur kubis dari tempat lain dan dari pedagang yang datang dengan menggunakan mobil yang memuat berbagai macam sayuran yang akan disebar pada para pedagang, modal yang dikeluarkan para pedagang kubis mencapai Rp 200.000 sampai Rp 300.000 perharinya. Dukungan pemerintah dalam pembangunan pasar baru di desa Ilomangga mengundang minat para pedagang untuk berdagang sayuran salah satunya menjual sayur kubis. Pasar yang ada di Kecamatan Tabongo sekarang ada 2 tempat, yaitu pasar yang lokasinya di Limehe Timur yang aktif pada sore hari dan pasar sayur yang lokasinya berada di desa Ilomangga yang aktif pada pagi hari sampai malam hari. Sayur kubis masuk kedalam pasar tidak memenuhi standar penjualan karena kualitas dari sayuran kubis itu sendiri. Harga kubis perkilonya mencapai Rp 5.000 sampai dengan Rp 7.000 jika kubisnya masih dalam keadaan fres tapi apabila kubisnya sudah tidak fres harganya menurun mencapai Rp 3.000 atau Rp 2.000. Dengan meningkatnya pemasaran kubis walaupun harganya mengalami perubahan tetapi permintaan akan sayuran kubis semakin meningkat, jumlah permintaan kubis mencapai 100 sampai 150 biji perharinya, terutama untuk kebutuhan masyarakat yang ingin mengelola kubis menjadi makanan yang bisa dijual di warung atau di rumah makan maupun untuk kebutuhan masyarakat yang ingin mengonsumsi sayur kubis di rumah.

Berdasarkan gambaran diatas maka penulis tertarik untuk membuat penelitian yaitu **“Strategi Pemasaran Kubis Di Pasar Tabongo Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di kemukakan sebelumnya, maka dapat disajikan rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Apakah faktor eksternal dan faktor internal dalam strategi pemasaran kubis di pasar di Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo?
2. Bagaimana strategi pemasaran kubis di pasar di Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis faktor eksternal dan internal dalam strategi pemasaran kubis di pasar Tabongo Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo.
2. Menganalisis strategi pemasaran kubis di pasar Tabongo Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang ingin memperdalam mengenai strategi pemasaran kubis di pasar Tabongo Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo.
2. Memberikan informasi dan pengetahuan kepada mahasiswa tentang bagaimana strategi pemasaran kubis di pasar Tabongo Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo.
3. Memberikan informasi kepada penjual bahwa strategi pemasaran kubis di pasar Tabongo Kecamatan Tabongo Kabupaten Gorontalo.