

## JARINGAN KOMUNIKASI PEMASARAN JAGUNG DI KABUPATEN GOWA SULAWESI SELATAN

### CORN MARKETING COMMUNICATIONS NETWORK IN GOWA IN SOUTH SULAWESI

AA Kusumadinata<sup>1a</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Djuanda Bogor Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720.

<sup>a</sup>Korespondensi: Ali Alamsyah Kusumadinata, E-mail: alialamsyahkusumadinata@gmail.com  
(Diterima: 24-06-2015; Ditelaah: 26-06-2015; Disetujui: 02-07-2015)

#### ABSTRACT

Results corn farmers when viewed from distribution, has led to the market. The marketing is quite varied, there directly to the final consumer, and there through a broker to get to the consumer. Maize marketing in groups can only be done by a group of farmers who are already advanced. Gapoktan corn marketing performance both between the volume of purchases and sales of corn has been in balance, there is no supply of corn stored in gapoktan. This is done so as not to suffer losses, because the distribution to wholesalers happened many risks, including if the stock of the warehouse is full then no purchases, especially moisture corn quality must meet the standards, and corn prices fluctuate changes within a relatively short time. Communication networks was built very dynamic and open to minimize losses.

Key words: corn, marketing, networks.

#### ABSTRAK

Hasil jagung petani bila dilihat dari distribusinya, sudah mengarah kepada pasar. Pemasarannya cukup bervariasi, ada langsung ke konsumen akhir dan ada yang melalui pedagang perantara untuk sampai ke konsumen. Pemasaran jagung secara berkelompok hanya dapat dilakukan oleh kelompok tani yang sudah maju. Kinerja pemasaran jagung kedua gapoktan ini antara volume pembelian dan penjualan jagung telah terjadi keseimbangan, tidak ada persediaan jagung tersimpan di gapoktan. Hal ini dilakukan agar tidak mengalami kerugian, karena penyaluran ke pedagang besar terjadi banyak risiko, di antaranya jika stok gudang sudah penuh maka tidak ada pembelian, kualitas jagung terutama kadar air harus memenuhi standar, dan harga jagung berfluktuasi perubahannya dalam tempo yang relatif singkat. Jaringan komunikasi yang dibangun sangat dinamis dan terbuka untuk meminimalisasi kerugian.

Kata kunci: jagung, jaringan, pemasaran.

---

Kusumadinata AA. 2015. Jaringan komunikasi pemasaran jagung di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *Jurnal Pertanian* 6(2): 75-82.

---

#### PENDAHULUAN

Struktur komunikasi dapat dipelajari melalui analisis jaringan komunikasi. Analisis jaringan komunikasi merupakan metode penelitian untuk mengidentifikasi struktur komunikasi dalam suatu sistem, karena data hubungan mengenai arus komunikasi dianalisis menggunakan beberapa tipe hubungan interpersonal sebagai unit analisis. Salah satu tujuan penelitian komunikasi dengan menggunakan analisis jaringan komunikasi adalah untuk memahami

gambaran umum mengenai interaksi manusia dalam suatu sistem.

Jaringan merupakan jenis atau tipe tertentu dari suatu hubungan yang menyambungkan sekelompok orang atau objek (Wasserman dan Faust 1994). Dalam konteks komunikasi, suatu jaringan dibangun berdasarkan pada hubungan-hubungan komunikasi antara individu dengan individu, kelompok-kelompok, organisasi maupun masyarakat (Monge dan Contractor 2001). Lebih lanjut menyatakan bahwa jaringan komunikasi adalah pola-pola hubungan yang

timbul oleh adanya aliran pesan (tukar-menukar pesan) di antara pelaku komunikasi sepanjang waktu.

Jagung yang merupakan komoditas paling efisien sebagai substitusi impor karena peluang peningkatan produksi dan produktivitas masih terbuka lebar dan elastisitas permintaan jagung untuk pakan mempunyai nilai tambah yang lebih tinggi dibanding kedelai (Gonzales *et al.* 1993). Jika produktivitas jagung ditingkatkan dengan mengadopsi varietas unggul bersari bebas atau hibrida secara berkelanjutan, maka jagung akan menjadi komoditas ekspor yang kompetitif. Artinya, mengusahakan komoditas jagung di dalam negeri memiliki keunggulan komparatif dibanding mengimpor dari luar negeri (Kariyasa dan Adnyana 1998; Sarasutha *et al.* 1999).

Berdasarkan data BPS (2014), produktivitas jagung di Indonesia pada tahun 2009-2013 mencapai rata-rata 4,59 ton/ha dan mengalami peningkatan mulai dari 4,24 ton/ha pada tahun 2009 menjadi 4,80 ton/ha pada tahun 2013. Dalam rentang waktu tersebut, luas panen jagung berkisar 4 juta hektar setiap tahun dengan kisaran produksi antara 17,6 sampai dengan 19,4 juta ton. Jika produktivitas jagung dikaji menurut provinsi, maka terdapat sembilan provinsi yang mampu mencapai produktivitas di atas rata-rata nasional setiap tahun untuk lima tahun terakhir (2009-2013). Kesembilan provinsi tersebut adalah Sumatera Utara, Sumatera Barat, Lampung, Jawa Barat, Jawa Tengah, Kalimantan Selatan, Gorontalo, Sulawesi Selatan, dan Sulawesi Barat.

Salah satu faktor penting dalam pengembangan hasil-hasil pertanian adalah pemasaran. Pemasaran produk hasil pertanian selalu menjadi masalah mendasar bagi petani. Oleh karena itu, pemasaran menjadi sangat penting ketika produsen/petani akan menjual hasilnya, harga ditentukan oleh pedagang atau pengusaha sedangkan posisi tawar menawar (*bargaining position*) petani lemah. Jarang dijumpai pemasaran hasil dengan tujuan memperkuat posisi tawar petani (Margaretha *et al.* 2007).

Hasil jagung petani bila dilihat dari distribusinya sudah mengarah kepada pasar (*market oriented*). Sebagian besar produksi dijual dan sebagian disimpan untuk konsumsi dan benih pada musim tanam berikutnya. Faktor yang mendorong petani untuk menjual cepat hasil jagungnya antara lain: mereka memerlukan uang tunai untuk membayar bunga dan angsuran pokok kredit, memenuhi kebutuhan keluarga,

dan keharusan membayar PBB (Sarasutha *et al.* 2002).

Perdagangan jagung diperlukan sebuah mekanisme komunikasi dan jaringan komunikasi perdagangan harus sudah terbentuk. Jaringan komunikasi (*communication network*) merupakan suatu hubungan yang relatif stabil antara dua individu atau lebih yang terlibat dalam proses pengiriman dan penerimaan informasi (Rogers dan Kincaid 1981). Kegiatan pendistribusian jagung dari petani ke konsumen cukup bervariasi, yaitu petani langsung menjual ke konsumen akhir, pasar lokal, dan pedagang perantara yang ada di desa, kecamatan, kabupaten, dan pedagang besar yang pada akhirnya akan ke konsumen.

## MATERI DAN METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan *desk study* dengan menggunakan data sekunder yang didapat dari referensi pustaka dan hasil lapangan pada bulan Maret dan Mei 2015 yang mempu di Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Adapun data yang digali adalah data pemasaran serta data *networking* petani dan gapoktan (gabungan kelompok tani) dalam memasarkan produksi jagungnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Gowa terdiri atas 18 kecamatan dan 167 desa/kelurahan dengan luas sekitar 1.883,33 kilometer persegi atau sama dengan 3,01% dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Penggunaan lahan di Kabupaten Gowa pada tahun 2009 untuk lahan kering luasnya mencapai 158.479 ha dan hanya sekitar 32.527 ha yang merupakan lahan sawah. Dari keseluruhan luas lahan kering, 39,09% merupakan kawasan hutan, tegalan 33,80%, ladang 13,52%, kolam/empang 8,22%, sedangkan sisanya 5,37% digunakan untuk bangunan dan pekarangan serta lainnya. Untuk luas lahan sawah, 40,47% dari luas keseluruhan merupakan sawah non irigasi dan 59,53% merupakan lahan sawah berpengairan (BPS Kab. Gowa 2010).

### Pertanaman Jagung

Tanaman jagung merupakan tanaman andalan karena selain digunakan sebagai bahan pangan di sebagian wilayah, juga menjadi bahan utama untuk pakan ternak. Kabupaten Gowa, umumnya jagung ditanam di lahan kering dan untuk di

lahan sawah dilakukan setelah pertanaman padi. Produksi jagung pada tahun 2009 mengalami peningkatan sebesar 13,11% dari tahun 2008 yaitu dari 172.610 ton menjadi 195.248 ton dengan luas panen 35.371 ha. Pertanaman jagung ini dari tahun ke tahun mengalami

perkembangan sesuai kondisi lahan yang tersedia yang cocok untuk ditanami jagung. Kondisi lahan di Kabupaten Gowa berdasarkan laporan SP Lahan tahun 2012 dan Laporan Diperta 2013 terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Rekapitulasi luas lahan selama 5 tahun berdasarkan jenis lahan di Kabupaten Gowa

Jenis (ha)	Tahun					Rata-rata	LP (%)
	2009	2010	2011	2012	2013		
Lahan sawah							
Sawah irigasi	21.984	22.665	22.127	18.961	21.089	21.365	-0,59
Sawah non irigasi	10.543	10.226	10.749	11.937	12.567	11.204	4,61
Lahan pertanian bukan sawah							
Tegal/kebun	25.640	25.373	24.499	31.421	31.585	27.704	6,07
Ladang/huma	10.444	10.260	10.465	10.178	10.178	10.305	-0,63
Lahan sementara tidak diusahakan	5.559	5.577	5.561	5.637	5.637	5.594	0.35

Sumber: BPS Prov. Sulsel 2012; Diperta Sulsel 2013

Pada Tabel 1 terlihat bahwa penggunaan lahan di Kabupaten Gowa selama lima tahun terakhir pada lahan sawah irigasi terjadi penurunan lahan (-0,59%/tahun), sedangkan sawah non irigasi mengalami peningkatan penggunaan lahan dengan laju pertumbuhan 4,61%/tahun. Demikian pula lahan tegalan/kebun juga meningkat dengan laju pertumbuhan 6,07%/tahun. Peningkatan lahan sawah non irigasi (sawah tadah hujan) dan lahan bukan sawah (tegalan/kebun) merupakan peluang untuk tempat pertanaman jagung dalam pengembangannya. Penggunaan lahan tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi iklim Kabupaten Gowa sebagai daerah sektor barat. Faktor iklim ini mempunyai peranan yang sangat penting dalam proses budi daya tanaman. Unsur iklim yang sangat penting pengaruhnya terhadap keberhasilan budi daya adalah curah hujan yang merupakan sumber utama bagi tanaman. Menurut Kariyasa dan Adnyana (1998), dengan pertimbangan spesifik lokasi menyatakan bahwa potensi dan peluang pengembangan jagung seperti di Sulawesi Selatan pada lahan kering dan sawah tadah hujan. Pada kedua lahan tersebut, usaha tani jagung cukup menguntungkan dan tingkat persaingan penggunaan lahan kering dan lahan sawah tadah hujan tidak seberat pada lahan sawah beririgasi.

Berdasarkan kondisi iklim di Kabupaten Gowa, umumnya petani menanam jagung di lahan bukan sawah (lahan kering) pada masa musim hujan dan ada yang sampai masa peralihan ke musim kemarau sehingga petani ada yang dapat 2 kali tanam jagung (November-Februari/Maret dan April-Juli/Agustus), sedangkan untuk lahan sawah non irigasi (sawah tadah hujan) biasanya

petani tanam jagung setelah tanam padi, dengan pola pertanaman yang dilakukan petani yaitu padi – jagung (April-Juli/Agustus dan September-Desember). Untuk meningkatkan indeks pertanaman (IP) jagung dari 1-2 kali (IP 100-200) menjadi 3-4 kali (IP 300-400) membutuhkan inovasi teknologi produksi jagung yang pengelolaannya dilakukan secara terpadu seperti menggunakan varietas unggul, sistem tanam secara sisipan (*relay cropping*), pemberian pupuk secara efisien spesifik lokasi, pendistribusian air yang mudah dan efisien, dan kondisi sosial ekonomi petani (Diperta Sulsel 2013). Peningkatan indeks pertanaman jagung tersebut merupakan salah satu cara untuk meningkatkan ketersediaan jagung dalam memenuhi kebutuhan jagung yang dari tahun ke tahun terus meningkat dan mengatasi impor jagung. Perkembangan pertanaman jagung di Kabupaten Gowa dan Provinsi Sulawesi Selatan sesuai luas panen, produksi, dan produktivitas selama 5 tahun terlihat pada Tabel 2.

Pada Tabel 2 terlihat bahwa produktivitas jagung yang dicapai Kabupaten Gowa selama 5 tahun terakhir berkisar 5,34-6,68 t/ha dengan rata-rata 5,59 t/ha dan lebih tinggi dari hasil rata-rata yang diperoleh Sulawesi Selatan 4,62 t/ha walaupun laju pertumbuhannya menurun (-4,18%/tahun). Hal ini juga terjadi pada luas panen dan produksi juga menurun penggunaan lahannya masing-masing -1,63%/tahun dan -6,41%/tahun. Jika dilihat perkembangan hasil yang dicapai Kabupaten Gowa dari tahun 2012 dan 2013 terdapat penurunan hasil 4,9 dan 5,9% dibandingkan tahun 2011. Hal ini disebabkan oleh fenomena iklim, dimana kondisi iklim tidak menentu yang terjadi. Tahun 2013 di Sulawesi

Selatan mulai dari bulan Januari sampai Desember mengalami bencana alam banjir dan kekeringan baik pada tanaman jagung maupun tanaman lainnya yaitu padi, kedelai, kacang tanah, dan kacang hijau (Diperta Sulsel 2013). Terjadinya banjir dan kekeringan yang

berkepanjangan sangat merugikan petani yang berpengaruh terhadap produksi. Selain itu, dampak fenomena iklim juga berpengaruh terhadap populasi OPT di lapang sehingga dapat menyebabkan meningkatnya tingkat serangan OPT pada tanaman.

Tabel 2. Luas panen, produksi, dan produktivitas jagung di Kabupaten Gowa dan Sulawesi Selatan

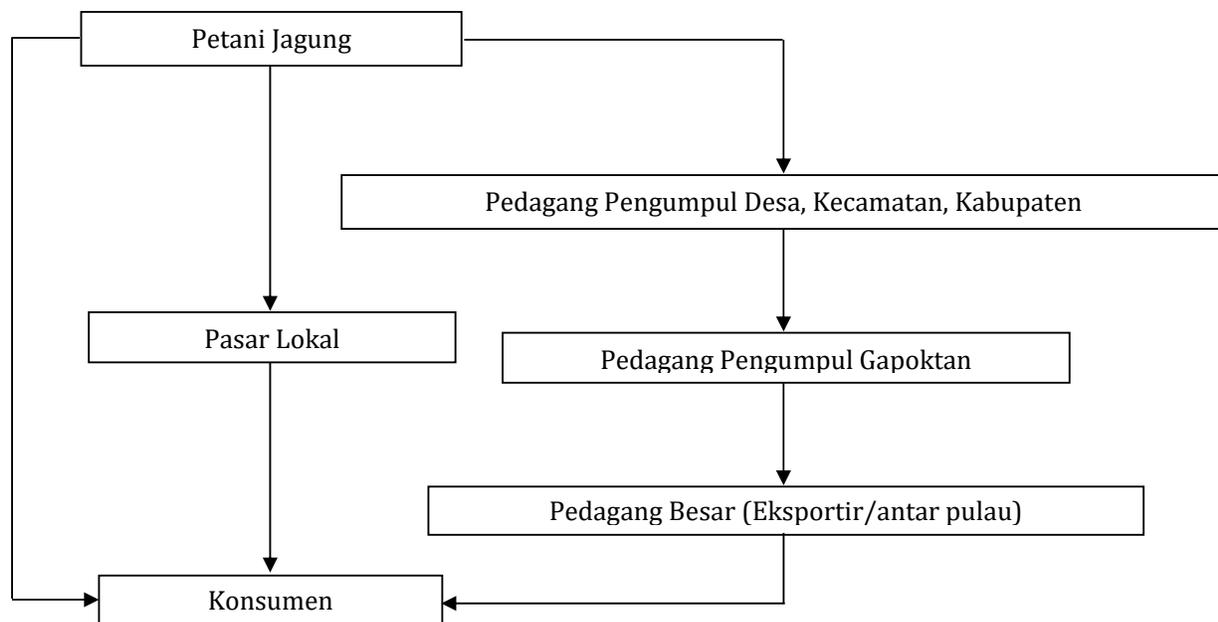
Uraian	Tahun						LP (%/th)
	2009	2010	2011	2012	2013	Rata-rata	
Kabupaten Gowa							
Luas panen (ha)	43.026	43.626	38.677	40.335	39.997	41.136	-1,63
Produksi (ton)	287.426	213.186	219.407	217.601	213.443	230.213	-6,41
Produktivitas (t/ha)	6,68	4,89	5,67	5,39	5,34	5,59	-4,18
Sulawesi Selatan							
Luas panen (ha)	299.669	303.375	297.126	325.329	315.621	308.224	1,42
Produksi (ton)	1.395.742	1.343.044	1.420.154	1.515.329	1.440.003	1.422.854	0,92
Produktivitas (t/ha)	4,66	4,43	4,78	4,66	4,56	4,62	-0,42

Sumber: Diperta Sulsel 2013; Kementerian Pertanian 2014

### Jaringan Komunikasi Pemasaran Jagung

Sebagian besar rumah tangga penghasil jagung tidak mengkonsumsi jagung, namun mereka menjualnya ke pasar, pedagang pengumpul,

pedagang besar, KUD, dan lainnya. Rumah tangga petani yang tidak menjual hasil jagungnya adalah petani miskin yang memanfaatkan jagung untuk konsumsi (Suhariyanto 2001).

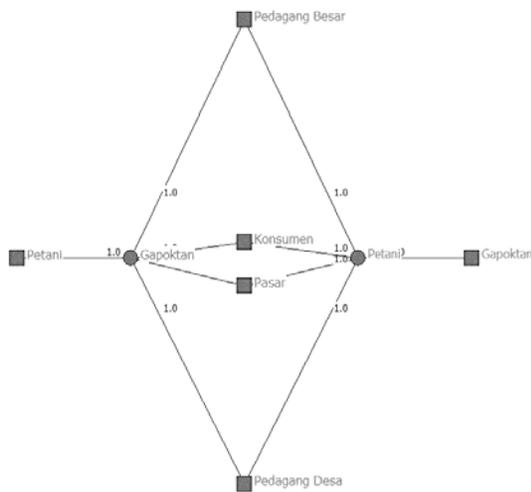


Gambar 1. Alur jaringan komunikasi pemasaran jagung

Di Sulawesi Selatan seperti di Kabupaten Gowa, umumnya petani menjual jagung pipilan kering beragam yaitu langsung ke pasar (desa dan kecamatan), ke pedagang pengumpul tingkat desa, kecamatan atau kabupaten yang datang ke rumah petani, ada juga memasarkan secara berkelompok, dan selanjutnya penjualan ke pedagang besar atau eksportir. Pemasaran jagung

secara kelompok hanya dapat dilakukan oleh kelompok tani yang sudah maju mencari informasi pasar di Makassar misalnya dan menjual hasilnya langsung ke kota, seperti PT. Abadi Jaya Makassar, Pophang, dan Jafpa. Jalur komunikasi pemasaran jagung yang terjadi pada daerah penelitian disajikan pada Gambar 1 dan Gambar 2.

Gapoktan Aidil Jaya dan Anrong Guru di Kecamatan Bontonompo Selatan merupakan kolompok tani yang maju di Kabupaten Gowa. Pembelian jagung oleh Gapoktan Aidil Jaya umumnya lebih luas atau banyak dari Gapoktan Anrong Guru karena pembeliannya tidak hanya berasal dari pedagang pengumpul desa, kecamatan di lingkungannya tetapi juga luar wilayahnya atau kabupaten (Bantaeng dan Jeneponto). Hasil jagung pipilan yang telah dikumpulkan oleh kedua pedagang pengumpul gapoktan tersebut selanjutnya dijual ke pedagang besar di kabupaten atau di provinsi (Makassar). Pedagang besar tersebut berfungsi sebagai eksportir atau pedagang antar pulau. Proses informasi antar pedagang dan gapoktan melalui jaringan komunikasi langsung yang telah lama terbentuk. Jaringan yang terbentuk melalui ketua kelompok yang datang langsung dan diterima oleh pedagang. Selanjutnya, hubungan itu dilakukan dengan *mobile* disesuaikan dengan kondisi tanam.



Gambar 2. Alur jaringan komunikasi pemasaran jagung

Pada saat jual beli kadar air jagung sangat menentukan dalam penentuan harga. Agar mendapat harga standar di pedagang besar seperti PT. Abadi Jaya Makassar, Pophang, dan Jafpa kadar air jagung harus mencapai 18%. Apabila kadar air di atas 18%, maka pengurangan harga dilakukan dengan mengurangi jumlah atau volume fisik jagung dengan menggunakan tabel rafaksi, jika kadar air jagung yang akan dijual petani/pedagang pengumpul sebesar 20% maka volume fisik jagung dikurangi sebesar 2% (20-18%).

Pada Tabel 3 terlihat bahwa volume pembelian dan penjualan jagung pada kedua

gapoktan yang rendah/kurang terjadi pada bulan Januari-Februari rata-rata sebanyak 16.000-18.500 kg dan November-Desember sebanyak 12.250-13.250 kg untuk Gapoktan Aidil Jaya dan untuk Gapoktan Anrong Guru masing-masing sebanyak 6.375-10.750 kg dan 8.125-10.625 kg. Fenomena ini terjadi karena selain faktor produksi jagung yang dihasilkan petani pada periode bulan-bulan tersebut lebih tinggi atau lebih rendah dari kebutuhan konsumen dan juga karena ditentukan kualitas hasil jagung. Pada bulan Januari-Februari pembelian dan penjualan jagung oleh Gapoktan Aidil Jaya dan Anrong Guru kurang karena pada bulan tersebut kualitas produksi jagung yang dihasilkan petani kurang bagus/jelek sehingga harga jual jagung rendah. Sedangkan di bulan November-Desember pembelian dan penjualan kedua gapoktan ini juga rendah karena ketersediaan jagung di petani sangat kurang bahkan relatif tidak ada dan akibatnya harga naik atau mencapai puncak harga jual yang tertinggi, yaitu harga pembelian jagung berkisar Rp 2.000-2.700/kg (rata-rata Rp 2.400/kg) dan harga penjualannya Rp 2.300-3.000/kg (rata-rata Rp 2.700/kg). Sebagaimana dijelaskan Sarasutha (2002) bahwa produksi, kualitas hasil, dan penanganan pascapanen secara bersama-sama akan mempengaruhi harga jual jagung. Demikian juga yang dikemukakan Najamuddin dan Noor (1997), pada bulan September-Desember kebutuhan (konsumsi) jagung lebih besar dibanding produksi yang menyebabkan harga jagung naik. Periode tersebut merupakan puncak paceklik sehingga harga jagung tinggi. Dalam periode Januari-April produksi jagung lebih tinggi dari kebutuhan sehingga terjadi kelebihan produksi yang menyebabkan harga jagung cenderung rendah.

Harga jual jagung pada musim hujan dan musim kemarau berbeda. Pada musim kemarau harga jagung umumnya lebih tinggi. Pada periode waktu tanam yang dilakuakn petani di lahan kering di musim hujan umumnya pada bulan November dan panen bulan Februari/Maret sedang di lahan sawah tadah hujan untuk tanam jagung II pada bulan September dan panen Desember. Petani yang tanam bulan September yang tidak memiliki sumber air relatif untuk menanam karena takut akan resiko yang berpeluang hasil sangat rendah atau gagal panen jika hujan sudah berkurang atau tidak ada sampai panen, sedang yang memiliki sumber air akan menanam jagung. Margaretha *et al.* (2007) menyatakan bahwa ada dua alternatif untuk mengatasi kenaikan harga yaitu (1) pemerintah memasarkan jagung yang disimpan pada periode

sebelumnya dan (2) meningkatkan luas panen jagung sehingga produksi atau penawaran jagung meningkat. Adapun rerata volume, harga

pembelian, dan penjualan jagung dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Rata-rata volume, harga pembelian, dan harga penjualan jagung Gapoktan Aidil Jaya dan Anrong Guru

Bulan	Pembelian			Penjualan		
	Volume (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)	Volume (kg)	Harga (Rp/kg)	Nilai (Rp)
Aidil Jaya						
Januari	16.000	1.975	31.600.000	16.000	2.175	13.050.000
Februari	18.500	1.975	36.537.500	18.500	2.175	40.237.500
Maret	114.968	2.150	247.180.125	114.968	2.450	281.670.375
April	164.875	2.150	354.481.250	164.875	2.450	403.943.750
Mei	110.580	2.150	237.747.000	110.580	2.450	270.921.000
Juni	23.125	2.150	49.718.750	23.125	2.450	56.656.250
Juli	28.000	2.150	60.200.000	28.000	2.450	68.600.000
Agustus	119.613	2.400	287.070.000	119.613	2.700	322.953.750
September	219.423	2.400	526.614.000	219.423	2.700	592.440.750
Oktober	112.620	2.400	270.288.000	112.620	2.700	304.074.000
November	13.250	2.400	31.800.000	13.250	2.700	35.775.000
Desember	12.250	2.400	29.400.000	12.250	2.700	33.075.000
Anrong Guru						
Januari	10.750	1.975	21.231.250	10.750	2.175	23.381.250
Februari	6.375	1.975	12.590.625	6.375	2.175	13.865.625
Maret	33.125	2.150	71.218.750	33.125	2.450	81.156.250
April	35.500	2.150	76.325.000	35.500	2.450	86.975.000
Mei	31.500	2.150	67.725.000	31.500	2.450	77.175.000
Juni	10.875	2.150	23.381.250	10.875	2.450	26.643.750
Juli	10.075	2.150	21.661.250	10.075	2.450	24.683.750
Agustus	43.250	2.400	103.800.000	43.250	2.700	116.775.000
September	40.750	2.400	97.800.000	40.750	2.700	110.025.000
Oktober	33.250	2.400	79.800.000	33.250	2.700	89.775.000
November	10.625	2.400	25.500.000	10.625	2.700	28.687.500
Desember	8.125	2.400	19.500.000	8.125	2.700	21.937.500

Kurun waktu empat tahun (2010-2013) kinerja kedua gapoktan terhadap pembelian jagung di pedagang pengumpul desa, kecamatan, kabupaten, dan penjualan ke pedagang besar pada bulan Agustus sampai bulan Oktober tidak mengalami penurunan malahan terjadi kenaikan rata-rata 112,620 - 219,423 ton Gapoktan Aidil Jaya dan 33,250 - 43,250 ton Gapoktan Androng Guru, walaupun harga jual jagung meningkat yaitu rata-rata harga pembelian Rp 2.400/kg demikian pula pada harga penjualan lebih tinggi rata-rata Rp 2.700/kg. Kondisi ini terjadi karena kebutuhan atau permintaan jagung oleh konsumen cukup banyak utamanya pada pakan ternak sehingga pengiriman jagung terjadi sampai ke luar Sulawesi Selatan seperti Surabaya, Jakarta, dan Medan. Permintaan jagung yang meningkat sejalan dengan berkembangnya industri pangan dan pakan ternak yang menggunakan  $\pm$  40-50% jagung sebagai bahan

baku utamanya. Beberapa tahun terakhir proporsi penggunaan jagung oleh industri pakan telah mencapai 50% dari total kebutuhan nasional. Pada tahun 2020 penggunaan jagung untuk pakan diperkirakan terus meningkat lebih dari 60% dari total kebutuhan nasional (Widiastuti dan Harisudin 2013).

Kinerja pemasaran jagung kedua gapoktan di Kabupaten Gowa ini terlihat telah terjadi keseimbangan antara pembelian dan penjualan jagung, tidak ada persediaan stok jagung tersimpan baik di Gapoktan Aidil Jaya maupun di Gapoktan Androng Guru. Pengaturan pemasaran yang dilakukan oleh gapoktan ini dilakukan secara baik dan efektif agar tidak mengalami kerugian karena penyaluran atau penjualan ke pedagang besar terjadi banyak risiko, di antaranya jika stok gudangnya sudah penuh maka tidak ada pembelian, diberlakukan kualitas

jagung terutama kadar air yang harus memenuhi standar yang diberlakukan dan harga jagung berfluktuasi sulit dipastikan, terjadi perubahan dalam tempo yang relatif singkat.

Jaringan komunikasi pemasaran yang diterapkan lebih terbuka dimana Gapoktan Aidil Jaya maupun di Gapoktan Androng Guru masih mencari format pasar yang dapat mengurangi risiko sehingga keterbukaan jaringan diharapkan meminimalisasi risiko kerugian yang dihadapi oleh Gapoktan. Dengan adanya teknologi komunikasi jaringan antar petani dan Gapoktan ke pedagang cukup membantu dalam meminimalisir kerugian yang dihadapi petani. Namun, karena teknologi secara teknis produksi jagung yang masih kurang penguasaan di petani sehingga gapoktan terkadang sulit untuk menerima dan menampung produk, hal ini berkaitan pula dengan iklim yang sering berubah.

Terdapat dua klik yang menghubungkan pasar dan konsumen yaitu gapoktan dan petani sebagai penjual langsung. Adapun pedagang besar dan pedang desa sebagai alternatif setelah produk tersebut mengalami dinamika harga. Oleh karena itu, jaringan komunikasi harga di dalam rantai tataniaga pertanian sangat dinamis dan diatur oleh interaksi pasar dan produk atau kebutuhan.

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Pemasaran jagung pipilan kering hasil produksi petani terlihat bervariasi. Petani sebagai produsen menjual hasil jagung pipilan langsung ke pengguna atau konsumen akhir, atau menjual ke pasar lokal, ke pedagang pengumpul (desa, kecamatan, kabupaten) yang datang ke rumah petani, dan selanjutnya dijual ke pedagang pengumpul secara kelompok (Gapoktan), kemudian meneruskan ke pedagang besar di kota yang berfungsi sebagai eksportir atau pedagang antar pulau.

Kinerja pemasaran jagung kedua gapoktan di Kabupaten Gowa ini antara volume pembelian dan penjualan jagung telah terjadi keseimbangan, tidak ada persediaan stok jagung tersimpan di Gapoktan Aidil Jaya dan di Gapoktan Androng Guru. Hal ini dilakukan agar tidak mengalami kerugian karena penyaluran atau penjualan ke pedagang besar terjadi banyak risiko, di antaranya jika stok gudangnya sudah penuh maka tidak ada pembelian, kualitas jagung terutama kadar air harus memenuhi standar dan harga jagung berfluktuasi sulit dipastikan perubahan dalam tempo yang relatif singkat.

Jaringan komunikasi pemasaran antar petani dan gapoktan ke pedagang meminimalisir kerugian yang dialami petani.

### DAFTAR PUSTAKA

- Biro Pusat Statistik (BPS) Indonesia. 2014. Statistik Indonesia 2013. Biro Pusat Statistik, Jakarta.
- Biro Pusat Statistik Kabupaten Gowa. 2010. Gowa dalam angka 2010. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan.
- Gonzales LA, F Kasryno, ND Perez, dan MW Rosegrant. 1993. Economic incentives and comparative advantage in Indonesian food crop production. IFPRI-Research Report No. 93. Washington, D.C.
- Kariyasa K dan MO Adnyana. 1998. Analisis keunggulan komparatif, dampak kebijaksanaan harga, dan mekanisme pasar terhadap agribisnis jagung di Indonesia. *Prosiding Semiloka Nasional Jagung*. Ujung Pandang-Maros, 11-12 November 1997.
- Margaretha SL, S Saenong, dan NH Kario. 2007. Evaluasi produksi dan percepatan distribusi benih jagung (studi kasus di Desa Nun Kurus, Kabupaten Kupang, Provinsi NTT). *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi Hasil-Hasil Penelitian Pertanian dan Peternakan dalam Sistem Usahatani Lahan Kering*. Kupang, 7-8 Desember 2007. hlm. 96-105.
- Monge PR dan N Contractor. 2001. Emergence theories of communication networks. Sage publication Inc, New York (US).
- Najamuddin A dan MN Noor. 1997. Dinamika permintaan-penawaran jagung dan pengaruhnya terhadap harga di Sulawesi Selatan. *Kumpulan Seminar Mingguan Hasil Penelitian Tanaman Jagung dan Serealia Lain*. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Balai Penelitian Tanaman jagung dan Serealia Lain, Vol 1(1): 29-41.
- Rogers EM and L Kincaid. 1981. Communication network: toward a new paradigm for research. Collier Macmillan Publisher., London (GB).
- Sarasutha IGP, SL Margaretha, dan A Najamuddin. 1999. Analisis keunggulan komparatif dan kompetitif jagung. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengkajian dan Penelitian Teknologi Pertanian Menghadapi Era Otonomi Daerah*. Palu, Sulawesi Tengah, 3-4 November 1999. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian, Bogor.
- Sarasutha IGP. 2002. Kinerja usahatani dan pemasaran jagung di sentra produksi. *Jurnal*

- Penelitian dan Pengembangan Pertanian*. 21(2):39-47.
- Suhariyanto K. 2001. Policy analysis of maize in Indonesia: a summary paper presented at the fourth annual meeting of the asian maize social sciences working group.
- Wasserman S dan K Faust. 1994. Social network analysis. Cambridge University Press, Cambridge MA (GB).
- Widiastuti N dan M Harisudin. 2013. Saluran dan margin pemasaran jagung di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Fakultas Pertanian - UNS. 9(2):231-240.