

TINGKAT PEMBERDAYAAN USAHA GARAM RAKYAT (PUGAR) DITINJAU DARI ASPEK PRODUKSI, DISTRIBUSI, PERMINTAAN PASAR DAN SOSIAL BUDAYA

Ratih Setyaningrum^{*)}, Ariati Anomsari, Eko Hartini, Herwin Suprijono

Universitas Dian Nuswantoro
Jl. Nakula I No. 5-11 Semarang

Abstrak

Penerapan program pemberdayaan usaha garam rakyat (PUGAR) untuk mengintensifkan lahan garam dan mendongkrak produktivitas garam rakyat dinilai lambat. Program Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) perlu diberdayakan lagi sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan petani garam dan mensukseskan swasembada garam industri pada tahun 2015. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pemberdayaan usaha garam rakyat (PUGAR) berdasarkan aspek produksi, distribusi, permintaan garam industri Jawa Tengah. Menentukan tingkat pemberdayaan usaha garam rakyat di wilayah Jawa Tengah. Penelitian dilakukan dengan membagikan kuisioner kepada petani garam, melakukan FGD dan wawancara kemudian melakukan analisis teknis untuk menentukan tingkat pemberdayaan dan strategi pemberdayaan. Hasil yang diperoleh adalah aspek produksi yang berkaitan dengan teknologi tingkat keberdayaan rendah, aspek distribusi, dan permintaan pasar rendah serta aspek sosbud dan keberlanjutan usaha tinggi. Aksi tindak prioritas jangka pendek adalah optimalisasi teknologi terapan untuk proses produksi, perbaikan rantai distribusi dan informasi pasar yang berkelanjutan sehingga tercipta stabilitas usaha garam rakyat.

Kata kunci: tingkat keberdayaan, produksi, distribusi, pasar, sosial budaya

Abstract

PUGAR activities to improve productivity considered slowly. PUGAR need to be empowered again, to improve the welfare of farmers and the success of self-sufficiency salt industry in 2015. The purpose of this study is to analyze the people's business empowerment (PUGAR) based on aspects of production, distribution, demand for industrial salt in Central Java. Determining the level of empowerment of the salt business people in Central Java. The study was conducted by distributing questionnaires to farmers, conducting FGD and interview. A technical analysis to determine the level and strategy for empowerment. The result is production aspects related to the empowerment of low-level technology, aspects of distribution, and market demand is low, but socio-cultural aspects and sustainability efforts is high level. . pro short-term priority is to optimize the technology applied to the production process, improving the distribution chain and sustainable market information so as to create stability salt business people.

Keyword: empowered level, production, distribution, market, socio-cultural

Pendahuluan

Indonesia adalah negara kepulauan yang memiliki wilayah perairan yang sangat luas yang terdiri dari 17.508 pulau dengan panjang garis pantai 81.290 km. Luas wilayah laut Indonesia sekitar 5.176.800 km². Ini berarti luas wilayah laut Indonesia lebih dari dua setengah kali luas daratannya. Namun potensi laut yang melimpah belum bisa dioptimalkan, hal ini terbukti dengan

import garam. Negara kita yang terdiri dari lautan masih saja mengimport garam dari luar negeri hal ini sangat memalukan dan tidak sewajarnya bangsa Indonesia yang tidak bisa mengoptimalkan produksi alamnya yang sangat melimpah dan juga mempengaruhi pendapatan suatu daerahnya. Produksi garam dalam negeri hingga awal September 2011 tercatat mencapai 308.355 ton sehingga diperkirakan dapat memenuhi target produksi garam pada 2011. Dari jumlah tersebut, sebanyak 133.457 ribu ton di antaranya telah terserap oleh pasar dan stok garam saat ini adalah 174.898 ton dan untuk stok tahun 2012 belum terpenuhi (*kompas*, 2012).

^{*)} Penulis Korespondensi.
email: ratihha@gmail.com

Penerapan program pemberdayaan usaha garam rakyat (PUGAR) untuk mengintensifkan lahan garam dan mendorong produktivitas garam rakyat dinilai lambat. Penyaluran bantuan itu baru turun memasuki musim panen garam. Program Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) perlu diberdayakan lagi sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan petani garam dan mensukseskan swasembada garam industri pada tahun 2015.

Pada penelitian ini, *sustainable manufacturing* meliputi proses pengolahan dari hulu hingga hilir, pengolahan air laut menjadi garam menggunakan teknologi ramah lingkungan yang tidak tergantung sinar matahari. Kelebihan metode tersebut yakni produk garam akan stabil pada cuaca panas maupun hujan. Hal tersebut sejalan dengan Predeep (2013) menyatakan bahwa industri harus merumuskan inovasi berkelanjutan dalam bentuk *sustainable manufacturing* dengan pendekatan aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Selaras dengan Rosnah (2013) menyatakan bahwa manajemen perlu dievaluasi dari sisi proses *sustainable*, *sustainability* performance dan *sustainability* performance analisis. Teknologi *reverse osmosis* dan mikrokontroler berfungsi mengubah air laut menjadi air tawar. Mikrokontroler akan mengatur *inlet* air laut dan arus *outlet* air limbah. Mikrokontroler juga memonitor besarnya tekanan air yang bekerja pada sistem untuk mengetahui kualitas produk dari *reverse osmosis*.

Optimalisasi proses pengolahan air laut menjadi garam menggunakan metode *sustainable manufacturing* dengan teknologi *reverse osmosis microcontroler* ditargetkan akan meningkatkan upaya pemberdayaan usaha garam rakyat (PUGAR) dari aspek produksi. Disamping itu upaya pemberdayaan diidentifikasi dari aspek ekonomi, sosial dan pemasaran. Hal tersebut sejalan dengan Anomsari dan Setyaningrum (2012) yang meneliti usaha pemberdayaan batik Semarang.

Upaya mengoptimalkan pengolahan garam mutlak dilakukan, mengingat kondisi yang ironis yakni Indonesia memiliki lautan luas melakukan import garam dalam jumlah yang banyak. Sistem penggarapan rakyat sampai saat ini menggunakan kristalisasi total sehingga produktifitas dan kualitasnya masih kurang atau pada umumnya kadar NaClnya kurang dari 90% dan banyak mengandung pengotor padahal luas lahan penggarapan rakyat 25.542 Ha atau sekitar 83,31% dari luas areal penggarapan nasional. Jika 50% dari luas areal penggarapan ini ditingkatkan produktifitasnya menjadi 80 ton/Ha/tahun, maka dapat diproduksi garam sebanyak 1.500.000 ton sehingga total produksi garam nasional menjadi 1.800.000 ton. Dengan demikian kebutuhan impor garam industri dapat dikurangi dari 1.200.000 ton menjadi hanya sekitar 300.000 ton (Purbani, 2010).

Dengan demikian perlu adanya kajian studi tentang pemberdayaan usaha garam rakyat

(PUGAR) untuk mensukseskan program swasembada garam industri tahun 2015. Program tersebut akan dioptimalkan dengan proses produksi berbasis *sustainable manufaktur* dan pengolahan air *reverse osmosis* berbasis *mikrokontroler* (Rachmawati, 2010). Proses produksi berbasis *sustainable manufacturing* merupakan pengoptimalan proses dari hulu ke hilir sehingga keberlanjutan proses produksi dan produktivitas meningkat.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dirumuskan sebagai berikut:

- Menganalisis pemberdayaan usaha garam rakyat (PUGAR) berdasarkan aspek produksi, distribusi, permintaan garam industri Jawa Tengah.
- Menentukan tingkat pemberdayaan usaha garam rakyat di wilayah Jawa Tengah

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha garam rakyat di wilayah Jawa Tengah, antara lain : Demak, Kudus dan Rembang. Populasi dan sampel penelitian adalah Usaha garam rakyat yang berjumlah 30.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan meliputi (1) Kuesioner (2) FGD (3) Wawancara Mendalam. *Focused Group Discussion* (FGD) yang dilakukan melibatkan para pelaku usaha garam pemerintah yang membuat regulasi. Wawancara mendalam dilakukan dengan 11 *keypersons* yang kompeten, terdiri dari pelaku usaha garam Jawa Tengah, Pemerintah, Asosiasi, Lembaga akademisi.

Teknik Alat Analisis

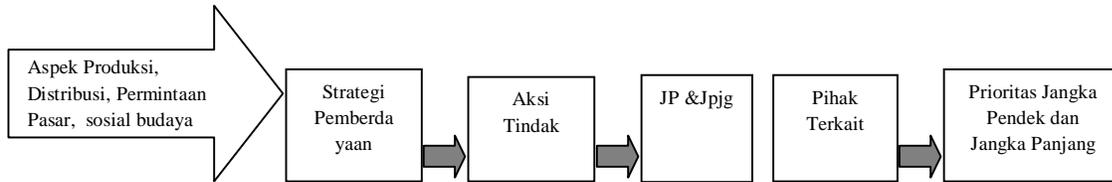
Analisis tingkat Keberdayaan

Untuk menganalisis tingkat keberdayaan UKM Garam Jawa Tengah digunakan analisis deskriptif. Tingkat keberdayaan UKM Garam Jawa Tengah dilihat dari akses terhadap produksi, distribusi, permintaan pasar dan sosial budaya.

Analisis Strategi Pemberdayaan

Langkah untuk menentukan strategi pemberdayaan UKM Garam di Jawa Tengah adalah sebagai berikut:

- Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan guna memperoleh informasi mengenai pemberdayaan UKM garam Jawa Tengah. Peserta FGD meliputi pelaku usaha garam Jawa Tengah, pemerintah yang membuat regulasi (Dinas Kelautan dan Perikanan, DISPERINDAG Kota Jawa Tengah, dan paguyuban petani garam)
- Wawancara mendalam (*In depth Interview*) dengan *Keypersons* yang berkompeten.



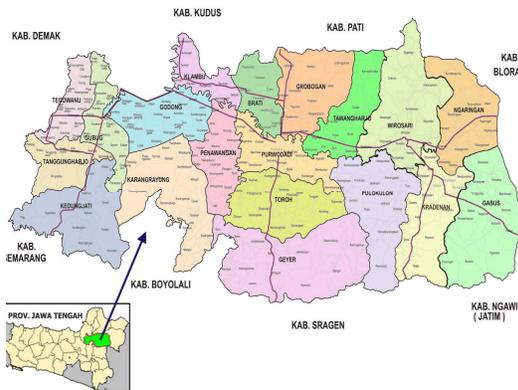
Gambar 1. Model Pemberdayaan

Model Pemberdayaan Usaha Garam Rakyat di Jawa Tengah

Berdasarkan strategi pemberdayaan, maka dapat dirumuskan model pemberdayaan UKM Garam di Jawa Tengah. Model pemberdayaan peningkatan kinerja UKM Garam di Jawa Tengah. Model pemberdayaan usaha garam seperti gambar 1.

Hasil dan Pembahasan

Kuisisioner pemberdayaan usaha garam rakyat disebarakan di wilayah Jawa Tengah khususnya daerah Demak, Kudus dan Rembang. Daerah-daerah tersebut merupakan sentra produksi garam seperti ditampilkan pada Gambar 2 dan Gambar 3. Jumlah kuisisioner yang dibagikan kepada responden sebanyak 40 kuisisioner, dan yang kembali hanya 30 responden. Tingkat pengembalian sebesar 75% seperti pada Gambar 4.



Gambar 2. Peta Demak dan Kudus

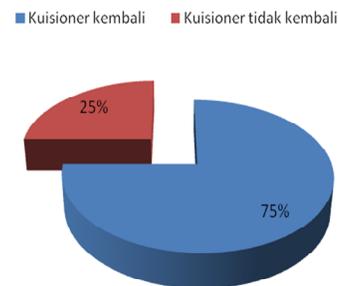


Gambar 3. Pera daerah Rembang

Tabel 1. Hasil kuisisioner

Keterangan	Jml
Kuisisioner disebar	40
Kuisisioner kembali	30
Tingkat Kembalian Responden	75%

Sumber : Data primer yang diolah, 2013



Gambar 4. Tingkat pengembalian kuisisioner (prosentase)

Objek yang teliti merupakan usaha garam rakyat yang berbentuk industri rumah tangga. Proses pengolahan dilakukan di lahan dan memiliki gudang penyimpanan seperti pada Gambar 5.



Gambar 5. Lahan pengolahan air garam dan gudang penyimpanan garam

Tingkat Keberdayaan Usaha garam rakyat

Tingkat keberdayaan industri usaha garam di Jawa Tengah dianalisis melalui analisis diskriptif. Pengukuran tingkat keberdayaan tersebut dilakukan melalui beberapa aspek yang sangat penting untuk menunjukkan tingkat keberdayaan kinerja pengrajin Usaha garam rakyat. Aspek yang diukur meliputi aspek produksi, aspek distribusi, aspek permintaan pasar dan aspek sosial budaya. Dari hasil penelitian ditunjukkan masing-masing aspek sebagai berikut :

Aspek Produksi

Jenis garam yang banyak diproduksi adalah garam bahan baku industri, pola produksi *mass production* dengan dominasi area pasar local, meskipun bebrapa usaha telah memasuki pasar nasional. Dalam menjalankan usaha hanya sedikit yang memperoleh bantuan kredit. Peningkatan modal awal setelah menjalankan usaha berkisar 30%. Usaha beroperasi tergantung pada cuaca/musim. Bila musim mendukung (panas) hari kerja selama 6-7 hari per minggu dengan jam kerja 5-6 jam per hari. Memproduksi garam bahan baku industri relatif lebih singkat dibanding garam olahan konsumsi dengan selisih waktu 15-20 hari.

Tingkat keberdayaan aspek produksi dapat dijelaskan melalui tabel 2.

Tabel 2. Tingkat keberdayaan Aspek Produksi

ASPEK PRODUKSI	PERSENTASE TINGKAT KEBERDAYAAN	
BAHAN BAKU		
Stok Bahan baku banyak	100	
Kemudahan mendapatkan	100	
Harga Bahan baku murah	23,33	Tinggi
Kualitas bahan baku baik	73,33	
Ketersediaan pengganti bahan baku	0	
Rata-rata	59,33	
TENAGA KERJA		
Tenaga Kerja banyak tersedia	100	
Tenaga Kerja Mudah didapat	90,00	Tinggi
Upah Tenaga Kerja murah	36,67	
Kualitas kerja baik	66,67	

ketrampilan mudah ditingkatkan	66,67	
Rata-rata	72,00	
MODAL		
butuh banyak modal usaha	50,00	
modal usaha mudah didapatkan	43,33	
biaya modal terjangkau	40,00	Rendah
alternatif sumber modal banyak	40,00	
modal mudah dialihkan untuk usaha lain	6,67	
Rata-rata	36,00	
TEKNOLOGI		
Teknologi terapan & modern	6,67	
Alat modern/canggih mudah didapatkan	6,67	
Harga alat modern terjangkau	3,33	Rendah
Alternatif teknologi tersedia	26,33	
Ketrampilan SDM meningkat	63,33	
Rata-rata	21,33	

Sumber: Data Primer Yang Diolah, 2013

Aspek Distribusi

Penjualan masih didominasi pasar lokal dibanding nasional, dengan jumlah produksi garam bahan baku dan atau garam olahan konsumsi berkisar antara 50 Kg hingga 300 ton per musim. Pasar lokal meliputi Pekalongan, Tegal, Cilacap, Jepara, Demak, Kudus,dll. Sedangkan untuk pasar regional pernah menjual produk hingga wilayah Sumatra. Usaha garam yang menjual produk di wilayah lokal sebanyak 50-100%, sedangkan untuk pasar regional/nasional hanya 40% saja.

Tingkat Keberdayaan aspek produksi diukur melalui jangkauan pasar, kemudahan menjual, dan tersedianya saluran distribusi. Sebagian produsen usaha garam rakyat masih memasarkan hasil produksinya di wilayah lokal dan beberapa kota sekitarnya. Pemasaran usaha garam semarang belum banyak hingga ke tingkat nasional ataupun internasional. Hanya 40% responden yang melakukan pemasaran hingga tingkat nasional. Untuk di tingkat internasional pun belum dilakukan secara kontinyu.

Jika dilihat kemudahan menjual produk usaha garam rakyat, produsen masih merasa kesulitan. Hanya 50 % yang menyatakan mudah untuk menjual

produknya. Sedangkan saluran distribusi yang digunakan masih menjual secara langsung dengan konsumen. Hanya sebanyak 43,3 % responden yang telah memiliki saluran distribusi yang baik.

Aspek Usaha dan permintaan pasar

Aspek permintaan pasar diukur melalui segmen pasar industri usaha garam rakyat, bentuk produksi untuk memenuhi permintaan konsumen, daya saing harga dan pengetahuan tentang informasi kebutuhan pasar. Pengadaan produksi usaha garam dilakukan secara masal atau secara pesanan (order). Hasil identifikasi keberdayaan usaha garam pada indikator harga, menunjukkan bahwa responden yang menyatakan bahwa harga produk usaha garam dapat bersaing hanya sebesar 23 %. Selebihnya menyatakan tidak dapat bersaing. Sedangkan pengetahuan responden mengenai informasi kebutuhan pasar masih rendah, yaitu sebesar 20 %.

Dari hasil identifikasi keberdayaan usaha garam pada aspek permintaan pasar dapat disimpulkan bahwa tingkat keberdayaannya masih dapat dikatakan rendah.

Aspek sosial budaya dan keberlanjutan usaha

Keberlanjutan usaha garam dan semangat pengusaha garam untuk ingin tetap menjalankan usaha tergolong tinggi. Namun masih terkendala musim dalam berproduksi sehingga terjadi pergantian mata pencaharian saat musim hujan tiba.

Berdasarkan keempat aspek tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa aspek produksi, aspek distribusi dan permintaan pasar tergolong rendah. Namun keberlanjutan usaha tergolong tinggi. Oleh sebab itu diperlukan strategi pemberdayaan yang mampu mengatasi permasalahan di ketiga aspek tersebut sehingga keberlanjutan usaha garam dan keberdayaan usaha garam meningkat.

Strategi Pemberdayaan

Berdasarkan beberapa tanggapan mengenai tingkat keberdayaan pengrajin usaha garam rakyat pada *Focus Discussion Group* (FGD) yang dilakukan dari berbagai pihak, maka dapat dirumuskan strategi pemberdayaan kinerja usaha garam rakyat. Strategi pemberdayaan meliputi aspek produksi, aspek distribusi, aspek permintaan pasar, dan aspek sosial budaya.

Aspek Produksi

1. Strategi pemberdayaan kinerja usaha garam rakyat pada aspek produksi meliputi :
2. Tersedianya teknologi terapan dalam proses produksi yang tidak tergantung musim/cuaca
3. Pemberian bantuan modal usaha yang tepat

sasaran

4. Penyelenggaraan pelatihan produksi usaha garam secara kontinyu
5. Tersedianya alternatif teknologi pengolahan garam untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas produk garam.

Aspek Distribusi

Strategi pemberdayaan kinerja usaha garam rakyat pada aspek distribusi meliputi :

1. Perbaikan sistem distribusi
2. Bantuan promosi baik secara lokal, nasional maupun internasional
3. Meningkatkan kerjasama tata niaga/ misi dagang
4. Perlu dukungan pemerintah promosi produk garam lokal dan mengurangi import garam

Aspek Permintaan Pasar

Strategi pemberdayaan kinerja usaha garam rakyat pada aspek permintaan pasar meliputi :

1. Penguasaan informasi pasar baik lokal dan nasional
2. Pemenuhan spesifikasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen
3. Pemenuhan kualitas dan kuantitas garam sesuai keinginan konsumen

Aspek Sosial Budaya

Strategi pemberdayaan kinerja usaha garam Semarang pada aspek sosial budaya meliputi :

1. Terciptanya iklim usaha yang kondusif terutama dalam persaingan harga
2. Menciptakan budaya mencintai garam dalam negeri bagi masyarakat
3. Fasilitasi pemerintah penentuan

Model Pemberdayaan Kinerja Usaha Usaha garam rakyat

Peningkatan kinerja usaha usaha garam rakyat salah satunya ditentukan oleh ketepatan dan keberhasilan strategi pemberdayaan yang dilakukan. Model pemberdayaan kinerja bagi pengrajin usaha garam rakyat dirumuskan berdasarkan proses diskusi. Model pemberdayaan tersebut meliputi aspek produksi, aspek distribusi, aspek permintaan pasar, dan aspek sosial budaya. Model pemberdayaan dari masing-masing aspek dapat dijelaskan melalui strategi, aksi tindak, pihak terkait dan prioritas pencapaian.

Aspek Produksi

Model pemberdayaan kinerja usaha usaha garam rakyat pada aspek produksi dapat dijelaskan melalui Tabel 3.

Tabel 3. Model Pemberdayaan Kinerja Usaha Usaha garam melalui Aspek Produksi

Strategi	Aksi Tindak	Pihak Terkait	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Tersedianya teknologi produksi yang tidak tergantung musim	Bantuan teknologi terapan produksi garam tidak tergantung musim	Pemerintah Lembaga Akademisi	Melakukan pemberdayaan melalui :	Melakukan pemberdayaan melalui :
Pemberian bantuan modal usaha yang tepat sasaran	Bantuan modal tepat sasaran secara finansial dan non finansial	Pelaku bisnis Lembaga Keuangan	Menjalin kerjasama dengan akademisi dan LIPI terkait teknologi dan alat produksi	Bantuan modal berkelanjutan Pelatihan manajemen dan teknologi usaha garam secara berkelanjutan
Penyelenggaraan pelatihan produksi usaha garam secara Kontinyu	Pelatihan manajemen keuangan bagi pengrajin	Perusahaan Lembaga sosial	Pelatihan proses produksi	garam secara berkelanjutan
Tersedianya teknologi alternatif	Kerjasama dengan pihak akademik dalam proses desain alat produksi garam yang tidak tergantung cuaca	Perkumpulan petani garam	Bantuan modal baik sec finansial maupun non finansial.	Meningkatkan kerjasama dengan akademisi dan lembaga penelitian pemerintah secara berkelanjutan

Aspek Distribusi

Tabel 4. Model Pemberdayaan Kinerja Usaha garam melalui Aspek Distribusi

Strategi	Aksi Tindak	PihakTerkait	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Perbaikan sistem distribusi	Koordinasi dan perbaikan sistem distribusi	Pemerintah Konsultan bisnis	Melakukan pemberdayaan melalui :	Melakukan pemberdayaan melalui :
Bantuan promosi baik secara lokal & nasional	Memberikan informasi tentang peluang pasar dalam negeri	Perusahaan Akademisi Lembaga sosial masyarakat	Berantas tengkulak yang mengendalikan harga penjualan & distribusi garam lokal Indonesia	perbaikan rantai distribusi secara berkelanjutan Bantuan promosi berkelanjutan
Meningkatkan kerjasama tata niaga/ misi dagang	Memberikan informasi tentang peluang pasar dalam negeri	Lembaga sosial masyarakat /Perkumpulan petani garam	Bantuan promosi penjualan & distribusi garam lokal Indonesia	Pengurangan import garam secara bertahap hingga produk garam lokal Indonesia berperan besar memenuhi permintaan garam nasional
Dukungan pemerintah support garam lokal	Kerjasama dengan agen/pedagang besar Menciptakan dan mengoptimalkan perkumpulan petani garam Optimalisasi penggunaan garam lokal dari pada garam import		Memberikan informasi peluang pasar	Pemerintah membantu menciptakan cluster usaha garam rakyat

Aspek Permintaan Pasar

Tabel 5. Model Pemberdayaan Kinerja Usaha garam melalui Aspek Permintaan Pasar

Strategi	Aksi Tindak	Pihak Terkait	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Penguasaan informasi pasar lokal & nasional Pemenuhan spesifikasi produk untuk memenuhi keinginan konsumen Peningkatan kuantitas dan kualitas garam	Pemberian informasi pasar baik lokal & nasional maupun internasional Mengajak para pengusaha/petani garam untuk memperhatikan/mengikuti keinginan konsumen (rasa, ukuran, dan kualitas beragam Menggalang pemakaian produksi usaha garam produksi lokal pada kalangan pemerintah dan masyarakat. Memberikan informasi dan bantuan teknologi / alat untuk peningkatan kuantitas dan kualitas garam	Pemerintah Perusahaan Akademisi Lembaga sosial masyarakat/ Perkumpulan petani garam	Melakukan pemberdayaan melalui : Pemenuhan spesifikasi produk sesuai keinginan konsumen Pemberian informasi pasar baik lokal, nasional maupun internasional Pelatihan peningkatan kualitas dan kuantitas garam	Melakukan Pemberdayaan melalui: Informasi pasar yang berkelanjutan Penggunaan produk garam lokal oleh pemerintah dan masyarakat secara berkelanjutan Bantuan aplikasi teknologi terapan untuk memperbaiki kuantitas dan kualitas garam

Aspek Sosial Budaya

Tabel 6. Model Pemberdayaan Kinerja Usaha garam melalui Aspek Sosial Budaya

Strategi	Aksi Tindak	Pihak Terkait	Jangka Pendek	Jangka Panjang
Terciptanya iklim usaha yang kondusif Menciptakan budaya penggunaan garam lokal Indonesia bagi masyarakat Fasilitasi pemerintah dalam penentuan persaingan harga	Merancang peraturan daerah tentang perlindungan dan keberlangsungan industri garam rakyat Sosialisasi peraturan daerah kepada masyarakat Implementasi dan evaluasi peraturan daerah Menggalakkan budaya menggunakan garam lokal Indonesia pada masyarakat Pemerintah bersama akademisi memberikan pelatihan industri usaha garam.	Pemerintah Perusahaan Akademisi Lembaga sosial masyarakat /Perkumpulan petani garam	Melakukan pemberdayaan melalui : Pemerintah memberikan jaminan stabilitas usaha Menggalakkan budaya menggunakan garam lokal Indonesia secara berkelanjutan	Melakukan pemberdayaan melalui : Merancang roadmap industri usaha garam guna merancang peraturan daerah tentang industri garam Melaksanakan sosialisasi peraturan daerah Mengurangi ketergantungan garam import secara berkelanjutan

Kesimpulan

Aspek Produksi secara keseluruhan menunjukkan hasil empat indikator memiliki tingkat keberdayaan yang tinggi, yaitu sebesar 59,33% dan tenaga kerja memiliki tingkat pemberdayaan tinggi yaitu 72%. Sedangkan modal memiliki tingkat pemberdayaan rendah yaitu 36% dan teknologi terapan dan modern memiliki tingkat pemberdayaan yang rendah yaitu 21,33%.

Aspek Distribusi secara keseluruhan juga menunjukkan hasil yang rendah (<50%), baik dari indikator jangkauan pasar dan kemudahan menjual produk.

Tingkat keberdayaan aspek permintaan pasar dapat dijelaskan bahwa harga produk usaha garam dapat bersaing hanya sebesar 23 %. Selbihnya menyatakan tidak dapat bersaing. Sedangkan pengetahuan responden mengenai informasi kebutuhan pasar masih rendah, yaitu sebesar 20 %.

Aspek sosial budaya ditunjukkan dengan kemudahan responden dalam melestarikan usaha garam dan keikutsertaan dalam aktivitas paguyuban usaha garam rakyat yang masih tinggi. (> 50%). Keberlanjutan usaha garam dan semangat pengusaha garam untuk ingin tetap menjalankan usaha tergolong tinggi. Namun masih terkendala musim dalam berproduksi yang tergantung cuaca sehingga kuantitas garam tidak maksimal.

Model Pemberdayaan Kinerja usaha usaha garam rakyat didasarkan pada aspek produksi, aspek

distribusi, aspek permintaan pasar dan aspek sosial budaya yang terdiri dari strategi, aksi tindak, pihak-pihak yang terkait, dan prioritas jangka pendek dan prioritas jangka panjang. Dengan prioritas jangka pendek adalah optimalisasi teknologi terapan untuk proses produksi, perbaikan rantai distribusi dan informasi pasar yang berkelanjutan sehingga tercipta stabilitas usaha garam rakyat.

Daftar Pustaka

- Anomsari, A dan Setyaningrum, R (2013). Implementasi model pemberdayaan UKM batik dalam upaya mengangkat kearifan local batik di Semarang. Hibah Bersaing.
- Kompas.com. Tanggal akses 26 September 2012. Garam sesuai standart mutu.
- Predeep (2013). Make the most of your energy. International Seminar of Industrial and Management.
- Purbani (2010). Proses pembentukan kristalisasi garam. Dinas kelautan dan perikanan.
- Rachmawati,R., Dianti,Z.T dan Eko, H (2010). Otomatisasi system pengolahan air laut menjadi air tawar dengan prinsip reverses osmosis berbasis mikrokontroler.Skripsi.ITS.
- Rosnah, Y (2013). Innovation ini manufacturing for sustainable growth. International Seminar of Industrial and Management.