

**ANALISIS RANTAI PASOK DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA GARAM DI KABUPATEN
JENEPONTO**

***THE ANALYSIS OF SUPPLY CHAIN AND STRATEGY
FOR SALT BUSINESS DEVELOPMENT
IN JENEPONTO REGENCY***

IIS TRISTIANA ISWAN



**PROGRAM MAGISTER AGRIBISNIS
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2020



**ANALISIS RANTAI PASOK DAN STRATEGI
PENGEMBANGAN USAHA GARAM DI KABUPATEN
JENEPONTO**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi
Magister Agribisnis

Disusun dan Diajukan Oleh:

IIS TRISTIANA ISWAN

Kepada

SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020



TESIS

**ANALISIS RANTAI PASOK DAN STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA GARAM DI KABUPATEN JENEPONTO**

Disusun dan Diajukan Oleh

IIS TRISTIANA ISWAN
Nomor Pokok P1000216017

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Akhir
Pada tanggal 10 Agustus 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui,
Komisi Penasehat


Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.
Ketua


Dr. Sitti Fakhriyyah, S.Pi., M.Si.
Anggota

Ketua Program Studi
Agribisnis

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin


Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si.


Prof. Dr. H. Jamaluddin Jompa, M.Sc.



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : IIS TRISTIANA ISWAN

Nomor Mahasiswa : P1000216017

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang Saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya Saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, Saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar

Yang



IIS TRISTIANA ISWAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS



lis Tristiana Iswan, lahir di Ujung Pandang, pada tanggal 17 Januari 1992 dan merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Iswan Machjud dan Suryani N. Selama hidupnya, penulis telah menempuh beberapa pendidikan formal, yaitu:

1. SD Inpres Paccerakkang Tahun 1997-2003;
2. SMPN 12 Makassar Tahun 2003-2006;
3. SMAN 6 Makassar Tahun 2006-2009;
4. Lulus melalui jalur SNMPTN Tulis menjadi mahasiswa di Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2009-2013 untuk Strata Satu (S1).

Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan di Pascasarjana Universitas Hasanuddin Jurusan Agribisnis. Dalam rangka menyelesaikan pendidikan dan merupakan syarat untuk memperoleh Magister Agribisnis penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisis Rantai Pasok dan Strategi Pengembangan Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto” yang dibimbing oleh Dr. Ir. Mahyuddin, M.Si. dan Dr. Sitti Fakhriyah, S.Pi.,



PRAKATA

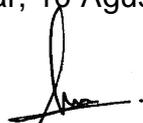
Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanu wa ta'ala atas karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis dengan judul **Analisis Rantai Pasok dan Strategi Pengembangan Produksi Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto.**

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Ir. Mahyuddin M.Si., dan Ibu Dr. Sitti Fakhriyah, S.Pi., M.Si., selaku komisi penasehat tesis atas bimbingan, motivasi, serta arahan kepada penulis dalam penyusunan tesis ini. Ucapan terima kasih juga penulis berikan kepada bapak Prof. Dr. Didi Rukmana, MS., bapak Dr. Sultan Suhab, SE., M.S., dan bapak Dr. Andi Adri Arief, S.Pi., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak masukan demi penyempurnaan tesis ini. Di samping itu, penulis juga berterima kasih kepada para Petani Garam, Para Pedagang Informan, Pihak Distributor, CV. Kristal Garamindo, Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Jeneponto, Dinas Perindustrian Kabupaten Jeneponto, dan penyuluh perikanan kabupaten yang meluangkan waktu dalam pengambilan informasi dan penyusunan data selama pelaksanaan penelitian. Tak lupa penulis sampaikan kepada Ayahanda Iswan Machjud, Ibunda Suryani N, saudara-saudara penulis yaitu Syamsul Ma'arief, Syahrial Nur Iman, Svabruul Sandi Wiguna dan seluruh keluarga besar serta teman-teman yang telah memberikan dukungan dan dukungannya, sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Terakhir penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang namanya tidak tercantum tetapi banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Semoga t



Makassar, 10 Agustus 2020


Tristiana Iswan

ABSTRAK

IIS TRISTIANA ISWAN (P1000216017). *Analisis Rantai Pasok dan Strategi Pengembangan Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto* (dibimbing oleh **Mahyuddin** dan **Sitti Fakhriyyah**).

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengidentifikasi peta rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto (2) menganalisis masalah prioritas yang dapat menimbulkan kerugian pada rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto (3) merumuskan strategi pengembangan usaha garam yang sesuai untuk peningkatan kesejahteraan petani garam Kabupaten Jeneponto.

Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan. Pemilihan lokasi ini menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan dengan pertimbangan Kabupaten Jeneponto merupakan sentra produksi garam dan memiliki potensi pengembangan usaha garam di Sulawesi Selatan. Informan pada penelitian ini adalah para pelaku utama rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto yang terdiri dari produsen, penyalur, dan sentra pasar. Untuk mengetahui alur rantai pasok garam di Kabupaten Jeneponto digunakan analisis deskriptif kualitatif dengan melihat aktivitas para pelaku rantai pasok usaha garam kemudian dilakukan pemetaan sebab-akibat menggunakan *fishbone* diagram dan masalah prioritas menggunakan *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Selanjutnya, perumusan strategi kebijakan menggunakan analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme rantai pasokan terkait aliran produk, aliran informasi, aliran keuangan pada usaha garam di Kabupaten Jeneponto belum efisien jika dilihat dari nilai margin pemasaran yang diperoleh dari para pelaku. Masalah prioritas yang terjadi pada pelaku rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto yakni harga ditentukan oleh pedagang (ditingkat petani), pasokan garam yang di dapatkan oleh petani kurang dan tidak kontinyu (ditingkat penyalur), dan strategi pemasaran yang dilakukan cukup sederhana (ditingkat pasar). Dari hasil analisis data mengenai posisi usaha menggunakan analisis SWOT menunjukkan usaha garam rakyat di Kabupaten Jeneponto berada dalam fase pertumbuhan usaha. Sehingga, strategi yang cocok diterapkan untuk meningkatkan kesejahteraan petani garam dengan menggunakan strategi SO (*Strength-Opportunities*).

Kata kunci : Rantai Pasok, Fishbone Diagram, AHP, SWOT, Garam



ABSTRACT

IIS TRISTIANA ISWAN (P1000216017). *The Analysis of Supply Chain and Strategy for Salt Business Development in Jeneponto Regency* (supervised by **Mahyuddin** and **Sitti Fakhriyah**).

This aims of this study are to (1) find out the supply chain map of salt business in Jeneponto Regency (2) analyze the priority problems that can cause lost of the supply chain of salt business in Jeneponto Regency, and (3) formulate a strategy to develop salt business suitable to improve welfare of salt farmers in Jeneponto Regency.

This research was conducted in Jeneponto Regency, South Sulawesi Province. The samples were collected using purposive sampling technique based on the consideration that Jeneponto Regency is a salt production center and has the potential to develop a salt business in South Sulawesi. Informants in this study were the main actors in the supply chain of salt business in Jeneponto Regency, consisting of producers, distributors and market centers. To find out the supply chain flow of salt in Jeneponto Regency, a qualitative descriptive analysis was used to look at the activities of the actors of salt supply chain. Then, a causal mapping was carried out using a fishbone diagram and priority problems using the Analytical Hierarchy Process (AHP). Next, the formulation a policy strategy using SWOT analysis.

The results indicate that the supply chain mechanism related to product flow, information flow, and financial flow in the supply chain of salt business in Jeneponto Regency is not efficient viewed from the value of marketing margins obtained by the actors of supply chain. Priority problems that occur in the supply chain of salt business in Jeneponto Regency are the price specified by the merchant (level farmer), the supply of salt were made by farmer less and not continuous (level dealer), and the marketing strategy is quite simple (level market). From the results of data analysis regarding the position of the business using SWOT analysis, it shows that the salt business in Jeneponto Regency is in a business growth phase. So as, a suitable strategy is applied to improve the welfare of salt farmers by using the SO (Strength-Opportunities) strategy.

Keywords: Supply Chain, Fishbone Diagram, AHP, SWOT, Salt



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
RIWAYAT HIDUP PENULIS	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	8
D. Manfaat	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Garam	10
B. Produksi Garam	11
C. Pemasaran Garam	15
D. Rantai Pasok	20
E. Analisis Diagram Fishbone	25
F. Analytic Hierarchy Process (AHP)	26
G. Analisis SWOT	28
H. Penelitian Terdahulu	30
I. Kerangka Konseptual	34
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Penentuan Informan	37
C. Teknik Pengumpulan Data	39
D. Jenis dan Sumber Data	39
E. Metode Analisis Data	40
Definisi Operasional	47
HASIL DAN PEMBAHASAN	49
Gambaran Umum Lokasi Penelitian	49
1. Kabupaten Jeneponto	49



2.	Perkembangan Komoditas Garam di Kabupaten Jeneponto	50
3.	Aktivitas Produksi Petani Garam di Kabupaten Jeneponto	53
B.	Karakteristik Informan	56
1.	Karakteristik Informan Petani Garam	57
2.	Karakteristik Informan Pedagang Garam	59
C.	Peta Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	67
1.	Gambaran Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	67
2.	Aktivitas Pelaku Rantai Pasok Usaha Garam	70
3.	Pemetaan Aliran Barang Dan Efisiensi Waktu Dalam Proses Mata Rantai Pasok Usaha Garam	86
4.	Pemetaan Aliran Uang Yang Bergulir Disepanjang Mata Rantai Pasok Usaha Garam	94
5.	Pemetaan Aliran Informasi Pada Mata Rantai Pasok Usaha Garam	99
6.	Saluran Distribusi pada Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	102
7.	Tingkat Efisiensi pada Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	104
D.	Analisis Masalah Prioritas pada Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	109
1.	Pemetaan Sebab-Akibat dengan Metode <i>Fishbone</i>	109
2.	Identifikasi Masalah Prioritas Rantai Pasok Usaha Garam Di Kabupaten Jeneponto	123
E.	Strategi Pengembangan Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	127
1.	Analisis Matriks IFAS	128
2.	Analisis Matriks EFAS	129
3.	Analisis Matriks IE (Internal-Eksternal)	131
4.	Alternatif Strategi Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Petani Garam di Kabupaten Jeneponto	132
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		141
A.	Kesimpulan	141
B.	Saran	142
DAFTAR PUSTAKA		144
LAMPIRAN		144



DAFTAR TABEL

No	Teks	Halaman
1	Data Produksi dan Konsumsi Garam Nasional (Dalam Ribuan Ton)	2
2	Matriks Analisis SWOT yang Dikembangkan Oleh Kearns	46
3	Perkembangan Jumlah Luas Areal Tambak Garam Di Kabupaten Jeneponto Tahun 2015 s/d 2019.	51
4	Jumlah Rumah Tangga Perikanan Tambak Garam Di Kabupaten Jeneponto Tahun 2015 s/d 2019.	51
5	Perkembangan Produksi Garam Di Kabupaten Jeneponto Tahun 2015 s/d 2019.	52
6	Karakteristik Informan Petani Garam di Kabupaten Jeneponto 2020.	57
7	Karakteristik Informan Pedagang Pengumpul di Kabupaten Jeneponto, 2020.	59
8	Karakteristik Informan Pedagang Besar di Kabupaten Jeneponto, 2020.	61
9	Karakteristik Informan Pabrik Pengolahan Garam Beryodium di Kabupaten Jeneponto, 2020.	63
10	Karakteristik Informan Distributor Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	64
11	Karakteristik Informan Pedagang Pengecer di Kabupaten Jeneponto, 2020.	65
12	Aktivitas Pelaku Utama Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	71
	Aktivitas Pelaku Pendukung Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	78



No	Teks	Halaman
14	Marjin Pemasaran Pada Saluran Pemasaran Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	106
15	<i>Farmer's share</i> Saluran Pemasaran Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	108
16	Pemetaan Permasalahan Sebab Akibat di Tingkat Petani Usaha Garam, Kabupaten Jeneponto, 2020.	110
17	Pemetaan Permasalahan Sebab Akibat Tingkat Penyalur Pada Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020	115
18	Pemetaan Permasalahan Sebab Akibat Tingkat Pasar Pada Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020	119
19	Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)	128
20	Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS)	130
21	Perumusan Strategi Matriks SWOT	133



DAFTAR GAMBAR

No	Teks	Halaman
1	Pola Distribusi Perdagangan Garam Nasional.	19
2	Aliran Barang dan Informasi dalam <i>Supply Chain</i>	22
3	Kerangka 5 (Lima) Pendorong Utama <i>Supply Chain</i> (Hugos, 2006)	24
4	Skema Kerangka Konseptual Analisis Rantai Pasok dan Strategi Pengembangan Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, Makassar, 2019	36
5	Kerangka <i>Diagram Fishbone</i>	42
6	Struktur AHP Identifikasi Masalah Prioritas dalam Analisis Rantai Pasok di Kabupaten Jeneponto, 2019	43
7	Proses Pembuatan Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020	56
8	Aliran Rantai Pasok Usaha Garam Di Kabupaten Jeneponto, 2020	69
9	Saluran Distribusi pada Rantai Pasok Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020	103
10	Pemetaan Diagram Tulang Ikan Tingkat Petani Usaha Garam, Kabupaten Jeneponto, 2020	111
11	Produksi Usaha Garam Rakyat, Kabupaten Jeneponto, 2020.	112
12	Kondisi Tempat Penyimpanan Garam Milik Petani, Kabupaten Jeneponto, 2020.	113
13	Peralatan Produksi Garam Milik Petani, Kabupaten Jeneponto, 2020	115
	Pemetaan Diagram Tulang Ikan Tingkat Penyalur Pada Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	116



No	Teks	Halaman
15	Pemetaan Diagram Tulang Ikan Tingkat Pasar Pada Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	120
16	Urutan Prioritas Masalah Rantai Pasok Usaha Garam Pada Tingkat Petani di Kabupaten Jeneponto, 2020.	124
17	Urutan Prioritas Masalah Rantai Pasok Usaha Garam Pada Tingkat Penyalur di Kabupaten Jeneponto, 2020.	125
18	Urutan Prioritas Masalah Rantai Pasok Usaha Garam Pada Tingkat Pasar di Kabupaten Jeneponto, 2020.	126
19	Analisis Matriks IE Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto	132
20	Kondisi Lahan Tambak Garam di Kecamatan Bangkala, Kabupaten Jeneponto, 2020	134
21	Koperasi Garam Pasar Untung Bersama Yang Saat Ini Bernama CV. Kristal Garamindo, Kabupaten Jeneponto, 2020.	135
22	Kristal Garam yang Diproduksi Petani Garam, Kabupaten Jeneponto, 2020.	136
23	Kondisi Infrastruktur Akses Jalan dan Kondisi Saluran Air Tambak Garam, Kabupaten Jeneponto, 2020.	137



DAFTAR LAMPIRAN

No	Teks	Halaman
1	Identitas Informan Petani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	149
2	Identitas Informan Pedagang Pengumpul Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	150
3	Identitas Informan Pedagang Besar Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	151
4	Identitas Informan Pedagang Pengecer Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	152
5	Jumlah Garam Yang di Produksi Petani di Kabupaten Jeneponto, 2020.	153
6	Penerimaan Petani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	154
7	Penerimaan Pedagang Pengumpul Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	155
8	Penerimaan Pedagang Besar Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	157
9	Penerimaan Pabrik Usaha Garam Beryodium (CV. Garam Kristalindo) di Kabupaten Jeneponto, 2020.	159
10	Penerimaan Distributor Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	161
11	Penerimaan Pedagang Pengecer di Kabupaten Jeneponto, 2020.	162
12	Nilai Penyusutan Alat Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	163
	ak Lahan Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	164



No	Teks	Halaman
14	Analisis Biaya Karung Ukuran 50 Kilogram Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	165
15	Analisis Biaya Sewa Mesin Pompa Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	166
16	Analisis Biaya Bahan Bakar Minyak (BBM) Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	167
17	Upah Tenaga Kerja Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	168
18	Analisis Biaya Angkut Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	169
19	Analisis Pendapatan Usahatani Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	170
20	Pemetaan Produk dan Harga Pada Saluran Pemasaran Garam di Kabupaten Jeneponto, 2020.	171
21	Penentuan Urutan Masalah Prioritas Pada Rantai Pasok Usaha Garam di Tingkat Petani, Kabupaten Jeneponto, 2020.	172
22	Penentuan Urutan Masalah Prioritas Pada Rantai Pasok Usaha Garam di Tingkat Penyalur, Kabupaten Jeneponto, 2020.	173
23	Penentuan Urutan Masalah Prioritas Pada Rantai Pasok Usaha Garam di Tingkat Pasar, Kabupaten Jeneponto, 2020.	174
24	Peta Administratif Kabupaten Jeneponto, Provinsi Sulawesi Selatan, 2020.	175
25	Foto-foto Pengambilan Data Penelitian, 2020.	176
26	Kuisisioner Penelitian Analisis Rantai Pasok dan Strategi Pengembangan Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto.	180



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Garam merupakan salah satu kebutuhan manusia yang mungkin tidak banyak menyadari arti pentingnya. Dalam dunia kesehatan, berdasarkan rekomendasi WHO tahun 2003, batas maksimum untuk konsumsi garam maksimal 1 (satu) sendok teh per orang perhari atau setara dengan 2.000 mg Natrium atau 5 gram per orang perhari (Kementerian Kesehatan RI, 2013). Bahkan tubuh kita ketika mengeluarkan keringat juga mengeluarkan mineral garam, dimana hal ini yang mungkin disadari oleh pengusaha yang kemudian memproduksi minuman elektrolit yang mengandung garam (NaCl) untuk menggantikan garam tubuh yang dikeluarkan melalui keringat.

Garam adalah salah satu komoditas agribisnis yang strategik, karena selain untuk dikonsumsi garam juga dijadikan sebagai bahan baku industri. Terdapat beberapa jenis garam diantaranya, garam untuk konsumsi, garam untuk pengasinan/pengawetan, dan garam untuk keperluan industri. Garam merupakan salah satu dari sembilan bahan pokok.

Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki 17.508 pulau dan memiliki garis pantai yang luas bahkan di kenal sebagai negara dengan garis pantai terpanjang kedua dunia yakni 99.093 kilometer. Hal tersebut

kan potensi sangat besar yang dimiliki untuk dapat memproduksi secara maksimal dan mampu menjadi negara sebagai sentra sil garam. Namun kenyataannya berbanding terbalik dengan kondisi



yang ada, hanya 26.024 hektar yang dapat dijadikan lokasi tambak garam. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor fisik meliputi topografi, klimatologi, dan salinitas, serta faktor sosial yaitu budaya masyarakat sekitar (Wirawan, 2017).

Indonesia saat ini belum mampu memenuhi kebutuhan garam dalam negeri. Pasokan garam yang ada tidak hanya didapatkan dari produksi sendiri, namun juga didapatkan dengan mengimpor garam dari luar negeri. Berdasarkan data Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian DPR RI (2017) jumlah produksi dalam negeri masih sangat kurang jika ingin memenuhi kebutuhan garam nasional. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Data Produksi dan Konsumsi Garam Nasional (Dalam Ribuan Ton)

Tahun	Produksi	Kebutuhan			Impor Garam
		Total	Konsumsi	Industri	
2011	1.100	3.200	1.400	1.800	2.600
2012	2.100	3.300	1.400	1.600	2.400
2013	1.088	3.600	1.550	2.050	2.000
2014	2.200	3.600	1.500	2.100	2.200
2015	1.900	3.400	1.700	1.700	2.200
2016	200	3.400	1.300	2.100	3.000

Sumber: Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian DPR RI, 2017.

Tabel 1 rasio produksi dan konsumsi garam nasional memang sangat tidak sebanding. Rata-rata kebutuhan garam nasional setiap tahunnya adalah 3,4 juta ton. Produksi dalam negeri hanya mampu memenuhi

sekitar 50 persen (rata-rata 1,7 juta ton per tahun). Untuk memenuhi kebutuhan tersebut pemerintah melakukan impor. Setiap



tahunnya, rata-rata impor garam Indonesia mencapai 2,3 juta ton (Pusat Kajian Anggaran Badan Keahlian DPR RI, 2017). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2018) impor garam sepanjang tahun 2017 mencapai 2,55 juta ton. Dan dari jumlah tersebut sekitar 2.3 juta ton didatangkan dari Australia, 251.6 ribu ton dari India, 2.7 ribu ton berasal dari Selandia Baru, sebanyak 486.75 ton dari Denmark, 300.14 ton berasal dari Jerman, dan sebanyak 1.1 ribu ton berasal dari negara lainnya.

Terdapat enam provinsi di Indonesia yang berpotensi untuk memproduksi garam, yaitu Nusa Tenggara Timur, Nusa Tenggara Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, dan terakhir Sulawesi Selatan. Sentra produksi garam di Sulawesi Selatan terletak di 4 (empat) tempat, yaitu Kabupaten Jeneponto, Kabupaten Pangkep, Kabupaten Takalar dan Kabupaten Selayar.

Sulawesi Selatan sendiri dikenal sebagai daerah maritim dengan berbagai kota atau daerah berpenduduk yang memiliki garis pantai. Panjang garis pantai di Sulawesi Selatan adalah 1.937 km (DKP Sulsel, 2017), sehingga sangat berpotensi untuk menghasilkan berbagai produk agribisnis berbasis perikanan dan kelautan, dimana garam merupakan salah satunya. Dari sekian panjang garis pantai yang dimiliki Sulawesi Selatan hampir 80% dari lahan tersebut yang dapat digunakan untuk memproduksi garam dimana terdapat luas areal potensial untuk produksi garam di Sulawesi

mencapai 1.962 ha.



Berdasarkan data DKP Sulsel (2017), Provinsi Sulawesi memiliki empat daerah yang memproduksi garam rakyat. Dimana pada tahun 2016, Kabupaten Jeneponto memproduksi 3.154,13 ton, Kabupaten Kepulauan Selayar memproduksi 5,00 ton, Kabupaten Pangkajene dan Kepulauan (Pangkep) memproduksi 418,58 ton, dan Kabupaten Takalar sebanyak 209,23 ton.

Kabupaten Jeneponto adalah salah satu sentra garam yang sudah dikenal sejak lama, daerah ini sendiri di Sulawesi Selatan sangat identik dengan produk garamnya. Kabupaten Jeneponto menjadi kabupaten penghasil produksi garam terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan dengan kontribusi sebesar \pm 110 ton/tahun (Haidawati, 2014). Bahkan, jika produksi garam di Kabupaten Jeneponto bisa mencapai 150.000 ton per tahun, maka daerah ini akan menjadi daerah penghasil garam terbesar di Indonesia dan dapat menyaingi Madura.

Walaupun dikenal sebagai daerah sentra garam dan telah berpengalaman dalam memproduksi garam dari generasi ke generasi, namun hampir tidak pernah kita dengar kisah sukses petani garam dari daerah ini, dan mungkin bagi orang-orang yang sering melintasi Kecamatan Bangkala yang merupakan salah satu kecamatan sentra produksi garam di Kabupaten Jeneponto ini, praktis dari tahun ke tahun masih dapat kita jumpai petani-petani garam yang menjajakan garam hasil produksinya di

alan. Metode pemasaran seperti ini sebagaimana kita ketahui adalah metode pemasaran yang paling sederhana, dimana produk



yang dihasilkan langsung ditawarkan di tempat tanpa ada nilai tambah, sehingga tingkat keuntungannya pun tidak dapat dimaksimalkan.

Berbagai macam persoalan yang timbul dalam pemenuhan kebutuhan garam bagi seluruh masyarakat. Masalah yang terjadi khususnya di Kabupaten Jeneponto dalam usaha garam tidak terlepas dari masalah produktivitas. Produksi garam di Kabupaten Jeneponto mengalami pasang surut. Hal ini terlihat dari data BPS Kabupaten Jeneponto (2018) pada tahun 2014 Kabupaten Jeneponto mampu memproduksi garam sebanyak 42.864,42 ton, kemudian terjadi peningkatan pada Tahun 2015 menjadi 51.237,90 ton, akan tetapi pada tahun 2016 malah terjadi penurunan drastis 60% produksi menjadi 21.316,00 ton dan kembali menurun pada Tahun 2017 menjadi 19.731,82 ton.

Penurunan produksi ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, yakni faktor cuaca dalam hal ini adalah La Nina, kualitas garam yang dihasilkan, proses distribusi yang belum optimal, proses produksi yang dilakukan secara sederhana dengan mengandalkan panas matahari, kapabilitas SDM yang rendah dan masih banyak lagi permasalahan-permasalahan yang menyebabkan produksi garam menurun.

Masalah cuaca merupakan masalah yang cukup besar dirasakan oleh petani garam. Petani di Kabupaten Jeneponto masih memproduksi garam dengan cara yang sederhana (tradisional) yakni dengan mengandalkan

matahari, atau dengan kata lain melakukan pengkristalan air laut menjadi garam dengan mengandalkan panas matahari.



Meski pada tahun 2017 harga garam melonjak tinggi berkisar Rp 700 hingga Rp 3.300/kg yang sebelumnya pada tahun 2016 harga garam Rp 300/kg (Hajar, 2017). Namun peningkatan harga jual garam tersebut tidak dirasakan langsung oleh petani garam di Kabupaten Jeneponto. Hal ini dikarenakan petani garam tidak menjual langsung kepada konsumen, melainkan menjualnya kepada para tengkulak yang membeli garam dengan harga yang rendah. Selain itu adanya impor garam dari luar negeri juga menjadi permasalahan tersendiri bagi petani garam, garam impor yang tujuannya digunakan untuk pemenuhan kebutuhan garam industri namun kenyataannya garam impor tersebut dijual bebas sebagai garam konsumsi.

Dengan berbagai macam persoalan tersebut menjadi bahan kajian yang menarik, mengingat pula adanya potensi pengembangan garam di Sulawesi Selatan khususnya Kabupaten Jeneponto. Aktor utama dalam hal ini adalah petani garam semestinya pula menjadi komponen dari industri ini yang memperoleh manfaat terbesar selain masyarakat secara umum. Berdasarkan uraian tersebut, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Analisis Rantai Pasok dan Strategi Pengembangan Usaha Garam di Kabupaten Jeneponto”**.

B. Rumusan Masalah

Kabupaten Jeneponto merupakan sentra produksi garam di Sulawesi dengan luas normatif areal penggaraman berkisar 970,10 ha dengan luas produktif usaha garam berkisar 810,00 ha (BPS Kabupaten Jeneponto, 2018) dan tersebar di empat kecamatan yaitu Kecamatan



Arungkeke, Tamalatea, Bangkala, dan Bangkala Barat sehingga rata-rata produksi garam di Kabupaten Jeneponto mampu mencapai \pm 110 ton/tahun (Haidawati, 2014). Namun pasokan garam dari Kabupaten Jeneponto ini tidak dapat memenuhi kebutuhan garam skala nasional. Dalam pelaksanaan proses produksi hingga kegiatan pemasaran usaha garam, tidak terlepas dari masalah-masalah yang dihadapi. Dalam kegiatan pemasaran garam, kegiatan hilir didominasi oleh industri-industri skala besar dan retail dengan jaringan yang kuat, sedangkan untuk kegiatan hulu (produksi garam) didominasi oleh kegiatan pengelolaan garam dengan teknologi yang sederhana. Hal ini yang membuat pihak-pihak tertentu memainkan perannya untuk mengambil keuntungan dari hal ini, mengingat garam merupakan komoditas strategis dan menjadi komoditas politik karena menjadi salah satu kebutuhan mendasar manusia. Permasalahan garam yang lainnya juga terjadi pada harga jual yang masih rendah dikalangan petani, pada bulan Juli 2019 harga garam petani garam hanya senilai Rp 300 – Rp 500 per kilogram. Padahal pada bulan sebelumnya harga garam masih bisa menembus angka Rp 800 – Rp 1.000 per kilogram.

Jatuhnya harga garam juga dikarenakan kualitas garam yang dihasilkan masih kurang dari standar yang diinginkan yakni kadar natrium klorida (NaCl) yang kurang dari 94 persen dan dikategorikan sebagai K2 dan K3. Sedangkan kualitas garam agar dapat diserap oleh PT.Garam

) dan perusahaan BUMN yang bergerak di bidang produksi dan



pemasaran garam, syarat kualitas garam salah satunya adalah minimum kadar 94 persen NaCl atau dikategorikan K1.

Permasalahan lain adanya impor garam untuk pemenuhan kebutuhan garam industri namun nyatanya dijual ke masyarakat luas sebagai garam konsumsi. Serta sumberdaya manusia dalam hal ini petani garam yang menggantungkan hidupnya pada usaha garam.

Berdasarkan uraian masalah yang dipaparkan tersebut, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana peta rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto?
2. Bagaimana masalah prioritas yang dapat menimbulkan kerugian pada rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha garam untuk peningkatan kesejahteraan petani garam di Kabupaten Jeneponto?

C. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi peta rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto.
2. Menganalisis masalah prioritas yang dapat menimbulkan kerugian pada rantai pasok usaha garam di Kabupaten Jeneponto.



rumuskan strategi pengembangan usaha garam yang sesuai untuk peningkatan kesejahteraan petani garam Kabupaten Jeneponto.

D. Manfaat

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan pengembangan pengetahuan di bidang penelitian agribisnis khususnya pada komoditi garam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti, sebagai bahan masukan untuk menambah pengetahuan dibidang agribisnis khususnya komoditi garam.

b. Bagi perguruan tinggi, sebagai referensi untuk dapat membantu mahasiswa atau peneliti lainnya dalam penyusunan penelitian.

c. Bagi masyarakat atau konsumen, sebagai bahan masukan dalam memilih komoditi garam dengan kualitas yang baik dan menambah pengetahuan tentang garam.

d. Bagi petani, sebagai bahan masukan untuk menambah pengetahuan mengenai pengelolaan garam yang lebih baik dan rantai pemasarannya.

e. Bagi Pemerintah, sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk merumuskan kebijakan yang strategis untuk peningkatan produksi garam di Sulawesi Selatan agar Sulawesi Selatan khususnya Kabupaten Jeneponto menjadi produsen garam terbesar di Indonesia dan mampu memenuhi pasokan kebutuhan garam nasional.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Garam

Garam merupakan komoditas yang keberadaannya sangat penting dan belum ada produk tertentu yang dapat menggantikannya berdasarkan aspek fungsi dan kegunaannya. Garam disamping menjadi bagian kebutuhan yang penting dalam kehidupan juga termasuk produk yang tidak memiliki substitusi (Suhelmi et al., 2013).

Secara fisik, garam merupakan benda padatan berwarna putih berbentuk kristal yang merupakan kumpulan senyawa dengan bagian terbesar Natrium Chlorida (> 80%) serta senyawa lainnya seperti Magnesium Chlorida, Magnesium Sulfat, dan Calcium Chlorida. Menurut Maulana, et al., (2017), garam mempunyai sifat atau karakteristik higroskopis yang berarti mudah menyerap air, *bulk density* (tingkat kepadatan) sebesar 0,8-0,9 dan titik lebur pada tingkat suhu 801^oC. Sumber garam yang didapat di alam berasal dari air laut, air danau asin, deposit dalam tanah, tambang garam, sumber air dalam tanah (Burhanuddin, 2001).

Terdapat tiga sumber utama garam, yang pertama adalah garam solar merupakan garam yang diperoleh dengan cara penguapan dari air garam

ng berasal dari laut maupun dari danau garam daratan. Kedua tambang garam atau garam sumber yang biasanya dinyatakan batu garam dan diperoleh dari pertambangan yang beroperasi



sedalam seribu kaki atau lebih dibawah permukaan bumi. Ketiga adalah garam yang diperoleh dari penguapan sinar matahari mengandung kotoran kimia dan mikroba halofisilis yang toleran terhadap garam, garam tambang atau garam sumber pada umumnya bebas dari kontaminasi organisme ini (Desrosier, 1988).

Secara umum, garam dibedakan menjadi dua bagian yakni garam untuk konsumsi dan garam untuk industri, hal tersebut tertuang pada Permenperin No.88/M-IND/PER/10/2014 dalam Salim dan Ernawati (2016) mengemukakan bahwa garam konsumsi merupakan garam yang digunakan untuk konsumsi masyarakat atau dapat diolah menjadi garam rumah tangga dan garam diet. Sedangkan, garam industri adalah garam yang digunakan sebagai bahan baku/bahan penolong yang digunakan pada proses produksi pada industri kimia, industri aneka pangan, industri farmasi, industri perminyakan, industri penyamakan kulit dan *water treatment*.

B. Produksi Garam

Produksi garam adalah menguapkan air laut dalam petak-petak di pinggir pantai baik dengan sinar matahari maupun pemanasan dengan api. Produksi garam dengan air laut pada perinsipnya terdiri dari 2 (dua) tahap yakni yang pertama adalah proses pemekatan (dengan penguapan airnya)

yang kedua adalah proses pemisahan garamnya (dengan kristalisasi), dikristalkan pada proses selanjutnya akan diperoleh garam.



Lokasi pembuatan garam harus memenuhi persyaratan antara lain lokasi landai, kedap air, air laut dapat naik ke lahan garam (dengan atau tanpa bantuan alat), lokasi juga bersih dari sumber air tawar, dengan curah hujan sedikit dan banyak sinar matahari untuk optimalnya penguapan air laut. Musim kemarau yang panjang akan memperkecil frekuensi turun hujan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi hasil pembuatan garam metode penguapan air laut dengan enersi sinar matahari tersebut adalah:

- Konsentrasi air laut, berkaitan dengan banyak sedikitnya jumlah garam yang terlarut didalam satu satuan volume air laut
- Kecepatan penguapan, berkaitan dengan banyaknya garam yang diperoleh; makin cepat air laut menguap, maka makin cepat diperoleh air tua (air garam jenuh) dan akan berakibat makin cepat terjadinya garam.
- Curah hujan, banyaknya hujan memberikan efek negatif pada proses pembikinan garam karena mengencerkan kembali air garam jenuh dan merusak galengan lahan garam.
- Air laut yang hilang karena Peresapan (porositas) tanah, karena hilangnya air laut yang meresap akan mempengaruhi jumlah produksi garam.

Proses produksi garam di Indonesia secara keseluruhan di produksi

teknik *solar evaporation* yaitu melakukan penguapan air laut tenaga sinar matahari. Proses ini dilakukan dengan dua cara yaitu



proses menguapkan air laut dengan panas matahari dan selanjutnya proses kristalisasi. Adapun proses *solar evaporation* secara detail dijelaskan Puska PDN (2014) dalam Salim dan Ernawati (2016);

1. Air laut dimasukkan ke dalam waduk penampungan pada saat pasang melalui saluran induk;
2. Dari waduk penampungan garam dipompa ke areal penguapan pada level yang tertinggi;
3. Dari areal penguapan yang mempunyai level paling tinggi air dialirkan secara gravitasi ke petak penguapan lainnya. Dalam perjalanannya air laut dipetak penguapan ini mendapatkan pemanasan sinar matahari dan hembusan angin sehingga terjadilah penguapan, hingga air laut menjadi jenuh (konsentrasi air garam tinggi atau pekat);
4. Air laut yang jenuh dialirkan ke petak kristalisasi untuk mengkristalkan garam;
5. Di petak kristalisasi ini, garam dibiarkan mengendap dengan jangka waktu:
 - Pegaraman Rakyat tiap umur garam 4-6 hari lalu dipanen
 - Pegaraman PT. Garam tiap umur +/- 10 hari lalu dipanen
6. Garam yang sudah dipungut lalu diangkut ke gudang untuk diproses lebih lanjut.
 - Langsung dikarungi dan dijual sebagai garam bahan baku



dicuci (*washing*), dikeringkan (*drying*) dan digiling (*crushing*) menjadi garam meja (halus)

Teknologi pembuatan garam rakyat masih tradisional menurut PDN (2014) dalam Salim dan Ernawati (2016), baik ditinjau dari peralatannya maupun proses produksinya, yaitu;

- Tata letak: Petakan trap luasan kecil (waduk kecil, paminihan yang kadang-kadang merangkap sebagai meja kristalisasi; di beberapa tempat disediakan tempat timbunan garam. Luas areal per unit pengaraman adalah 0,5-3 hektar.
- Pungutan: Pungutan garam langsung di atas lantai tanah. Umur pungutan garam 3-5 hari; cara pungutan dengan menggunakan tenaga manusia (padat karya).
- Pengangkutan dan *handling*: dipikul, sepeda, *pick-up* mini.

Beberapa tahap proses produksi garam yang perlu dijalankan, berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian (2015) adalah:

- a. Persiapan dilakukan paling lambat 2 (dua) minggu sebelum musim kemarau tiba dengan demikian produksi garam dapat dimulai tepat diawal 10 musim kemarau dan pekerjaan persiapan adalah berupa memperbaiki kembali semua saluran, tanggul-tanggul kolam pengaraman, pintu-pintu air laut/garam dari satu kolam ke kolam lainnya, memperbaiki dasar tanah dengan mengeraskan dasar lahan petak atau kolam garam, membersihkan (dari lumpur dan kotoran-kotoran kolam–kolam kristalisasi) tempat pencucian dan pengeringan

m, persiapan penempatan kembali pompa air laut (jika diperlukan) kincir angin, mempersiapkan alat pengambil kristal garam



(penggarauk). Pekerjaan persiapan ini dilakukan pada demplot yang dioperasikan sebelumnya.

- b. Manajemen air laut untuk memperoleh air laut yang cukup sepanjang musim kemarau, melakukan pemeliharaan saluran air.
- c. Melaksanakan sistem penguapan dan kristalisasi.
- d. Melakukan pengawasan atau pengecekan kadar garam (kepekaan air laut), pengukuran dapat dilakukan dengan menggunakan alat Baumemeter (Be).
- e. Melakukan pemanenan garam yang sudah cukup tua (kadar garam tinggi). Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan waktu kristalisasi (sebaiknya dibiarkan selama 5 hari di kolam pengkristalan). Selain itu di upayakan agar garam yang dipanen tidak tercampur tanah atau lumpur.
- f. Melakukan pembilasan atau pencucian garam setelah dipanen. Hal ini perlu dilakukan agar garam bersih dari kotoran tanah atau lumpur. Pencucian harus dilakukan dengan larutan garam pekat (dapat dilakukan dengan menggunakan air laut sisa kristalisasi).
- g. Melakukan penirisan garam di tempat pengeringan agar kadar air turun, kadar air garam yang rendah akan meningkatkan mutu garam.

C. Pemasaran Garam

Sistem pemasaran garam Indonesia diduga relatif tidak efisien dan

yang memberatkan petani garam. Pernyataan tersebut didukung oleh laporan Kementerian Kelautan dan Perikanan (2016) bahwa struktur manajemen pada sektor hulu didominasi oleh petani yang berskala kecil



(terfragmentasi) dengan jumlah petani yang besar serta kelembagaan petani yang relatif lemah menyebabkan petani tidak memiliki posisi tawar yang kuat dalam rantai atau saluran pemasaran. Sebaliknya pada sektor hilir didominasi oleh industri skala besar dengan jaringan yang kuat, sehingga ketidakseimbangan tersebut membuat keuntungan dalam saluran pemasaran lebih dinikmati oleh industri hilir.

Produsen garam di Indonesia secara umum dapat dibedakan menjadi dua yaitu: 1) Pegaraman PT. Garam (Persero); dan 2) Petani garam atau pemilik garam swasta. Dari total produksi garam nasional yang dihasilkan, sekitar 70% garam berasal dari petani garam atau pemilik garam swasta (Kemala, 2013). Data dari Kementerian Kelautan dan Perikanan (2015) menunjukkan total produksi nasional sebesar 2,84 juta ton dengan proporsi produksi garam rakyat sebesar 2,49 juta ton atau lebih dari 85% dari total produksi dan sisanya merupakan produksi dari PT. Garam.

Secara umum pasar garam di Indonesia adalah untuk kebutuhan garam konsumsi dan garam industri. Kelompok kebutuhan garam konsumsi dibedakan menjadi tiga jenis yaitu *foodgrade* dengan kandungan NaCl 97%, *medium grade* dengan kadar NaCl 94,7%-97% dan *low grade* dengan kadar NaCl 90 – 94,7%. Sementara untuk garam industri, secara garis besar dapat dibedakan menjadi tiga yaitu garam industri perminyakan dengan kadar NaCl 95% - 97%, garam industri lainnya (industri kulit, industri

abrik es dan lain-lain) dengan kadar NaCl minimal 95% dan Garam



Industri *Chlor Alkali Plant* (CAP) dan Industri Farmasi minimal 99,8% (Permenperin Nomor: 88/M-IND/PER/10/2014).

Produksi garam yang dihasilkan oleh produsen garam di Indonesia yaitu PT. Garam (Persero) dan garam rakyat pada prinsipnya pangsa pasarnya adalah untuk kebutuhan bahan baku garam konsumsi. Namun pada kenyataannya, hanya garam yang dihasilkan oleh PT. Garam (Persero) yang memenuhi syarat mutu garam konsumsi beryodium dan untuk garam industri perminyakan dan garam industri lainnya dengan kadar NaCl sebesar 95-97%. Sementara untuk garam rakyat, garam yang dihasilkan memiliki kadar NaCl kurang dari 95% dengan kualitas campuran garam mutu rendah dan menengah yang memerlukan pengolahan lebih lanjut untuk memenuhi bahan baku garam beryodium. Kebutuhan garam industri CAP, garam industri farmasi maupun industri pangan tertentu hingga saat ini masih harus dipenuhi melalui impor. Kondisi inilah yang hingga sekarang menimbulkan berbagai polemik, mengapa Indonesia harus mengimpor garam sementara sumber daya yang diperlukan untuk memproduksi garam di Indonesia melimpah (Boenarco, 2012).

Struktur industri garam beryodium di Indonesia berdasarkan direktori industri dari Kementerian Perindustrian (2016) menunjukkan struktur yang kompetitif dengan jumlah lebih dari 150 perusahaan. Namun dalam realitasnya, hanya beberapa perusahaan yang menguasai pasar garam

baku konsumsi di Indonesia. Penguasaan struktur pasar garam
m oleh beberapa perusahaan diperkuat oleh adanya kebijakan



pemerintah sebelumnya yang menunjuk 10 perusahaan Importir Produsen (IP) untuk mengimpor garam yaitu PT. Garam (Persero), PT. Garindo Sejahtera Abadi, PT. Sumatraco, PT. Budiono, PT. Susanti Megah, PT. Unichem, PT. Sumatera Palm Raya, PT. Surya Mandiri Utama, PT. Graha Reksa Manunggal dan PT. Saltindo Perkasa. Kesepuluh perusahaan inilah yang secara normatif harus menyerap garam rakyat sebesar 50% sebelum mendapat izin melakukan impor garam.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang terjadi, secara umum struktur pasar garam di Indonesia cenderung berbentuk oligopoli. Dengan struktur pasar yang oligopolistik berdampak pada penguasaan pasar garam yang kuat sehingga diindikasikan menimbulkan praktek kartel di dalamnya. Tiga modus praktek kartel menurut KPPU (kkpnews.kkp.go.id, 2015) yaitu:

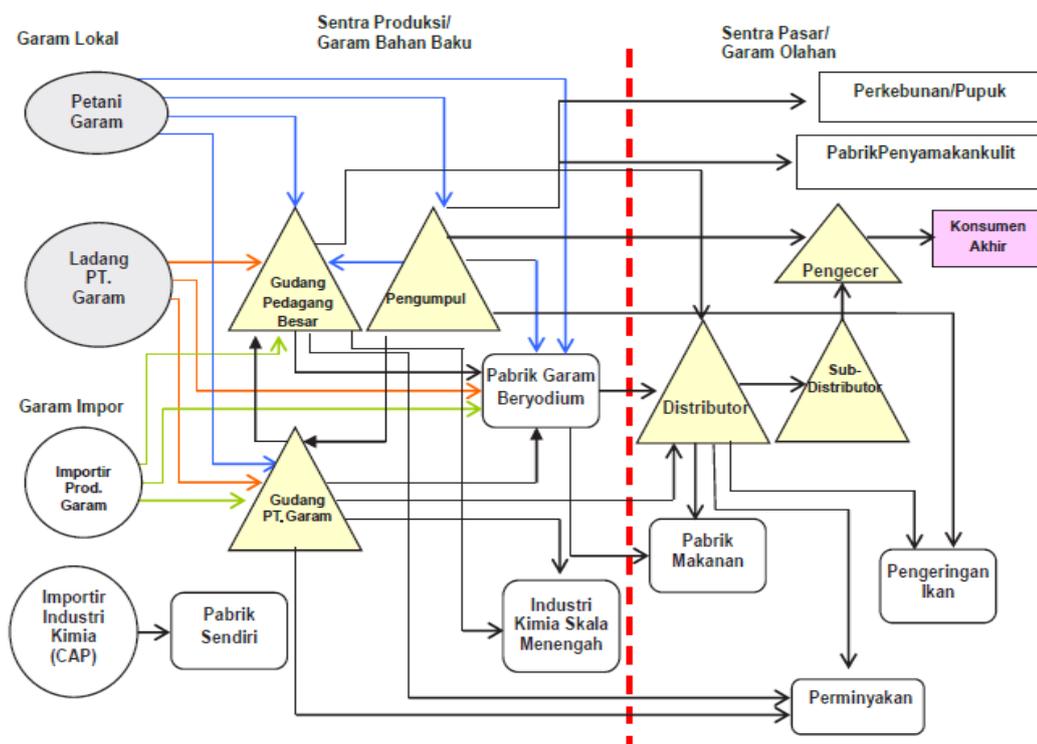
- 1) Pengambilan marjin keuntungan yang berlipat karena disparitas harga garam impor yang jauh lebih murah dibandingkan dengan garam lokal;
- 2) Pembelian garam petani hanya oleh sekelompok usaha yang menekan harga garam petani lokal;
- 3) Kombinasi dari modus pertama dan kedua yaitu dengan memasukkan garam impor ke pasar garam lokal sehingga harga garam lokal tertekan turun. Modus ketiga dilakukan untuk menyasati peraturan yang mewajibkan IP untuk menyerap garam lokal.

Rantai pasokan perdagangan garam secara nasional menunjukkan

yang kompleks sebagaimana tampak pada Gambar 1. Seluruh fungsi perdagangan terlibat dalam rantai distribusi perdagangan garam,



termasuk di dalamnya importir yang mendistribusikan garam dari luar negeri ke Indonesia. Kelembagaan utama yang terlibat dalam rantai pasokan garam dari hulu ke hilir adalah petani garam, PT. Garam, importir, pengumpul, pedagang besar, produsen garam beryodium, distributor, sub distributor, pedagang eceran dan konsumen. Berdasarkan analisis lapangan dari Pusat Kebijakan Perdagangan Dalam Negeri (2012) dalam Salim dan Ernawati (2016), rantai pasokan perdagangan garam dibedakan menjadi dua yaitu sisi sentra produksi yang merujuk pada garam bahan baku dan sentra pasar yang merujuk pada garam olahan.



Sumber: Puska PDN (2012)

Gambar 1. Pola Distribusi Perdagangan Garam Nasional.



D. Rantai Pasok

Rantai pasok adalah upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan secara terintegrasi untuk meningkatkan efisiensinya melalui mata rantai supplier yang terkait, mulai dari supplier awal (*raw material supplier*) hingga pelanggan akhir (*end customer*). Upaya ini dilakukan dengan meningkatkan komunikasi dan kerjasama yang lebih baik dalam setiap kaitan rantai perusahaan, yang terlibat dalam penciptaan produk (Kosasih, 2009).

Rantai pasok juga merupakan sekumpulan aktivitas dan keputusan yang saling terkait untuk mengintegrasikan pemasok, manufaktur, gudang, jasa transportasi, pengecer, dan konsumen secara efisien (Herjanto, 2008). Untuk itu, barang dan jasa akan terdistribusi dengan jumlah, waktu, serta lokasi yang tepat sehingga dapat meminimalkan biaya tambahan yang harus dikeluarkan oleh pelaku usaha.

Ballou (2004) menyatakan rantai pasok mencakup semua aktivitas (transportasi, pengendalian persediaan, dan sebagainya) yang membutuhkan waktu di sepanjang jaringan untuk mengubah bahan baku menjadi barang jadi serta informasi yang diteruskan ke pelanggan akhir dan memiliki nilai tambah bagi pelanggan. Pujawan (2010) dalam bukunya berpendapat rantai pasok adalah cara untuk menghasilkan nilai sehingga mencapai keunggulan bersaing, yaitu nilai untuk pelanggan dan pemasok di dalam perusahaan, dan nilai untuk *stakeholder* perusahaan.

masing-masing segmen dari rantai pasok diatur secara terpisah (sendiri) yang lebih fokus pada tujuannya masing-masing. Rantai



pasok mencakup semua aktivitas yang berhubungan dengan aliran dan transformasi barang dan jasa dari bahan baku menjadi barang jadi kepada pelanggan. Tujuan dari rantai pasok adalah untuk mencapai kepuasan pelanggan. Rantai pasok mencakup empat proses yang penting, yaitu memperoleh pesanan pelanggan, memperoleh bahan baku dan komponen pendukung dari pemasok, memproduksi pesanan, dan memenuhi pesanan pelanggan (Deveriky et al., 2014).

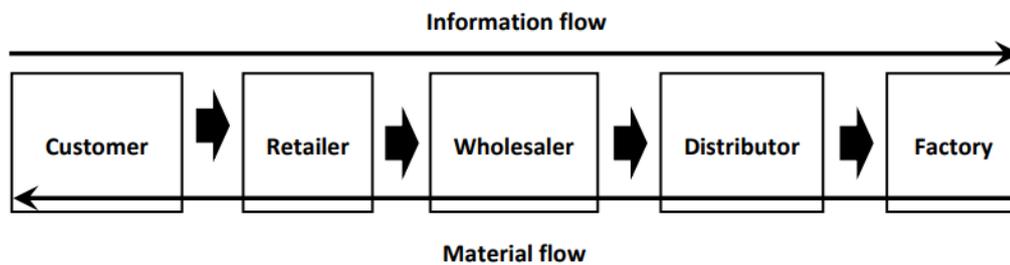
Furqon (2014) mengemukakan bahwa rantai pasokan merupakan segala aktivitas yang terintegrasi termasuk didalamnya juga aliran informasi yang berkaitan dengan tiga aspek, yaitu: (1) sumber; (2) proses produksi, dan (3) proses penghantaran produk. Selain itu, terdapat tiga komponen dalam rantai pasokan, yaitu :

- 1) Rantai pasokan hulu (*upstream supply chain*), meliputi berbagai aktivitas perusahaan dengan para penyalur, antara lain berupa pengadaan bahan baku dan bahan pendamping.
- 2) Rantai pasokan internal (*internal supply chain*), meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan sampai pada proses produksi. Aktivitas utamanya antara lain produksi dan pengendalian persediaan.
- 3) Rantai pasokan hilir (*downstream supply chain*), meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan. Fokus

aktivitasnya adalah distribusi, pergudangan, transportasi dan manajemen persediaan.



Simulasi aliran barang dan informasi dalam rantai pasokan dapat digambarkan Russel and Taylor (2009) dalam Furqon (2014) sebagai berikut:



Gambar 2. Aliran Barang dan Informasi dalam *Supply Chain*.

Pada suatu *supply chain* biasanya ada 3 macam aliran yang harus dikelola. Pertama adalah aliran barang yang mengalir dari hulu (*upstream*) ke hilir (*downstream*). Contohnya adalah bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik. Setelah produk selesai diproduksi, mereka dikirim ke distributor, lalu ke retailer, kemudian ke pemakai akhir. Yang kedua adalah aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu. Yang ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir ataupun sebaliknya.

Informasi tentang ketersediaan kapasitas produksi yang dimiliki oleh supplier juga sering dibutuhkan oleh pabrik. Informasi tentang status pengiriman bahan baku sering dibutuhkan oleh perusahaan yang mengirim maupun yang akan menerima. Bersama-sama bekerja untuk menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan-

perusahaan tersebut biasanya termasuk supplier, pabrik, distributor, toko ritel, serta perusahaan-perusahaan pendukung seperti perusahaan



jasa logistik. Sebuah rantai pasok akan memiliki komponen-komponen yang biasanya disebut *channel*. Misalnya ada raw material, transportasi, manufaktur, pergudangan, distributor, ritel, dan konsumen terakhir (Hugos, 2006).

Menurut Hugos (2006) untuk meningkatkan dan mencapai *supply chain* yang efektif, perusahaan harus mengambil keputusan secara individu atau kolektif sehubungan dengan aksi perusahaan dalam 5 (lima) pendorong utama rantai pasok, yaitu:

1. Produksi (*Production*).

Barang apa yang diinginkan pasar? Berapa banyak barang tertentu harus diproduksi dan kapan? Aktivitas ini mencakup *Master Production Schedules* (MPS) yang berhubungan dengan kapasitas produksi, keseimbangan batas kerja, pengendalian kualitas, dan pemeliharaan peralatan.

2. Persediaan (*Inventory*).

Persediaan apa yang harus distok di setiap level rantai pasok? Berapa banyak persediaan bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi? Tujuan utama persediaan adalah berperan sebagai penyangga (*buffer*) dalam ketidakpastian dalam rantai pasok. Bagaimanapun juga, memiliki persediaan barang bisa mengakibatkan besarnya biaya, sehingga harus diketahui tingkat persediaan barang yang optimal dan titik pemesan

pali.



3. Lokasi (*Location*).

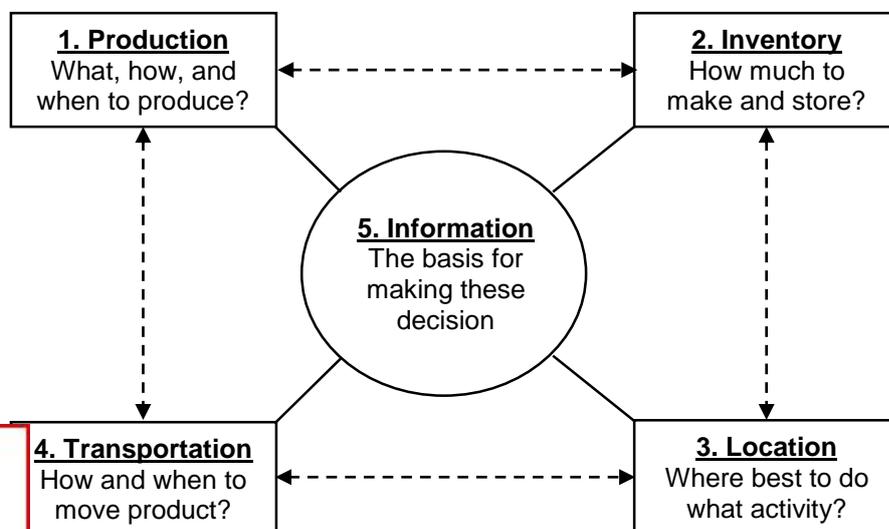
Dimana seharusnya lokasi fasilitas untuk produksi dan penyimpanan barang? Dimana lokasi yang paling efisien untuk produksi dan penyimpanan barang? Apakah fasilitas yang sekarang masih bisa digunakan atau harus membangun yang baru? Setelah keputusan dibuat maka dapat ditentukan jalur yang memungkinkan bagi pergerakan barang melalui pengiriman ke pelanggan akhir.

4. Transportasi (*Transportasi*).

Bagaimana persediaan dipindahkan dari satu lokasi rantai pasok ke lokasi lain.

5. Informasi (*Information*).

Berapa banyak data yang harus dikumpulkan dan berapa banyak informasi yang harus dibagi? Informasi yang tepat waktu dan akurat berperan penting bagi koordinasi dan pengambilan keputusan yang lebih baik.



3. Kerangka 5 (Lima) Pendorong Utama *Supply Chain* (Hugos, 2006)



Kombinasi yang tepat dari kemampuan menanggapi dan efisiensi di setiap pendorong yakni produksi (*production*), persediaan (*inventory*), lokasi (*location*), transportasi (*transportation*) dan informasi (*information*) dapat meningkatkan kemampuan *supply chain*. Sementara, secara simultan akan menurunkan biaya persediaan dan operasional.

E. Analisis Diagram Fishbone

Fishbone diagram (diagram tulang ikan) sering juga disebut *Cause and Effect* Diagram atau Ishikawa Diagram diperkenalkan oleh Dr. Kaoru Ishikawa, seorang ahli pengendalian kualitas dari Jepang, sebagai satu dari tujuh alat kualitas dasar (*7 basic quality tools*). Fishbone diagram digunakan ketika kita ingin mengidentifikasi kemungkinan penyebab masalah dan terutama ketika sebuah team cenderung jatuh berpikir pada rutinitas (Tague, 2005).

Analisa tulang ikan juga dipakai untuk mengkategorikan banyaknya potensi penyebab masalah atau isu-isu dalam cara yang tertib dan dapat mengidentifikasi akar penyebab. Alat ini juga membantu kita dalam menganalisis apa yang sesungguhnya terjadi dalam proses. Yaitu dengan cara memecah proses menjadi sejumlah kategori yang berkaitan dengan proses, mencakup manusia, material, mesin, prosedur, kebijakan dan sebagainya (Imamoto et al., 2008).



gram fishbone pertama digunakan sebagai alat *quality management tools* dengan 5 kategori yakni: *manpower* (tenaga kerja), *equipment* (mesin, peralatan, dan infrastruktur), *methods* (metode dan

prosedur kerja), *materials* (material bahan baku utama, dan bahan baku penolong), *media* (media, lingkungan kerja dan waktu kerja). Perkembangan lebih lanjut, memunculkan beberapa kategori seperti *motivation* (motivasi) dan *money* (uang). Adapun kebutuhan-kebutuhan yang mendasari penggunaan diagram fishbone adalah sebagai berikut:

- a. Membantu mengidentifikasi akar penyebab masalah.
- b. Membantu untuk mendapatkan ide-ide untuk solusi.
- c. Membantu untuk pencarian fakta lebih lanjut tentang masalah.
- d. Pada diagram ini ada yang disebut sebagai tulang utama yaitu mewakili akibat atau suatu masalah sedangkan tulang-tulang yang lain disebut sebab-sebab, lalu ada sub-sub tulang yang mewakili sebab-sebab yang lebih rinci lagi dan seterusnya (Gasperz, 2002).

F. Analytic Hierarchy Process (AHP)

Metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) merupakan teori umum mengenai pengukuran. Empat macam skala pengukuran yang biasanya digunakan secara berurutan adalah skala nominal, ordinal, interval dan rasio. Skala yang lebih tinggi dapat dikategorikan menjadi skala yang lebih rendah, namun tidak sebaliknya. Pendapatan per bulan yang berskala rasio dapat dikategorikan menjadi tingkat pendapatan yang berskala ordinal atau kategori (tinggi, menengah, rendah) yang berskala nominal. Sebaliknya jika

tidak dilakukan pengukuran data yang diperoleh adalah kategori atau data yang berskala lebih tinggi tidak dapat diperoleh. AHP mendasari sebagian permasalahan itu (Saaty, 2001).



AHP digunakan untuk menurunkan skala rasio dari beberapa perbandingan berpasangan yang bersifat diskrit maupun kontinu. Perbandingan berpasangan tersebut dapat diperoleh melalui pengukuran aktual maupun pengukuran relatif dari derajat kesukaan, atau kepentingan atau perasaan. Dengan demikian metode ini sangat berguna untuk membantu mendapatkan skala rasio dari hal-hal yang semula sulit diukur seperti pendapat, perasaan, perilaku dan kepercayaan (Saaty, 2001).

Penggunaan AHP dimulai dengan membuat struktur hirarki atau jaringan dari permasalahan yang ingin diteliti. Di dalam hirarki terdapat tujuan utama, kriteria-kriteria, sub kriteria-sub kriteria dan alternatif-alternatif yang akan dibahas. 13 Perbandingan berpasangan dipergunakan untuk membentuk hubungan di dalam struktur. Hasil dari perbandingan berpasangan ini akan membentuk matrik dimana skala rasio diturunkan dalam bentuk eigen vektor utama atau fungsi-eigen. Matrik tersebut berciri positif dan berbalikan, yakni $a_{ij} = 1/a_{ji}$ (Saaty,2001).

Tahapan-tahapan pengambilan keputusan dalam metode AHP pada dasarnya adalah sebagai berikut :

- a) Mendefinisikan masalah dan menentukan solusi yang diinginkan.
- b) Membuat struktur hirarki yang diawali dengan tujuan umum, dilanjutkan dengan kriteria-kriteria dan alternatif-alternatif pilihan yang ingin dirangking.



... membentuk matriks perbandingan berpasangan yang menggambarkan distribusi relatif atau pengaruh setiap elemen terhadap masing-masing

tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya. Perbandingan dilakukan berdasarkan pilihan atau judgement dari pembuat keputusan dengan menilai tingkat tingkat kepentingan suatu elemen dibandingkan elemen lainnya.

- d) Menormalkan data yaitu dengan membagi nilai dari setiap elemen di dalam matriks yang berpasangan dengan nilai total dari setiap kolom.
- e) Menghitung nilai eigen vector dan menguji konsistensinya, jika tidak konsisten maka pengambilan data (preferensi) perlu diulangi. Nilai eigen vector yang dimaksud adalah nilai eigen vector maximum yang diperoleh dengan menggunakan matlab maupun dengan manual.
- f) Mengulangi langkah 3, 4, dan 5 untuk seluruh tingkat hirarki.
- g) Menghitung eigen vektor dari setiap matriks perbandingan berpasangan. Nilai eigen vektor merupakan bobot setiap elemen. Langkah ini untuk mensintesis pilihan dalam penentuan prioritas elemen-elemen pada tingkat hirarki terendah sampai pencapaian tujuan.
- h) Menguji konsistensi hirarki. Jika tidak memenuhi dengan $CR < 0, 100$ maka penilaian harus diulang kembali.

G. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2013), analisis SWOT diartikan sebagai: “analisa

dasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*)”. Analisis



SWOT merupakan salah satu instrumen analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi yang berhasil. Analisis SWOT merupakan singkatan dari *strength* (kekuatan), *opportunities* (peluang), *weakness* (kelemahan), dan *threats* (ancaman).

Dalam dunia usaha, setiap pebisnis perlu melakukan analisis keempat kategori dalam analisis SWOT. Hal ini dikarenakan, dalam menentukan strategi yang tepat dalam memasarkan produk ataupun jasa, haruslah ditetapkan dengan pertimbangan yang matang dengan menganalisis situasi yang terjadi baik internal maupun eksternal. Oleh sebab itulah, SWOT menjadi salah satu instrumen yang digunakan dalam melakukan analisis sebelum mengambil keputusan dalam suatu organisasi.

Seberapa besar pengaruh yang dapat diberikan dari hasil analisis SWOT terhadap jalannya usaha tersebut tergantung pada kemampuan para penentu strategi perusahaan untuk mampu memaksimalkan peranan kekuatan sebagai alat untuk meminimalisasi kelemahan yang terdapat dalam perusahaan tersebut dan menekan dampak ancaman yang timbul dan harus dihadapi. Hasil yang diharapkan tentunya dapat dicapai dengan pemilihan dan penentuan strategi yang efektif oleh para penentu strategi.



H. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi dalam penelitian rantai pasok dan strategi pengembangan pada usaha garam di Kabupaten Jeneponto difokuskan pada penggunaan konsep atau *grand theory*, metode yang digunakan, serta hasil penelitian. Dengan memahami hasil penelitian terdahulu maka dapat diperoleh intisari mengenai keunggulan dan keterbatasan dari segi teori maupun metodologi pada masing-masing penelitian terdahulu yang berdampak pada peningkatan kualitas hasil penelitian.

Pertama adalah penelitian oleh Kipdiyah S., Musa Hubels, dan Budi Suharjo (2013) dengan judul “Strategi Rantai Pasok Sayuran Organik Berbasis Petani di Kecamatan Pangalengan, Kabupaten Bandung (*Supply Chain Strategy Development Based on Farmer of Organic Vegetables in Pangalengan Sub-District, Bandung*)”. Penelitian ini menggunakan metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis faktor internal melalui matriks IFE, analisis faktor eksternal EFE, analisis SWOT, analisis AHP.

Dalam penelitian ini peneliti menyimpulkan rantai pasok sayuran di Kecamatan Pangalengan meliputi pemasok bibit, petani, pedagang atau pengumpul, perusahaan, penjual/eksportir, pasar luar negeri, pasar tradisional dan ritel/supermarket. Panjang, ataupun pendeknya suatu rantai

sayuran tersebut tergantung dari pengelolaan manajemen rantai pasok yang dilakukan oleh para Poktan di Pangalengan itu sendiri. Setiap anggota



atau pelaku rantai pasokan sayuran di Pangalengan mempunyai peran berbeda. Pada tingkatan produsen, pelakunya pemasok bibit dan petani (Poktan) yang melakukan budidaya bibit dan sayuran; ditingkat distributor, pelakunya pedagang atau pengumpul, perusahaan dan eksportir; ditingkat konsumen, terdapat pelaku yang memasarkan sayuran di pasar luar negeri, pasar tradisional, ritel/supermarket dan masyarakat umum.

Hasil perhitungan matriks IFE terlihat bahwa sayuran yang diproduksi aman dikonsumsi sebagai kekuatan utama dalam strategi produksi sayuran organik di Pangalengan. Kelemahan utamanya keterbatasan modal. Dukungan pemerintah merupakan peluang yang besar di Pangalengan dalam menuju pertanian organik. Ancaman utama yang dihadapi dalam produksi sayuran organik di Pangalengan, antara lain iklim dan cuaca tidak menentu yang memengaruhi hasil produksi. Berdasarkan perumusan alternatif strategi diperoleh alternatif strategi prioritas utama dan kedua yang berkaitan dengan pemasaran, yaitu memperluas pasar/kemitraan serta mempermudah saluran distribusi; dan melakukan riset pasar sayuran organik dan merencanakan pengembangan pemasaran. Alternatif strategi ketiga mengenai pembinaan/pengawasan, yaitu fasilitasi dan dukungan pemerintah, serta asosiasi antar petani. Alternatif keempat merupakan strategi dalam hal kekurangan yaitu memantau dan mengawasi harga.

Penelitian yang kedua adalah “Analisis Manajemen dan Kinerja Rantai

Agribisnis Buah Stroberi Di Kabupaten Bandung” oleh Furqon C.

Penelitian menggunakan metode analisis penelitian kualitatif dengan



dukungan data-data kuantitatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa secara umum rantai pasokan stroberi di Kabupaten Bandung mengikuti pola yang termasuk kategori multi saluran. Manajemen rantai pasokan stroberi di Kabupaten Bandung, di satu sisi masih termasuk kategori tradisional, dimana mayoritas petani (kecil, menengah) langsung menjual kepada pedagang pengumpul tanpa melakukan sortasi dan grading, atau yang dikenal dengan sistem abres. Proses sortasi dan grading dilakukan oleh antara lain pedagang pengumpul, supplier. Sementara itu di sisi lainnya, manajemen rantai pasokan stroberi juga telah memiliki pola kemitraan (*partnership*), dimana telah ada kontrak kerjasama, biasanya terjadi pada tingkat *supplier (middle man)* dengan supermarket, restoran, hotel, juga dengan pedagang besar di tujuan-tujuan pasar. Di Kawasan Pasir jambu, Ciwidey, Rancabali (Paciran) sudah terdapat asosiasi yang menaungi para petani untuk kepentingan koordinasi, perolehan bibit, pengelolaan persediaan, pemasaran, dan sebagainya.

Terdapat beberapa faktor pendorong dalam mengembangkan agribisnis stroberi di Kabupaten Bandung, antara lain, potensi pengembangan stroberi sebagai agrowisata, pola tanam yang fleksibel, permintaan stroberi yang tinggi, dan berkembangnya industri-industri pengolahan stroberi. Sementara itu faktor-faktor penghambat dalam mengembangkan agribisnis stroberi di Kabupaten Bandung, terkait dengan

an-persoalan; biaya, pemasaran, dan kelembagaan rantai pasok,



kesulitan memperoleh bibit yang berkualitas, media tanam yang memiliki komposisi terbaik, pengolahan pasca panen, perubahan iklim, dan penerapan sop budidaya stroberi yang belum optimal.

Dari hasil analisis kinerja rantai pasokan dapat diketahui bahwa rantai pasokan stroberi di Kabupaten Bandung termasuk kategori tidak efisien, terlihat dari Marjin keseluruhan yang sangat besar, dalam arti masing-masing anggota rantai pasokan mengeluarkan biaya yang besar serta menarik keuntungan yang besar pula, maka pada umumnya hal tersebut menggambarkan bahwa rantai pasokan termasuk kategori panjang dengan anggota rantai pasoknya termasuk banyak pula. Semakin besar persentase Marjin, maka kinerja rantai pasok semakin tidak efisien, sebagai akibatnya konsumen akhir memperoleh produk dengan harga yang relatif mahal dibandingkan dengan biaya produksinya.

Berikutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Hidayat A., Sri Ayu Andayani, dan Jaka Sulaksana (2017) dengan judul “Analisis Rantai Pasok Jagung (Studi Kasus Pada Rantai Pasok Jagung Hibrida (*Zea Mays*) Di Kelurahan Cicurug Kecamatan Majalengka, Kabupaten Majalengka) yang menggunakan metode analisis deskriptif kualitatis dan kuantitatif, serta analisis *supply chain*. Adapun hasil penelitian yang dilakukan peneliti adalah kondisi rantai pasok jagung di Kelurahan Cicurug saat ini masih belum berjalan dengan baik. Sasaran pasar memiliki target yang jelas

terdapat permasalahan dalam optimalisasi sasaran rantai pasok, yang tidak ditunjang dengan pengetahuan mengenai kualitas jagung



yang baik. Manajemen dan jaringan rantai pasok belum berjalan dengan baik, salah satunya kesepakatan kontraktual antar lembaga pemasaran tidak tertulis.

Pada sumberdaya rantai pasok ditemukan fakta bahwa modal masih menjadi kendala bagi pedagang desa serta koperasi padahal keduanya merupakan anggota yang berhubungan langsung dengan petani. Proses bisnis rantai pasok terkendala karena pada aliran produk jagung dari petani hingga PB belum terintegrasi dengan baik, belum ada siklus yang pasti sehingga waktu pengiriman ataupun kuota yang dikirim tidak bisa diprediksi dengan baik. Pengukuran kinerja rantai masih belum mencapai kinerja optimal, satu dari dua saluran pemasaran memiliki nilai rasio biaya dan keuntungan rendah walaupun marjin dan *farmer's share* bernilai tinggi.

I. Kerangka Konseptual

Garam yang berbentuk butiran kristal bening merupakan suatu kebutuhan yang sudah tidak dapat lepas dalam kehidupan kita sehari-hari saat ini. Tidak hanya terbatas untuk keperluan rumah tangga pada keperluan memasak, lebih dari itu garam juga dibutuhkan sebagai salah satu bahan baku bagi berbagai jenis industri.

Dalam hasil studi yang dilakukan oleh Wardhani, et al. (2016) menyebutkan bahwa ada beberapa sektor Industri yang memanfaatkan sebagai salah satu bahan bakunya. Mulai dari industri yang



bergerak di sektor pengolahan bahan pangan seperti minyak goreng, makanan jadi, pengasinan ikan. Industri lainnya adalah industri tekstil, kulit, farmasi, hingga perminyakan.

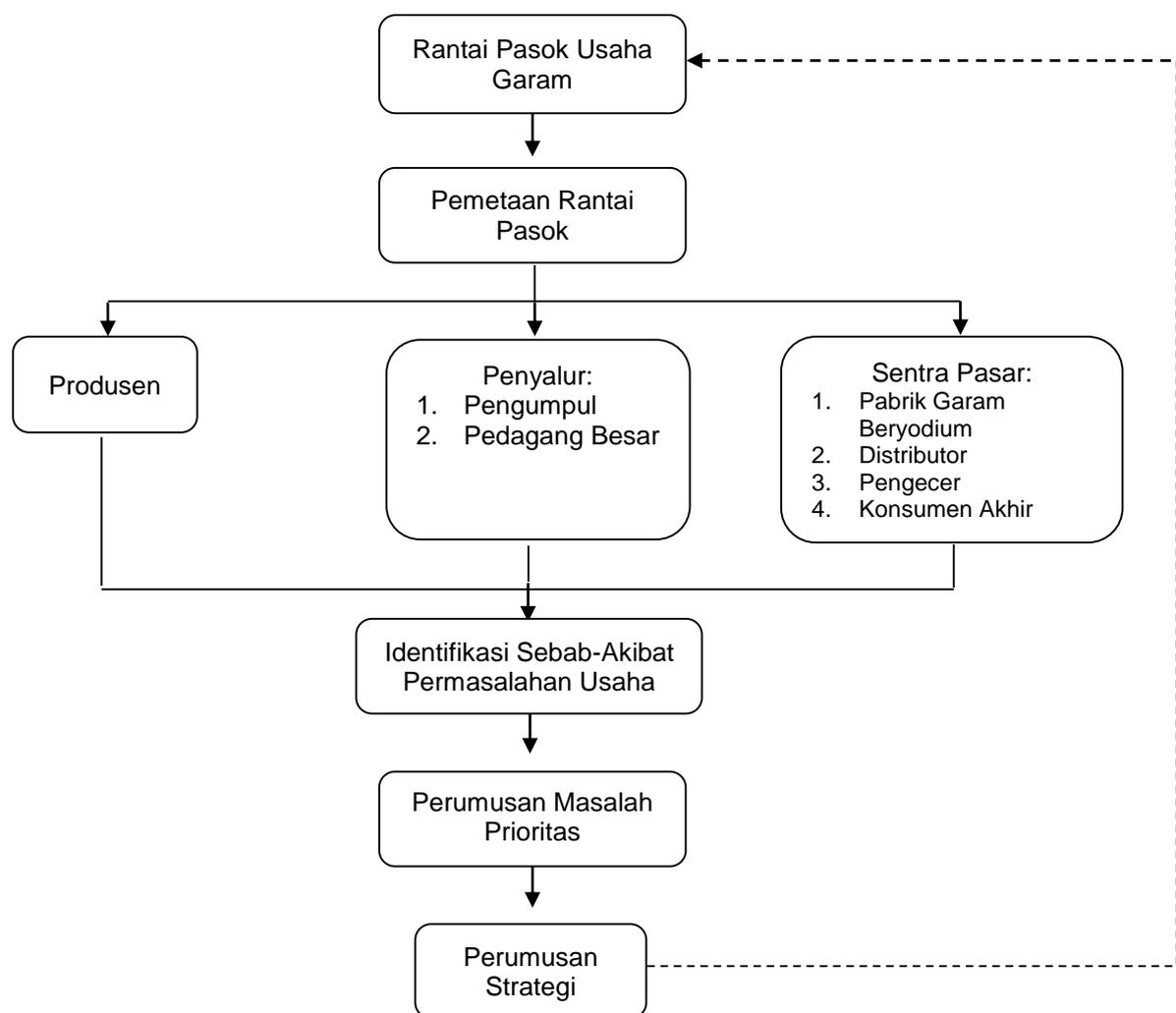
Indonesia sebagai salah satu negara yang menjadi sentra produksi garam, hal ini karena potensi yang dimiliki cukup mampu untuk menjadikannya menyandang predikat tersebut. Namun, hal ini masih sangat jauh dari harapan. Salah satu sentra produksi garam rakyat di Indonesia ialah di Provinsi Sulawesi Selatan, tepatnya di Kabupaten Jeneponto.

Kabupaten Jeneponto menjadi satu dari empat wilayah produksi garam di Sulawesi Selatan. Kabupaten Jeneponto memiliki potensi yang baik sebagai sentra pengembangan garam di Provinsi Sulawesi Selatan. Namun sayangnya, harga dan kualitas produksi garam masih sangat rendah sampai saat ini, sehingga petani garam di Kabupaten Jeneponto belum dapat menikmati harga yang baik dan berpengaruh bagi kesejahteraan para petani garam pada umumnya. Selain itu, rantai pasokan garam juga menjadi kendala tersendiri untuk dapat mempengaruhi kesejahteraan petani secara langsung. Secara garis besar, rantai pasokan perdagangan garam nasional melibatkan banyak pihak, yakni petani garam, PT. Garam, importer, distributor, sub-distributor, agen, sub agen, pedagang grosir, supermarket/swalayan, dan pedagang eceran. Berbagai persoalan

pada setiap mata rantai tersebut, baik masalah harga ataupun garam yang di jual. Permasalahan-permasalahan yang akan



muncul pada setiap mata rantai pasokan garam inilah akan dirumuskan untuk kemudian dilakukan analisis secara mendalam dengan memberikan alternatif-alternatif tindakan dan strategi yang terbaik. Agar lebih mudah dipahami maka disusun kerangka berpikir untuk analisis rantai pasok dan strategi pengembangan usaha garam di Kabupaten Jeneponto dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Skema Kerangka Konseptual Penelitian, 2019.

