

# Analisis Pemasaran Garam Rakyat di Masa Pandemi (Studi Kasus Desa Kertasada, Kecamatan Kalianget, Kabupaten Sumenep)

Luki Widiyanto <sup>1</sup> Ambariyanto, S.E., M. Si <sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Trunojoyo Madura Bangkalan

\* Email: [ambariyanto@trunojoyo.ac.id](mailto:ambariyanto@trunojoyo.ac.id)

## ARTICLE INFO

*Sejarah Artikel:*  
*Received Revised*  
*Accepted*

### **Kata Kunci:**

*Pemasaran, Garam, Pandemi Covid  
19*

*DOI:*  
*10.xxxx*

## ABSTRACT

The Covid-19 pandemic that has occurred throughout the world and also Indonesia has had a direct impact in all fields. There is practically no one type of business or product that is not affected by the. The impact or threat of Covid on production activities and the sustainability of the business world is predicted to be a complicated problem to be faced in the near future. The public appreciates the government for moving fast enough on the demand side, for example providing a social safety net program plus various other types of assistance to ease the burden on the affected community. From the supply side, the challenge is no less severe. The government must be able to ensure the availability of basic necessities, various processed foods, and various types of foodstuffs that often depend on imports such as sugar, meat, and garlic, considering that the countries from which these products originate are also affected by the Covid-19 pandemic. But one thing is certain, Indonesian people and households will not be short of salt. Salt will always be present to be a flavoring at every meal with family at home. Salt is not only easy to get, but also easy to have because the price is very cheap. The cheap price, which is equivalent to a tenth of the fee paid to the parking attendant on the side of the road, makes this flavored food almost worthless as a strategic food commodity. It certainly also decrease.

## ABSTRAK

*Pandemi Covid-19 yang terjadi diseluruh dunia dan juga Indonesia telah menimbulkan dampak secara langsung diseluruh bidang. Praktis tidak ada satu jenis usaha atau produk yang tidak terpengaruh oleh pandemi Dampak atau ancaman covid terhadap aktivitas produksi dan keberlangsungan dunia usaha, diprediksi dalam waktu dekat akan menjadi persoalan pelik yang akan dihadapi. Publik mengapresiasi pemerintah yang bergerak cukup cepat untuk sisi demand misalnya menyediakan program jaring pengaman sosial (social safety net) ditambah berbagai jenis bantuan lain untuk meringankan beban masyarakat yang terdampak. Dari sisi supply, tantangannya tidak kalah berat. Pemerintah harus bisa memastikan tersedianya bahan kebutuhan pokok, aneka pangan olahan, dan berbagai jenis kebutuhan dasar masyarakat. Bagaimana menjamin stok beras, suplai bahan makanan yang kerap bergantung pada impor seperti gula, daging, dan bawang putih, mengingat negara-negara yang menjadi asal produk itu ikut terdampak oleh am. Garam akan selalu hadir untuk menjadi penyedap rasa di setiap waktu makan bersama keluarga di rumah. Jauh sebelum Covid-19 muncul dan menjadi pandemi, bangsa Indonesia sudah kelebihan pasokan untuk tidak mengatakan kebanjiran garam. Garam tidak hanya mudah didapatkan, tapi juga gampang dimiliki karena harganya sangat murah itu, membuat makanan penyedap rasa ini nyaris tidak bernilai sebagai sebuah komoditi pangan strategis. Akibatnya, garam rakyat hasil keringat ratusan ribu petani itu menumpuk di gudang-gudang, di berbagai sentra produksi garam.*

## LATAR BELAKANG

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan panjang garis pantai 81.000 km merupakan kawasan pesisir dan lautan yang memiliki berbagai sumber daya hayati dan nonhayati yang sangat besar. Lautan yang merupakan 70% dari luasan total negara, menyimpan banyak potensi yang dapat dimanfaatkan. Salah satunya adalah komoditas garam. Posisi sebagai negara kepulauan dengan laut yang sangat luas menyebabkan setiap daerah berpotensi untuk memproduksi garam. Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi (PP No.83 Tahun 2019). Perdagangan yang dimaksud disini ialah kegiatan ekonomi dimana terdapat kegiatan pengumpulan dan penjualan kembali, barang barang baru maupun bekas. Salah satu sektor perdagangan yang sangat berpotensi di Indonesia ialah garam, daerah penghasil garam antara lain yaitu pulau madura ( pulau garam )

Sejak dahulu Pulau Madura dikenal sebagai pulau garam. Sebenarnya istilah pulau garam ini diambil dari komoditas potensial yang ada di Madura. Pada saat ini madura menghasilkan sekitar 800.000 ton garam per tahun atau sekitar 80% kebutuhan garam konsumsi di Indonesia. Salah satu pemasok garam terbesar untuk kebutuhan garam nasional adalah Kabupaten Sumenep yang merupakan wilayah paling timur dari pulau Madura, dengan luasan usahatani garam sebesar 10.067 hektar. Selain itu menurut Disperindag Kabupaten Sumenep di wilayah ini juga terdapat beberapa perusahaan diantaranya PT. Budiono, PT. Pilar Raya, PT. Garindo, dan PT. Garam. Keberadaan lembaga tersebut bagi petani sangat penting, karena kelembagaan ini dapat merangsang petani untuk memproduksi garam. Selain itu juga dapat membantu para pegaram dalam memasarkan atau menjual hasil produksinya. Diantara masing-masing lembaga tersebut PT. Garam merupakan perusahaan yang terbesar dalam komoditas ini. Hal ini dikarenakan selain memasok garam dari petani, PT. Garam ini juga mempunyai lahan yang tersebar di wilayah pulau Madura. Lahan-lahan ini biasanya dikontrakkan pada petani yang hasilnya dibagi sesuai perjanjian.

Petani garam dalam melakukan usaha pembuatan garam menghadapi berbagai masalah, salah satunya adalah harga. Harga jual garam cenderung tidak memihak pada petani garam. Hal tersebut masih menganut sistem tradisional, yaitu pembeli yang menentukan kualitas dan harga (Fauziyah dan Ihsannudin, 2014). Dalam kegiatan pemasaran garam, kegiatan hilir didominasi oleh industri skala besar dengan jaringan yang kuat sedangkan kegiatan hulu didominasi oleh kegiatan pengelolaan garam dengan teknologi tradisional. Ketidakseimbangan tersebut membuat keuntungan lebih dinikmati oleh industri hilir (Kementerian Kelautan dan Perikanan, 2017). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alham (2015), pemasaran garam belum efisien dimana keuntungan yang diperoleh tidak merata antara petani dengan lembaga pemasaran lainnya. Hal tersebut disebabkan oleh lembaga pemasaran yang dominan dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran. Selain itu petani masih memiliki posisi tawar yang rendah sehingga hanya berperan sebagai penerima harga. Adanya ketidakadilan yang dialami petani pada pemasaran garam juga menjadi alasan mengapa saluran tersebut tidak efisien (Jamil dan Tinaprilla, 2014). Permasalahan yang dihadapi oleh pegaram secara nasional juga dihadapi oleh pegaram yang ada di Desa Kertasada Kabupaten Sumenep. Petani garam, berada dalam posisi lemah dalam proses penetapan kualitas dan harga di setiap pedagang. Pulau penghasil garam terbesar di Indonesia ini tidak mampu memenuhi stok garam nasional. Tidak hanya karena cuaca yang kurang baik namun keprihatinan terjadi saat musim panen harga pun sangat fluktuatif. Petani garam tidak mengetahui secara pasti spesifikasi teknis/kelas/grade mutu garam berdasarkan Standart Nasional (SNI) dan tidak mengetahui bagaimana harga patokan garam yang ditetapkan, pada umumnya harga ditingkat petani garam di tentukan oleh tengkulak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk pemasaran garam dan efisiensi pemasaran garam dimasa pandemi di Desa Kertasada, Kecamatan Kalianget, Kabupaten Sumenep.

## SOLUSI DAN TARGET

Memuat garis besar solusi permasalahan, rencana kegiatan pengabdian, waktu dan tempat pengabdian, prosedur kegiatan data dan target.

## METODE PELAKSANAAN

Lokasi penelitian yang dipilih yaitu di Desa Kertasada, Kecamatan Kalianget, Kabupaten Sumenep. Pemilihan lokasi penelitian dikarenakan di Desa Kertasada, merupakan salah satu sentra daerah penggaraman di Kabupaten Sumenep.

Penelitian ini menggunakan Metode Survei, dengan menggunakan metode survei maka peneliti memperoleh informasi secara langsung dengan melakukan wawancara (kusioner). Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis dengan metode Deskriptif Kualitatif. Deskriptif Kualitatif merupakan metode dengan menjelaskan serta menguraikan melalui kata dan kalimat yang dihasilkan dari wawancara dan menghasilkan penelitian yang di dapat dalam bentuk kualitatif. Menggunakan analisis kualitatif yaitu dengan menelusuri lembaga-lembaga pemasaran yang terlibat dalam kegiatan pemasaran komoditas garam mulai dari pegaram sampai konsumen.

## HASIL DAN LUARAN

### Saluran Pemasaran Garam

Saluran pemasaran adalah organisasi suatu produk atau lembaga pemasaran yang terlibat dalam proses penyaluran pemasaran suatu produk dan jasa, sehingga produk dan jasa menjadi tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen. Sebagian besar produsen yang membuat suatu produk tidak menjual secara langsung produknya kepada konsumen akhir, hal ini disebabkan karena Kondisi dari masing-masing lembaga pemasaran yang ada pada saluran pemasaran garam rakyat dijelaskan produsen tidak mampu menanggung biaya besarnya distribusi dan pengolahan. Hal ini juga terjadi pada aliran pemasaran garam di Desa Kertasada Kecamatan Kalianget Kabupaten Sumenep. Saluran pemasaran garam melibatkan beberapa lembaga pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran pemasaran untuk komoditas garam rakyat di Desa Kertasada Kecamatan Kalianget Kabupaten Sumenep hanya tersusun dari satu saluran pemasaran yaitu:

#### 1. Petani garam



Gambar 1 dan 2 lahan petani garam

Ada beberapa kriteria penentuan petani garam yang dijadikan sebagai responden dalam menentukan saluran pemasaran yaitu petani garam yang melakukan kegiatan produksi dan pemasaran dengan lahan yang dimiliki sendiri sewa dan bagi hasil sedangkan petani garam yang hanya sebagai petani garam saja tidak dapat dijadikan responden, karena petani garam tersebut hanya melakukan kegiatan produksi sedangkan proses transaksi dilakukan oleh pemilik lahan. Dalam proses transaksinya Petani garam menjual garam ke Tengkulak dalam bentuk curah dan yang kemudian dikemas oleh Tengkulak dalam karung 50 kg. Petani garam yang ada di desa kertasada di kategorikan menjadi 3 kelompok yaitu :

- Kelompok petani garam yang memiliki hubungan dengan tengkulak
- Kelompok petani garam yang ikut dalam organisasi APGAK (Asosiasi Petani Garam Kertasada)
- Kelompok petani garam yang tidak memiliki hubungan dengan tengkulak dan tidak masuk organisasi

2. Tengkulak atau Pekerja



Gambar 3 gudang milik tengkulak atau pedagang

Dalam memperoleh bahan baku garam pabrik tidak secara langsung mendapatkan dari pegaram. Pabrik memperoleh garam dari tengkulak. Tidak semua tengkulak garam dapat menjual produk dimiliki ke pabrik. Hal itu disebabkan karena pabrik hanya menerima garam dari tengkulak yang sudah memiliki badan usaha berupa UD, CV dan PT. Selain itu, pihak pabrik garam mensyaratkan volume pasok garam harus jumlah yang besar. Dengan adanya ketentuan tersebut artinya para pegaram tidak dapat langsung menjual garam pada gudang/pabrik. Ada tiga badan usaha yang bertindak penyetok garam pada pabrik garam pada pabrik garam yaitu : (1) UD. Ahmad Dewa, (2) UD. Eka Jaya, dan (3) UD. Tani Garam. Keberadaan pabrik garam memberikan kemudahan bagi tengkulak untuk menjual garamnya karena pihak pabrik memberikan bantuan operasional untuk mengangkut garam yang dibeli dari tengkulak sehingga dapat menghemat biaya.

3. Pabrik



Gambar 4 dan 5 kantor PT Garam dan gudang PT garam

Dalam saluran pemasaran garam di Desa Kertasada terdapat 2 pabrik yang terlibat yaitu PT. Garindo dan PT. Budiono. Sedangkan PT. Garam tidak bisa menampung garam yang di hasilkan oleh pegaram karena kualitas yang disyaratkan oleh PT. Garam yaitu KP I (kualitas baik sekali), yang tidak bisa dipenuhi oleh masyarakat pegaram. Dalam hal ini tentu PT. Garindo dan PT. Boediono sangat dibutuhkan guna menampung hasil produksi garam rakyat oleh pegaram yang sudah melalui tengkulak. PT. Garindo dan PT. Boediono ini merupakan cabang perusahaan yang berada di Gresik. Fungsi dari Kedua Pabrik ini yaitu hanya untuk menampung garam dari tengkulak yang ada di Kecamatan Kalianget. Namun sebelum didistribusikan ke Perusahaan yang ada di Gresik garam terlebih dahulu sudah melalui proses pencucian yang berguna untuk mengurangi kandungan senyawa yang tidak dibutuhkan dalam syarat bahan baku industri maupun garam konsumsi.

4. Agen

Fungsi agen adalah menjual produk olahan pabrik yang siap untuk di konsumsi. Saluran pemasaran ini tidak rumit karena dalam proses pemasarannya dapat dilakukan dengan dua cara yaitu para pengecer mendatangi langsung pada pihak agen dalam melakukan transaksi, atau agen ini yang dapat mendatangi langsung para toko/pengecer dalam melakukan transaksi garam. Dalam saluran pemasaran mereka hanya melakukan kegiatan penyimpanan dan transportasi. Produk garam yang di jual pun juga merupakan produk garam yang dihasilkan oleh pabrik. Tidak ada penambahan atau inovasi yang dilakukan, karena agen ini merupakan penyalur dari pabrik ke pengecer.

5. Pengecer

## Analisis Pewakisan hatam.....



Gambar 6 tempat penyimpanan salah satu pengecer  
Lembaga pemasaran ini merupakan rantai terakhir dalam pemasaran garam. Sasaran dari pembeli yaitu konsumen yang merasakan langsung garam yang tadinya dalam bentuk kasar dan masih karungan namun setelah dilakukan proses pengolahan di pabrik garam berubah dalam bentuk sachet yang telah dihaluskan dan diberi tambahan obat berupa yodium. Proses transaksi ini dimana konsumen terakhir dapat langsung membeli kepada pengecer yang dekat. Fungsi pemasaran juga tidak banyak yang dilakukan hanya transportasi untuk membeli produk pada agen.

## SIMPULAN

Pemanfaatan bambu dilakukan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat di Desa Masaran, Kecamatan Tragah, Kabupaten Bangkalan. Bambu tersebut diubah menjadi 2 bentuk. Pertama, diubah bentuk menjadi egrang. Egrang adalah salah satu permainan tradisional. Dalam permainan egrang memiliki beberapa pesan. Pesan-pesan tersebut berisi manfaat dalam permainan tradisional sebagai aset budaya, egrang bisa dijadikan modal bagi masyarakat untuk mempertahankan eksistensi dan identitasnya ditengah masyarakat lainnya pada masyarakat kontemporer saat ini. Permainan tradisional termasuk egrang dapat bertahan karena mengandung unsur kebudayaan serta nilai moral yang tinggi. Nilai tersebut berupa kejujuran, kecakapan, solidaritas dan keberanian.

Kedua, Pemanfaatan bambu di Desa Masaran dikemas dalam pembuatan kerajinan tangan. Kerajinan tangan berupa tirai bambu, vas bunga, asbak dan lainnya. Dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui kerajinan tangan ini diberikan pendampingan oleh mahasiswa universitas Trunojoyo Madura. Karena potensi alam berupa bambu yang melimpah diharapkan akan ada keberlanjutan usaha dalam inisiatif masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, D. N., & Nazarullail, F. (2020). Penerapan Permainan Tradisional Berbahan Dasar Alam di RA ( Raudhatul Athfal) di Bangkalan Madura. *Jurnal Golden Age*, 369-378.
- Khikmah, S. N., Kurnia, M., & Rosyidi, M. I. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Desa Ngendrosari Kecamatan Kajoran Kabupaten Magelang Melalui Inovasi Kerajinan Bambu. *jurna dianmas*, 41-48.
- Prasnowo, M. A., & Hidayat, K. (2012). Kajian Pemberdayaan Masyarakat dengan Teknologi Tepat Guna ( Produksi Olahan Bambu). *Seminar nasional Industrialisasi Madura & Call For Paper 2012*, 65-67.
- Suryawan, I. A. (2018). Permainan Tradisional Sebagai Media Pelestarian Budaya dan Penanaman Nilai Karakter Bangsa. *Genta Hredaya*, 1-10.
- Widodo, A., Tahir, M., Maulyda, M. A., Sutisna, D., Sobri, M., Syazali, M., & Radiusman. (2020). Upaya Pelestarian Permainan Tradisional Melalui Kegiatan Kemah Bakti Masyarakat. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 257-263.