

# **TATA KELOLA DAN SOSIAL EKONOMI BUDAYA GARAM RAKYAT**

Leni S Heliani, Alim Isnansetyo, Derajad S. Widhyharto dkk.



GADJAH MADA UNIVERSITY PRESS

## DAFTAR ISI

PRAKATA.....	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
BAB I    REFLEKSI PERUBAHAN SOSIAL DAN BUDAYA PRODUKSI GARAM PESISIR SELATAN.....	1
1.1.  Pendahuluan.....	1
1.2.  Penambak Garam: Penanda Perubahan Masyarakat Pesisir.....	5
1.3.  Penambak Garam dan Budi Daya Pesisir Selatan .....	11
1.4.  Catatan Kritis.....	16
Daftar Pustaka .....	17
BAB II    BENTUK KELEMBAGAAN USAHA INDUSTRI GARAM.....	19
2.1.  Pendahuluan.....	19
2.2.  Bentuk Kelembagaan Usaha Garam Rakyat.....	22
Daftar Pustaka.....	23
BAB III  RANTAI PASOK PRODUKSI GARAM.....	25
3.1.  Rantai Pasok ( <i>Supply Chain</i> ): Gambaran Umum	25
3.2.  Rantai Pasok ( <i>Supply Chain</i> ): Pengukuran Kinerja Rantai Pasok .....	29

	3.3. Sistem Produksi: Indikator Pengukuran Kinerja Keberlanjutan Produksi ( <i>Sustainability Performance Indicator</i> ) .....	31
	3.4. Rantai Pasok Industri Garam di Pantai Selatan: Kondisi Saat Ini .....	36
	Daftar Pustaka.....	42
BAB IV	TATA KELOLA TEKNOLOGI PRODUKSI GARAM.....	45
	4.1. Pengantar .....	45
	4.2. Intensifikasi melalui Modifikasi Proses .....	46
	4.3. Teknologi Termal.....	50
	4.4. Peningkatan Luas Kontak Air dengan Udara.....	53
	4.5. Teknologi Membran.....	54
	4.6. Sistem Hibrid Tekanan dan Termal .....	62
	4.7. Sirkulasi Ekonomi .....	64
	4.8. Pemilihan Teknologi .....	65
	4.9. Studi Kasus Produksi Garam di Pantai Selatan DIY.....	67
	Daftar Pustaka .....	71
BAB V	ANALISIS KELAYAKAN INDUSTRI GARAM: KELAYAKAN FINANSIAL DAN LINGKUNGAN.....	75
	5.1. Analisis Kelayakan Investasi: Gambaran Umum Kelayakan Finansial dan Lingkungan.....	75
	5.2. Prospek Kelayakan Industri Garam .....	92
	Daftar Pustaka.....	93
BAB VI	PROSPEK PENGEMBANGAN USAHA <i>START UP</i> USAHA GARAM RAKYAT: STUDI KASUS DI PANTAI SEPANJANG DAN SIUNG, YOGYAKARTA.....	95
	6.1. Pendahuluan.....	95
	6.2. Potensi dan Permasalahan Garam Rakyat Pantai Selatan Yogyakarta .....	96
	6.3. Perencanaan Kegiatan <i>Start-up</i> Usaha Garam Rakyat .....	99
	6.4. Produksi Garam Spa .....	110
	6.5. Pengemasan.....	113
	6.6. Pemasaran Produk.....	115
	6.7. Penutup .....	117
	Daftar Pustaka.....	117

BAB VII	RANTAI NILAI TATA KELOLA “BRANDING” KOMODITAS GARAM RAKYAT INDONESIA .....	119
7.1.	Pengantar .....	119
7.2.	Memahami Konsep Tata Kelola.....	121
7.3.	Daya Saing dan <i>Problem Branding</i> .....	123
7.4.	Analisis Rantai Nilai Tata Kelola <i>Branding</i> Garam.....	128
7.5.	<i>Coopetition</i> : Pilihan Strategis <i>Upgrading</i> Industri Garam Rakyat .....	135
	Daftar Pustaka.....	137
BAB VIII	ASPEK SOSIAL EKONOMI INDUSTRI GARAM RAKYAT: STUDI KASUS DI KABUPATEN PATI DAN PAMEKASAN .....	139
8.1.	Industri Garam Rakyat .....	139
8.2.	Permasalahan Industri Garam Rakyat .....	142
8.3.	Industri Garam Rakyat di Pulau Madura.....	147
8.4.	Industri Garam Rakyat di Kabupaten Pati.....	152
	Daftar Pustaka.....	157
INDEKS	.....	159
TENTANG PENULIS	.....	163