

Upaya Peningkatan Perekonomian Nelayan Garam Melalui Diversifikasi Produk

Efforts to Improve the Salt Fisherman's Economy Through Product Diversification

Amalia Agustin^{1*}, Akbar NPD Darma Wahana², M. Dini Aditia³, Farhan Saefudin Wahid⁴, Ubaedillah⁵, Tri Linda Antika⁶

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia

³Program Studi Agribisnis, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia

⁴Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia

^{5,6}Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Muhadi Setiabudi, Brebes, Indonesia

E-mail: ^{1*}amaliaagustin940@gmail.com, ²akbarnuurpurnama@gmail.com, ³muhammaddiniaditia@gmail.com,
⁴farhansaefudinwahid@gmail.com, ⁵ubaedillah@gmail.com, ⁶shesiliaantika54@gmail.com

ARTICLE INFO

Article History:

Received: Maret, 2, 2024

Revised: Maret, 18, 2024

Accepted: Maret, 20, 2024

Keywords:

Production Management,
Marketing Strategy, Gram,
Product Diversification

ABSTRACT

Kaliwlingi Village in Brebes District, Brebes Regency, is one of the coastal villages where the majority of the population depends on salt production as their main livelihood. Despite having abundant natural resource potential, salt fishermen in this village still face various challenges, such as limited technology, low product added value, and limited market access. This results in their income remaining low and unstable. This program aims to provide integrated solutions, ranging from increasing technical capacity, developing value-added products, to strengthening marketing strategies. The method of implementing this activity involves several main stages. The first stage is an initial survey and needs analysis that aims to identify the socio-economic conditions of salt fishermen and the potential that exists in Kaliwlingi Village. This stage is followed by training and technology transfer focused on processing salt into value-added products such as iodized salt, spa salt, and premium cooking salt with field assistance by experts. In addition, this program also includes product development and innovation, where salt fishermen are invited to participate in product development workshops to create innovative salt derivative products that are in accordance with market needs. The marketing stage involves training in marketing and branding strategies, which are designed to help fishermen expand the market for their products, both through traditional and digital distribution channels. This program also establishes partnerships with industry to support the distribution and marketing of salt products produced by fishermen in Kaliwlingi Village. Monitoring and evaluation are carried out periodically to assess the success of the program in achieving the goals that have been set, as well as to provide solutions if there are obstacles. At the end of the program, a thorough evaluation and socialization of the results to the wider community as well as scientific publications are carried out to disseminate the good practices that have been developed. With this comprehensive approach, it is hoped that this community service program can have a significant impact on improving the welfare of salt fishermen in Kaliwlingi Village, as well as encouraging the development of a more sustainable and highly competitive local economy.

Corresponding Author:

Amalia Agustin

E-mail: amaliaagustin940@gmail.com



Abstrak

Desa Kaliwlingi di Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, merupakan salah satu desa pesisir yang mayoritas penduduknya bergantung pada produksi garam sebagai mata pencaharian utama. Meskipun memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, nelayan garam di desa ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan teknologi, rendahnya nilai tambah produk, dan akses pasar yang terbatas. Hal ini mengakibatkan pendapatan mereka tetap rendah dan tidak stabil. Program ini bertujuan untuk memberikan solusi yang terintegrasi, mulai dari peningkatan kapasitas teknis, pengembangan produk bernilai tambah, hingga penguatan strategi pemasaran. Metode pelaksanaan kegiatan ini melibatkan beberapa tahapan utama. Tahap pertama adalah survei awal dan analisis

Submitted: Maret 2024, Accepted: Maret 2024, Published: Maret 2024

ISSN: XXX-XXXX (online), Website: <https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/eraabdimas/issue/view>

kebutuhan yang bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi sosial-ekonomi nelayan garam dan potensi yang ada di Desa Kaliwlingi. Tahap ini diikuti dengan pelatihan dan transfer teknologi yang difokuskan pada pengolahan garam menjadi produk-produk bernilai tambah seperti garam beryodium, garam spa, dan garam masak premium dilakukan pendampingan lapangan oleh para ahli. Selain itu, program ini juga mencakup pengembangan produk dan inovasi, di mana nelayan garam diajak untuk mengikuti workshop pengembangan produk untuk menciptakan produk turunan garam yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Tahap pemasaran melibatkan pelatihan strategi pemasaran dan branding, yang dirancang untuk membantu nelayan memperluas pasar produk mereka, baik melalui jalur distribusi tradisional maupun digital. Program ini juga menjalin kemitraan dengan industri untuk mendukung distribusi dan pemasaran produk garam yang dihasilkan oleh nelayan Desa Kaliwlingi. Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala untuk menilai keberhasilan program dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, serta untuk memberikan solusi jika terdapat hambatan. Di akhir program, dilakukan evaluasi menyeluruh dan sosialisasi hasil kepada masyarakat luas serta publikasi ilmiah untuk menyebarluaskan praktik-praktik baik yang telah dikembangkan. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan program pengabdian masyarakat ini dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan nelayan garam di Desa Kaliwlingi, serta mendorong pengembangan ekonomi lokal yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Kata kunci: Manajemen produksi, strategi pemasaran, gram, diversifikasi produk

1. PENDAHULUAN

Nelayan garam di Indonesia, khususnya di daerah pesisir, merupakan salah satu kelompok masyarakat yang berperan penting dalam penyediaan bahan baku industri garam nasional. Namun, kendala yang dihadapi oleh nelayan garam cukup kompleks, termasuk keterbatasan akses ke teknologi produksi modern, fluktuasi harga garam, dan ketergantungan yang tinggi pada cuaca. Selain itu, rendahnya nilai tambah dari produk garam yang dihasilkan menjadi faktor utama yang menghambat peningkatan kesejahteraan mereka. Produksi garam yang umumnya hanya dalam bentuk garam kasar tanpa proses pengolahan lebih lanjut menyebabkan harga jual yang rendah dan kurangnya daya saing di pasar [1]. Sementara itu, permintaan akan produk turunan garam yang lebih bernilai tambah seperti garam beryodium, garam spa, dan produk olahan lainnya semakin meningkat, baik di pasar domestik maupun internasional. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang besar untuk meningkatkan perekonomian nelayan garam melalui diversifikasi produk.

Diversifikasi produk tidak hanya berpotensi meningkatkan pendapatan, tetapi juga dapat membantu nelayan garam untuk lebih tangguh dalam menghadapi fluktuasi harga dan kondisi ekonomi yang tidak menentu [2]. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang terarah dan berkelanjutan untuk mengedukasi, melatih, dan membekali nelayan garam dengan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan dalam pengembangan produk turunan garam. Inisiatif ini diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir, dan mendukung ketahanan ekonomi lokal. Latar belakang ini menekankan pentingnya pengembangan kapasitas nelayan garam melalui program diversifikasi produk sebagai upaya strategis untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi mereka dan mengoptimalkan potensi sumber daya lokal yang dimiliki.

Meskipun potensi diversifikasi produk garam sangat besar, pelaksanaannya menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan nelayan dalam hal teknologi pengolahan garam dan inovasi produk [3]. Banyak nelayan garam yang masih menggunakan metode tradisional dalam proses produksi, yang meskipun sudah teruji waktu, tidak dapat bersaing secara efisien di pasar yang semakin kompetitif. Kurangnya akses terhadap informasi dan teknologi baru juga membuat nelayan kesulitan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan permintaan pasar yang terus berkembang. Selain itu, keterbatasan modal juga menjadi hambatan signifikan bagi nelayan garam dalam melakukan diversifikasi produk. Investasi awal yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk turunan garam, seperti pembelian peralatan, bahan baku tambahan, dan pelatihan, sering kali tidak tersedia bagi mereka. Kondisi ini diperparah dengan akses yang terbatas ke lembaga keuangan atau program bantuan yang bisa mendukung inisiatif diversifikasi ini. Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan produksi garam ini adalah kesesuaian lokasi produksi garam [4].

Faktor lain yang turut mempengaruhi adalah kurangnya akses ke pasar yang lebih luas. Banyak nelayan garam yang hanya menjual produk mereka di pasar lokal dengan harga yang relatif rendah.

Sementara itu, pasar untuk produk garam yang lebih bernilai tambah sering kali berada di luar jangkauan mereka, baik karena kurangnya jaringan distribusi maupun minimnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif. Hal ini mengakibatkan ketidakmampuan nelayan garam untuk mendapatkan harga yang lebih baik bagi produk mereka [5]. Melihat kondisi ini, perlu adanya intervensi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, untuk mendukung nelayan garam dalam melakukan diversifikasi produk. Intervensi ini bisa berupa penyuluhan, pelatihan, serta penyediaan fasilitas dan teknologi yang dibutuhkan. Selain itu, kemitraan dengan sektor industri untuk menciptakan rantai pasok yang lebih efisien dan akses ke pasar yang lebih luas juga perlu dikembangkan [6], [7]. Dengan dukungan yang tepat, diversifikasi produk garam tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi nelayan, tetapi juga akan membuka peluang baru bagi pengembangan industri garam nasional yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan. Oleh karena itu, upaya diversifikasi ini perlu dipandang sebagai bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat pesisir di Indonesia.



Gambar 1. Proses Pembuatan Garam Rebus

Garam rebus merupakan produk yang dihasilkan melalui proses perebusan, berbeda dengan metode konvensional yang mengandalkan penjemuran di bawah sinar matahari [8]. Metode perebusan ini memberikan karakteristik khusus pada garam yang dihasilkan, baik dari segi tekstur maupun komposisi kimianya. Di Desa Kaliwlingi, petani garam rebus menghasilkan dua jenis produk utama. Pertama, garam rebus beryodium, yang diformulasikan khusus untuk keperluan memasak sehari-hari di dapur. Garam ini diperkaya dengan yodium, memenuhi kebutuhan nutrisi penting bagi konsumen. Kedua, garam rebus tanpa yodium, yang secara tradisional digunakan dalam pembuatan telur asin. Garam jenis ini lebih cocok untuk proses pengawetan dan pemberian cita rasa khas pada telur asin, tanpa menambah kandungan yodium yang mungkin tidak diperlukan dalam produk akhir. Keberagaman produk ini menunjukkan fleksibilitas metode garam rebus dalam memenuhi berbagai kebutuhan pasar [9].

Keunggulan dari metode pembuatan garam rebus ini tidak hanya terletak pada variasi produk yang dihasilkan, tetapi juga pada proses produksinya yang lebih fleksibel dan tidak tergantung pada kondisi cuaca. Dalam metode konvensional, produksi garam sangat bergantung pada cuaca cerah untuk memastikan proses penguapan air garam berjalan dengan baik. Namun, dengan metode perebusan, petani garam dapat terus memproduksi garam meskipun dalam kondisi cuaca yang tidak mendukung, seperti saat musim hujan. Selain itu, garam rebus juga memiliki kelebihan dari segi kebersihan dan kemurnian. Proses perebusan memungkinkan penghilangan kotoran atau mineral lain yang tidak diinginkan dari air garam, sehingga menghasilkan garam yang lebih murni dan bersih.

Hal ini sangat penting, terutama untuk garam yang akan dikonsumsi langsung atau digunakan dalam produk makanan seperti garam beryodium [10].

Produk garam rebus beryodium memberikan manfaat tambahan berupa kandungan yodium yang penting untuk mencegah gangguan kesehatan seperti gondok. Yodium adalah elemen penting yang diperlukan tubuh, dan penambahan yodium pada garam adalah salah satu cara yang efektif untuk memastikan kecukupan asupan yodium dalam diet harian masyarakat. Garam rebus beryodium ini sangat cocok digunakan sebagai bumbu dapur dalam masakan sehari-hari. Di sisi lain, garam rebus tanpa yodium memiliki peran penting dalam industri makanan, khususnya dalam pembuatan telur asin. Garam jenis ini dipilih karena tidak mempengaruhi rasa telur asin yang dihasilkan, serta memberikan hasil pengawetan yang optimal. Telur asin yang dihasilkan menggunakan garam rebus tanpa yodium cenderung memiliki cita rasa yang lebih natural dan tekstur yang lebih baik [10].



Gambar 2. Hasil Produksi Garam

Pengembangan produk garam rebus ini membuka peluang pasar yang lebih luas bagi petani garam di Desa Kaliwlingi. Dengan memproduksi dua jenis garam yang berbeda, mereka dapat memenuhi kebutuhan berbagai segmen pasar, mulai dari rumah tangga hingga industri makanan. Selain itu, diversifikasi produk ini juga dapat meningkatkan pendapatan petani garam, sekaligus memperkuat daya saing mereka di pasar lokal dan nasional. Dengan dukungan teknologi yang tepat dan akses pasar yang baik, produk garam rebus dari Desa Kaliwlingi berpotensi menjadi komoditas unggulan yang tidak hanya dikenal di tingkat lokal, tetapi juga di pasar yang lebih luas [11]. Hal ini juga dapat mendorong pengembangan ekonomi desa secara keseluruhan, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat [12].

Promosi adalah langkah strategis yang dilakukan oleh produsen atau distributor untuk memperkenalkan dan menawarkan produk atau jasa kepada calon konsumen dengan tujuan utama meningkatkan penjualan. Melalui promosi, produsen berharap tidak hanya menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, tetapi juga meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk atau merek tertentu [13]. Kesadaran ini, jika dibangun dengan baik, dapat berkembang menjadi loyalitas merek, di mana pelanggan setia terhadap produk tersebut dan terus menggunakannya. Promosi memiliki peran penting dalam siklus bisnis, karena tidak hanya berfungsi untuk memacu penjualan, tetapi juga untuk memperkuat posisi produk di pasar yang semakin kompetitif. Berbagai bentuk promosi dapat digunakan, mulai dari iklan di media massa, diskon khusus, hingga kampanye di media sosial, semua bertujuan untuk mencapai hasil yang optimal dalam menarik perhatian konsumen. Upaya dalam konteks ini merupakan segala usaha yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu meningkatkan penjualan dan kesadaran merek. Upaya ini mencakup berbagai kegiatan yang melibatkan tenaga, pikiran, dan kreativitas untuk memastikan bahwa produk yang dipromosikan dapat diterima dengan baik oleh pasar. Selain itu, upaya juga mencakup pemikiran

strategis untuk mengatasi tantangan yang muncul, serta mencari solusi yang efektif dalam memajukan bisnis [14].

Memakai produk lokal merupakan salah satu bentuk dukungan nyata terhadap produsen lokal. Ketika konsumen memilih produk lokal, mereka tidak hanya membantu produsen tersebut untuk meningkatkan penjualannya, tetapi juga berperan dalam memperkenalkan produk tersebut kepada lebih banyak orang. Seiring dengan meningkatnya permintaan, produsen lokal, seperti pelaku UMKM, mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini bisa berarti meningkatkan kapasitas produksi, memperbaiki kualitas produk, atau bahkan memperluas pasar ke wilayah yang lebih luas. Dengan kata lain, setiap keputusan konsumen untuk membeli produk lokal memiliki dampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Promosi yang efektif dari produk lokal tidak hanya menguntungkan produsen tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi masyarakat luas, karena produk yang dikenal dan digunakan oleh banyak orang akan mendorong terciptanya lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat [15]. Promosi produk lokal adalah langkah penting dalam menciptakan ekosistem bisnis yang kuat dan berkelanjutan [14].

Tabel 1. Permasalahan, Solusi dan Target Luaran PkM

Permasalahan	Solusi	Target dan luaran dari solusi yang dilakukan
Masyarakat lokal masih jarang untuk mengonsumsi atau membeli produk garam rebus yang ada di daerahnya sendiri lebih banyak mengonsumsi garam-garam yang ada di toko.	Memperkenalkan produk garam rebus kepada masyarakat lokal bahwa ada produksi garam di daerahnya sendiri dan produknya juga lebih higienis dan aman dikonsumsi penderita hipertensi.	Membantu produsen garam rebus dengan memasarkan produk garam ke toko-toko sekitarnya, dan mempromosikan bahwa garam rebus ini lebih higienis produksinya.

Desa Kaliwlingi, yang terletak di Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, merupakan salah satu desa pesisir yang mayoritas penduduknya bergantung pada sektor perikanan dan produksi garam sebagai sumber mata pencaharian utama. Kondisi geografis yang mendukung serta keberadaan lahan garam yang luas menjadikan desa ini sebagai salah satu produsen garam di wilayah Brebes. Namun, seperti halnya komunitas nelayan garam lainnya, masyarakat Desa Kaliwlingi masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat optimalisasi potensi ekonomi mereka. Melihat kondisi ini, Desa Kaliwlingi memiliki potensi besar sebagai lokasi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada diversifikasi produk garam. Beberapa faktor yang mendukung potensi pelaksanaan kegiatan ini di Desa Kaliwlingi antara lain [16]:

a. Sumber Daya Alam yang Melimpah

Desa Kaliwlingi memiliki lahan garam yang luas dan produktif, yang merupakan modal utama dalam produksi garam. Ketersediaan bahan baku yang melimpah ini merupakan aset penting dalam pengembangan produk turunan garam. Dengan mengembangkan produk-produk bernilai tambah seperti garam beryodium, garam spa, dan garam olahan, potensi ekonomi desa dapat ditingkatkan secara signifikan.

b. Komitmen dan Partisipasi Masyarakat

Masyarakat Desa Kaliwlingi menunjukkan minat yang tinggi dalam peningkatan kesejahteraan melalui pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Keterlibatan aktif dari masyarakat setempat merupakan faktor kunci dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat. Dengan adanya program pelatihan dan pendampingan, masyarakat diharapkan dapat lebih siap dan antusias untuk menerapkan pengetahuan baru dalam diversifikasi produk.

c. Dukungan Pemerintah Daerah

Pemerintah Kabupaten Brebes telah menunjukkan komitmen dalam mendukung program-program pemberdayaan ekonomi masyarakat, termasuk melalui berbagai inisiatif untuk meningkatkan produksi dan kualitas garam lokal. Kerjasama dengan pemerintah daerah dalam penyediaan fasilitas, peralatan, dan akses pasar akan sangat mendukung keberhasilan program pengabdian masyarakat di Desa Kaliwlingi.

d. Kemitraan dengan Perguruan Tinggi dan Lembaga Penelitian

Desa Kaliwlingi dapat menjadi lokasi yang ideal untuk program kemitraan antara perguruan

tinggi dan lembaga penelitian dalam mengembangkan teknologi pengolahan garam yang tepat guna. Kehadiran para ahli dan akademisi di lapangan akan memberikan nilai tambah dalam proses pengembangan produk, serta membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut yang dapat memberikan solusi inovatif bagi tantangan yang dihadapi nelayan garam.

e. **Peluang Pasar yang Luas**

Dengan adanya peningkatan kualitas dan diversifikasi produk, Desa Kaliwlingi berpotensi mengakses pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Kegiatan pengabdian masyarakat yang difokuskan pada pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan branding produk garam Desa Kaliwlingi akan membantu nelayan garam untuk mendapatkan harga jual yang lebih baik dan meningkatkan pendapatan mereka. Dengan berbagai potensi tersebut, pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Kaliwlingi diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan perekonomian nelayan garam. Inisiatif ini tidak hanya akan menguatkan perekonomian lokal tetapi juga berkontribusi pada pengembangan industri garam yang lebih berkelanjutan di Kabupaten Brebes.



Gambar 3. Kegiatan Labelisasi Produk Garam

2. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di Desa Kaliwlingi, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes pada November 2024. Adapun tahapan metode pelaksanaan yang akan diimplementasikan:

a. **Tahap Persiapan**

1) **Survei Awal dan Analisis Kebutuhan**

Kegiatan dimulai dengan melakukan survei awal untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, dan teknologi yang saat ini digunakan oleh nelayan garam di Desa Kaliwlingi. Warga yang ditemui adalah Ibu Dayuni, salah seorang pelaku UMKM produsen garam.



Gambar 4. Bersama Ibu Dayuni, Pelaku Usaha Garam

Data yang diperoleh akan menjadi dasar dalam merancang program yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi lokal. Kegiatan survei lapangan untuk memahami kondisi sosial-ekonomi nelayan garam, teknologi yang digunakan, serta potensi dan masalah yang ada. Tujuannya untuk mengumpulkan data sebagai dasar dalam perencanaan program dan mengidentifikasi kebutuhan spesifik masyarakat.

2) Pemetaan Potensi Desa

Kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan tokoh masyarakat, nelayan, dan pemangku kepentingan lain untuk memetakan potensi desa dalam hal sumber daya alam, keterampilan, dan akses pasar. Tujuannya untuk menentukan potensi yang dapat dikembangkan dan mengidentifikasi peran masing-masing pihak dalam pelaksanaan program.

b. Tahap Implementasi

1) Pelatihan dan Transfer Teknologi

Kegiatan pelatihan teknologi pengolahan garam dengan melatih nelayan tentang teknologi pengolahan garam untuk meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk [17]. Selain itu, pendampingan teknologi dengan memberikan pendampingan lapangan oleh tim ahli dalam penerapan teknologi pengolahan yang baru dipelajari. Tim ahli dari perguruan tinggi atau lembaga penelitian akan memberikan pendampingan secara langsung kepada nelayan dalam penerapan teknologi baru ini di lapangan. Pendampingan ini juga mencakup aspek pemeliharaan alat dan manajemen produksi. Tujuannya untuk meningkatkan keterampilan teknis nelayan dan memastikan penerapan teknologi secara tepat guna.

2) Pengembangan Produk dan Inovasi

Kegiatan *workshop* pengembangan produk dengan mengadakan workshop untuk menciptakan produk turunan garam yang bernilai tambah dan inovatif. Menyelenggarakan pelatihan bagi nelayan garam tentang teknologi pengolahan yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Pelatihan ini akan mencakup teknik pembuatan produk turunan garam seperti garam beryodium, garam spa, dan garam masak premium. Kegiatan lain dengan uji coba dan pengembangan prototipe produk baru dalam skala kecil, dan mengembangkan prototipe yang berhasil. Tujuannya untuk menghasilkan produk garam yang lebih variatif dan memiliki daya saing tinggi di pasar.

3) Pemasaran dan Pengembangan Jaringan Distribusi

Kegiatan pelatihan pemasaran dan branding dengan melatih nelayan tentang strategi pemasaran, digital marketing, dan branding produk. Bangun kemitraan dengan Industri dengan cara menjalin kerjasama dengan industri terkait untuk memperluas distribusi produk. Menjalinkan kerjasama dengan sektor industri, baik lokal maupun nasional, untuk mendukung distribusi produk garam yang dihasilkan. Kemitraan ini juga dapat mencakup bantuan dalam hal logistik, pengemasan, dan penjualan. Tujuannya untuk meningkatkan akses pasar dan pendapatan nelayan melalui penjualan produk yang lebih bernilai tambah [18].

c. Tahap Monitoring dan Evaluasi

1) Monitoring Berkala

Melakukan monitoring secara berkala terhadap perkembangan kegiatan pengabdian masyarakat. Pemantauan ini bertujuan untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi dan memberikan solusi yang tepat waktu. Kegiatan pemantauan secara rutin terhadap implementasi program, untuk memastikan semua kegiatan berjalan sesuai rencana dan memberikan solusi terhadap kendala yang muncul. Tujuannya untuk mengawasi perkembangan program dan memberikan dukungan tepat waktu jika diperlukan.

2) Evaluasi Akhir Program

Kegiatan menyusun laporan evaluasi yang komprehensif berdasarkan hasil monitoring, feedback dari peserta, dan analisis data hasil program. Di akhir program, dilakukan evaluasi menyeluruh untuk menilai pencapaian target dan dampak kegiatan terhadap peningkatan perekonomian nelayan garam. Hasil evaluasi ini akan menjadi bahan masukan untuk perbaikan program di masa depan. Tujuannya untuk menilai keberhasilan program dalam mencapai tujuan, serta mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan untuk program pengabdian berikutnya.

d. Tahap Sosialisasi dan Publikasi

1) Sosialisasi Hasil Program

Kegiatan yang dilakukan dengan mengadakan kegiatan sosialisasi untuk mempresentasikan hasil program kepada masyarakat, pemerintah daerah, dan stakeholder lain. Tujuannya untuk menyebarkan hasil dan praktik baik kepada komunitas yang lebih luas untuk replikasi program.

2) Publikasi Ilmiah

Kegiatan menulis dan mempublikasikan hasil pengabdian dalam bentuk artikel ilmiah atau laporan yang dapat dibagikan melalui jurnal atau seminar akademik. Menyusun laporan dan artikel ilmiah yang memaparkan metode, hasil, dan dampak kegiatan pengabdian masyarakat ini, untuk dipublikasikan di jurnal atau seminar akademik, sehingga dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemberdayaan masyarakat dan teknologi pengolahan garam. Tujuannya berkontribusi pada ilmu pengetahuan dan membuka peluang pengembangan lebih lanjut dalam bidang pemberdayaan masyarakat dan teknologi pengolahan garam [19]. Tahapan-tahapan ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan secara sistematis dan berdampak positif terhadap peningkatan perekonomian nelayan garam di Desa Kaliwlingi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Selama pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM), peningkatan pengetahuan dan keterampilan produksi menjadi salah satu fokus utama. Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan yang dilakukan antara tanggal 11 s.d. 25 November 2023, para pelaku usaha garam rebus di Desa Kaliwlingi, Kecamatan Brebes, mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan mereka dalam memproduksi garam rebus.

a. Penguasaan Teknik Produksi yang Lebih Efisien

Peserta dilatih untuk memahami dan mengimplementasikan teknik produksi garam rebus yang lebih efisien. Pelatihan ini mencakup penggunaan peralatan yang lebih modern dan prosedur perebusan yang dioptimalkan untuk mengurangi waktu dan biaya produksi tanpa mengorbankan kualitas. Pelaku usaha belajar bagaimana mengatur suhu perebusan, waktu pengendapan, dan pengolahan garam agar hasil akhir memiliki kualitas yang lebih baik.

b. Peningkatan Pemahaman tentang Standar Kualitas

Selain teknik produksi, para peserta juga dibekali dengan pengetahuan tentang standar kualitas yang harus dipenuhi dalam pembuatan garam rebus. Mereka diajarkan bagaimana menjaga konsistensi kualitas dari setiap batch produksi, termasuk pemilihan bahan baku yang tepat, proses pemurnian, serta pengemasan yang higienis. Peningkatan pemahaman ini penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya aman dikonsumsi tetapi juga mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

c. Penerapan Manajemen Produksi yang Terstruktur

Keterampilan peserta dalam manajemen produksi juga ditingkatkan. Mereka belajar cara mengelola persediaan bahan baku, merencanakan produksi, serta mengatur jadwal kerja agar proses produksi berjalan lancar dan efisien. Dengan manajemen yang lebih terstruktur, para pelaku usaha dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan output produksi.

d. Peningkatan Kemampuan dalam Pengendalian Kualitas

Para peserta juga mendapatkan pelatihan khusus tentang pengendalian kualitas (*quality control*) dalam proses produksi. Mereka diajarkan cara melakukan uji coba produk untuk memastikan bahwa garam rebus yang dihasilkan memenuhi standar yang diharapkan. Ini termasuk pengujian kebersihan, rasa, dan kandungan mineral pada garam yang dihasilkan. Dengan keterampilan ini, pelaku usaha mampu mengidentifikasi dan memperbaiki masalah kualitas sebelum produk dipasarkan.

e. Peningkatan Keterampilan dalam Diversifikasi Produk

Selain peningkatan pada proses produksi utama, peserta juga didorong untuk mengembangkan keterampilan dalam diversifikasi produk. Mereka belajar untuk menciptakan berbagai varian produk garam rebus, seperti garam beryodium untuk konsumsi harian dan garam non-yodium untuk industri telur asin. Keterampilan ini memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar yang beragam, sehingga membuka peluang baru untuk pertumbuhan

bisnis. Secara keseluruhan, peningkatan pengetahuan dan keterampilan produksi yang diperoleh selama kegiatan PKM memberikan fondasi yang kuat bagi pelaku usaha garam di Desa Kaliwlingi untuk meningkatkan efisiensi dan kualitas produk mereka. Ini tidak hanya berdampak positif terhadap kinerja operasional mereka tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Peningkatan pengetahuan dan keterampilan produksi yang diperoleh para pelaku usaha garam rebus di Desa Kaliwlingi melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) telah memberikan dampak yang signifikan terhadap kualitas dan efisiensi produksi mereka [20]. Melalui pelatihan yang komprehensif, mereka kini mampu menerapkan teknik produksi yang lebih efisien, mengurangi pemborosan, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Pemahaman yang lebih mendalam tentang standar kualitas juga memungkinkan mereka untuk menghasilkan produk yang konsisten dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, penguasaan manajemen produksi yang lebih terstruktur membantu mereka dalam mengatur proses produksi secara lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan output tanpa mengorbankan kualitas. Pelatihan dalam pengendalian kualitas dan diversifikasi produk turut memperkaya keterampilan mereka, memungkinkan mereka untuk memenuhi kebutuhan pasar yang beragam dengan berbagai varian produk garam rebus, baik untuk konsumsi harian maupun untuk keperluan industri. Dengan keterampilan baru ini, para pelaku usaha tidak hanya mampu meningkatkan daya saing produk mereka, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi bisnis, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat di Desa Kaliwlingi.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan dari pembahasan mengenai peningkatan pengetahuan dan keterampilan produksi melalui Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Desa Kaliwlingi menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan telah berhasil memberdayakan para pelaku usaha garam rebus secara signifikan. Dengan peningkatan kemampuan dalam menerapkan teknik produksi yang lebih efisien dan manajemen produksi yang terstruktur, pelaku usaha mampu mengoptimalkan proses produksi mereka. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memastikan bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik dan konsisten. Selain itu, pemahaman yang lebih dalam mengenai standar kualitas dan pengendalian mutu memungkinkan pelaku usaha untuk menjaga kualitas produk garam rebus yang dihasilkan sesuai dengan standar yang diharapkan. Hal ini sangat penting dalam upaya mereka untuk bersaing di pasar yang lebih luas, baik di tingkat lokal maupun nasional. Dengan adanya diversifikasi produk, seperti pengembangan varian garam rebus beryodium dan non-yodium, para pelaku usaha mampu memenuhi kebutuhan pasar yang beragam, membuka peluang baru untuk ekspansi bisnis, dan meningkatkan daya saing produk mereka. Secara keseluruhan, kesuksesan PKM ini tidak hanya terukur dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan teknis para pelaku usaha tetapi juga dari dampak jangka panjang yang dapat mereka capai. Peningkatan kualitas dan efisiensi produksi diharapkan dapat membawa dampak positif terhadap perekonomian lokal, memperkuat posisi produk garam rebus Desa Kaliwlingi di pasar, dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan fondasi yang lebih kuat dalam hal manajemen produksi dan diversifikasi produk, para pelaku usaha kini memiliki potensi untuk mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengungkapkan rasa terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program ini. Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Bapak Suratno, S.E. sebagai Kepala Desa Kaliwlingi, dan Ibu Dayuni, selaku pelaku UMKM Garam Rebus, serta Sekretaris Desa atas izin dan dukungannya dalam menjalankan program pengabdian kepada masyarakat. Kami juga ingin berterima kasih kepada seluruh masyarakat Desa Kaliwlingi atas partisipasi dan kerjasamanya, serta kesinambungan yang terjaga dalam menjalani program pengabdian masyarakat dari Universitas Muhadi Setiabudi. Semua dukungan dan kontribusi ini sangat berarti dalam kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan program ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] W. Ananda, S. B. Riono, M. Syaifulloh, and S. N. Utami, "Pendampingan Strategi Pemasaran Berbasis

(Amalia Agustin, Akbar NPD Darma Wahana, M. Dini Aditia, Farhan Saefudin Wahid, Ubaedillah, Tri Linda Antika)
Upaya Peningkatan Perekonomian Nelayan Garam Melalui Diversifikasi Produk

- Teknologi bagi UMKM Arum Manis untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Cihaur, Kecamatan Banjarharjo," *SAFARI J. Pengabdi. Masy. Indones.*, vol. 2, no. 4, pp. 8–14, 2022.
- [2] D. Ariyani, S. B. Riono, and H. Sucipto, "Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual: Branding Equity Training to Build ...," *Kreat. J.*, 2022,
- [3] H. Sofia, M. Jannah, and V. Hadyarti, "Analisis SWOT sebagai Strategi Peningkatan Pengunjung Eduwisata Garam Madura," *J. Kaji.*, 2022.
- [4] A. Kurniawan, A. A. Jaziri, A. A. Amin, and ..., "Indeks Kesesuaian Garam (Ikg) Untuk Menentukan Kesesuaian Lokasi Produksi Garam; Analisis Lokasi Produksi Garam Di Kabupaten Tuban Dan Kabupaten Probolinggo," *JFMR (Journal of pdfs.semanticscholar.org*, 2019. [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/30e9/f1781c5e2cd0df38a53de5aa8d66a58077f1.pdf>
- [5] A. Atmarita, A. B. Jahari, S. Sudikno, and M. Soekatri, "Asupan Gula, Garam dan Lemak di Indonesia: Analisis Survei Konsumsi Makanan Individu (SKMI) 2014," *Gizi Indones.*, vol. 39, no. 1, p. 1, 2017, doi: 10.36457/gizindo.v39i1.201.
- [6] S. B. Riono, D. Harini, and A. Sholeha, "Sosialisasi Pemberdayaan Masyarakat Mengenai Strategi Branding untuk Meningkatkan Pemasaran UMKM Produk Lokal di Desa Kaliwlingi," *Era Abdimas J.*, 2023.
- [7] M. Astryani, S. B. Riono, and H. Sucipto, "Sosialisasi dan Pelatihan Pembukuan Sederhana bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Tiwulandu, Kabupaten Brebes," *Era Abdimas J. Pengabdi. dan Pemberdaya. Masy. Multidisiplin*, vol. 1, no. 1, pp. 29–36, 2023.
- [8] Y. U. Hoiriyah, "Peningkatan kualitas produksi garam menggunakan teknologi geomembran," *J. Stud. Manaj. dan Bisnis*, 2019.
- [9] J. Trikobery, A. Rizal, N. Kurniawati, and ..., "Analisis Usaha Tambak Garam di Desa Pengarengan Kecamatan Pangenan Kabupaten Cirebon," *J. Perikan.*, 2017.
- [10] L. Anggraeni, N. Lubis, and ..., "Pengaruh Konsentrasi Garam Terhadap Produk Fermentasi Sayuran: Review: Effect of Salt Concentration on Fermented Vegetable Products," *J. Sains dan*, 2021, [Online]. Available: <https://jsk.farmasi.unmul.ac.id/index.php/jsk/article/view/459>
- [11] W. S. Sundari, S. B. Riono, and D. Harini, "Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Songgom," *J. Ilm. Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 2, pp. 180–187, 2022.
- [12] A. A. Al-Khatiri, H. Sucipto, D. Harini, and S. B. Riono, "The Influence of Marketing Strategy and Service Quality on Sales Volume in MSMEs Pondok Penyet 18 Pabuaran, Cirebon Regency," *IJESSR Int. J. Econ. Soc. Sci. Res.*, vol. 1, no. 1, pp. 36–49, 2023.
- [13] A. N. Rismayanti and S. bambang Riono, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Indomie terhadap Psikologis Konsumen di Warmindo Jayaberkah," *JECMER: Journal of Economic, Management* 2023.
- [14] N. Musriah, S. B. Riono, A. Yulianto, F. S. Wahid, and U. Ubaedillah, "Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Kue Basah Ibu-Ibu PKK Desa Tiwulandu Kecamatan Banjarharjo, Kabupaten Brebes," *Prof. J. Abdimas*, vol. 1, no. 3, pp. 1–6, 2022.
- [15] S. B. R. Winda Sofiana Sundari Dwi Harini, "Analisis Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart Songgom," *J. Ilm. Akunt. dan Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 180–187, 2020.
- [16] M. Thoriq, A. E. Syaputra, and Y. S. Eirlangga, "Model Simulasi untuk Memperkirakan Tingkat Penjualan Garam Menggunakan Metode Monte Carlo," *J. Inf. dan Teknol.*, 2022.
- [17] H. Subagia, S. B. Riono, A. Indriyani, and M. Syaifulloh, "Does the Family Environment and Entrepreneurship Education Promote Students' Entrepreneurial Intentions?: The Mediating Role of Entrepreneurial ...," *Italienisch*. 2022.
- [18] Y. Rochwulaningsih, "Tata Niaga Garam Rakyat Dalam Kajian Struktural," *Citra Lekha*, 2013, [Online]. Available: <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/cilekha/article/view/6877>
- [19] A. Faozan, H. K. Wulandari, H. Subagia, A. Yulianto, and S. B. Riono, "Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual terhadap Volume Penjualan pada Yamaha Agung Motor Brebes," *J. Account. Financ.*, vol. 1, no. 2, pp. 74–84, 2019.
- [20] T. U. A. Chaerunnisa, "Analisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Sabun Lifebuoy di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa," *JECMERJ. Econ. Manag. Entrep.*, vol. 1, no. 4, pp. 29–42, 2023.