



KKN-PPM  
UGM

2024

# MENYELAMI POTENSI PANTAI SELATAN :

**Analisis Business Model Canvas (BMC) Koperasi  
Produsen Garam Tirta Bahari**



DISUSUN OLEH: PRITA MEILANI

# PENDAHULUAN

**S** elamat datang di Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta! Terkenal dengan pantai selatannya yang memukau, daerah ini ternyata memiliki rasisia yang lebih dalam dari sekadar keindahan alamnya. Di balik pasir putih dan deburan ombak, tersimpan potensi ekonomi yang mengagumkan: **produksi garam**.

Garam, komoditas yang seringkali dianggap sepele, sebenarnya memainkan peran vital di berbagai sektor, mulai dari konsumsi rumah tangga hingga kebutuhan industri. Melihat peluang ini, Sri Sultan Hamengku Buwono X, pada tahun 2016, meluncurkan program Pengembangan Usaha Garam Rakyat. Tujuannya? Mendukung kemajuan maritim Indonesia sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir.

Di Kapanewon Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul, terdapat tambak garam yang tengah berkembang. Pengelola tambak ini adalah Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari, yang berlokasi tepat di Pantai Sepanjang. Dengan luas wilayah 71,61 km<sup>2</sup> dan populasi sekitar 29.063 jiwa, Tanjungsari



menyimpan potensi luar biasa sebagai destinasi wisata sekaligus pusat produksi garam. Koperasi ini menghasilkan produk garam berkualitas tinggi, dari garam konsumsi hingga garam spa, bahkan memanfaatkan limbah garam dengan cara yang inovatif. Ini adalah contoh nyata bagaimana potensi ekonomi bisa digali secara menguntungkan dan berkelanjutan. Tidak hanya itu, koperasi ini juga memadukan produksi dengan konsep eduwisata, memberikan pengalaman edukatif sekaligus rekreatif kepada pengunjung.



Perjalanan Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari dimulai pada tahun 2011, saat para pelaku usaha lokal yang selanjutnya menamakan diri sebagai Kelompok Usaha Garam (KUGAR) mengajukan proposal kepada Dinas Kelautan dan Perikanan DIY. Dengan semangat dan tekad yang kuat, mereka memulai produksi garam menggunakan metode tradisional. Namun, inovasi tidak berhenti di situ. Pada tahun 2014, mereka meningkatkan metode produksi dengan teknologi yang lebih modern, seperti penggunaan pikulan air dan terpa untuk memindahkan air laut, serta garam meja untuk pengkristalan. Transformasi terbesar terjadi pada tahun 2017 dengan adopsi sistem Greenhouse Salt Tunnel, yang memungkinkan kontrol suhu dan lingkungan produksi, sehingga kualitas garam semakin prima.



Sejak tahun 2018, kelompok usaha ini mulai memasarkan garam dapur dengan merek SBS (Segara Bumi Sepanjang). Tahun 2021 menjadi titik balik dengan peralihan manajemen keuangan berbasis koperasi, yang memperkuat struktur pengelolaan dan partisipasi anggota. Tidak berhenti di situ, pada tahun 2022, mereka meluncurkan produk garam spa yang diberi nama Giri Sewu, menambah variasi produk yang ditawarkan. Pada tahun 2023, koperasi ini resmi berganti nama menjadi Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari dan kini memiliki 20 anggota aktif.

Dukungan dari berbagai lembaga seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi, Pemda DIY, Gugus Tugas Kemandirian Garam Nasional, dan Universitas Gadjah Mada (UGM) telah menjadi pendorong utama dalam memajukan industri garam di Tanjungsari. Mereka tidak hanya memberikan bantuan teknis dan finansial, tetapi juga membekali anggota koperasi dengan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk terus maju dan berkembang.

Untuk memahami lebih dalam model bisnis Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari, kita akan menggunakan Business Model Canvas (BMC). Alat strategis ini membantu menggambarkan, mendesain, menantang, dan mengubah model bisnis menjadi lebih baik. Analisis BMC akan memberikan gambaran komprehensif tentang bagaimana koperasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai di pasar. Dengan pemahaman ini, para pengurus dan anggota koperasi akan lebih siap menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di masa depan.



# ANALISIS



Business Model Canvas (BMC) dapat menjadi alat yang sangat berguna bagi Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari dalam mengartikulasikan dan mengelola semua elemen kunci dalam bisnis mereka. BMC tidak hanya membantu dalam visualisasi strategis, tetapi juga memfasilitasi pemahaman yang mendalam dan diskusi antara berbagai pemangku kepentingan.

## SEMBILAN BUSINESS MODEL CANVAS

### ➔ Mitra Kunci

Kolaborasi dengan petambak garam lokal, dukungan dari instansi pemerintah seperti Disperindag, Disnakertrans, dan Pemda DIY, serta partisipasi dalam Program Dana Istimewa dan Gugus Tugas Kemandirian Garam Nasional, merupakan jaringan mitra yang penting dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan koperasi ini.

### ➔ Aktivitas Kunci

Produksi garam dengan teknologi modern yang menggabungkan efisiensi dan keberlanjutan, kontrol kualitas yang ketat, pengemasan yang menarik, dan pemasaran yang proaktif adalah kegiatan kunci yang mendukung operasional koperasi ini. Pelatihan terus-menerus bagi anggota koperasi juga menjadi kunci keberhasilan mereka dalam meningkatkan keahlian dan profesionalisme.

### ➔ Sumber Daya Kunci

Fasilitas produksi yang modern, tenaga kerja terampil, serta dukungan finansial dan merek yang kuat merupakan sumber daya utama yang mendukung koperasi dalam menjalankan operasional dan mengembangkan bisnis mereka.



# SEMBILAN BUSINESS MODEL CANVAS

## ➔ Saluran Pemasaran

Dengan menggunakan saluran pemasaran langsung, grosir ke pengecer, dan promosi aktif melalui media sosial, koperasi ini berhasil menjangkau dan terlibat secara langsung dengan pelanggan mereka. Kehadiran digital melalui platform seperti Instagram dan website koperasi dapat memperluas jangkauan dan memfasilitasi pemesanan produk secara online, meningkatkan keterlibatan konsumen secara signifikan.

## ➔ Hubungan dengan Konsumen

Komunikasi langsung dengan pelanggan dan keterbukaan terhadap umpan balik sangat penting bagi koperasi ini. Mereka tidak hanya menerima masukan untuk meningkatkan kualitas produk, tetapi juga membangun hubungan yang kuat dengan komunitas lokal dan wisatawan yang menjadi pelanggan utama mereka.

## ➔ Segmentasi Konsumen

Koperasi ini berhasil memetakan segmen pelanggan mereka ke dalam dua kelompok utama: masyarakat lokal di sekitar Tanjungsari dan wisatawan yang tertarik dengan proses pembuatan garam secara langsung di Pantai Sepanjang. Pendekatan ini memungkinkan koperasi untuk menyesuaikan strategi pemasaran dan layanan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap segmen.



# BERKELANJUTAN

## ➔ Proporsi Nilai

Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari menghasilkan nilai yang signifikan bagi pelanggan mereka. Garam berkualitas tinggi, diproduksi tanpa bahan kimia di Pantai Sepanjang yang memiliki air laut bersih, menarik bagi konsumen yang peduli dengan kesehatan dan keberlanjutan lingkungan. Diversifikasi produk seperti garam spa, bath bomb, dan garam fortifikasi juga mendukung nilai tambah yang signifikan.

## ➔ Struktur Pembiayaan

Pengelolaan biaya produksi, administrasi, dan operasional dengan hati-hati, serta investasi dalam pengemasan, branding, dan penelitian pengembangan, adalah strategi keuangan yang memastikan koperasi tetap beroperasi secara efisien dan inovatif.

## ➔ Aliran Pendapatan

Koperasi mendapatkan pendapatan utama dari penjualan produk garam dan diversifikasinya, serta dari jasa eduwisata yang menarik pengunjung untuk belajar tentang proses produksi garam.



Dengan memanfaatkan BMC, Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari berhasil tidak hanya bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat, tetapi juga berkembang menjadi contoh keberhasilan dalam memanfaatkan potensi lokal dan menghadirkan nilai yang signifikan bagi komunitas mereka serta lingkungan sekitar. Namun, sebagai entitas usaha yang masih terus berkembang, Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari tidak lepas dari tantangan dan kendala yang dihadapinya. Berdasarkan observasi dan wawancara yang telah disusun dalam BMC ini, beberapa tantangan utama telah teridentifikasi.

Salah satunya adalah kompleksitas dalam perizinan produk. Proses yang rumit ini membuat koperasi mengalami kesulitan dalam menjual produknya ke pasar yang lebih luas. Meskipun permintaan terhadap produk mereka tinggi, koperasi belum mampu menyediakan dukungan produksi yang memadai untuk memenuhi kebutuhan pasar yang lebih besar. Hal ini menyebabkan koperasi hanya bisa memasarkan produk secara lokal di sekitar tambak, mengakibatkan harga produk kurang kompetitif dan menyebabkan pertumbuhan produksi terhambat.

Dengan berbagai tantangan yang dihadapinya, Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari tetap berkomitmen untuk terus berinovasi dan meningkatkan kapasitas mereka. Dengan semangat pantang menyerah, koperasi ini siap menghadapi masa depan dengan penuh optimisme dan keyakinan akan potensi besar yang dimilikinya dalam industri garam.

# Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari

BUSINESS MODEL CANVAS  
KKN-PPM UGM 2024







# KESIMPULAN

Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari telah menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengembangkan bisnis mereka dengan memanfaatkan potensi lokal yang ada. Berdasarkan pendekatan BMC, diketahui bahwa koperasi berhasil mengelola berbagai aspek bisnis dengan baik. Namun, tantangan dalam perizinan produk dan manajemen sumber daya manusia tetap menjadi fokus utama untuk diperbaiki.

Untuk mengatasi tantangan ini, koperasi perlu berfokus pada proses perizinan produk dan investasi dalam pengembangan sumber daya manusia. Ekspansi pasar melalui pemasaran digital dan terus mendorong inovasi produk juga menjadi kunci untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

Dengan melanjutkan komitmen terhadap inovasi dan kualitas, Koperasi Produsen Garam Tirta Bahari memiliki potensi besar untuk terus tumbuh dan menjadi pelaku utama dalam industri garam lokal maupun global. Semangat mereka dalam memanfaatkan potensi alam dan memberdayakan komunitasnya adalah contoh nyata dari bagaimana bisnis dapat berkontribusi positif terhadap pembangunan ekonomi dan sosial suatu daerah.



**DIDUKUNG OLEH:**

