

Perencanaan Pemasaran dan Manajemen Risiko Bisnis Pengolahan Garam Industri Berkualitas dengan Berkbasis Implementasi Teknologi

Nadia Widni Putri¹, Tantri Yanuar Rahmat Syah², Dimas Angga Negoro³, Endang Ruswanti⁴

^{1,2,3,4}Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Esa Unggul, Jakarta

Email: ¹nadia.putri@student.esaunggul.ac.id, ²tantrysyah@esaunggul.ac.id,

³dimasnegoro@esaunggul.ac.id, ⁴endangruswanti@esaunggul.ac.id

Abstract

PT Ladang Garam Nasional (PT LGN) aims to be a pioneer in the caustic soda salt industry in Indonesia by utilizing modern technology to meet the needs of the national chemical industry. This project is driven by Indonesia's dependence on industrial salt imports, especially for the chemical sector, which reaches more than 3 million tons per year. With the establishment of a factory in Tegal, Central Java, PT LGN will produce high-quality salt with a NaCl content of $\geq 99\%$ through Fluidized Bed Dryer (FBD) technology and apply the principles of Good Manufacturing Practice (GMP). The global industrial salt market is projected to grow by 2.4% per year. PT LGN takes advantage of this opportunity by offering products that meet the specific needs of the caustic soda industry. The results of the study show that the adoption of technology in the production and distribution process can increase the added value of products and reduce operational risks significantly. Marketing strategies that focus on product diversification and market penetration have also proven effective in expanding consumer reach. This study contributes to the development of a sustainable business model in the industrial salt processing sector.

Keywords: Industrial Salt, Caustic Soda, Modern Technology, Marketing Planning, Risk Management.

Abstrak

PT Ladang Garam Nasional (PT LGN) bertujuan menjadi pionir dalam industri garam soda kaustik di Indonesia dengan memanfaatkan teknologi modern untuk memenuhi kebutuhan industri kimia nasional. Proyek ini didorong oleh ketergantungan Indonesia pada impor garam industri, terutama untuk sektor kimia, yang mencapai lebih dari 3 juta ton per tahun. Dengan pendirian pabrik di Tegal, Jawa Tengah, PT LGN akan menghasilkan garam berkualitas tinggi dengan kadar NaCl $\geq 99\%$ melalui teknologi *Fluidized Bed Dryer* (FBD) dan menerapkan prinsip *Good Manufacturing Practice* (GMP). Pasar garam industri global diproyeksikan tumbuh sebesar 2,4% per tahun. PT LGN memanfaatkan peluang ini dengan menawarkan produk yang memenuhi kebutuhan khusus industri soda kaustik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi teknologi pada proses produksi dan distribusi mampu meningkatkan nilai tambah produk serta mengurangi risiko operasional secara signifikan. Strategi pemasaran yang terfokus pada diversifikasi produk dan penetrasi pasar juga terbukti efektif dalam memperluas jangkauan konsumen. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model bisnis yang berkelanjutan pada sektor pengolahan garam industri.

Kata Kunci: Garam Industri, Soda Kaustik, Teknologi Modern, Perencanaan Pemasaran, Manajemen Risiko.

1. PENDAHULUAN

Pembangunan industri di Indonesia saat ini berkembang pesat, diikuti dengan meningkatnya permintaan bahan baku seperti garam industri (NaCl), yang belum sepenuhnya terpenuhi oleh produksi dalam negeri. Indonesia sebenarnya memiliki

potensi besar sebagai negara kepulauan untuk memenuhi kebutuhan garam nasional dan menjadi produsen global (Mandasari et al., 2024). Namun, ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan menyebabkan untuk mencukupi permintaan garam industri di Indonesia masih diperlukan adanya impor (Boenarco, 2012)(Andanu & Udin, 2021). Sejarah menunjukkan bahwa masyarakat Madura dan pesisir Jawa Timur telah mengenal budidaya garam sejak lama, terutama melalui ajaran Kiai Onggo Wongso di Madura. Selain itu, bukti arkeologis seperti Prasasti Garaman abad ke-11 menunjukkan bahwa pergaraman sudah dikenal sejak zaman kerajaan Jenggala. Pada masa prakolonial, garam bahkan menjadi komoditas ekspor penting di pantai utara Jawa. Namun, kendali atas produksi garam berubah setelah kedatangan kolonial, dengan kontrol beralih ke penguasa asing dan pengusaha Tiongkok (Andanu & Udin, 2021; Boenarco, 2012; Rochwulaningsih, 2016)

Indonesia, meskipun memiliki garis pantai terpanjang kedua di dunia, justru mengalami penurunan produksi garam setelah kemerdekaan dan kini bergantung pada impor untuk memenuhi kebutuhan. Garam yang mengandung NaCl dapat diproduksi melalui berbagai metode seperti penguapan air laut atau penambangan. Garam dibagi menjadi dua jenis, yakni garam konsumsi dengan kadar NaCl minimal 94% dan garam industri dengan kadar NaCl minimal 97%. Namun, kualitas garam produksi lokal belum mampu memenuhi standar industri, sehingga Indonesia terpaksa mengimpor garam dari negara-negara seperti Australia dan India (Angela Martina et al., 2016; Sungkono et al., 2022; Ummah, 2019). Berdasarkan data, kebutuhan garam industri nasional pada 2024 mencapai lebih dari 5 juta ton, dengan industri kimia dasar sebagai konsumen terbesar yaitu dengan kebutuhan pertahun 3-4 juta ton, disusul industri pangan dan farmasi. Tantangan utamanya adalah kualitas garam lokal yang hanya cocok untuk kebutuhan sederhana seperti pengasinan ikan (Badan Pusat, 2021; Wiraningtyas et al., 2017).

Dari perspektif ekonomi, pengembangan industri garam dalam negeri berpotensi memberikan dampak positif yang besar. Langkah ini tidak hanya akan mengurangi ketergantungan pada impor dan menghemat devisa, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja baru, khususnya di daerah pesisir yang umumnya tertinggal secara ekonomi. Selain itu, pengembangan sektor ini dapat meningkatkan kesejahteraan petani garam tradisional melalui kemitraan strategis dan alih teknologi yang lebih modern. Inisiatif ini diharapkan dapat mengoptimalkan potensi sumber daya lokal sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi di kawasan pesisir yang selama ini kurang berkembang (Rusiyanto et al., 2023; Setiani, 2022). Pendirian pabrik garam industri soda kaustik di Indonesia memiliki arti penting yang melampaui upaya untuk menurunkan jumlah impor. Salah satu manfaat utamanya adalah peningkatan kemandirian industri nasional. Dengan memiliki fasilitas produksi sendiri, Indonesia dapat mengurangi ketergantungan pada pasokan luar negeri, yang sering kali rentan terhadap fluktuasi harga dan gangguan rantai pasokan global. Hal ini juga dapat memperkuat posisi tawar Indonesia dalam perdagangan internasional dan meningkatkan ketahanan ekonomi negara terhadap gejolak eksternal.

PT Ladang Garam Nasional (LGN) memiliki peluang besar untuk meraih keuntungan dari tingginya permintaan garam industri di Indonesia, terutama dari sektor kimia seperti industri kimia soda kaustik (Andanu & Udin, 2021; Saosang & Kurniawan, 2023). Kebutuhan yang stabil di industri ini memberikan kesempatan bagi PT LGN untuk merencanakan produksi jangka panjang, meningkatkan efisiensi, serta mengoptimalkan manajemen persediaan. Dengan beroperasi pada skala besar, perusahaan dapat memperluas pasar dan meningkatkan margin keuntungan (Aris Sarjito, 2023).

Perencanaan pemasaran bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk garam industri dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif. Hal ini dilakukan

dengan menganalisis pasar serta kebutuhan konsumen agar produk garam yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan permintaan pasar. Selanjutnya, diupayakan pengoptimalan saluran distribusi dan promosi guna memperluas jangkauan pasar serta membangun citra merek garam industri berkualitas yang dapat dipercaya oleh konsumen dan pelanggan (Putri, 2022; Shodiqin et al., 2024).

Manajemen risiko bisnis dilakukan dengan mengidentifikasi risiko-risiko potensial yang mungkin mengganggu proses produksi dan pemasaran garam (Nasution & Nanda, 2024). Pengelolaan risiko terkait bahan baku, proses produksi, dan distribusi dilakukan untuk memastikan kelancaran operasional tanpa hambatan berarti. Selain itu, langkah-langkah mitigasi risiko diterapkan agar dampak negatif dari risiko yang terjadi dapat diminimalkan, dan risiko terus dimonitor serta dievaluasi secara berkala agar bisnis tetap stabil dan berkelanjutan (Marita et al., 2021; Wiraningtyas et al., 2017).

Dalam pengolahan garam industri berkualitas, implementasi teknologi modern menjadi fokus utama untuk mengoptimalkan proses produksi sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Teknologi digunakan dalam pengendalian mutu agar produk garam sesuai dengan standar industri dan kebutuhan pasar. Selain itu, teknologi dimanfaatkan untuk monitoring dan manajemen produksi guna mengurangi kesalahan dan pemborosan. Pengembangan inovasi produk dan proses produksi juga didorong melalui penggunaan teknologi demi meningkatkan nilai tambah produk garam industri (Barat et al., 2024; Nasution & Nanda, 2024).

Kegiatan ini dilakukan untuk merumuskan permasalahan dalam mengidentifikasi teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kadar kemurnian garam sehingga sesuai dengan standar industri, menganalisis implementasi teknologi untuk mempercepat proses produksi dan mengurangi biaya operasional. mengevaluasi dampak penerapan teknologi terhadap peningkatan kualitas dan daya saing garam lokal di pasar domestik dan internasional, mengintegrasikan teknologi ramah lingkungan untuk memastikan produksi garam industri tidak merusak ekosistem, memberikan rekomendasi untuk pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan teknologi bagi produsen garam lokal dan mengidentifikasi kendala dan peluang dalam penerapan teknologi pada pengolahan garam industri (Fazil & Arifin, 2020; Hidayat, 2022).

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini merupakan tahapan dalam meningkatkan pemahaman terhadap Pengolahan Garam pada Industri Berkualitas dengan Berbasis Implementasi Teknologi. Berikut beberapa metode yang bisa dipertimbangkan:

1. Studi Kasus

Menggunakan teknik wawancara, observasi, dan analisis dokumen terkait untuk mengumpulkan data tentang perencanaan strategi dan keuangan perusahaan. Bisa mencakup data keuangan perusahaan, strategi yang diterapkan, dan bagaimana teknologi berperan dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produk. Wawancara mendalam dengan ahli industri, serta diskusi kelompok terarah untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam perencanaan strategi serta penerapan teknologi. Dalam studi kasus diambil dari data-data cara pengolahan garam secara sederhana dan menggunakan teknologi dari literatur yang membahas masalah tersebut.

2. Kegiatan Lapangan

Mengidentifikasi masalah dalam perencanaan pengembangan Pengolahan Garam, dan kemudian merancang serta mengimplementasikan solusi berbasis teknologi untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi. Kegiatan lapangan berorientasi pada implementasi penggunaan teknologi dalam memproduksi garam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran pemasaran dikelompokkan atas jangka pendek, menengah dan panjang.

Tujuan Jangka Pendek adalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan produk PT Ladang Garam Nasional di kalangan perusahaan industri kimia yang membutuhkan garam industri soda kaustik
2. Membangun koneksi yang solid dengan orang kunci di customer, seperti bagian pengadaan (*procurement*)
3. Menjalani relasi yang kuat dengan konsumen
4. Meningkatkan tingkat kepuasan konsumen sebesar 40% dalam 24 bulan dengan memperbaiki kualitas layanan, memastikan respon cepat, dan menyelesaikan masalah secara efektif

Memperluas jangkauan pasar ke 3 wilayah baru dalam 12 bulan kedepan yang memiliki potensi permintaan garam industri soda kaustik tinggi, guna meningkatkan pangsa pasar.

Tujuan Jangka Menengah adalah :

1. Perluas distribusi ke 15 wilayah Indonesia dalam 12 bulan, mencapai 25% pangsa pasar domestik untuk garam industri soda kaustik
2. Mengintegrasikan teknologi dalam rantai pasok untuk pengelolaan bahan baku dan distribusi yang lebih efisien dalam 12 bulan.
3. Implementasi CRM baru untuk meningkatkan loyalitas konsumen, dengan fokus pada layanan purna jual yang komprehensif.
4. Meluncurkan 3 kampanye pemasaran hijau dalam 12 bulan, meningkatkan kesadaran pasar 20% tentang inisiatif berkelanjutan perusahaan.

Tujuan Jangka Panjang adalah :

1. Mengembangkan pasar internasional dalam 5-10 tahun untuk menjadi pemain utama industri garam global dengan target pendapatan dari pasar internasional sebesar 40%.
2. Mengoptimalkan pemasaran digital dengan pengembangan platform untuk meningkatkan *engagement* konsumen sebesar 50%.
3. Membangun reputasi sebagai pemimpin inovasi dalam industri produksi dan penggunaan garam industri soda kaustik

Sebagai pabrik garam industri soda kaustik di Indonesia berbasis B2B, PT. LGN melakukan identifikasi segmen pasar yang dapat ditentukan adalah melakukan proses penjualan produk berupa garam industri soda kaustik kepada perusahaan di dalam negeri. Segmentasi pasar PT. LGN melibatkan pembagian pasar menjadi kelompok-kelompok yang berbeda, disesuaikan dengan demografi lokal berdasarkan karakteristik dan kebutuhan yang relevan. Segmentasi dimulai dengan mengidentifikasi potential buyer dari produk PT LGN. Setelah mengidentifikasi berdasarkan kelompok, proses segmentasi dapat membantu PT. LGN untuk menentukan target pasar. Segment PT LGN yaitu:

1. Perusahaan yang membutuhkan bahan baku garam industri soda kaustik
2. Perusahaan Industri petrochemical, produsen clor alkali, industri specialty chemical

Setelah melakukan segmentasi pasar, maka langkah selanjutnya adalah memilih dan menetapkan target pasar yang sesuai, PT. LGN menentukan *targeting* pada perusahaan yang membutuhkan garam industri soda kaustik, yang merupakan bisnis B2B yang memerlukan pasokan garam industri soda kaustik berkualitas untuk diintegrasikan ke dalam produk mereka.

PT. Ladang Garam Nasional menerapkan *positioning* berdasarkan *Value Propositions*. Sebagai upaya untuk memperkuat penetrasi pasar dari usaha PT. Ladang Garam Nasional, maka *positioning statement* yang akan kami terapkan adalah sebagai berikut:

- a) *Tagline* : “Garam Pilihan Indonesia”. Dimana hasil produksi PT LGN yaitu berupa garam industri soda kaustik dari Indonesia, memberikan garam industri soda kaustik yang berkualitas dengan jaminan pasokan yang handal dan mengutamakan kepuasan konsumen dengan memberikan layanan terbaik.
- b) *Positioning* : Garam industri soda kaustik yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif dan pelayanan yang terbaik.
- c) *Target segment* : Perusahaan industri kimia yang membutuhkan garam industri soda kaustik.
- d) *Brand name* : PT Ladang Garam Nasional.
- e) *Frame of reference* : Perusahaan pengolahan garam industri soda kaustik.
- f) *Point of differentiation*: Produk yang berkualitas tinggi menggunakan teknologi canggih terbaru yaitu *Fluidized Bed Dryer* (FBD) dengan sistem *Good Manufacturing Practice* (GMP) dan laboratorium pengujian terakreditasi ISO 17025.

Targeting pada perusahaan industri kimia yang membutuhkan garam industri soda kaustik sesuai *Lean Model Canvas* bagian customer segmen, maka pemasaran PT. Ladang Garam Nasional dapat dikategorikan sebagai B2B (*business to business*). Untuk itu, kami menggunakan tools NICE yaitu *Networking (Place)*, *Interaction (Promotion)*, *Common Interest (Price)* dan *Experience (Product)*.

Dalam penjualan garam industri soda kaustik, kualitas, keseragaman produk, kecepatan dalam pengiriman merupakan hal yang sangat penting. Hal tersebut yang membuat loyalitas konsumen terhadap PT. LGN dan akan merekomendasikan kami terhadap calon konsumen lainnya. Loyalitas konsumen menjadi hal utama dalam menjalankan bisnis. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen tersebut, perusahaan akan terus mengembangkan *database* solusi untuk memungkinkan tim *customer service* menemukan solusi yang cepat dan terus mengupgrade tim *sales* PT LGN agar selalu memberikan kesan pertama yang baik di hadapan calon konsumen dan konsumen.

PT Ladang Garam Nasional membuat program perencanaan pemasaran yang disebut dengan G5 (*Goal 5 Years*). Program ini adalah sebuah bentuk *action plan* yang harus dilakukan selama 5 tahun dalam rangka mencapai tujuan pemasaran jangka pendek, menengah dan panjang.

Tabel 1. Aktivitas Penjualan PT Ladang Garam Nasional

Kegiatan Sales & Marketing	Rincian Aktivitas	Tools/ Strategi yang Diterapkan
Jangka Pendek (Y1)		
• <i>Foundation & Brand Awareness</i>	• Analisis Pasar & Kompetitor • <i>Branding & Packaging</i> • <i>Website dan Social Media Setup</i> langsung kepada calon konsumen • Pengenalan Produk Melalui Sampling • Pameran dan Expo • <i>Sales area mapping</i> • Membuat daftar calon konsumen yang berpotensi	• <i>Website, Social Media, Digital Ads, Sampling Kits, Expo Stands, company profile, brosur, flyer, google form, google sheet</i>

Jangka Pendek (Y2)		
• <i>Brand Building & Market Expansion</i>	• Mengembangkan <i>branding kit</i> • Mengembangkan konten • Pemetaan calon konsumen/ daerah potensial • Bertemu dengan banyak calon konsumen dari pameran/expo yang diikuti	• Bahan presentasi, google my maps, dana entertain
Jangka Menengah (Y3)		
• <i>Customer Loyalty</i>	• Loyalty Program • Email Marketing dan Newsletter	• Program Loyalitas, Email Marketing
Jangka Menengah (Y4)		
• Brand Advocacy	• Membuat <i>account Management</i> untuk mengelola hubungan dengan konsumen secara personal dan konsisten.	• Whatsapp grup
Jangka Panjang (Y5)		
• Sustained Growth & Market Leadership	• Product Quality Campaign • Ekspansi Internasional (jika memungkinkan) • Survey dan Riset Pasar Lanjutan CSR (Corporate Social Responsibility)	• Kampanye Kualitas, Sertifikasi Ekspor, CSR, Data Analytics.

Dalam melakukan kegiatan pemasaran, PT Ladang Garam Nasional akan mengelola sumber daya manusia perusahaan untuk tenaga penjualan. Seperti kebanyakan perusahaan yang bergerak dibidang yang sama, kegiatan *sales* dan *marketing* akan dilakukan dengan tim yang sama. Setiap *sales* berbagi tugas dengan admin *sales* untuk menjalankan beberapa aktivitas *marketing* yang sudah dibagi-bagi PICnya seperti event, sosial media *marketing*, dll.

Tabel 2. Sales Tim/Personel PT Ladang Garam Nasional

No	Posisi	Jumlah	Tugas Pokok dan Fungsi	Jangka
1	<i>Head of Marketing</i>	1	• Mengelola penjualan melalui pengembangan rencana bisnis • Menetapkan target penjualan individu dan tim • Melacak sasaran penjualan dan melaporkan hasilnya • Mengawasi aktivitas dan kinerja tim penjualan • Berkoordinasi dengan <i>marketing</i> untuk mendatangkan prospek (<i>lead generation</i>)	Menengah - Panjang
2	Admin Sales	1	• Mengirim dan menindaklanjuti <i>quotations</i> • Membantu mengelola kegiatan <i>marketing</i> • Membuat laporan penjualan bulanan dan tahunan	Menengah - Panjang
3	Sales dan Marketing	10	• Mencapai target penjualan individual • Menjaga hubungan baik dengan pelanggan • Merancang kegiatan <i>marketing</i> • Mengirimkan laporan mingguan	Pendek, Menengah, Panjang

(Sumber: Tim Penulis 2024)

Proyeksi Revenue Stream

Sales Asumsi

Berikut strategi yang digunakan dalam penjualan garam industri soda kaustik PT. LGN:

1. Harga jual dari garam industri soda kaustik Rp 5.000.000/ton untuk kemasan 1000 kg , Rp 290.000/50 kg dan Rp 150.000/25 kg. PT LGN menjual dalam 3 bentuk kemasan 25 kg, 50 kg dan 1000 kg.
2. Menetapkan harga yang kompetitif yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan produk, dengan mempertimbangkan faktor seperti biaya produksi, harga pesaing maupun persepsi nilai pelanggan.
3. HPP garam industri soda kaustik 40% dari *revenue*.
4. Setiap tahun mengalami kenaikan produksi sehingga pendapatan pun meningkat.
5. Produksi tahun ketiga 20% lebih tinggi dari tahun kedua.
6. Produksi tahun kelima 30% lebih tinggi dari tahun keempat.
7. Mengumpulkan ulasan positif dari konsumen PT LGN. Kumpulan ulasan positif dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian calon pembeli.
8. Jumlah hari produksi per tahun sebanyak 330 hari

Tabel 3. Perencanaan Pendapatan PT LGN tahun ke 1-6

PRODUK GARAM	TAHUN 1	TAHUN 2	TAHUN 3	TAHUN 4	TAHUN 5	TAHUN 6
Kemasan 25 kg	-	270,000,000,000	333,000,000,000	360,000,000,000	675,000,000,000	600,000,000,000
Kemasan 50 kg	-	348,000,000,000	429,200,000,000	522,000,000,000	870,000,000,000	1,160,000,000,000
Kemasan 1000 kg (1 ton)	-	225,000,000,000	277,500,000,000	750,000,000,000	562,500,000,000	1,000,000,000,000
Total	-	843,000,000,000	1,039,700,000,000	1,632,000,000,000	2,107,500,000,000	2,760,000,000,000

Perencanaan Manajemen Risiko

Dalam menjalankan operasinya, setiap organisasi harus menghadapi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan. Faktor-faktor ini dapat berasal baik dari internal organisasi itu sendiri maupun dari lingkungan eksternal. Faktor-faktor ini menciptakan tingkat ketidakpastian yang disebut sebagai risiko. Untuk menghadapi risiko-risiko ini, organisasi perlu mengelolanya dengan cara yang logis, sistematis, terstruktur, dan terdokumentasi dengan baik.

Dalam upaya mengelola risiko, organisasi dapat menerapkan kerangka kerja manajemen risiko yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks setiap organisasi.

Tujuan dan Sasaran Risiko

Tujuan Risiko

Tujuan Manajemen Risiko di PT Ladang Garam Nasional mengacu pada analisa strategi alternatif yang terdapat pada *Establish Terms Objective*. Manajemen Risiko di PT Ladang Garam Nasional diimplementasikan berdasarkan standard ISO 31000:2018 tentang Manajemen Risiko. Adapun tujuan jangka pendek yang akan dicapai diantaranya :

- 1) Membentuk tim khusus untuk mengelola risiko di setiap departemen operasional dalam 3 bulan pertama, dengan anggota dari setiap departemen untuk memastikan semua area operasional terwakili.
- 2) Mengidentifikasi dan menyusun peta risiko yang mencakup semua potensi risiko utama yang dapat mempengaruhi operasional perusahaan.
- 3) Melakukan evaluasi tahunan terhadap peta risiko yang telah disusun dan memperbaruinya sesuai dengan perubahan kondisi operasional dan lingkungan bisnis, dengan target melakukan minimal 1 pembaruan signifikan dalam 12 bulan berdasarkan hasil evaluasi.

- 4) Mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam setiap keputusan bisnis utama dalam 12 bulan, dengan memastikan bahwa setiap proyek atau keputusan strategis perusahaan melalui proses penilaian risiko yang komprehensif dan melibatkan tim manajemen risiko, serta mengadopsi kebijakan untuk mempertimbangkan risiko sebagai bagian dari proses pengambilan keputusan di semua departemen.

Sasaran Manajemen Risiko

Dalam mewujudkan tujuan operasional yang telah dibuat, PT Ladang Garam Nasional membuat sasaran Manajemen Risiko yang mengacu pada Bab IV analisa strategi alternatif yang terdapat pada *Establish Terms Objective* adalah :

- 1) Membentuk tim lintas departemen yang bertugas untuk mengidentifikasi, menganalisis, dan memitigasi risiko operasional.
- 2) Mengumpulkan data dan informasi untuk mengidentifikasi semua potensi risiko di berbagai area operasional perusahaan.
- 3) Menjadwalkan evaluasi tahunan terhadap peta risiko untuk menilai relevansi dan efektivitasnya.
- 4) Membentuk atau memperkuat tim manajemen risiko untuk terlibat dalam proses pengambilan keputusan di semua departemen.

Biaya Manajemen Risiko

Dalam melakukan kegiatan manajemen risiko tentunya PT LGN membutuhkan biaya untuk melakukan melaksanakan kegiatan mitigasi risiko yang sudah ditentukan. Tabel 9.13 di bawah ini menunjukkan perkiraan biaya yang harus di keluarkan PT LGN dalam kegiatan manajemen risiko selama lima tahun ke depan.

Tabel 3. Biaya Manajemen Risiko PT Ladang Garam Nasional

No	Jenis Biaya	Tahun ke - 1	Tahun ke - 2	Tahun ke - 3	Tahun ke - 4	Tahun ke - 5	Tahun ke - 6
1	Biaya audit eksternal	31,500,000	33,075,000	34,728,750	36,465,187	38,288,446	40,202,868
2	Sertifikasi ISO 30000	566,000,000	-	-	622,600,000	-	-
3	Maintenance CCTV 32 Channel	12,000,000	12,000,000	13,200,000	13,200,000	14,500,000	15,950,000
4	Sistem pemantauan dan risiko (pemeliharaan)	50,000,000	52,500,000	55,125,000	57,881,250	60,775,312	63,814,078
5	Pengelolaan limbah berbahaya	100,000,000	105,000,000	110,250,000	115,762,500	121,550,625	127,628,156
6	Simulasi dan Uji tanggap darurat	25,000,000	26,250,000	27,562,500	28,940,625	30,387,656	31,907,039
7	Keamanan Data dan IT	100,000,000	105,000,000	110,250,000	115,762,500	121,550,625	127,628,156
8	Pengadaan APAR dan Alarm (Pemeliharaan)	200,000,000	210,000,000	220,500,000	231,525,000	243,101,250	255,256,312
Total		1,084,500,000	543,825,000	571,616,250	1,222,137,062	630,153,914	662,386,609

(Sumber : Tim Penulis, 2024)

Prinsip Manajemen Risiko

Manajemen PT Ladang Garam Nasional menentukan prinsip dan komitmen yang ditempuh dalam pengelolaan manajemen risiko. Prinsip manajemen risiko yang diterapkan oleh PT Ladang Garam Nasional berdasarkan ISO 31000:2018.

Terintegrasi Prinsip Manajemen Risiko adalah seperti dijelaskn dibawah ini : Terintegrasi

PT LGN akan memasukkan manajemen risiko sebagai bagian dari semua aktivitas perusahaan. Setiap bagian termasuk produksi, distribusi, keuangan, hingga pengelolaan sumber daya manusia wajib melakukan kajian mengenai risiko yang mungkin muncul dari bagian yang menjadi area tanggung jawabnya. Risiko-risiko yang mungkin muncul wajib dilakukan pencegahan agar tidak terjadi dan apabila sudah terjadi maka perlu dilakukan pengendalian.

Terstruktur dan Komprehensif

Terkait dengan prinsip manajemen risiko yang terstruktur dan komprehensif, PT LGN akan melakukan pendekatan yang menyeluruh dan komprehensif memastikan bahwa semua risiko potensial dapat diidentifikasi, dianalisis, dan ditangani secara konsisten pada manajemen risiko agar memberikan hasil yang konsisten dan akan dilakukan rapat secara berkala. Manajemen risiko diidentifikasi secara berkala dan nantinya akan dituangkan secara berkala dalam operasional perusahaan.

Disesuaikan

PT LGN melakukan proses manajemen sesuai dengan tujuan dari perusahaan baik secara internal maupun eksternal. Manajemen risiko harus disesuaikan dengan konteks organisasi, termasuk ukuran, sifat bisnis, dan lingkungan operasionalnya. PT LGN menyesuaikan proses manajemen risiko berdasarkan karakteristik industri garam dan dinamika pasar yang terus berubah, seperti permintaan musiman dan pengaruh regulasi pemerintah.

Inklusif

Proses manajemen risiko melibatkan seluruh staf dan *stakeholder*. Di PT Ladang Garam Nasional, pendekatan inklusif ini membantu memastikan bahwa semua sudut pandang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan terkait risiko.

Dinamis

Lingkungan bisnis terus berubah, sehingga manajemen risiko harus responsif terhadap perubahan ini. PT Ladang Garam Nasional secara aktif memantau dan meninjau risiko untuk memastikan bahwa strategi mitigasi tetap relevan dan efektif menghadapi tantangan baru, seperti perubahan iklim atau fluktuasi harga garam.

Informasi Terbaik yang Tersedia

Keputusan terkait risiko harus didasarkan pada data dan informasi yang andal. PT Ladang Garam Nasional memanfaatkan teknologi modern, seperti analisis data dan pemantauan real-time, untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi yang relevan dalam mendukung proses manajemen risiko.

Faktor Manusia dan Budaya

Faktor manusia dan budaya organisasi memainkan peran penting dalam manajemen risiko. PT Ladang Garam Nasional membangun budaya kesadaran risiko di seluruh level organisasi melalui pelatihan, komunikasi, dan penghargaan terhadap praktik terbaik dalam mengelola risiko.

Peningkatan Berkelanjutan

Manajemen risiko harus menjadi proses yang terus berkembang. PT Ladang Garam Nasional secara berkala mengevaluasi efektivitas kerangka kerja manajemen risikonya, memanfaatkan umpan balik dan pembelajaran dari pengalaman masa lalu untuk meningkatkan strategi dan proses yang ada.

Kerangka Kerja Manajemen Risiko

Kerangka kerja manajemen risiko ini bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mengintegrasikan manajemen risiko ke dalam aktivitas dan fungsinya. Integrasi tata kelola perusahaan akan sangat mempengaruhi efektivitas dari manajemen risiko itu sendiri yang membutuhkan adanya dukungan dari *Stakeholder*. Kerangka manajemen

risiko PT Ladang Garam Nasional mengacu pada ISO 31000:2018 *Risk Management Guidelines*. Proses-proses di dalam kerangka kerja ini akan mendukung implementasi manajemen risiko di perusahaan sehingga dapat berjalan dengan efektif.

Kepemimpinan dan Komitmen

Kepemimpinan yang kuat dari manajemen puncak merupakan dasar keberhasilan manajemen risiko. Direksi dan manajemen PT Ladang Garam Nasional harus menunjukkan komitmen melalui pengalokasian sumber daya, pengaturan tujuan yang jelas, serta menciptakan budaya yang mendukung manajemen risiko. Komitmen ini juga diwujudkan dalam kebijakan tertulis dan pedoman yang memandu seluruh organisasi.

Integrasi

Manajemen risiko harus menjadi bagian integral dari proses bisnis PT Ladang Garam Nasional, termasuk perencanaan strategis, operasional, produksi, dan distribusi. Integrasi ini memastikan bahwa pengambilan keputusan pada setiap level organisasi mempertimbangkan risiko yang relevan dan peluang untuk menciptakan nilai tambah.

Perancangan

Kerangka selanjutnya dalam manajemen risiko yang akan diterapkan oleh PT LGN yaitu perancangan. PT LGN merancang kerangka kerja manajemen risiko dengan mendefinisikan peran dan tanggung jawab, memilih metode penilaian risiko, serta menyusun kebijakan dan prosedur. Dokumen ini menjadi pedoman operasional dalam pengelolaan risiko.

Penerapan

Penerapan melibatkan identifikasi, analisis, evaluasi, dan penanganan risiko sesuai kerangka yang telah dirancang. PT Ladang Garam Nasional harus memastikan bahwa langkah-langkah mitigasi diterapkan secara efektif, termasuk pelatihan karyawan, penggunaan teknologi, dan implementasi kontrol operasional yang memadai.

Evaluasi

Evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas kerangka kerja dan proses manajemen risiko. Melalui audit internal, pelaporan berkala, dan analisis data kinerja, PT Ladang Garam Nasional dapat menentukan apakah kerangka kerja yang ada tetap relevan dan mampu mengatasi risiko secara memadai.

Perbaikan

Berdasarkan hasil evaluasi, PT LGN melakukan perbaikan berkelanjutan terhadap kerangka kerja manajemen risiko. Langkah-langkah ini mencakup revisi kebijakan, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, dan adopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan risiko.

Risk Assessment

Penilaian risiko adalah keseluruhan proses dari identifikasi risiko, analisis risiko dan evaluasi risiko. *Risk assessment* bertujuan untuk memahami dampak dan kemungkinan terjadinya risiko serta mengelompokkannya ke dalam level risiko yang relevan. PT LGN akan mengidentifikasi berbagai jenis risiko yang dapat menghambat pencapaian sasaran perusahaan, kemudian menganalisis dampak dan frekuensi terjadinya risiko tersebut. Selanjutnya, risiko akan dievaluasi dan dikelompokkan ke dalam level risiko yang sesuai. Dengan demikian, *risk assessment* menjadi langkah penting dalam

mengelola risiko secara efektif dan mengambil tindakan yang tepat untuk mengurangi risiko yang dihadapi oleh PT LGN.

Risk Identification

Identifikasi risiko merupakan aktifitas mengkaji, melihat, menilai, meninjau serta memperkirakan aspek yang menjadi persoalan yaitu risiko suatu proyek pembangunan pabrik garam industri dalam hal ini yang menjadi kajian adalah risiko yang mungkin terjadi dari proyek pembangunan pabrik garam industri milik PT. LGN. Untuk mengidentifikasi risiko yang mungkin terjadi dapat dilakukan dengan studi literatur untuk mengetahui risiko-risiko apa saja yang kiranya banyak terjadi pada proyek pembangunan pabrik garam industri, seperti pada proyek pabrik garam industri ini dibutuhkan identifikasi resiko-resiko yang memiliki kemungkinan terjadi. Melalui beberapa literatur diketahui beberapa risiko yang mungkin terjadi dalam pelaksanaan proyek pabrik garam industri. Berikut ini yang menunjukkan jenis-jenis risiko tersebut.

PT LGN juga mendorong partisipasi aktif seluruh anggota organisasi dan menetapkan komunikasi rutin, seperti per semester, untuk mendukung kegiatan manajemen risiko serta memastikan tindakan mitigasi selaras dengan tujuan perusahaan. Dengan pendekatan ini, PT LGN membangun budaya terbuka dan transparan dalam mengelola risiko.

Pemantauan dan Pengkajian

Pemantauan dan pengkajian merupakan bagian dari rencana proses manajemen risiko. Tanggung jawab untuk pemantauan dan pengkajian harus didefinisikan dengan jelas. Hasil nya kemudian dicatat dan dilaporkan serta digunakan sebagai input dari *review* kerangka kerja manajemen risiko.

Tabel 3. Pemantauan dan Pengkajian PT Ladang Garam Nasional

No	Kegiatan
1	Manajemen menyiapkan template profil risiko
2	Masing-masing Departemen mengisi laporan profil risiko per 3 bulan
3	Profil risiko di <i>summary</i> kan oleh masing-masing Manager kemudian dilaporkan
4	Direktur bersama dengan Seluruh Manager memonitor dan mereview serta membuat <i>summary</i> Laporan Profil Risiko
5	Manajemen (Direkur dan Meneger) membuat laporan hasil imlementasi mitigasi, <i>Risk Treatment</i>
6	Profil risiko disimpulkan dalam laporan manajemen risiko tahunan serta dilakukan evaluasi untuk perbaikan

(Sumber : Tim Penulis, 2024)

Pada tahap terakhir dalam manajemen risiko ini dilakukan perekaman dan pencatatan terhadap risiko-risiko yang terjadi. Unit yang bertanggung jawab untuk mengelola risiko perusahaan harus melakukan analisa terhadap laporan yang dihasilkan dan selanjutnya menyampaikan hasil analisa tersebut secara berkala sesuai kebutuhan kepada manajemen.

Biaya Manajemen Risiko

Dalam melakukan kegiatan manajemen risiko tentunya PT LGN membutuhkan biaya untuk melakukan melaksanakan kegiatan mitigasi risiko yang sudah ditentukan. Tabel 9.13 di bawah ini menunjukkan perkiraan biaya yang harus di keluarkan PT LGN dalam kegiatan manajemen risiko selama lima tahun ke depan.

Tabel 4. Biaya Manajemen Risiko PT Ladang Garam Nasional

No	Jenis Biaya	Tahun ke - 1	Tahun ke - 2	Tahun ke - 3	Tahun ke - 4	Tahun ke - 5	Tahun ke - 6
1	Biaya audit eksternal	31,500,000	33,075,000	34,728,750	36,465,187	38,288,446	40,202,868
2	Sertifikasi ISO 30000	566,000,000	-	-	622,600,000	-	-
3	Maintenance CCTV 32 Channel	12,000,000	12,000,000	13,200,000	13,200,000	14,500,000	15,950,000
4	Sistem pemantauan dan risiko (pemeliharaan)	50,000,000	52,500,000	55,125,000	57,881,250	60,775,312	63,814,078
5	Pengelolaan limbah berbahaya	100,000,000	105,000,000	110,250,000	115,762,500	121,550,625	127,628,156
6	Simulasi dan Uji tanggap darurat	25,000,000	26,250,000	27,562,500	28,940,625	30,387,656	31,907,039
7	Keamanan Data dan IT	100,000,000	105,000,000	110,250,000	115,762,500	121,550,625	127,628,156
8	Pengadaan APAR dan Alarm (Pemeliharaan)	200,000,000	210,000,000	220,500,000	231,525,000	243,101,250	255,256,312
Total		1,084,500,000	543,825,000	571,616,250	1,222,137,062	630,153,914	662,386,609

(Sumber : Tim Penulis, 2024)

4. KESIMPULAN

PT Ladang Garam Nasional (PT LGN) berdedikasi dalam mengelola bisnis garam industri soda kaustik melalui penerapan strategi pemasaran, segmentasi pasar, dan manajemen risiko yang komprehensif. Strategi pemasaran terdiri atas sasaran jangka pendek, menengah, dan panjang yang bertujuan memperkenalkan produk, memperluas pasar domestik dan internasional, serta membangun loyalitas konsumen melalui program CRM dan kampanye pemasaran hijau. Target segmen pasar perusahaan kimia dengan kebutuhan garam industri berkualitas, menggunakan teknologi canggih dan berkomitmen menyediakan produk berkualitas dengan harga kompetitif dan layanan pelanggan unggul. Pendekatan pemasaran dilakukan dengan tools NICE (Networking, Interaction, Common Interest, Experience) yang mendorong keterlibatan konsumen dan produsen. Rencana pemasaran lima tahun, dengan mengintegrasikan branding, ekspansi pasar, loyalitas pelanggan, hingga advokasi merek untuk mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan.

Dalam manajemen risiko, PT LGN mengacu pada ISO 31000:2018, mengintegrasikan evaluasi risiko dalam setiap keputusan strategis. Risiko dikelola secara sistematis melalui identifikasi, analisis, dan mitigasi berbasis data. Pendekatan ini mendukung keberlanjutan operasional dan penguatan posisi PT LGN sebagai pemimpin industri garam global. Dengan fondasi strategi yang kuat, inovasi teknologi, dan tata kelola risiko yang baik, PT LGN siap memenuhi kebutuhan pasar domestik dan internasional, memperkuat daya saing, serta mendukung kemandirian industri garam nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Andanu, O., & Udin, F. (2021). Strategi Peningkatan Kualitas Produk Dalam Rantai Pasok Komoditi Pisang Di Provinsi Bengkulu. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 31(2), 220–231. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2021.31.2.220>
- Angela Martina, Judy Retti Witono, Ginajar Karya Pamungkas, & Willy. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Rasio Umpan Terhadap Pelarut Pada Proses Pemurnian Garam Dengan Metode Hidroekstraksi Batch. *Jurnal Teknik Kimia USU*, 5(1), 1–6. <https://doi.org/10.32734/jtk.v5i1.1517>
- Aris Sarjito. (2023). Peran Teknologi Dalam Pembangunan Kemaritiman Indonesia. *Jurnal Lemhannas RI*, 11(4), 219–236. <https://doi.org/10.55960/jlri.v11i4.483>
- Badan Pusat, S. (2021). Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufaktur 2020. *Jakarta : Badan Pusat Statistik*, 9–15.
- Barat, L., Dewantara, K., Utara, K. A., Ula, M., Fajri, R., Fadillah, T. F., & Juandana, R. A. (2024). Implementasi Alat Monitoring Kualitas Garam Berbasis Ramah Lingkungan pada Petani Tambak Ujung Pusong Jaya , *Gampong*. 4(3), 562–569. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.393>

- Boenarco, I. S. (2012). Kebijakan Impor Garam Indonesia (2004-2010): Implikasi Liberalisasi Perdagangan Terhadap Sektor Pergaraman Nasional. In *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Studi Hubungan Internasional Ui*.
- Fazil, M., & Arifin, A. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Pemerintahan Gampong (Desa) Di Wilayah Pesisir Kota Lhokseumawe. *Jurnal Jurnalisme*, 9(1), 1. <https://doi.org/10.29103/jj.v9i1.3096>
- Hidayat, K. (2022). DESAIN MITIGASI RISIKO MENGGUNAKAN HOUSE OF RISK PADA PROSES RANTAI PASOK GARAM OLAHAN (Case Study: PT. Garam Unit Camplong). *Agroindustrial Technology Journal*, 6(2), 56–57. <https://doi.org/10.21111/atj.v6i2.8138>
- Mandasari, I. C. S., Ida Ayu Agung Idawati, & IB Agustya Mahaputra. (2024). Pemberdayaan pada Kelompok Usaha Garam Mertaning Segara dalam Meningkatkan Kewirausahaan Masyarakat Desa Pesinggahan Kecamatan Dawan Kabupaten Klungkung. *International Journal of Community Service Learning*, 7(4), 393–399. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v7i4.68734>
- Marita, L., Arief, M., Andriani, N., & Wildan, M. A. (2021). Strategi Peningkatan Kesejahteraan Petani Indonesia, Review Manajemen Strategis. *Agriekonomika*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v10i1.9391>
- Nasution, F. A., & Nanda, S. A. (2024). *Peran Internet Of Thing (Iot) Dalam Perkembangan Teknologi Untuk Petani Garam Tambak Ujung Pusong Jaya*. 3(2), 410–420.
- Putri, D. L. P. (2022). Analisis Peningkatan Kualitas Produk Garam Pada Ud. H. Syaiful Ulum Pangarengan Kabupaten Sampang Dengan Pendekatan Quality Risk Management. *Masyrif: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 3(2), 114–133. <https://doi.org/10.28944/masyrif.v3i2.787>
- Rochwulaningsih, Y. (2016). Senjata Kaum Lemah: Perlawanan Sehari-Hari Petambak Garam. *Jurnal Sejarah Citra Lekha*, 1(2), 121. <https://doi.org/10.14710/jscl.v1i2.12765>
- Rusiyanto, Soesilowati, E., & Jumaeri. (2023). Penguatan Industri Garam Nasional Melalui Perbaikan Teknologi Budidaya Dan Diversifikasi Produk. *Saintekno: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 11(2), 129–142.
- Saosang, M., & Kurniawan, B. (2023). Implementasi Pengembangan Wisata Bahari Sontoh Laut Berbasis Masyarakat Di Kecamatan Asemrowo Kota Surabaya. *Publika*, 2123–2136. <https://doi.org/10.26740/publika.v11n3.p2123-2136>
- Setiani. (2022). Implementasi Kebijakan Pengembangan Usaha Garam Rakyat (PUGAR) Di Kabupaten Pati Tahun 2020-2022. *Journal of Politic and Government Studies*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/view/39668%0Ahttps://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/article/download/39668/29240>
- Shodiqin, A., Ka, A. B. P., Suneki, S., Yunus, M., Kartika, I. Y., Endradewi, C. F., & Azka, A. F. (2024). *INOVASI PRODUKSI PACKAGING MANAJEMEN USAHA DAN DIGITAL MARKETING BERBASIS ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY BAGI PETANI*. 8(1), 68–74.
- Sungkono, S. A., Hawali, Z., Rahmawati, Y., & Taufany, F. (2022). Pra Desain Pabrik Garam Industri menggunakan Teknologi Membran Reverse Osmosis. *Jurnal Teknik ITS*, 11(3). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v11i3.102297>
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する 共分散構造分析Title. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wiraningtyas, A., Sandi, A., Sowanto, S., & Ruslan, R. (2017). Peningkatan Kualitas Garam Menjadi Garam Industri Di Desa Sanolo Kecamatan Bolo Kabupaten Bima. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 1(2), 138–145. <https://doi.org/10.22437/jkam.v1i2.4292>