

**SISTEM PEMASARAN PRODUK PERTANIAN FARMERS MARKET  
JAPAN AGRICULTURAL COOPERATIVE OF OKINAWA  
CABANG KOTA ITOMAN**

**MARKETING SYSTEM FARMERS MARKET  
AGRICULTURAL PRODUCTS  
JAPAN AGRICULTURAL COOPERATIVE OF OKINAWA  
ITOMAN CITY BRANCH**

**Wahyu Ari Sandana<sup>1</sup>, Anas Zaini<sup>2</sup>, Nakajo Kazunori<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Universitas Mataram

<sup>3</sup>Farmers Market, Cabang Kota Itoman, *Japan Agricultural Cooperative Of Okinawa*

**ABSTRAK**

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan program yang memberikan kebebasan bagi mahasiswa untuk melakukan kegiatan pembelajaran secara terbuka. Program Internship mahasiswa di JA Okinawa menjadi bagian dari pelaksanaan program MBKM dengan tujuan umum untuk menambah wawasan, pengalaman, serta keterampilan mahasiswa dibidang pertanian dan pengelolaannya. Serta tujuan khusus yakni menganalisis sistem pemasaran dan saluran pemasaran pada pusat penjualan produksi hasil pertanian Farmers Market di JA Okinawa Cabang Kota Itoman. Melalui program ini penulis di berikan tugas di tempat penjualan alat sarana produksi dan di tempat penjualan hasil produksi pertanian (*Farmers Market*) dengan tugas secara umum yaitu melakukan pengemasan terhadap produk pertanian serta melakukan pelayanan kepada pelanggan. Kegiatan ini memberikan pembelajaran dan pengalaman lebih kepada penulis dalam melakukan penanganan produk pertanian sebelum di pasarkan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Farmers Market berdasarkan konsep bauran pemasaran yaitu *product, place, price* dan *promotion*. Pemasaran pertanian yang dilakukan oleh JA sudah terstruktur secara sistematis dengan konsep pemasaran saling menguntungkan anatar petani produsen, perusahaan serta konsumen. Sistem pemasaran produk JA didukung dengan SDM yang unggul, kebijakan yang menguntungkan, dan sistem pengelolaan yang baik.

Kata Kunci : Program Internship, JA Okinawa, Sistem Pemasaran, Saluran Pemasaran, Faktor Keberhasilan.

### **ABSTRACT**

*MBKM Program is a program that gives freedom for students to carry out learning activities openly. Student internships at JA Okinawa are part of the implementation of the MBKM program with the general aim of adding insight, experience, and student skills in the field of agriculture and its management. As well as the specific objective of analyzing the marketing system and marketing channels at the sales center for agricultural production in the Farmers Market at JA Okinawa, Itoman City Branch. Through this program, the authors are given assignments at the point of sale of production equipment and at the place of sale of agricultural production (Farmers Market) with the general task of packaging agricultural products and providing services to customers. This activity provides more learning and experience to the author in handling agricultural products before they are marketed. The marketing strategy carried out by the Farmers Market is based on the concept of the marketing mix, namely product, place, price and promotion. JA's agricultural marketing has been systematically structured with the marketing concept of mutual benefit between producer farmers, companies and consumers. JA's product marketing system is supported by superior human resources, favorable policies, and a good management system.*

*Keywords: Internship Program, JA Okinawa, Marketing System, Marketing Distribution, Success Factors.*

### **PENDAHULUAN**

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang bertujuan untuk mendorong para mahasiswa untuk mendapatkan berbagai ilmu yang berguna untuk memasuki dunia kerja. Magang Merdeka merupakan salah satu bagian dari program MBKM yang memberikan mahasiswa kesempatan untuk melakukan magang kerja di setiap instansi atau perusahaan sebagai persiapan mahasiswa setelah lulus dan saat bekerja.

Fakultas Pertanian Universitas Mataram melakukan kerjasama akademik dengan salah satu perusahaan pertanian multinasional di Jepang sebagai bentuk dari penerapan program MBKM yaitu perusahaan Japan Agriculture Of Okinawa (JA Okinawa) yang dimana perusahaan ini di bawah naungan perusahaan induknya yaitu Japan Agricultural Cooperative (JA). Kerja sama yang dilakukan yakni dengan memberikan kesempatan kepada para mahasiswa khususnya fakultas pertanian untuk melakukan magang atau internship di perusahaan Jepang tersebut.

Sistem pemasaran pertanian di Jepang saat ini sudah terkoneksi dengan sangat baik antara subsistem input sampai dengan outputnya sudah tergabung dalam satu saluran pemasaran. Saluran pemasaran pertanian Jepang didukung dengan saluran distribusi yang merata ke setiap wilayah membantu pemenuhan kebutuhan pangan yang ada di setiap wilayah Tidak salah jika pertanian Jepang menjadi panutan bagi negara lain untuk meningkatkan produksi hasil pertaniannya.

Tujuan dari pelaksanaan program ini adalah mengetahui sistem pemasaran pada pusat penjualan produksi hasil pertanian di JA Okinawa, mengetahui saluran pemasaran produk pertanian Farmers Market , mengetahui faktor pendorong keberhasilan pemasaran produk pertanian JA Okinawa.

## **PELAKSANAAN KEGIATAN**

Selama kegiatan berlangsung mahasiswa melaksanakan kegiatan internship di JA Okinawa Cabang Kota Itoman tepatnya pada Departemen Perekonomian khususnya di divisi Penjualan saprodi pertanian dan Farmers Market yang merupakan pusat penjualan hasil produksi pertanian. Penempatan mahasiswa di tempat yang berbeda ini memberikan pengalaman dan ilmu yang berbeda di setiap bidang yang dilaksanakannya.

### **1. Pusat Penjualan Sarana Produksi Pertanian (Koubai)**

#### **a. Melakukan Pengecekan Barang Masuk**

Setiap pembelian barang yang akan di jual di toko terlebih dahulu akan di cek kembali kualitas dan kuantitasnya. Barang masuk tersebut datang dari beberapa perusahaan yang menjual alat sarana produksi dan lain sebagainya yang sudah bekerja sama dengan perusahaan JA. Sebelum barang mulai masuk ke toko terlebih dahulu dilakukan pemesanan dengan melihat stok barang yang masih tersedia. Jika barang stoknya berkurang maka akan dilakukan pemesanan sesuai kebutuhan dari toko.

b. Memindahkan dan Merapikan Barang Masuk

Kegiatan memindahkan dan merapikan barang ini merupakan kegiatan yang dilakukan hampir setiap harinya ketika barang datang ke toko. Setelah pemeriksaan barang selesai dilakukan kemudian akan dipindahkan dan dirapikan posisinya. Barang yang datang yaitu berbagai jenis pakan, pupuk dan alat pertanian pendukungnya. Salah satu barang yang yang dikerjakan adalah pupuk yang dimana pupuk ini di datangkan langsung dari perusahaan JA itu sendiri yang memiliki anak perusahaan di bidang pupuk pertanian.

c. Melakukan Pengecekan Stok Barang di Toko dan Gudang

Kegiatan pengecekan barang ini bertujuan untuk mengetahui sisa barang yang ada perharinya sehingga memudahkan untuk melakukan pemesanan barang selanjutnya dengan melihat jumlah barang yang masih tersedia. Hasil pemeriksaan stok barang akan di laporkan ke admin toko yang memiliki tugas di bidang tersebut.

d. Menghantar Barang Pesanan

Pusat penjualan saprodi bukan hanya menjual barang di toko melainkan juga memeberikan pelayanan dengan penghantaran barang ke lokasi tujuan yang di inginkan oleh pembeli yang dalam hal ini petani atau mitra JA itu sendiri. Barang yang dihantar biasanya dalam jumlah banyak sehingga membutuhkan transportasi berupa truk penghantar barang. Mahasiswa melakukan pengiriman barang secara langsung sesuai tujuan dan dilakukan bersama dengan sopir yang merupakan divisi atau bidang kerja yang ada di pusa penjualan saprodi. Sopir atau penghantar barang sendiri memiliki divisi atau merupakan anak perusahaan JA yang ada di Okinawa cabang Itoman.

e. Pembuatan Label Harga Barang

Barang yang ada di toko saprodi pertanian JA cabang Itoman memiliki daftar harga barang yang sudah di sandarisasai oleh perusahaan sehingga barang yang masuk sudah memiliki harganya tersendiri namun untuk diketahui oleh para petani atau pelanggan yang datang untuk melakukan transaksi pembelian perlu dibuatkan penanda nama barang sekaligus dengan harganya. Harga barang dibuat menggunakan kertas dan diprint langsung di toko. Penanda barang dan harganya ini di buat berdasarkan jenis barangnya. Barang yang berupa pakan, pupuk dan alat peranian yang memiliki ukuran besar akan dibuatkan dengan ukuran yang lebih besar tanpa ditempel dibarangnya langsung melainkan di buatkan semacam kertas khusus yang sudah di cetak dan di laminating sehingga memeilki jangaka waktu yang lebih

lama.

f. Melakukan Pengemasan Barang

Pengemasan barang dilakukan hanya untuk barang-barang yang memiliki ukuran kecil dan dijual berdasarkan jumlah barangnya. Barang tersebut dikemas menggunakan plastik kemudian dibungkus sesuai jumlah yang sudah ditentukan oleh toko. Setelah barang dilakukan pengemasan kemudian akan ditempelkan label harga kemudian ditempatkan diposisinya sesuai jenis barangnya. Kegiatan pengemasan ini dilakukan untuk barang-barang yang bersifat eceran atau dalam jumlah banyak. Biasanya barang dikumpulkan menjadi sepuluh dalam satu plastik atau ada beberapa barang juga yang sifatnya lembaran di cukup diikat saja.

g. Melayani Pembeli

Kegiatan pelayanan ini dilakukan untuk memastikan pelanggan nyaman dan mengetahui barang yang hendak akan dibeli. Mahasiswa sebelumnya diberikan materi atau arahan bagaimana melakukan pelayanan kepada para pelanggan sehingga apa yang diinginkan oleh pelanggan bisa diketahui. Hal yang tidak dimengerti akan ditanyakan kembali kepada karyawan yang lebih mengerti atau yang lebih paham akan hal yang ditanyakan atau di permasalahkan oleh pelanggan.

2. Pelaksanaan Magang di Pusat Penjualan Hasil Produksi Pertanian

a. Merapikan Barang

Kegiatan merapikan barang ini dilakukan didalam toko atau yang disebut dengan uriba. Barang yang posisinya keliru akan dirapikan kembali posisinya sesuai dengan penempatannya agar pembeli lebih mudah mendapatkan barang yang diinginkannya dan proses pemilihan barang oleh pembeli lebih efektif.

b. Membuat Label Harga Barang

Pembuatan barcode barang atau label harga barang dibuat untuk menunjukkan harga barang dan memudahkan melakukan scan ketika berada di kasir. Alat yang digunakan membuat barcode harga yaitu berupa monitor dan alat print khusus untuk barcode barang yang ada di Farmers Market. Pembuatan barcode ini memiliki alur atau urutan yaitu :

c. Pengemasan Barang

Mahasiswa melakukan pengemasan barang yang dalam hal ini sayur dan buah dilakukan di tempat pengemasan atau yang disebut dengan bakuyadou. Sebelum dikemas

barang terlebih dahulu di lihat kondisinya. Barang yang tidak layak jual kemudian akan di pisahkan dan akan dikembalikan ke gudang pengiriman. Barang yang harus dipotong akan dilakukan pemotongan terlebih dahulu seperti sawi putih (hakusai), brokoli, kembang kol, dan sayur lainnya. Sedangkan barang berupa buah tidak dilakukan pemotongan cukup dilakuakn pengemasan sebelum dimasukkan kedalam oko dengan cara di bungkus rapi.

d. Mengirim Barang Pesanan

Kegiatan pengiriman barang ini dilakukan untuk barang yang terlebih dahulu dipesan oleh pelanggan. Pemesanan barang terlebih dahulu dilakukan susai prosedur yang ditetapkan. Pengiriman barang dilakukan dengan dua cara yaitu barang dikirim oleh perusahaan jasa pengirman dan barang dikirim langsung oleh divisi pengiriman. Barang yang dikirim langsung merupakan barang yang sudah dipesan oleh perusahaan mitra kerja sama yaitu berupa barang segar siap olah seperti sayur dan lainnya.

e. Membantu Melakukan Penggilingan dan Pengemasan Beras

Kegiatan penggilingan beras ini dilakukan di dalam toko hasil penjualan langsung. Beras yang dijual merupakan beras segar yang baru selesai di giling dan langsung dikemas.

Beras yang sudah melalui proses penggilingan akan langsung dikemas untuk di jual di dalam toko. Proses pengemasan dilakukan dengan menggunakan kemasan dari Farmes Market yang sudah diberikan label dan sudah siap untuk dijual. Hal ini dilakukan untuk menjamin kesegaran dari beras karena langsung digiling di toko dan pelanggan bisa melihat langsung proses penggilingan maupun proses pengemsaannya.

f. Melakukan Pengecekan Stok Barang di Toko

Kegiatan ini dilakukan setiap hari di toko hasil produksi yang bertujuan untuk mengetahui ketersediaan barang yang ada di dalam toko. Barang yang jumlahnya sudah sedikit akan di cek dan diambilkan didalam gudang lemari pendingin dan kemudian di letakkan di posisi barang yang ada di dalam toko. Barang lama akan di tempatkan di depan dan barang barau akan diletakkan dibelakang.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Strategi Pemasaran Pusat Penjualan Produksi Hasil Pertanian**

Pusat penjualan hasil produksi atau Farmers Market merupakan wadah atau pasar bagi para petani untuk memasarkan produksi hasil pertaniannya. Farmers Market Itoman atau yang lebih dikenal dengan Umachu Ichiba memiliki strategi dalam memasarkan produknya berdasarkan konsep bauran pemasaran yaitu 4P sebagai berikut.

a. Product ( Produk )

Farmers market merupakan toko yang dikhususkan kepada para petani terutama petani mitra yang tergabung sebagai anggota dalam koperasi untuk menjual hasil produksi pertaniannya. Hasil produksi pertanian yang dipasarkan ditoko merupakan produksi segar yang langsung dipanen kemudian dijual hari itu juga. Produk yang dipasarkan di Farmers Market antara lain sebagai berikut :

1) Produk Sayur dan Buah Segar

Produk utama yang dijual didalam toko pusat penjualan hasil produksi adalah produk hasil pertanian yang merupakan produk lokal dan sebagian merupakan produk yang di ambil dari produk hasil pertanian di luar kepulauan Okinawa (pulau atas). Produk lokal merupakan produk yang di salurkan oleh para petani lokal yang tergabung sebagai anggota dari JA cabang Itoman. Petani dapat menyalurkan produk hasil pertaniannya dengan mudah dan terjangkau karena keanggotaannya. Produk yang dihasilkan dari para petani lokal kebanyakan adalah sayuran segar dan beberapa buah yang memang hanya tersedia di kepulauan Okinawa. Sayur yang dijual oleh para petani diantaranya yaitu : Kol, Sawi Putih, tomat, pare, mentimun, brokoli, pisang, buah naga, buah srikaya, buah sirsak dan berbagai produk hasil pertanian lainnya.

2) Bunga

Produk bunga merupakan produk pertanian yang dihasilkan oleh para petani di wilayah Itoman. Bunga digunakan oleh orang Jepang untuk berbagai hal diantaranya penghias ruangan dan sering dipakai untuk acara pemakaman serta acara lainnya. Produk bunga yang dipasarkan di toko bervariasi yaitu diantaranya bunga krisan, bunga mawar, dan berbagai jenis bunga lainnya.

3) Bibit sayur dan tanaman hias

Produk ini dipasarkan langsung oleh divisi Green House dimana bibit dan tanaman hias di pasarkan pada tempat tersebut. Produk yang dipasarkan di salurkan oleh para petani yang ada di kota Itoman. Green House menjadi wadah bagi para petani yang mengusahakan

tanaman hias serta bibit unuk di pasarkan kepada para konsumen.

#### 4) Daging

Produk daging di Farmers Market terbagi menjadi dua yaitu produk daging yang berasal dari mitra (termasuk daging yang diolah oleh JA) dan perusahaan lain yang menjual produknya didalam toko penjualan. Para peternak mitra yang mengolah langsung daging miliknya dapat memasukkan barangnya kedalam toko untuk dipasarkan. Daging yang berasal dari JA di produksi langsung oleh pusat bagian daging sekaligus mengurus penyaluran distribusi produk daging ke beberapa wilayah lainnya termasuk wilayah Itoman.

#### 5) Beras

Produk beras merupakan produk pangan yang sangat penting bagi masyarakat Jepang karena menjadi makanan pokok mereka. Beras yang di pasarkan di Farmers Market berasal dari luar daerah Okinawa karena mengingat Okinawa bukan merupakan penghasil beras di Jepang. Oleh karena produk beras di datangkan langsung dari beberapa wilayah yang ada di Jepang. Beras yang dipasarkan memiliki tingkatan kualitas yang berbeda dan hal ini tentu berpengaruh terhadap harganya.

#### 6) Makanan Siap Saji (Bento)

Produk makanan siap saji yang dipasarkan Farmers Market diproduksi langsung oleh Mitra yang memasukkan barangnya didalam toko untuk di pasarkan. Mitra yang memasarkan produk tersebut merupakan UMKM yang berasal daerah daerah Itoman itu sendiri. Sehingga tidak hanya produk pertanian segar namun produk makanan terutama makanan siap saji juga tersedia di pusat penjualan. Kebanyakan dari produk makanan ini adalah makanan yang di khususkan untuk bento (bekal) karena banyak di antara pelanggan yang datang merupakan karyawan baik dari karyawan di Farmers Market juga karyawan di perusahaan lain yang mencari bekal makan siangnya.

#### 7) Produk olahan

Produk olahan yang tersedia di Farmers Market merupakan produk dari JA dan beberapa produk dari perusahaan mitra yang memasarkan produknya di pusat penjualan. Produk olahan dari JA berupa produk yang mengolah langsung hasil pertanian lokal atau hasil pertanian dari Okinawa itu sendiri seperti produk olahan gula, minuman, bumbu masakan dan berbagai produk lainnya. Produk minuman memiliki beberapa jenis varian dan tampilan yang berbeda-beda serta bahan baku yang digunakan juga diambil dari produk lokal



dari Okinawa. Produk buah lokal yang dijadikan olahan minuman oleh JA Okinawa diantaranya yaitu, buah Shikuasa, Jeruk Tankan (Jeruk khas Okinawa), buah acerora, buah nanas, dan yang lainnya.

b. Price ( Harga )

Harga barang yang dijual di Farmers Market termasuk harga yang murah dan lebih murah dibanding dengan harga barang yang dijual ditoko atau supermarket lainnya. Barang yang dijual memiliki harga yang relatif lebih murah karena tidak melalui perantara orang ketiga atau perusahaan lain yang mencari untung. Harga barang atau komoditi ditentukan oleh anggota mitra atau petani itu sendiri.

Produk hasil pertanian lokal yang tidak tersedia di daerah Jepang lainnya memiliki harga yang relative lebih mahal di bandingkan dengan produk yang didatangkan dari wilayah atas. Harga di pengaruhi oleh produksi yang sedikit serta masa panen yang tidak menentun dan cenderung lebih lama.

c. Place (Tempat)

Farmers market memilki tempat yang terletak hampir di seluruh wilayah yang ada di Okinawa dengan jumlah saat ini adalah 12 Farmers Market. Farmers market yang ada di Kota Itoman bernama Umachu Ichiba dan terletak di daerah Nishizaki yang memupakan daerah dengan pemukiman terbanyak yang ada di daerah Itoman sekaligus sebagai tempat pusat industri. Pemilihan tempat ini sudah menunjukkan strategi yang bagus yang dilakukan oleh perusahaan untuk memudahkan proses pemasaran produksi hasil pertanian para petani member dan mitra usaha lainnya. Sehingga untuk pemilihan tempat yang dilakukan oleh perusahaan untuk pusat penjualan hasil produksi pertanian sudah tepat dan efektif.

d. Promotion (Promosi)

Sebagai sebuah pusat toko penjualan produksi hasil pertanian, farmers market memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat yang ada di Kota Itoman. Farmers market memilki beberapa strategi atau cara dalam mempromosikan produk barang yang tersedia di lain sebagai berikut

1) Promosi Melalui Radio

Sistem promosi di radio ini dilakukan setiap hari melalui laman radio FM Taman yang merupakan Radio kota Itoman dengan pendengar yang cukup banyak. Pendengar radio di Jepang masih terbilang cukup banyak dan salah satunya adi kota Itoman. Sehingga

promosi melalui radio masih terbelah efektif. Promosi yang dilakukan diradio adalah dengan menjelaskan barang yang tersedia di Farmers market setiap harinya serta memberitahukan ketika ada kegiatan dan diskon di Farmers Market Itoman.

## 2) Promosi Melalui Media Sosial

Promosi ini sudah dilakukan dengan menggunakan berbagai media sosial salah satunya adalah melalui instagram dari Farmers market. Setiap kegiatan dan informasi terkait dengan penjualan akan di informasikan melalui laman sosial media tersebut kepada para pelanggannya. Semua orang akan mudah mengakses instagram dan menanyakan barang yang diinginkan karena farmers market sendiri memiliki penanggung jawab dalam bidang tersebut.

Promosi menggunakan media sosial di tujukan untuk generasi milenial yang aktif menggunakan sosial media. Melalui media sosial Farmers market menyebarkan informasi seputar penjualan dan kegiatan yang dilaksanakan. Kekurangan promosi melalui media sosial memang tidak bisa menjangkau semua konsumen terlebih lagi bagi konsumen yang tidak terlalu menggunakan media sosial.

## 3) Promosi melalui media surat kabar

Sistem promosi melalui media surat kabar yang dilakukan oleh farmers market di kelola langsung oleh bidang promosi media yang dimiliki oleh perusahaan JA Okinawa. JA memiliki media surat kabar sendiri untuk memberitakan hal penting dibidang pertanian dan sejenisnya yang bernama Agricultural News. Surat kabar ini akan diterbitkan setiap harinya dan sudah memiliki pelanggan tetap untuk mengirimkan surat kabar tersebut. Setiap cabang akan mendapatkan kiriman surat kabar dari pusat terkait kegiatan pertanian dan berita seputar pertanian lainnya termasuk didalamnya promosi untuk Farmers Market.

## 4) Menggunakan media spanduk dan umbul umbul

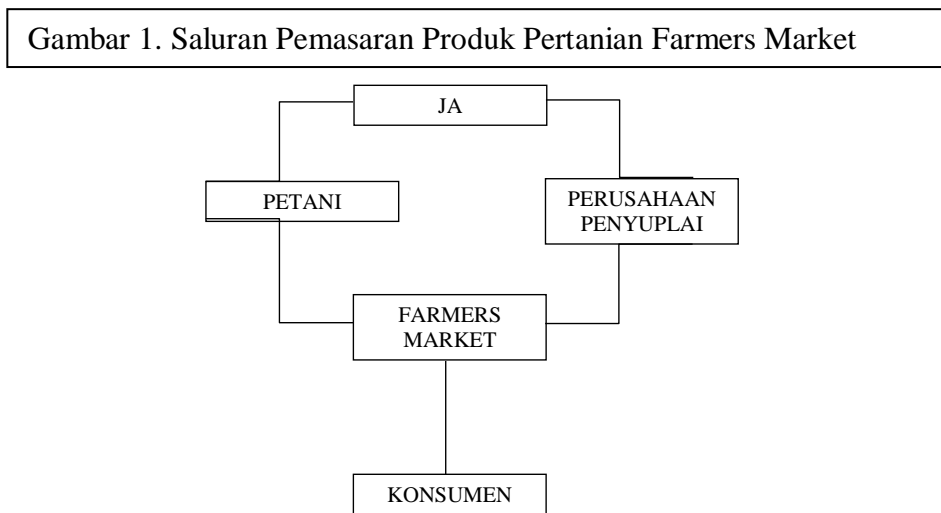
Setiap ada kegiatan atau acara yang diadakan oleh Farmers Market Itoman promosi dilakukan juga menggunakan umbul umbul serta baliho yang di pasang disetiap jalan terutama dikawasan seputar Farmers Market. Pada media ini di tampilkan nama kegiatannya dan apa saja yang ada di dalam kegiatan tersebut termauk untuk memberitahukan kepada para konsumen jika ada diskon harga barang.

## 2. Saluran Pemasaran Produk Pada Farmers Market

Farmers Market merupakan pusat penjualan produksi hasil pertanian yang dihasilkan oleh para petani anggota koperasi dan perusahaan pemasok yang menyuplai barang diluar produk

segar pertanian. Produk yang dipasarkan menekankan pada produk lokal yang ada di daerah Itoman. Produk yang dipasarkan bukan hanya merupakan produk lokal namun produk dari luar kepulauan okinawa juga di pasarkan Farmers Market. Hal ini dilakukan karena Okinawa tidak bisa memproduksi segala jenis komoditi sehingga untuk memenuhi keinginan pasar maka dilakukanlah distribusi produk baik yang berasal dari kepulauan lain maupun dari daerah Jepang bagian atas.

Saluran distribusi pemasaran produk pada Farmers Market dapat digambarkan melalui skema alur sebagai berikut.



Berdasarkan skema di atas dapat dijelaskan bahwa JA berperan sebagai pusat kontrol atau pengendali dari kegiatan pemasaran dan distribusi produk. Setiap produk yang akan dipasarkan oleh petani dan perusahaan penyuplai harus memiliki izin dari perusahaan induk yang dalam hal ini adalah JA. Petani berperan sebagai penyuplai barang yang dipasarkan di Farmers Market. Produk yang dipasarkan oleh petani adalah produk sayur dan buah segar serta beberapa olahannya. Namun sebagian besar petani hanya memasok sayuran segar saja. Sedangkan perusahaan pemasok disini berperan untuk menyuplai produk barang selain sayur segar lokal. Produk yang dipasarkan berupa produk olahan, makanan, minuman dan lain sebagainya. Perusahaan mitra yang menyuplai barang memiliki dua sistem penyaluran yaitu melalui pemesanan oleh Farmers Market dan langsung yaitu dengan cara membawa produk mereka secara individu tanpa dilakukan pemesanan. Namun hal itu harus melalui prosedur yang ada sesuai yang sudah dibuat oleh Farmers Market.

Pada skema tersebut Farmers Market berperan sebagai pasar atau tempat terjadinya

proses jual beli. Farmers Market mewadahi para petani untuk mempromosikan serta memasarkan produksi hasil pertaniannya. Produk yang di salurkan oleh petani dan penyuplai akan di pasarkan di Farmers Market sehingga konsumen dapat menemukan produk yang mereka inginkan.

Produsen yang memproduksi barang di Farmers market dari para petani sebagai produsen lokal tetap, JA yang merupakan produsen sekaligus pengontrol kegiatan distribusi serta pemasaran dan para perusahaan penyuplai yang memproduksi barang baik hasil pertanian maupun produk olahannya.

### 3. Faktor Pendorong Keberhasilan Pemasaran Produk Pertanian JA Okinawa

#### a. Sumber Daya Manusia yang Unggul

Manusia menjadi bagian penting dalam sebuah proses pemasaran karena berperan sebagai pengelola serta orang yang terlibat langsung dari proses tersebut. Jepang memiliki sumber daya manusia yang cukup unggul dalam proses pemasaran. Terbukti dengan banyaknya perusahaan Jepang yang sudah memasuki pangsa internasional bahkan sudah lama masuk ke Indonesia. Sumberdaya manusianya terbilang sangat produktif dalam memanfaatkan peluang dan usaha yang dilakukannya. JA Okinawa termasuk sebuah organisasi yang memiliki sumberdaya unggul terutama dalam bidang pertanian. JA memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi bagian dari sebuah organisasi pertanian tersebut untuk bergabung dan berkontribusi bagi pertanian di Jepang. Saat ini sumber daya manusia yang dimiliki oleh JA adalah sebanyak 1076 orang anggota yang merupakan petani yang tersebar di seluruh daerah Okinawa dan jumlahnya terus bertambah setiap tahunnya. Sebagian dari petani akan memasarkan hasil produksi pertaniannya melalui pusat penjualan hasil produksi pertanian atau Farmers Market.

Sebagai langkah untuk meningkatkan sumberdaya manusianya JA Okinawa rutin melakukan bimbingan kepada para petani mitra terkait masalah yang di hadapi oleh para petani dan memberikan solusi dari setiap permasalahan yang dihadapi oleh petani agar produksi hasil pertanian terus meningkat. Bimbingan pertanian ini rutin dilakukan untuk menambah wawasan para petani mitra dalam melakukan usaha tani sampai dengan bimbingan pemasaran produk.

#### b. Kebijakan Pemerintah yang berpihak kepada petani

Pemerintah Jepang sangat mendukung kegiatan pertanian terutama yang di kelola

oleh JA itu tersendiri. JA memiliki cabang hampir distiap wilayah yang ada di Jepang sehingga dapat dikatakan bahwa JA memiliki peranan penting dalam proses pengelolaan serta pemasaran pertanian yang ada di Jepang. Pemerintah Jepang hanya bertugas sebagai pembuat kebijakan yang dimana kebijakan tersebut harus berpihak kepada para petani dan pelaku pertanian. JA merupakan pelaksana dari pada kebijakan yang berlaku dan terjun langsung mengelola pertanian menjadi lebih baik. Kebijakan pemerintah dalam bidang pertanian harus disetujui oleh pihak JA atau Federasinya dalam hal ini Federasi Zen Noh.

c. Teknologi yang maju

Jepang memiliki teknologi yang terbilang maju terutama dalam bidang pertanian. Pertanian Jepang sudah lama meninggalkan cara cara yang konvensional dalam melakukan usaha tani sampai dengan sampainya kepada para konsumen. Teknologi terlibat langsung dalam setiap proses yang berlaku di Jepang. Perusahaan teknologi terus mengalami perkembangan dengan memberikan kemudahan bagi pelaksanaan usaha pertanian di Jepang. Kontribusi yang diberikan oleh perusahaan teknologi memberikan dampak berarti bagi keberlangsungan produk pertanian. JA memanfaatkan teknologi yang berkembang untuk membantu para petani dan pelaku usaha lainya dalam mengelola serta memasarkan produksi hasil pertaniannya. Teknologi di bidang pertanian yang dikembangkan oleh JA memiliki bagian sendiri yang mengurus hal tersebut terutama teknologi pertanian. JA Okinawa memiliki anak perusahaan yaitu Kumiki yang dimana perusahaan tersebut mengembangkan alat teknologi pertanian seperti traktor, Harvester, dan masih banyak lagi teknologi pertanian yang dikembangkan lainnya dengan bekerja sama perusahaan teknologi seperti Kubota, Yanmar, dan lain sebagainya.

d. Etos kerja orang Jepang

Etos kerja merupakan salah satu penentu keberhasilan pemasaran pertanian yang ada di Jepang khususnya di Okinawa. Orang Jepang memiliki sifat disiplin dan rasa malu yang sudah di kenal oleh banyak orang. sifat disiplin tersebut termasuk dalam menghargai waktu. Waktu menjadi sangat berharga yang harus dimanfaatkan sebaik mungkin sehingga jarang kita menemukan orang Jepang yang datang terlambat atau tidak tepat waktu ketika sudah melakukan perjanjian. Etos kerja seperti itu sudah ditekankan mulai sejak dini dimana mereka diajarkan cara berperilaku baik terlebih dahulu sebelum ilmu pengetahuan yang bersifat umum. Petani mitra JA Okinawa termasuk orang yang memiliki etos kerja bagus serta

terbilang produktif. Petani hampir setiap hari akan melakukan kegiatan bertani dan mengelola pertaniannya. Tidak hanya ketika musim tanam dan panen namun perhatian yang diberikan lebih dari itu sehingga para petani hampir setiap hari akan melakukan pengawasan terhadap usaha pertanian yang dilakukannya.

e. Harga produk yang terkontrol

Harga produk pertanian yang ada di Jepang terutama di daerah Okinawa terbilang cukup terkontrol. Petani tidak mengalami kerugian terlalu besar ketika harga komoditas mengalami penurunan. Penurunan harga tersebut diakibatkan oleh ketersediaan barang yang melimpah dari produsen sehingga barang akan menjadi lebih murah. Namun sebaliknya jika ketersediaan barang sedikit harga akan melambung tinggi. Harga produk pertanian di Jepang tidak hanya ditentukan oleh perusahaan yang mendistribusikan barang namun petani memiliki hak juga untuk menentukan harga barang berdasarkan kualitas dan hasil perhitungan margin keuntungan yang didapatkan.

f. Ketersediaan pasar yang luas

Pasar merupakan faktor penting dalam keberlangsungan sebuah pemasaran produk karena berperan sebagai wadah yang mempertemukan antara produk dengan para konsumennya. Produk hasil pertanian di Jepang memiliki pangsa pasar yang luas dan terjamin. Petani tidak terlalu susah dalam menyalurkan serta memasarkan komoditas pertaniannya karena pasar yang tersedia cukup luas. Produk pertanian menjadi konsumsi pokok bagi masyarakat terutama sayuran dan tanaman pokok lainnya. Tingkat konsumsi yang tinggi mengharuskan ketersediaan secara terus menerus sehingga produsen dalam hal ini petani harus memenuhi akan permintaan pasar.

JA Okinawa menjadi bagian penting dalam proses pemasaran yang dilakukan oleh para petani karena JA menjembatani petani memasarkan produknya baik melalui toko JA sendiri maupun di beberapa retail atau pasar yang lainnya bahkan sampai ke pasar luar negeri. Ketersediaan pasar tidak menjadi masalah besar bagi para petani karena petani sendiri bisa memilih pasar mana yang akan menampung barangnya. JA sendiri menjamin keberlangsungan pemasaran produksi pertanian yang ada di daerah terutama Okinawa sebagai upaya untuk menguntungkan kedua belah pihak. JA dan Petani akan saling menguntungkan dalam proses pemasarannya karena misi utama dari JA itu sendiri adalah mensejahterakan para petani serta meningkatkan hasil pertanian yang ada di Okinawa.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **1. Kesimpulan**

Pusat penjualan produksi hasil pertanian (Farmers Market) merupakan pusat pemasaran produk hasil pertanian yang dihasilkan oleh para anggota dalam hal ini petani sekaligus sebagai produsen yang menghasilkan barang serta para perusahaan penyuplai yang menjadi anggota di dalam ruanglingkup Farmers Market yang juga merupakan produsen yang menghasilkan produk olahan. Pemasaran yang dilakukan pada Farmers Market lebih menekankan kepada produk segar yang dihasilkan langsung oleh petani lokal. Sistem pemasaran dilakukan sesuai dengan konsep bauran pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan tempat.

Produk yang dipasarkan di farmers market di suplai oleh petani, perusahaan mitra dan ja di wilayah bagian lainnya serta untuk bebebrapa produk lainnya dari UMKM. Saluran produk tersebut mulai dari Produsen (petani dan perusahaan) – Distributor sekaligus pasar (*Farmers Market*) –Konsumen (Pelanggan).

Keberhasilan pemasaran produk pertanian Jepang didorong oleh beberapa faktor yang memperlancar yakni Sumberdaya manusia yang mendukung, kebjikan pemerintah yang berpihak kepada petani, teknologi yang maju, etos kerja orang Jepang, harga produk yang terkontrol serta ketersediaan pasar yang luas.

### **2. Saran**

Program Internship Mahasiswa initelah dilaksanakan dengan baik, Akan tetapi perlu adanya perbaikan dalam sistem koordinasi antara pihak penyelenggara dengan pihak yang melaksanakan program agar bisa menjadi lebih baik. Semoga kegiatan Internship seperti ini bisa terus dilaksanakan untuk menambah wawasan mahasiswa tentang dunia kerja khususnya dibidang pertanian.

## **REFLEKSI DIRI**

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan sebuah gagasan baru dalam sistem pendidikan di Indonesia yang memberikan kebebasan keapda para mahasiswa

untuk mendapatkan ilmu serta pengalaman bukan hanya terbatas didalam ruang kelas melainkan bisa dimanapun. Mahasiswa dapat meningkatkan skill dan kemampuannya sesuai bidang yang diinginkan bukan dilandasi paksaan melainkan murni dari kemauan mahasiswa. Ilmu tidak dibatasi oleh ruang dan waktu sehingga mahasiswa bisa dimanapun dan kapanpun mengakses ilmu menjadi bekal di masa yang akan datang

Selama mengikuti kegiatan intersnip mahasiswa belajar bagaimana pengelolaan sistem pertanian yang ada di Jepang serta merasakan langsung kegiatan pertanian terutama di bidang pemasarannya. Sistem pemasaran pertanian di Jepang sudah terintegrasi dengan baik dan segala produk yang ada memiliki nilai yang cukup tinggi. Tidak salah jika produk hasil pertanian Jepang cukup di kenal luas. Setelah mengikuti kegiatan ini mahasiswa mendapatkan motivasi dorongan untuk menarapkan ilmu yang didapatkan selama kegiatan intership di Indonesia. Banyak hal yang bisa ditiru dari sistem pertanian di Jepang walaupun negara kita memiliki kualitas kesuburan tanah yang jauh lebih baik, namun pengelolaanya masih cukup tertinggal.

## DAFTAR PUSTAKA

Okinawa. JA Okinawa Overview. diakses dari

<https://www.ja-okinawa.or.jp/about/summary/> pada tanggal 10 Desember 2022 pada jam 21.30 JST

JA Okinawa. Itoman Farmers Market. diakses dari

<https://www.ja-okinawa.or.jp/farmersmarket/detail.php?id=540> pada tanggal 10 Desember 2022 pada jam 21.30 JST

Zenoh, JA Cooperaive. diakses dari

<https://www.zenoh.or.jp/index.html> pada 13 Desember 2022 pada jam 10.00 JST