

# **MANAJEMEN PEMASARAN JAPAN AGRICULTURAL COOPERATIVE OKINAWA DI CABANG DESA YOMITAN PASAR YUNTA**

## **MARKETING MANAGEMENT AT YOMITAN BRANCH YUNTA FARMERS MARKET JAPAN AGRICULTURAL COOPERATIVE OKINAWA**

**Fina Sarah Adhari<sup>1</sup>, Anas Zaini<sup>2</sup>, Wakugawa Yoshihito<sup>3</sup>**

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

<sup>3</sup>Pasar Yunta, Cabang Desa Yomitan, *Japan Agricultural Cooperative Okinawa*

### **ABSTRAK**

Program *internship* di JA Okinawa Jepang merupakan salah satu bentuk pelaksanaan program MBKM yaitu kegiatan pembelajaran di luar perguruan tinggi yang dilaksanakan pada bulan April 2022. Dengan tujuan umum mengembangkan pengalaman, keterampilan, dan kemampuan sosial dalam dunia kerja di Jepang. Serta tujuan khusus menganalisis implementasi manajemen pemasaran JA Okinawa di Cabang Yomitan Pasar Yunta serta menganalisis hasil penjualan Pasar Yunta dan kesejahteraan petani. Melalui program ini penulis diberi tugas dan tanggung jawab di tempat Penyortiran dan Pengemasan Buah, Bunga, dan Sayur dan di Pasar Yunta, di kedua tempat tersebut penulis secara khusus diberi tugas untuk mengemas produk. Di Pasar Yunta, selain pengemasan, penulis juga bertanggung jawab untuk memastikan ketersediaan stok produk hingga melakukan pelayanan konsumen. Dengan demikian, penulis memperoleh pengalaman dan keterampilan baru serta kemampuan bersosialisasi dalam dunia bisnis karena berinteraksi dengan rekan kerja dan konsumen. Manajemen pemasaran yang diterapkan di Pasar Yunta berdasarkan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence* dilaksanakan dengan sistematis mulai dari manajemen produk hingga bukti fisik Pasar Yunta terlaksana dengan baik dan konsisten. Implementasi manajemen pemasaran yang baik tersebut berpengaruh terhadap hasil penjualan Pasar Yunta yang cukup tinggi, sejalan dengan itu pendapatan petani juga ikut terjamin karena petani menganggap sistem JA sudah menguntungkan dan petani dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kata Kunci: Program *Internship*, JA Okinawa, Manajemen Pemasaran, Hasil Penjualan, Kesejahteraan Petani

### **ABSTRACT**

*The internship program at JA Okinawa, Japan is a form of implementing the MBKM program, namely learning activities outside of tertiary institutions which will be held in April 2022. With the general aim of developing experience, skills, and social skills in the world of work in Japan. As well as the specific objectives of analyzing the implementation of JA Okinawa's marketing management at the Yunta Market Yomitan Branch as well as analyzing the sales results of Yunta Market and the welfare of farmers. Through this program the authors are given duties and responsibilities at the Sorting and Packaging of Fruit, Flowers and Vegetables and at Yunta Market, in both places the authors are specifically tasked with packing products. At Yunta Market, apart from packaging, the writer is also responsible for ensuring the availability of product stocks and performing customer service. Thus, the author gains experience and new skills as well as social skills in the business world by interacting with colleagues and consumers. The marketing management implemented at Yunta Market is based on the 7P marketing mix which consists of product, price, promotion, place, people, process, and physical evidence carried out systematically starting from product management to physical evidence that Yunta Market is implemented properly and consistently. The implementation of good marketing management has affected the sales results of Yunta Market which is quite high, in line with that the income of farmers is also guaranteed because farmers consider the JA system to be profitable and farmers can meet their daily needs.*

*Keywords: Internship Program, JA Okinawa, Marketing Management, Sales, Farmer Welfare*

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, tak hanya kemajuan teknologi yang telah membuka industri-industri baru tetapi juga kemajuan sumber daya manusia yang mengakibatkan timbulnya persaingan kompetitif di dunia kerja sehingga dibutuhkan kompetensi dan kemampuan untuk beradaptasi. Bersamaan dengan hal tersebut, tercipta Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yaitu program kebijakan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang terdiri dari beberapa bentuk kegiatan pembelajaran di luar perguruan tinggi, salah satunya melakukan magang/*internship* di suatu industri atau perusahaan yang bertujuan mendorong mahasiswa untuk menguasai berbagai keilmuan untuk bekal memasuki dunia kerja.

Jepang dikenal sebagai salah satu negara di Asia dengan sektor pertanian yang maju, kemajuan pertanian Jepang didukung oleh mekanisasi dan kebijakan pemerintah sehingga membentuk sistem pertanian yang baik dari berbagai sisi. Salah satu lembaga yang berperan penting dalam kemajuan pertanian Jepang adalah *Japan Agricultural Cooperative* atau Koperasi Pertanian Jepang yang memfasilitasi kegiatan agribisnis petani dari hulu hingga hilir seperti penyediaan sarana produksi pertanian, pengatur distribusi serta pengolahan produk pertanian hingga pemasaran.

Melalui program MBKM, mahasiswa dapat melakukan *internship* di *Japan Agricultural Cooperative* wilayah Okinawa. Hal ini bertujuan agar mahasiswa dapat mengamati sekaligus turut andil dalam pelaksanaan sistem pertanian khususnya agribisnis, dalam hal ini penulis ingin mengetahui bagaimana pelaksanaan manajemen pemasaran yang dilakukan di salah satu tempat penjualan hasil produksi pertanian petani (*Farmers Market*) yaitu JA Okinawa Cabang Desa Yomitan Pasar Yunta.

Tujuan dari pelaksanaan program ini adalah (1) Mengembangkan pengalaman, keterampilan, dan kemampuan sosial dalam dunia kerja di Jepang (2) Menganalisis implementasi manajemen pemasaran JA Okinawa di Cabang Yomitan Pasar Yunta. (3) Menganalisis hasil penjualan Pasar Yunta dan kesejahteraan petani.

## PELAKSANAAN KEGIATAN

Mahasiswa *internship* ditugaskan di beberapa cabang JA Okinawa yang berbeda, dimana masing-masing ditugaskan pada beberapa tempat seperti tempat pembibitan, lahan, *farmers market*, penyedia sarana produksi pertanian, tempat penyortiran dan pengemasan sayur dan buah, serta pabrik. Penulis ditugaskan di JA Okinawa cabang Desa Yomitan, dimana terdapat *farmers market* (Pasar Yunta), toko sarana produksi pertanian (Harusapo), serta tempat penyortiran dan pengemasan sayur, buah, dan bunga (Senkajou).

### 1. Pusat Penyortiran dan Pengemasan Sayur, Buah, dan Bunga (Senkajou)

Pada 18 April sampai 31 Mei, dan November-Desember 2022 penulis ditugaskan untuk melakukan *internship* di Senkajou dan diberikan tugas dan tanggung jawab untuk melakukan pengemasan komoditas berdasarkan standar kualitas yang telah ditentukan. Pada bulan April-Mei dilakukan penyortiran dan pengemasan wortel, dan pada November-Desember dilakukan penyortiran dan pengemasan bunga krisan. Beberapa kegiatan yang penulis laksanakan di Senkajou adalah sebagai berikut:

1. Membantu menyiapkan alat dan bahan untuk pengemasan

Sebelum melakukan pengemasan suatu komoditas, penulis membantu pengadaan atau perakitan kemasan berupa kardus dengan memasukkan kardus ke dalam mesin pembuat kardus atau pun melakukan perakitan secara manual, lalu memasukkan plastik ke dalam kardus yang sudah jadi. Kemudian penulis memastikan ketersediaan alat tulis berupa pulpen dan cap stemple untuk menandai kardus sesuai *gradenya*.

2. Melakukan pemilihan komoditas sesuai kriteria tertentu (*grading*)

Pada saat proses pengemasan wortel, wortel yang sudah dicuci di mesin akan dilakukan proses *grading* manual berdasarkan tampilan oleh staf sebelum masuk ke mesin *grading* otomatis, mesin tersebut membagi wortel dalam kelas tergantung massanya, baru kemudian penulis melakukan *grading* manual berdasarkan tampilan wortel untuk kedua kalinya sehingga tidak terjadi/mengurangi kemungkinan kesalahan pengemasan. Kriteria sebagai dasar *grading* wortel adalah sebagai berikut:

<b>Kelas Produk</b>	<b>Kriteria</b>
<b>Kelas A</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanpa lumut, inti, dan goresan</li><li>• Berbentuk baik</li><li>• Tanpa leher hijau</li></ul>
<b>Kelas B</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tanpa lumut, inti, goresan</li><li>• Berbentuk sedikit cacat</li><li>• Memiliki leher hijau dalam jarak 5mm</li></ul>
<b>Kelas C</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hal-hal selain produk B</li><li>• Termasuk garpu, luka, buah pecah, dan leher hijau kurang dari 2 cm</li></ul>
<b>Produk yang tidak dapat dikirim</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Retak buah di lahan dan tanpa kepala</li><li>• Produk dengan panjang 10 cm atau kurang</li><li>• Leher hijau 2 cm atau lebih dari batang</li></ul>
<b>Kelas berdasarkan berat</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 3L: lebih dari 300g</li><li>• 2L: 250g – 299g</li><li>• L: 180g – 249g</li><li>• M: 100g – 179g</li><li>• S: 75g – 99g</li></ul>

Sementara pada proses pengemasan bunga krisan, petani membawa bunga krisan yang sudah dilakukan pemilihan yaitu yang sudah dipotong akar dan batang bawahnya sehingga bunga dalam keadaan bersih, serta merupakan bunga yang masih kuncup atau belum mekar yang dikumpulkan pada kain bunga. Sehingga proses *grading* tampilan dilakukan manual dengan memperhatikan bagian batang yang tidak boleh patah dan bagian bunga yang kuncup, proses tersebut dilakukan secara satu per satu batang bunga sesaat sebelum dimasukkan ke dalam mesin pemotong batang, dimana pucuk bunga harus sampai di ujung mesin sehingga pada akhirnya menghasilkan panjang batang bunga yang sama, kemudian bunga yang sudah terpotong batangnya akan masuk ke mesin *grading* otomatis yang akan menilai bunga berdasarkan massanya.

3. Mengemas komoditas dengan teknik tertentu demi menjaga kesegaran komoditas dan memperlambat pembusukan

Pada pengemasan wortel, setelah proses grading, selanjutnya wortel di susun secara zig-zag agar rapih dan seimbang pada kardus dimana tempat peletakan kardus tersebut sudah sekaligus sebagai timbangan, berat standar 1 kardus adalah berisi 10 kg wortel dimana tidak boleh kurang dan boleh lebih beberapa gram. Kardus yang sudah selesai diisi, dimasukkan ke dalam mesin perekat kardus.

Pada pengemasan bunga krisan, bunga yang telah sesuai *grade* akan dikumpulkan sebanyak 10 batang dan mesin otomatis mengikat dengan tali rafia. Jika sudah terkumpul beberapa ikat sesuai *grade* maka akan dimasukkan ke dalam kardus dengan 4 tingkat dan terbolak-balik tiap tingkat demi keseimbangan dan kemudahan pengemasan (tingkat pertama ujung batang berada di sebelah kiri dan pucuk berada di sebelah kanan, dan seterusnya). Setelah terkumpul, kardus direkatkan dengan selotip secara manual namun dengan bantuan alat press.

Tabel 1. Ketentuan Jumlah Batang Bunga per Kardus

<b>Grade</b>	<b>Isi Batang per Tingkat</b>	<b>Jumlah Batang dalam 1 Kardus</b>
<b>2S</b>	10 x 10 x 10 x 10	400
<b>S</b>	8 x 7 x 8 x 7	300
<b>M</b>	7 x 6 x 6 x 6	250
<b>L</b>	5 x 5 x 5 x 5	200

*Sumber: Senkajou (2022)*

4. Mendata dan mengorganisir komoditas yang sudah dikemas sesuai dengan *grade* dan area pengiriman

Baik pada pengemasan wortel maupun pengemasan bunga krisan, kardus yang sudah direkatkan dan dicek kesesuaian dan kelengkapannya akan kemudian disusun sesuai dengan *grade* masing-masing agar mudah didata. Pendataan tersebut dilakukan agar memperoleh informasi komoditas yang dibawa oleh seorang petani dapat menghasilkan sejumlah kardus per *grade* dan agar pengiriman dapat dilakukan dengan mudah.

5. Menjaga kebersihan area kerja demi kelancaran proses pengemasan dan keselamatan pekerja

Setiap selesai proses pengemasan, dilakukan pembersihan area kerja dengan alat bantu sapu. Namun, khusus pada area bunga krisan, dibutuhkan alat bantu mesin pembersih berupa penyemprot udara bertekanan karena banyak area yang sulit dijangkau sehingga kebersihan mesin lebih maksimal.

Seluruh komoditas baik buah, sayur, dan bunga yang dipilih atau disortir di Senkajou Desa Yomitan akan dikirim ke tim penjualan di Kota Urasoe, selain Senkajou di Desa Yomitan, JA Okinawa memiliki banyak tempat pemilihan (Senkajou) di Okinawa dimana sebagian besar dikirim ke tim penjualan di Kota Urasoe tersebut. Tim penjualan akan mengkomunikasikan berapa banyak komoditas buah, sayur, dan bunga yang akan dijual ke pasar di Prefektur Okinawa dan di seluruh Jepang, agar komoditas tidak melimpah di satu titik saja dan harga komoditas terjamin.

## 2. Pusat Penjualan Hasil Produksi Pertanian (Pasar Yunta)

Penulis ditugaskan di Pasar Yunta mulai pada 20 April 2022, namun setelah masa sibuk di Senkajou berakhir pada 1 Juni 2022 sampai sekarang penulis ditugaskan secara penuh di Pasar Yunta untuk secara khusus melakukan pengemasan komoditas dan memastikan ketersediaan stok, kesesuaian, dan kualitas komoditas. Beberapa kegiatan yang penulis laksanakan di Pasar Yunta adalah sebagai berikut:

### 1. Mengemas berbagai komoditas sayur dan buah

Pengemasan komoditas meliputi penyortiran, pembersihan, dan penimbangan massa komoditas. Pada proses penyortiran komoditas buah dipilih berdasarkan ukuran, warna, tingkat kematangan. Sementara penyortiran sayuran dilakukan dengan memilah bagian yang busuk atau rusak, batang patah, daun dimakan ulat atau serangga, dan daun yang kuning atau pun layu. Komoditas dikemas dengan isi yang bervariasi berdasarkan perhitungan harga beli dan harga jual agar tetap terjangkau namun dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Divisi pengemasan melakukan pengemasan setiap hari dengan komoditas yang berbeda-beda sesuai musim dan permintaan konsumen, komoditas tersebut dipesan oleh Pasar Yunta baik dari petani Desa Yomitan maupun dari *supplier*. Salah satu tugas utama divisi pengemasan adalah mengemas sawi hijau yang berasal dari Petani Desa Yomitan, pengemasan dilakukan sesuai pesanan dimana ada tiga cara pengemasan yaitu secara langsung pada keranjang dengan berat 10 kg, dengan mengikat tiap 500 gr, pak plastik 200 gr.

### 2. Berpartisipasi dalam proses penetapan harga komoditas

Sebelum pengemasan, pada dasarnya akan dilakukan perhitungan harga terlebih dahulu kemudian jumlah komoditas yang dikemas akan mengikuti harga yang telah dilakukan. Selain itu, komoditas akan mengalami perubahan kualitas atau kualitasnya menurun jika tersimpan dalam waktu yang lama, sehingga perlu ditetapkan harga baru agar produk cepat terjual.

### 3. Melakukan pencetakan label kemasan

Selanjutnya dilakukan pencetakan label untuk ditempel di kemasan. Label dicetak dengan menggunakan komputer dan mesin cetak termal, sebelum pencetakan dilakukan *input* data komoditas ke dalam komputer yang berisi informasi komoditas atau dengan memindai barcode dari label yang sudah ada.

### 4. Mendisplay komoditas berdasarkan tata letak yang telah ditetapkan

Proses selanjutnya adalah memajang produk yang telah dikemas dan dilekatkan label kemasan pada tempat yang telah ditentukan, proses pemajangan produk dilakukan dengan memperhatikan kerapian dan keindahan produk namun tetap mempertahankan kesegaran produk.

### 5. Memastikan kerapian dan kesesuaian *display* komoditas dengan melakukan reorganisir tiap waktu tertentu

Setelah dilakukan pemajangan, konsumen akan melakukan pembelian dengan memilih yang paling sesuai dengan selera dan kebutuhannya sehingga area *display* tidak akan terlihat rapi setiap waktu, pada saat seperti itulah penulis melakukan reorganisir atau merapikan produk, jika sudah sangat berkurang maka penulis akan menambah produk yang dipajang.

6. Melakukan pendataan ketersediaan stok pada waktu tertentu

Pada waktu tertentu dilakukan pengecekan terkait ketersediaan stok produk, pada akhir minggu dilakukan pengecekan produk yang terpajang di pasar dan didata produk yang mulai habis sehingga dapat dilakukan pemesanan ke *supplier* atau pun kepada para petani. Kemudian, pada akhir bulan dilakukan pemeriksaan stok produk di kulkas penyimpanan, gudang, dan toko sebagai data inventaris dan laporan bulanan.

7. Memastikan kelayakan kualitas komoditas pada *display*

Tidak semua produk yang dipajang akan habis terjual dalam satu hari, sehingga perlu dilakukan pemeriksaan produk secara berkala dengan mengeluarkan komoditas yang kualitasnya sudah menurun atau rusak dan menjualnya kembali dengan harga rendah (bila memungkinkan).

8. Memastikan kelayakan kualitas komoditas dari petani/pengusaha pada *display*

Tidak hanya produk dari Pasar Yunta, penulis juga harus memastikan kelayakan produk dari petani, jika produk dari petani sudah busuk dan tidak layak jual, maka dikembalikan ke petani. Sementara untuk produk dari pengusaha produsen yaitu berupa produk olahan, penulis melakukan pemeriksaan tanggal kadaluarsa, jika sudah melewati masa maka akan dikembalikan kepada produsen.

9. Memberi pelayanan pada konsumen

Salah satu keharusan bagi pegawai toko di Jepang adalah mengucapkan selamat datang kepada konsumen, selain itu juga mengungkapkan terimakasih telah menunggu dan silakan datang kembali. Pada saat melakukan pekerjaan, penulis seringkali dihampiri konsumen untuk bertanya terkait informasi produk seperti letak produk, harga, cara penggunaan atau cara memasak suatu komoditas sehingga penulis bertugas menjawab pertanyaan, memberi arahan, dan menyediakan kebutuhan pelanggan.

10. Menjaga kebersihan dan kerapian pasar

Demi kenyamanan konsumen, kebersihan dan kerapian harus selalu terjaga, selain kerapian tata letak produk, penulis juga bertugas untuk menjaga kebersihan toko dengan membersihkan jendela dan lantai.

### 3. Hal-Hal Yang Dipelajari dari Kegiatan *Internship*

Berdasarkan hasil observasi dan pencarian penulis, *Japan Agricultural Cooperative* merupakan organisasi yang menerapkan integrasi vertikal, Di level nasional, JA Group terdiri dari berbagai organisasi mulai dari organisasi yang mengurus kebijakan dan permasalahan pertanian, perbankan dan perkreditan, asuransi dan jaminan, hingga media informasi. Pada bidang pertanian, JA Group menaungi anak perusahaan penyedia pupuk, pusat penyedia sarana produksi pertanian, penyuluhan petani pada budidaya pertanian, penanganan pasca panen, agroindustri dan pengolahan, pengemasan, distribusi, dan pemasaran hingga produk sampai ke tangan konsumen.

Kaitan kegiatan *internship* dengan yang dipelajari saat kuliah yang paling terasa bagi penulis adalah penerapan manajemen agribisnis karena penulis melihat bagaimana perusahaan mengatur kegiatan petani, memfasilitasinya dari penyediaan sarana produksi pertanian, penyuluhan untuk budidaya pertanian, penanganan pasca panen berbagai komoditas, hingga pemasarannya. Kemudian penerapan manajemen pemasaran di Pasar Yunta dimana penulis juga turut andil dalam prosesnya seperti pengemasan hingga

pelayanan konsumen. Tak hanya itu, penerapan ilmu ekonomi juga terasa bagi penulis, bagaimana pengaruh permintaan konsumen terhadap produsen, begitu pun sebaliknya penawaran produsen yang mempengaruhi konsumen dalam membeli sebuah produk.

Seluruh hasil produksi sayur dan buah, tidak semuanya memiliki penanganan pasca panen hingga penjualan yang sama, seperti pada komoditas sawi yang dikemas di Pasar Yunta, sawi hanya mengalami proses pencucian dan penyortiran, namun tidak diberi kelas, karena sawi bersifat homogen dimana seluruh sawi bentuk dan tampilannya sama setelah dilakukan sortasi dari bagian yang busuk dan batang yang patah. Sementara, pada wortel dan bunga krisan yang dikemas di Senkajou diberi kelas karena terdapat perbedaan yang signifikan pada tampilan dan beratnya.

Setelah melaksanakan kegiatan *internship*, penulis mendapatkan berbagai manfaat dalam berbagai hal seperti mengembangkan pengalaman, keterampilan, dan kemampuan sosial. Penulis mendapatkan pengalaman bekerja yang sebenarnya hingga mengetahui bagaimana suasana, tantangan, hingga bagaimana sebuah perusahaan tetap mampu mempertahankan konsistensi produknya baik dari ketersediaan hingga kualitas produk. Penulis pun mendapatkan pengalaman dalam melakukan hal-hal yang belum pernah penulis lakukan seperti melakukan pengemasan untuk berbagai komoditas sehingga penulis mendapatkan keterampilan baru. Selain itu, penulis mendapatkan pengalaman bersosialisasi dengan atasan dan rekan kerja, baik dalam kehidupan sehari-hari maupun masalah pekerjaan, penulis juga mendapatkan pengalaman melayani konsumen sehingga kemampuan sosial penulis pun berkembang.

## PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini penulis membahas bagaimana implementasi strategi manajemen pemasaran di JA Okinawa Cabang Yomitan khususnya di Pasar Yunta, dilakukan dengan proses menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengawasi semua kegiatan (program) dengan efisien dan efektif sehingga mengacu kepada bauran pemasaran. Bauran pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah variabel-variabel terkendali yang digabungkan untuk menghasilkan respon yang diharapkan dari pasar sasaran, variabel-variabel dari bauran pemasaran yang diterapkan saat ini adalah 7P (*product, price, promotion, place, people, process, physical evidence*).

### 1. *Product*

Proses perencanaan produk di Pasar Yunta dimulai dengan perencanaan jenis dan jumlah komoditas yang akan dijual, survey peluang, dan analisis pasar. Produk yang dijual di Pasar Yunta sangat bervariasi dan lengkap, mulai dari bahan makanan seperti beras, aneka sayuran, aneka daging dan seafood, aneka makanan olahan seperti makanan siap saji dan kue, aneka bunga, hingga perawatan tubuh dan kerajinan tangan. Bersamaan dengan itu, produk yang dijual di Pasar Yunta memiliki standar kualitas tertentu, karena konsumen tentu hanya menginginkan produk yang berkualitas.

Seluruh produk yang dijual di Pasar Yunta dikemas dengan baik, seluruh kemasan diberi label harga yang berisi informasi nama produk, kepemilikan (nama petani yang memproduksi) produk, dimana produk dibuat/asal produk, jumlah isi produk (berapa gram/jika ada), menggunakan kemasan apa, dan harga produk.

## 2. Price

Dalam penentuan harga, menggunakan beberapa kebijakan, sistem penetapan harga produk dari produsen *farmers market* ditentukan langsung oleh petani atau pun produsen yang memproduksi barang tersebut. Biasanya para petani dan produsen menentukan harga dengan melihat harga jual produk serupa yang dijual di supermarket terdekat sebagai referensi, atau mudahnya melihat harga yang dipasang oleh petani lain di *Farmers Market*. Selanjutnya, sistem penetapan harga produk oleh Pasar Yunta, membuat kebijakan harga dengan menetapkan terlebih dahulu harga pembelian produk. Metode dasar penetapan harga pada Pasar Yunta adalah  $\text{Biaya Total} + \text{Pajak} + \text{Margin} = \text{Harga Jual}$ . Harga yang telah ditetapkan tersebut dimasukkan ke dalam basis data komputer agar pencetakan label kemasan lebih mudah.

Penetapan harga promosi berupa potongan harga atau diskon untuk komoditas tertentu pada hari-hari tertentu, misalnya pada musim panen wortel harga khusus, atau misalnya pada event festival Hari Ubi beberapa sayuran lain seperti kubis, selada, lobak, wortel, brokoli, bawang, dan lainnya juga ikut diberi harga khusus.

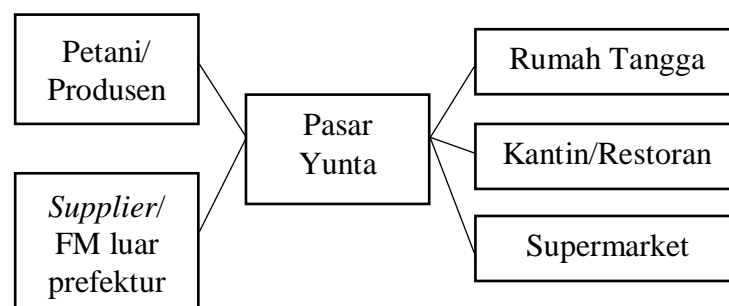
Variasi sistem pembayaran yang disediakan oleh Pasar Yunta adalah pembayaran langsung (*cash*) dengan penggunaan mesin kasir yang canggih dimana uang bisa langsung dimasukkan ke mesin lalu akan dihitung dan mengeluarkan kembalian otomatis. Metode pembayaran lainnya adalah dengan kartu ATM, VISA, dan *e-money* seperti *paypay* dan *yomipay*.

## 3. Place

*Place* atau tempat disebut juga sebagai saluran distribusi. Lokasi Pasar Yunta sangat mudah diakses karena berada di jalan utama Desa Yomitan, mudah terlihat karena berada di pusat Desa Yomitan dan Pusat Promosi Desa Yomitan serta memiliki tempat parkir yang sangat luas. Selain itu, distribusi juga dilakukan dengan penjualan menggunakan mobil, proses perencanaan distribusi produk adalah dengan menentukan jalan atau rute yang efektif untuk dilalui dalam mengirimkan produk dan menentukan tempat-tempat yang menjadi tujuan untuk berjualan dengan mobil.

Saluran pemasaran Pasar Yunta atau Yomitan *Farmers Market* merupakan tempat dimana produsen (petani) membawa masuk barang langsung ke toko untuk dijual, juga merupakan konsep penjualan dimana memotong proses distribusi pengiriman barang (termasuk biaya ekspedisi) dari produsen ke toko atau pasar. Pada dasarnya seluruh *Farmers Market* JA Okinawa memiliki sistem yang sama.

Gambar 1. Saluran Pemasaran Pasar Yunta





#### 1. Sistem Pemasukkan Produk dari Produsen ke *Farmers Market*

Bagi petani:

- 1) Biaya administrasi dipotong sebesar 15% dari harga jual barang.
- 2) Wajib mengumpulkan riwayat/ catatan pemberian pestisida pada saat memasok produk buah-buahan.

Bagi pemasok produk olahan (bento/produk makanan siap saji, kue atau camilan, produk minuman, produk makanan olahan, dll):

- 1) Biaya administrasi dipotong sebesar 20% dari harga jual barang.
  - 2) Wajib mengikuti asuransi PL (asuransi wajib bagi produsen)
- #### 2. Sistem Pemasukkan Produk dari Selain Produsen/Petani ke *Farmers Market*

##### a. Senkajou

Buah, sayur, dan bunga hasil pemilihan di Senkajou yang tidak memenuhi standar *grade* untuk pengiriman ke luar Prefektur Okinawa namun masih berkualitas dan layak dikonsumsi akan dijual di Pasar Yunta.

##### b. Perusahaan Penyuplai Barang

Perusahaan penyuplai dan *Farmers Market* yang berada di luar prefektur Okinawa termasuk dalam JA Group, JA Group menaungi seluruh koperasi dan usaha JA di seluruh Jepang. Sama halnya dengan Senkajou Desa Yomitan yang memasarkan komoditas seperti wortel Yomitan ke luar prefektur Okinawa, prefektur lain pun melakukan hal yang sama yaitu memasarkan produk unggulan dari daerahnya ke prefektur lain. Prefektur asal dari beberapa komoditas yang dikirim ke Pasar Yunta biasanya berasal dari Prefektur Kumamoto, Prefektur Hokkaido, Prefektur Ibaraki, Prefektur Nagano, Prefektur Fukuoka, dan Prefektur Kagoshima.

#### 4. *Promotion*

Pemasaran melalui media sosial yaitu LINE dan YouTube (melalui channel JA Okinawa dan YouTV (TV Yomitan)) yang berisi informasi terkait produk unggulan Pasar Yunta, melalui radio FM Yomitan setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat yang berisi informasi terkait produk utama pada hari itu atau produk dengan harga khusus, melalui media cetak yaitu koran dan majalah khususnya milik JA, Pemasaran dengan memasang banner dan umbul-umbul di pinggir jalan sekitar Pasar Yunta.

#### 5. *People*

*People* atau partisipan atau orang adalah karyawan penyedia produk atau jasa layanan maupun penjualan, atau orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam prosesnya. Orang-orang yang terlibat dalam proses ini adalah seluruh struktur organisasi Pasar Yunta dimana masing-masing memiliki peran sesuai dengan jabatan atau divisinya. Selain itu petani dan produsen sebagai anggota JA dan pemasok produk juga terlibat dalam proses penjualan.

#### 6. *Process*

*Process* atau proses merupakan kegiatan yang menunjukkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen selama melakukan pemilihan hingga memutuskan pembelian barang. Secara umum proses yang dimaksud adalah proses layanan berupa seluruh aktivitas yang terjadi di Pasar Yunta, dimana Pasar Yunta buka setiap hari pada jam 9 pagi hingga jam 6 sore JST, tutup hanya 1 hari pada Festival Bon dan 3 hari untuk tahun baru.

## 7. *Physical Evidence*

*Physical evidence* atau lingkungan fisik termasuk didalamnya penetapan tata letak produk berupa strategi penempatan komoditas pada rak penjualan yang berubah-ubah sesuai tujuan yaitu mudah diperoleh, mudah dilihat, tersusun menarik, dan memiliki emosi positif. Teknik penyajian produk juga tidak kalah penting dimana komoditas ditata rapi atau disajikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian konsumen. Penyajian produk memperhatikan bentuk dan sifat produk serta kemasan produk. Dekorasi ruang promosi yaitu sebuah area yang digunakan untuk mempromosikan iklan dari mitra dan sebagainya.

## 8. Hasil Penjualan Pasar Yunta

Tabel 2. Hasil Penjualan Pasar Yunta Tahun 2022

	<b>Penjualan</b>	<b>Konsumen</b>
<b>April</b>	54,303,244	28,034
<b>Mei</b>	47,348,907	27,807
<b>Juni</b>	52,440,591	26,866
<b>Juli</b>	94,190,120	29,588
<b>Agustus</b>	60,177,590	27,381
<b>September</b>	39,419,619	23,070
<b>Oktober</b>	48,821,637	27,258
<b>November</b>	45,186,490	25,612
<b>Desember</b>	56,730,986	27,246

*Sumber: Pasar Yunta (2023)*

Berdasarkan data tersebut, penjualan tertinggi terjadi pada bulan Juli mencapai ¥94,190,120 dengan jumlah konsumen sebanyak 29,588 orang, karena pada saat itu musim buah mangga, nanas, markisa, naga, terong, pare, kangkung, karatsuna, okra, dan loofah/oyong. Komoditas tersebut sangat melimpah bersamaan dengan tingginya permintaan konsumen, sehingga penjualan meningkat drastis.

Sementara itu, penjualan terendah adalah pada bulan September dengan penjualan sebesar ¥39,419,619 dan 23,070 orang konsumen, hal ini dapat terjadi karena pada bulan September terjadi peralihan musim sehingga ketersediaan buah musim sebelumnya telah menurun sementara ketersediaan komoditas musim selanjutnya juga masih rendah. Selain itu, pada bulan September tersebut terjadi cuaca buruk dimana Okinawa dilanda angin kencang hingga angin topan.

## 9. Kesejahteraan Petani

Terdapat sekitar 400 orang petani yang menjadi anggota JA Okinawa Desa Yomitan dan menjual hasil pertaniannya di Pasar Yunta. Demi mengetahui bagaimana efisiensi sistem pemasaran Pasar Yunta, penulis melakukan wawancara sederhana dengan beberapa petani, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Wawancara Petani Pasar Yunta

No.	Petani	Komoditas	Sistem JA	Kehidupan Sehari-hari
1.	Uema	Terong, sawi	Menguntungkan	Cukup
2.	Maeda	Wortel	Menguntungkan	Tidak cukup
3.	Shimafukuro	Papaya, bawang putih	Menguntungkan	Cukup
4.	Miyagi	Jahe, kunyit, bawang putih	Menguntungkan	Cukup
5.	Chibana	Sawi	Menguntungkan	Cukup
6.	Eriko	Kangkung, Sawi hijau	Menguntungkan	Cukup
7.	Hiroko	Paprika hijau, lobak	Menguntungkan	Cukup
8.	Keiko	Pisang, acerola	Menguntungkan	Cukup

*Sumber: data diolah penulis (2023)*

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, petani menganggap sistem yang digunakan JA *Farmer Market* menguntungkan petani sehingga petani tetap menjadi anggota JA selama bertahun-tahun, bahkan seluruh petani hanya menjual produk hasil pertaniannya di Pasar Yunta. Hal ini juga dikarenakan mudahnya akses modal di Bank JA, mudahnya akses alat mesin pertanian dan sarana produksi pertanian di Harusapo, hingga mudahnya akses pasar di Pasar Yunta.

Kemudian hampir seluruh petani merasa pendapatan dari penjualan hasil produksinya di Pasar Yunta cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, hanya 1 orang yang merasa tidak cukup. Hal ini dapat dikarenakan tanggungan besar yang dimiliki petani dan tidak seimbang dengan kemampuan produksi pertaniannya.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan *internship* yang dilakukan penulis di JA Okinawa Cabang Desa Yomitan Pasar Yunta dengan tujuan mengembangkan pengalaman, keterampilan, dan kemampuan sosial dalam dunia kerja di Jepang telah tercapai karena penulis melakukan tugas dan tanggung jawab yang belum pernah penulis lakukan sebelumnya sehingga tercipta pengalaman baru dan keterampilan baru baik terkait dengan kegiatan agribisnis maupun kehidupan sosial. Selain itu kemampuan sosial penulis dalam dunia kerja pun terasah karena berhubungan dan bertanggungjawab dengan atasan serta kerjasama dengan tim khususnya dalam komunikasi berbahasa Jepang.

Implementasi manajemen pemasaran JA Okinawa di Cabang Yomitan Pasar Yunta menggunakan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari *product, price, promotion, place, people, process, dan physical evidence*. Produk yang dijual di Pasar Yunta merupakan produk berkualitas berupa produk hasil pertanian seperti sayur, buah, bunga, dan produk olahan yang berasal dari petani, produsen, *supplier/farmers market* dari luar Desa Yomitan atau di luar Prefektur Okinawa. Penentuan harga dilakukan oleh petani/produsen dan/atau Pasar Yunta dengan memperhatikan harga pasar dan keterjangkauan konsumen, serta pemberian harga khusus dan sistem pembayaran yang bervariasi. Pasar Yunta melakukan

promosi dengan menggunakan berbagai media elektronik, media cetak, dan selebaran/banner. Lokasi Pasar Yunta sangat mudah diakses dan memiliki distribusi produk yang pendek karena Pasar Yunta adalah perantara produsen dan konsumen. Orang-orang yang terlibat dalam proses pemasaran merupakan orang-orang yang kompeten di bidang masing-masing, yang berkomitmen pada proses penjualan Pasar Yunta yang hampir selalu buka dan memiliki bukti fisik yang baik.

Hasil penjualan Pasar Yunta pada tahun 2022 yang tertinggi adalah pada bulan Juli dengan nilai penjualan sebesar ¥94,190,120 dan konsumen sebanyak 29,588 orang dikarenakan musim buah mangga, nanas, dan plum. Sementara hasil penjualan terendah pada bulan September dengan nilai penjualan sebesar ¥39,419,619 dan 23,070 orang konsumen yang dikarenakan peralihan musim serta cuaca buruk hingga angin topan. Sementara, kesejahteraan petani di Pasar Yunta cukup sejahtera, dikarenakan sistem yang digunakan JA menguntungkan petani sehingga petani dapat menerima hasil yang menguntungkan cukup untuk kehidupan sehari-hari.

## 2. Saran

Program *internship* ini terlaksana dengan baik, namun bagi pihak pelaksana diperlukan rencana dan persiapan yang matang guna mencapai keberhasilan program yang akan dilaksanakan pada masa yang akan datang. Semoga program ini dapat terus berlanjut, tidak hanya di Okinawa, namun juga di daerah Jepang lainnya dengan bidang pertanian yang maju seperti Hokkaido, Ibaraki, Nagano, dan Kumamoto.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS. Agustus 2022: Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) sebesar 5,86 persen dan Rata-rata upah buruh sebesar 3,07 juta rupiah per bulan. diakses dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2022/11/07/1916/agustus-2022--tingkat-pengangguran-terbuka--tpt--sebesar-5-86-persen-dan-rata-rata-upah-buruh-sebesar-3-07-juta-rupiah-per-bulan.html> pada tanggal 4 Desember 2022 pada jam 20.00 JST
- JA Okinawa. JA Okinawa *Overview*. diakses dari <https://www.ja-okinawa.or.jp/about/summary/> pada tanggal 5 Desember 2022 pada jam 20.00 JST
- JA Okinawa. Yomitan *Farmers Market*. diakses dari <https://www.ja-okinawa.or.jp/farmersmarket/detail.php?id=540> pada tanggal 5 Desember 2022 pada jam 20.00 JST
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. 14 Agustus 2022. Kembangkan Ketangguhan Sektor Pertanian, Indonesia Raih Penghargaan dari *International Rice Research Institute*. diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4443/kembangkan-ketangguhan-sektor-pertanian-indonesia-raih-penghargaan-dari-international-rice-research-institute> pada tanggal 7 Januari 2023 pada jam 20.00 JST
- Kotler, Philip., & Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 15th ed. New York: Pearson Education, Inc, 2016.
- Ministry of Agriculture, Forestry, and Fisheries. Statistik Kunci. diakses dari <https://www.maff.go.jp/j/tokei/dashboard/index.html> pada tanggal 8 Januari 2023 pada jam 21.00 JST
- Ministry of Agriculture, Forestry, and Fisheries. 2021. Hasil Pertanian Bruto dan Pendapatan Pertanian yang Dihasilkan (Nasional) diakses dari [https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka\\_gaiyou/seisan\\_shotoku/r3\\_zenkoku/index.html](https://www.maff.go.jp/j/tokei/kekka_gaiyou/seisan_shotoku/r3_zenkoku/index.html) pada tanggal 8 Januari 2023 pada jam 21.00 JST