



TRAINING COURSE ON ENHANCING FOOD VALUE CHAIN THROUGH AGRICULTURAL COOPERATIVE

JAPAN, 19 August – 1 September, 2018



MALAYSIA

MAKLUMAT PESERTA

NAMA	JAWATAN & ORGANISASI	TEMPOH PERKHIDMATAN (TAHUN)
1 EN. NOR FADZLI BIN HASAN	TIMBALAN PENGARAH BAH. PERANCANGAN & PENILAIAN LEMBAGA PERTUBUHAN PELADANG	15
2 EN. AZLEE SHAH BIN ABDULLAH	PENGURUS BESAR PERTUBUHAN PELADANG KAWASAN KOTA BELUD, SABAH	22
3 CIK HASYIMAH BINTI MAT TAHIR	PENOLONG PENGARAH BAH. PENGEMBANGAN PERTANIAN & INDUSTRI ASAS TANI JABATAN PERTANIAN	10



BIODATA PEMBENTANG



- **Nama: Hasyimah Binti Mat Tahir**
- **Jawatan: Penolong Pengarah G41/44**
- **Tempat Bertugas: Bahagian Pengembangan Pertanian dan Industri Asas Tani**
- **Latar Belakang Perkhidmatan:**
 - i. **IADA Kemasin Semerak – 2009 Hingga 2012 (3 Tahun)**
 - ii. **Jabatan Pertanian Putrajaya- 2012 Hingga Kini (7 Tahun)**

PENGENALAN

- Kursus diadakan dengan kerjasama antara Central Union of Agricultural Cooperatives (JA-ZENCHU) dan ASEAN Secretariat di Tokyo dan Ibaraki, Jepun.
- Dibiayai sepenuhnya oleh Kerajaan Jepun melalui MAFF.
- Kursus ini membincangkan mengenai peningkatan dan pemantapan rantai nilai makanan melalui koperasi pertanian dengan mengambil contoh dan pendekatan koperasi pertanian Central Union of Agricultural Cooperatives (JA-ZENCHU) di Jepun.

OBJEKTIF KURSUS ADALAH:

1

Mengumpulkan laporan di setiap negara ASEAN (Country Report) dengan tujuan menganalisis keadaan semasa pemasaran produk pertanian melalui koperasi dan organisasi berkaitan.

2

Peserta setiap negara perlu melaksanakan program yang dirancang bagi mengatasi isu-isu berkaitan pemasaran melalui koperasi dan organisasi berkaitan termasuk bantuan kerajaan yang telah dikenalpasti semasa kursus ini.

3

Peserta dapat menyediakan pelan tindakan berdasarkan isu-isu yang telah dikenalpasti dan mampu dilaksanakan oleh organisasi yang diwakili menggunakan sumber-sumber sedia ada.

KANDUNGAN KURSUS MELIPUTI:

Bidang pertanian dan koperasi pertanian di Jepun.

Sistem pengedaran/pemasaran produk pertanian.

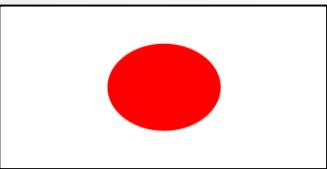
Organisasi dan perniagaan yang dijalankan oleh Koperasi Pertanian.

Kedai Peladang (Farmer's Market) yang diuruskan JA dan sistem jualan terus oleh JA(kontrak dengan pasar raya, koperasi pengguna, JA Zen-Noh, syarikat pemprosesan dan termasuk pemprosesan produk berorientasikan pasaran.

Fungsi Pasar Borong (Sayur dan buah).

Pengeluaran produk pertanian yang selamat dan peranan panduan ladang dalam koperasi pertanian.

Pembentukan rantai nilai makanan dan pelaksanaannya oleh Koperasi Pertanian.



JEPUN VS MALAYSIA



AREA (KM²)	377,972 KM ²
POPULATION (million)	126.93 m
CAPITAL CITY	TOKYO
ADMINISTRATIVE	TOKYO
NO. OF PERFECTURES	47 PERFECTURES
RELIGION	SHINTO, BUDDHISM, KRISTIAN
RACE	JAPAN, KOREAN, CHINESE, OTHERS
CLIMATE	TEMPERATE (4 MUSIM)

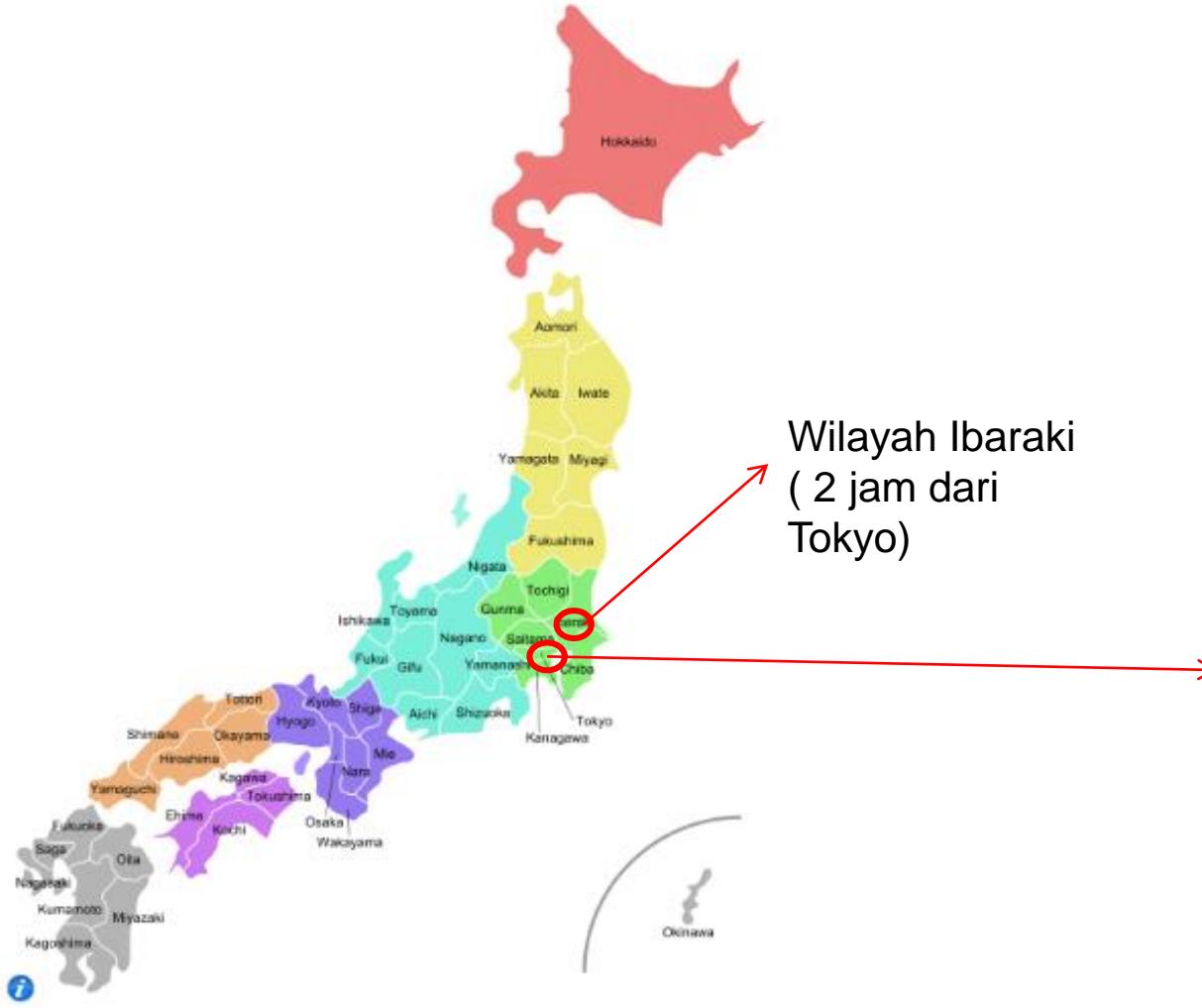


AREA (KM ²)	330,345 KM ²
POPULATION (million)	31.63m
CAPITAL CITY	KUALA LUMPUR
ADMINISTRATIVE	PUTRAJAYA
NO. OF STATES	14 STATES
RELIGION	ISLAM, BUDDHISM, HINDUISM
RACE	MALAY, CHINESE, INDIAN, OTHERS
CLIMATE	TROPICAL (WARM ALL YEAR ROUND)

*Sumber : Jabatan Perangkaan Malaysia



LOKASI KURSUS (Tokyo & Ibaraki:12 Hari)



The Institute for the Development of
Agricultural Cooperation in Asia
(IDACA)

GAMBAR-GAMBAR KURSUS



The Institute for the Development of Agricultural Cooperation in Asia (IDACA)
4771, Aihara-machi Machida-shi, Tokyo, Japan



Salah satu hidangan semasa kursus



Nota kuliah diletakkan di setiap rak peserta



Bento



Suasana bilik kuliah



Susun atur meja untuk program pembukaan/penutup

SITUASI PERTANIAN DI JEPUN

STATISITIK PERTANIAN

- GDP (fiskal 2016): 538.45 trillion yen
- Pengeluaran kasar pertanian:
- 5.24 trillion yen (fiskal 2016)= 0.97%
- Self sufficiency rate of foods=38% calorie base (fiskal 2016), target=45% (fiskal 2025)
- 68% production value base (fiskal 2016)
- Target= 75% (fiskal 2025)

PENGGUNAAN TANAH PERTANIAN

Tanah pertanian: 4,440,000 ha (tahun 2017)

- Padi: 2,420,000 ha (tahun 2017)
- Tanah tinggi: 2,030,000 ha (tahun 2017)
- Tanah terbiar: 281,000 ha (tahun 2017)

Nisbah penggunaan tanah untuk pertanian: 91.7 %

Purata luas/petani: 2.87 ha

-Hokkaido: 28.16 ha

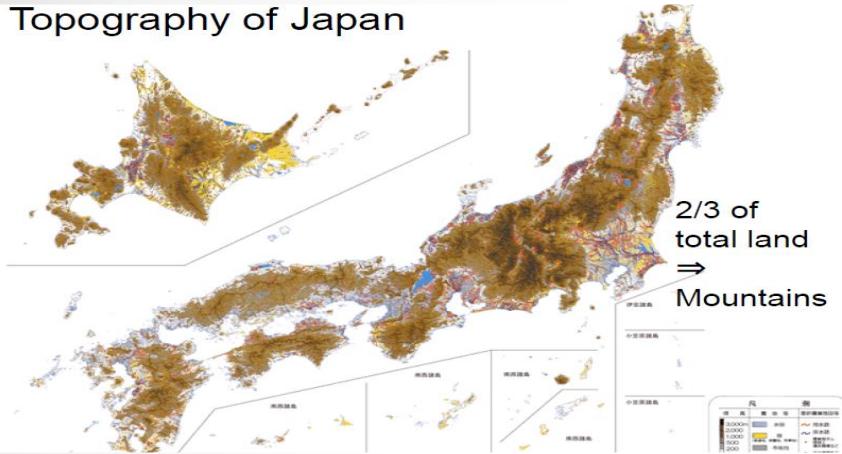
-Wilayah lain: 2.08 ha

-Keluasan dibangunkan oleh swasta/ major driving force: 2,100,000 ha (45%)



FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI PERTANIAN DI JEPUN

Topography of Japan



Trend of food consumption (per person)

Rice	112kg (fiscal 1965) 118kg (fiscal 1962) 54.4kg (fiscal 2016) 11.27 million tons in 1963 (n)
Livestock	58kg (fiscal 1965) 139.8kg (fiscal 2016)
Oil and fats	6kg (fiscal 1965) 14.2kg (fiscal 2016)



Natural Disasters in Japan



Strong wind and rain



Cold weather



Heavy rain



Heavy Snow

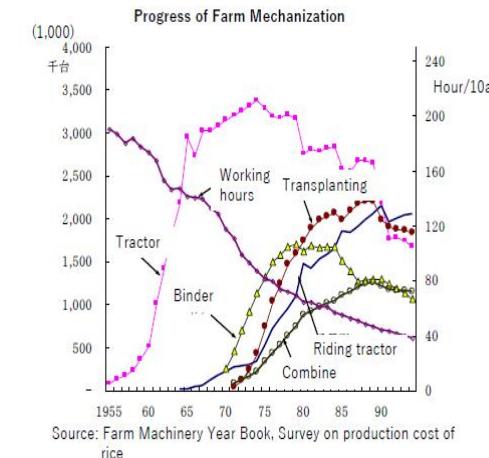


Strong wind and rain



MAFF

Development of Farm Mechanization and input of Labor power



JA Kamiina



ORGANISASI YANG MENYOKONG PERTANIAN DI JEPUN

Organisasi yang Menyokong Pertanian di Jepun

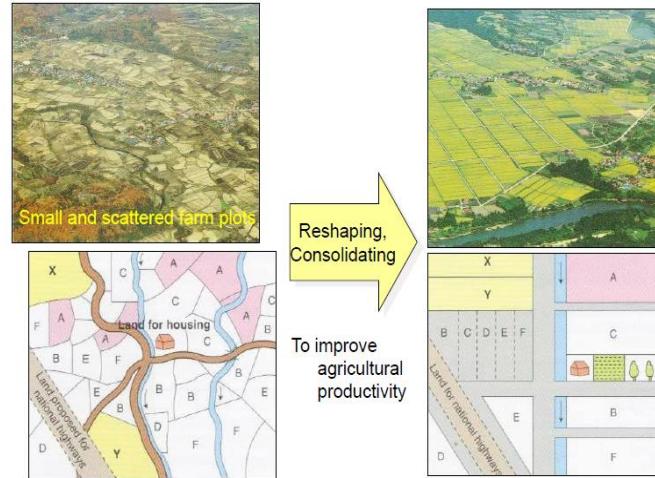
Koperasi Pertanian (JA)
658 JA

Pertubuhan Pertanian (Agricultural Committee) 1,706
(33,174 ahli)

Kesatuan Insurans Pertanian
127

Pekerja Pengembangan Pertanian
7,388 orang

Land Improvement District
Farmland Consolidation



There are 3,091 dams in Japan (more than 15 m high) 55 under construction

Hamlet Farm Management Group

- Agricultural Hamlet in Japan 138,000

- FHs with young labor power
labor power or quit farming



FHs with no
labor power
or quit farming

Hamlet (18FHs)
Aged farmers
Part-time Farmers
Quitted farming

KOPERASI PERTANIAN DI JEPUN

SEJARAH

- 1900 enakmen undang-undang koperasi industri
- 1947 enakmen undan-undang koperasi pertanian- penyusunan tanah (land reform)
- 1955 Penubuhan Organisasi Kumpulan Koperasi Pertanian (JA ZENCHU)-non business
- 1969 Penubuhan Kolej Koperasi Berpusat
- 1972 Penubuhan National Federation of Agricultural Cooperatives Associations (JA ZEN NOH) – Pemasaran dan pembelian produk pertanian (ahli beli input & jual hasil pertanian kepada JA ZEN NOH)

Swasta Vs Koperasi Pertanian

Swasta	Koperasi Pertanian
<ul style="list-style-type: none">▶ Pemilikan – Pemegang Saham▶ Pengguna - Pelbagai Lapisan Masyarakat▶ Pentadbir- Majikan▶ Objektif- Keuntungan untuk membangunkan syarikat▶ Bidang Perniagaan- Pelbagai	<ul style="list-style-type: none">• Ahli Koperasi• Ahli Koperasi• Ahli Koperasi• Pendapatan Ahli Koperasi• Terhad kepada Undang-Undang

KUMPULAN KOPERASI PERTANIAN (JA)

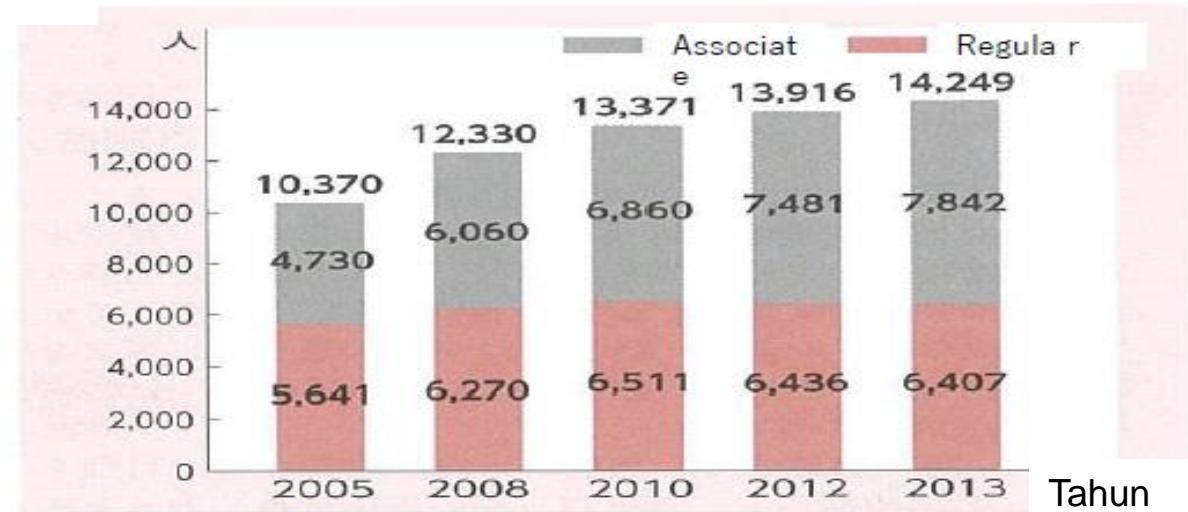
- Terdapat 646 JA sehingga 1 April 2018
- JA merupakan Badan Pengurusan Bebas
- Sekurang-kurangnya 1 JA untuk satu kawasan
- Bilangan JA berkurangan disebabkan penggabungan 'amalgamation'



- Regular Member - Bayar modal syer, ada 'voting right', mesti mengusahakan pertanian
- Associate Member - bayar modal syer, tiada 'voting right' (Sistem Unik di Jepun)
- Non-member - tidak perlu bayar modal syer (penggunaan kemudahan Koperasi terhad kepada 20% business volume)

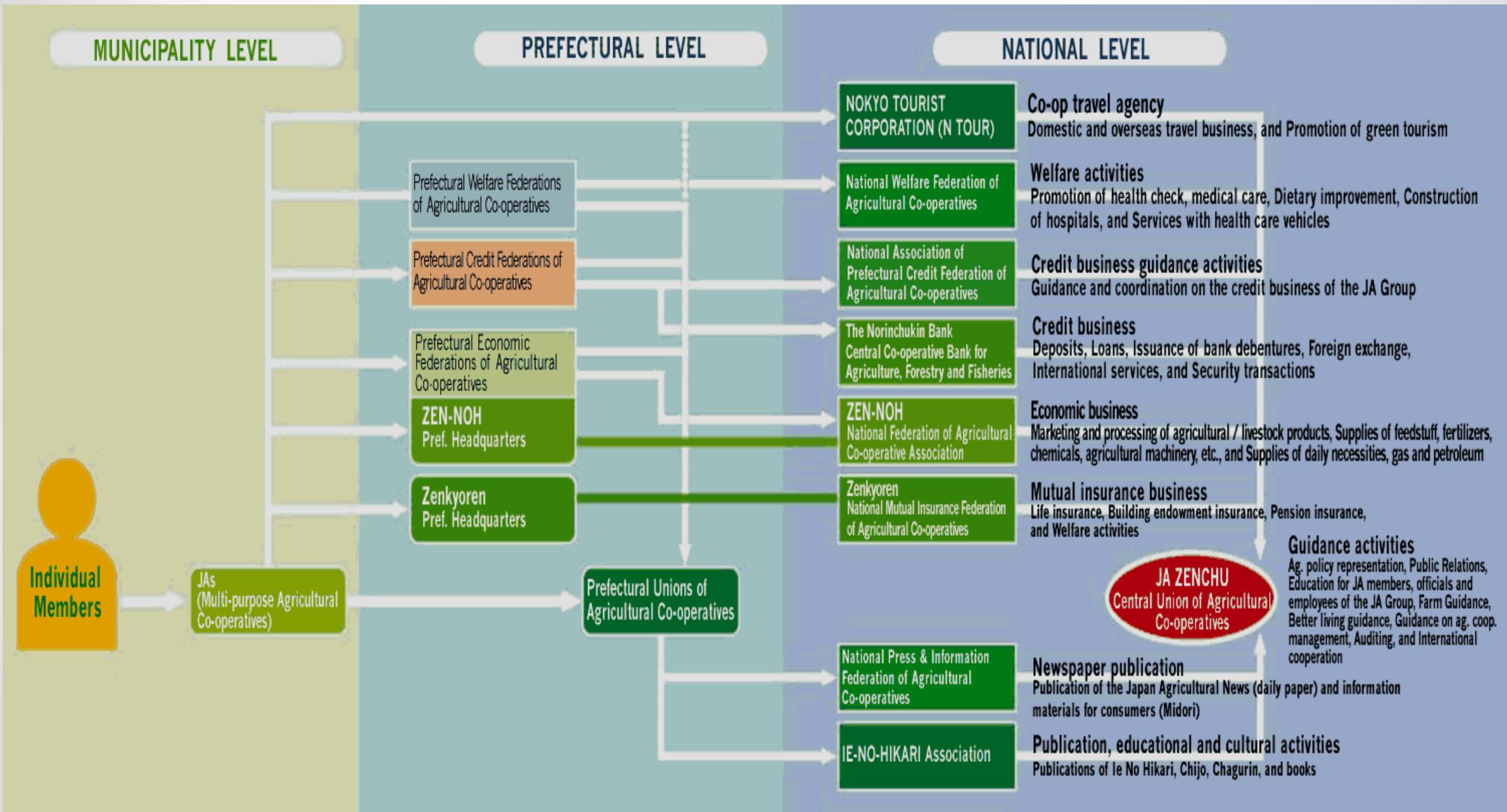
Trend purata bilangan ahli koperasi dari tahun 2005 - 2013

Bilangan ahli



Source: MAFF Multipurpose Agricultural Cooperative Statistics

ORGANISASI KUMPULAN KOPERASI PERTANIAN (JA)



PEMASARAN PERNIAGAAN MELALUI JA

- Pemasaran hasil pertanian di Jepun secara umumnya:



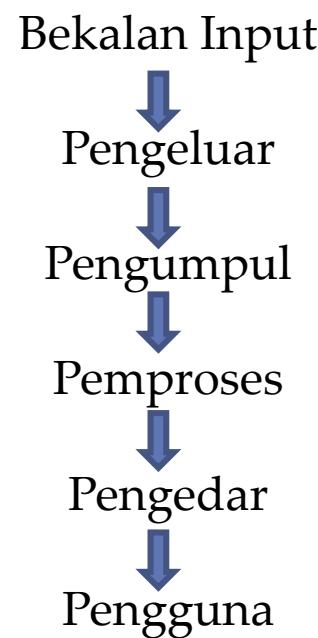
- Harga ditentukan permintaan-penawaran pasaran.
- JA membantu dalam aktiviti penggredan dan pengedaran. Penambahbaikan nilai jualan dan menetapkan piawaian mutu produk pertanian.
- Melalui perancangan pemasaran dan skala yang lebih besar, petani mempunyai akses pasaran yang lebih luas dan dapat mengurangkan kos untuk pengangkutan.

SOKONGAN BAGI PEMBENTUKAN RANTAIAN NILAI

Syarat
Asas

- 1) Infrastruktur
- 2) Pusat Pengumpulan
- 3) Kemudahan Penghantaran
- 4) Infrastruktur Pemprosesan dan Pengedaran
- 5) Rangkaian

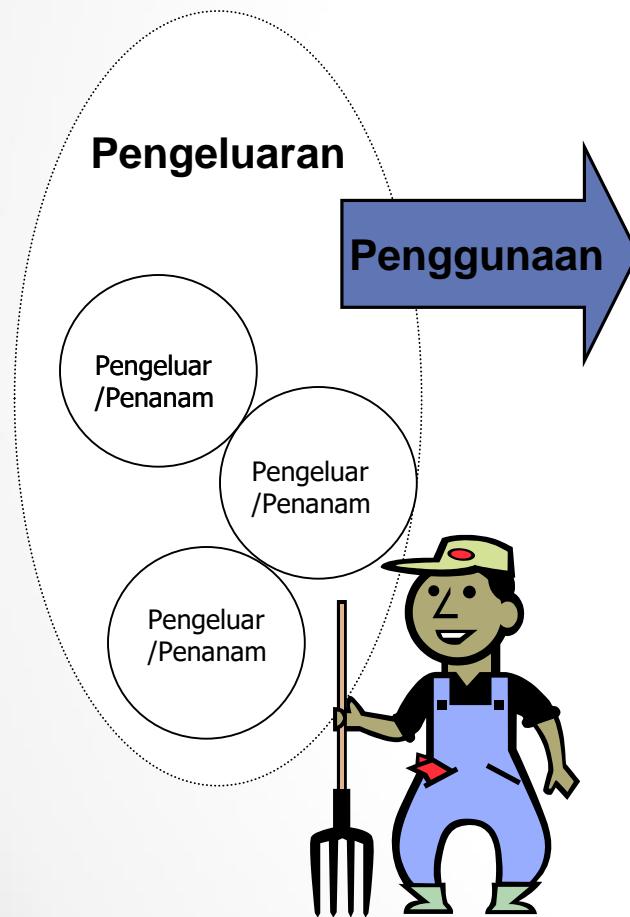
Kapasiti
Building Oleh
Organisasi
Pelaksana



Sokongan
Luaran

- 1) Maklumat
- 2) Kemudahan Kewangan
- 3) Latihan/Pendidikan
- 4) Penyelidikan/Teknologi
- 5) Skim / Polisi

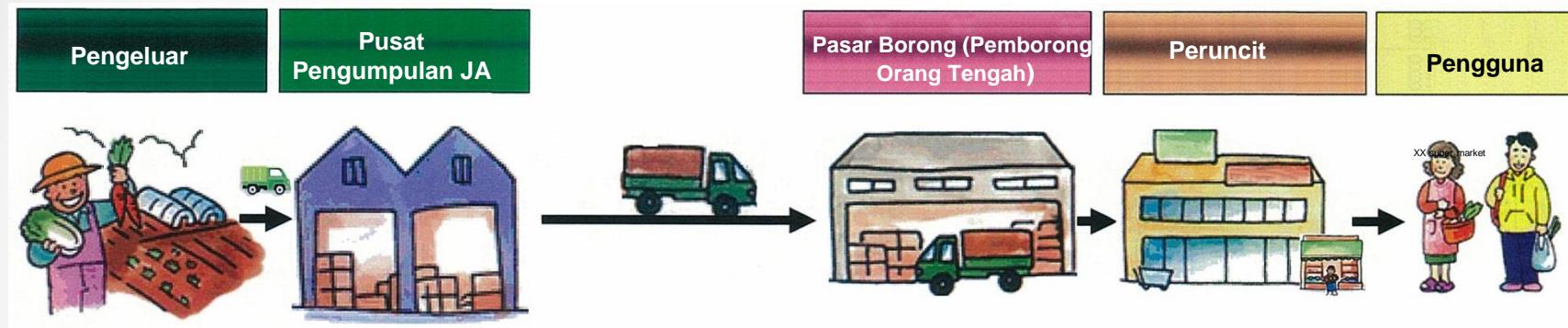
PERKAITAN ANTARA PENGELUAR DAN KOPERASI PERTANIAN



- i) Apa yang akan ditanam?
- ii) Bila sesuai ditanam?
- iii) Apa kaedah Penanaman?
- iv) Bagaimana Penggunaan Baja dan Racun Kimia?
- v) Apa Saluran Pemasaran?
- vi) Apa Kualiti Yang Dikehendaki?
- vii) Bagaimana Kutipan Bayaran?



PERINGKAT PENGETAHUAN BUAH-BUAHAN DAN SAYUR-SAYURAN KE PENGGUNA (sistem edaran di pasar borong)



- Benih & anak pokok yang berkualiti
- Panduan ladang untuk tingkatkan pengeluaran
- Bekalan baja pertanian
- Menyediakan rekod ladang(GAP)
- Pengredan sendiri oleh petani
- Pembungkusan

- Mesin pengredan
- Kebolehkesan-barcode
- Pre-cooling
- Pembungkusan
- Periksa sisa baki racun
- Periksa rekod ladang.

- Kawalan suhu semasa penghantaran penting bagi menjamin kualiti dan rasa.
- Jaringan lebuhraya

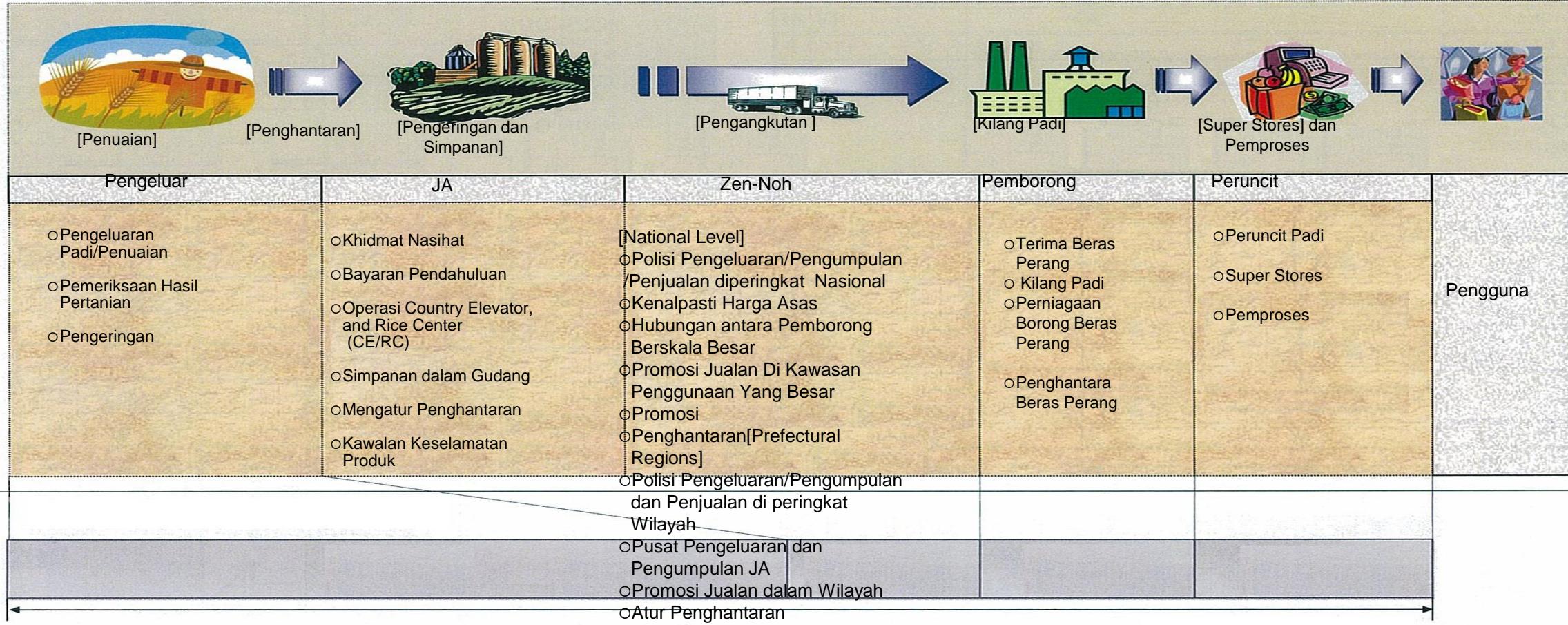
- Pasar borong untuk pengedaran buah-buahan dan sayuran
- Pengumpulan hasil dari seluruh jepun
- Maklumat harga pantas dan mengikut permintaan pasaran
- Pemindahan yang cepat untuk memelihara kesegaran produk
- Kemudahan bilik penyejukan sementara

- Pelabelan
- Kawalan jangkahayat produk/tarikh luput
- Pemeriksaan kualiti
- Harga Borong turun naik bergantung kepada penuaan hasil dan faktor lain.
- Pembungkusan
- Peti sejuk

- Membeli produk pada kuantiti yang kecil setiap hari
- Memilih saiz bungkusan yang kecil
- Boleh menyemak di mana hasil ditanam
- Produk segar

Aliran Rantaian Nilai Makanan dalam tempoh 18 jam-24 jam

Aliran Pengedaran Padi Dari Penuaian Hingga Pengguna



JOINT MARKETING SYSTEM

- Koperasi Pertanian tidak membeli produk dari ahli untuk jualan
- Risiko Jualan perlu ditanggung oleh Ahli
- Transaksi Jualan adalah jelas : komisyen berdasarkan nilai jualan
- Ahli dapat melihat harga yang dipamerkan
 - Optimumkan penggunaan koperasi
 - Kuasa untuk persaingan
 - Unconditional consignment
- Cari pembeli segera dengan harga yang stabil

PELBAGAI KAE DAH PEMASARAN PERTANIAN.

1. PASAR BORONG

2. PUSAT EDARAN MAKANAN MUDAH ROSAK

3. JUALAN TERUS KE PASARAYA

4. JUALAN TERUS KE KEDAI KOPERASI

5. JUALAN TERUS KEDAI RUNCIT

6. PENIAGA DI TEPI JALAN (ROAD SIDE STATION)

7. E-SALE

8. Joint venture/ kerjasama syarikat antarabangsa

9. 6th dasar pengindustrian pertanian-agropelancongan

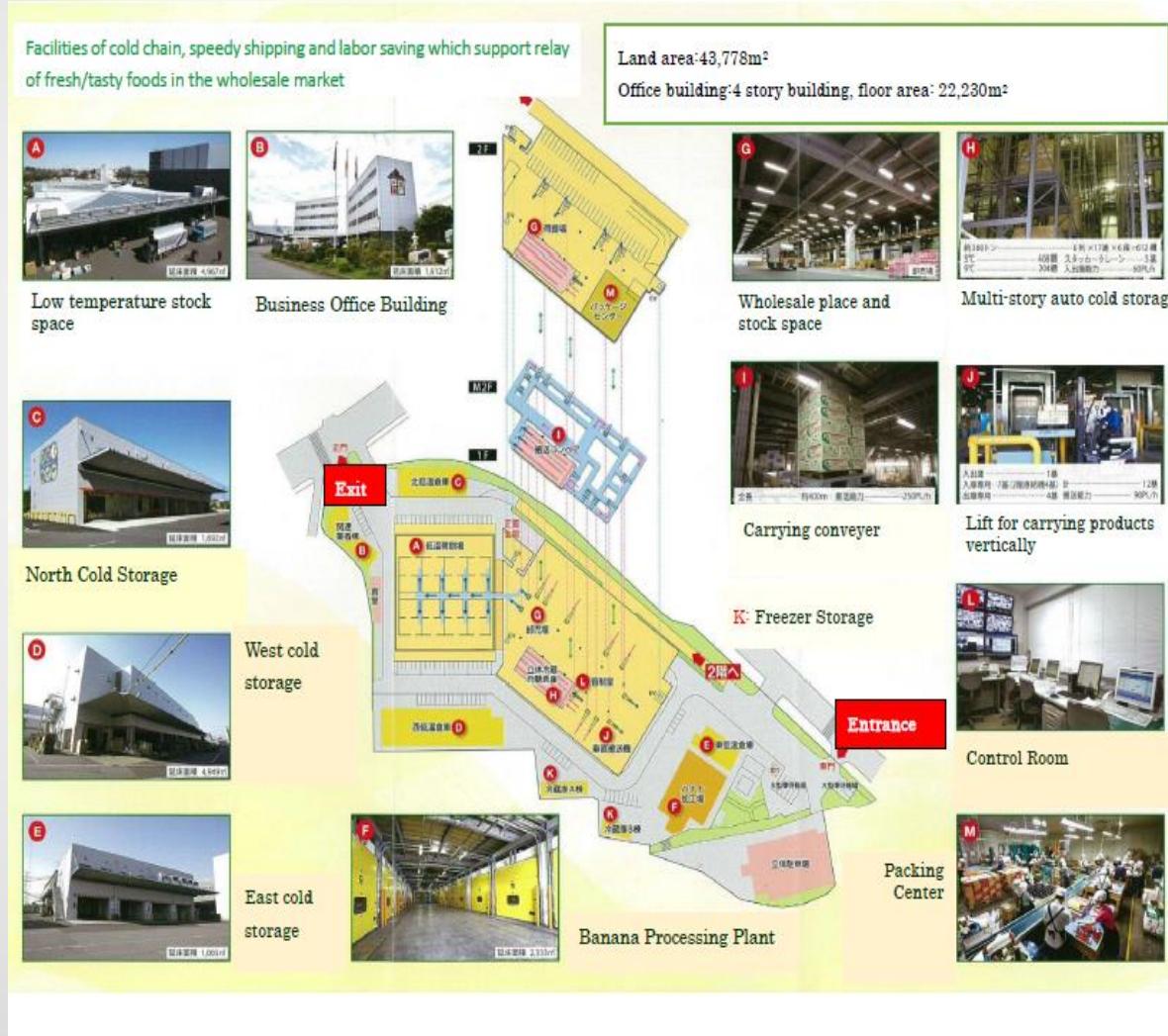
10. Ekspot ke luar negara

Pasar Borong Utama Vs Pasar Borong Setempat

	Pasar Borong Utama	Pasar Borong Setempat
Penubuhan	i) Bandar / Wilayah dengan populasi melebihi 200,000 ii) Kelulusan dari Menteri Pertanian	i) Keluasan 330m ² atau lebih ii) Kebenaran Gabenor Wilayah
Pemilikan	i) Majlis Perbandaran Tempatan ii) Kelulusan Menteri Pertanian, Perhutanan dan Perikanan	i) Majlis Perbandaran Tempatan, Syarikat Awam, Koperasi Pertanian ii) Kebenaran Gabenor Wilayah
Pemborong	i) Syarikat Awam ii) Kelulusan Menteri Pertanian, Perhutanan dan Perikanan	i) Majlis Perbandaran Tempatan, Syarikat Awam, Koperasi Pertanian ii) Kebenaran Gabenor Wilayah
Orang Tengah	i) Syarikat Awam, Individu ii) Kebenaran Majlis Perbandaran Tempatan	i) Syarikat Awam, Individu ii) Kebenaran Majlis Perbandaran Tempatan, Syarikat Awam, Koperasi Pertanian dan berdaftar dengan Gabenor
Pembeli	i) Syarikat Awam dan Individu	i) Syarikat Awam, Individu ii) Kebenaran Majlis Perbandaran Tempatan, Syarikat Awam, Koperasi Pertanian dan berdaftar dengan Gabenor

KAEDAH PEMASARAN HASIL PERTANIAN.

1. Pasar Borong -(Tokyo Tama Seika)



2. A Coop Store Shiroyama



3. Kedai Peladang (Farmers Market-Pocket Farm)



PANDUAN LADANG (FARM GUIDANCE)

Perancangan pasaran

- JA Matsumoto Highland –
- Menentukan sasaran pengeluaran setiap komoditi sebagai panduan kepada penanam di ladang.
- Pengeluaran sayur merujuk corak persaingan di kawasan pengeluaran. Elak lebihan pengeluaran atau untuk memenuhi permintaan pasaran.

- Membuat rundingan dengan pasar borong untuk mendapatkan harga yang menguntungkan kedua pihak.

Cabaran/ halangan

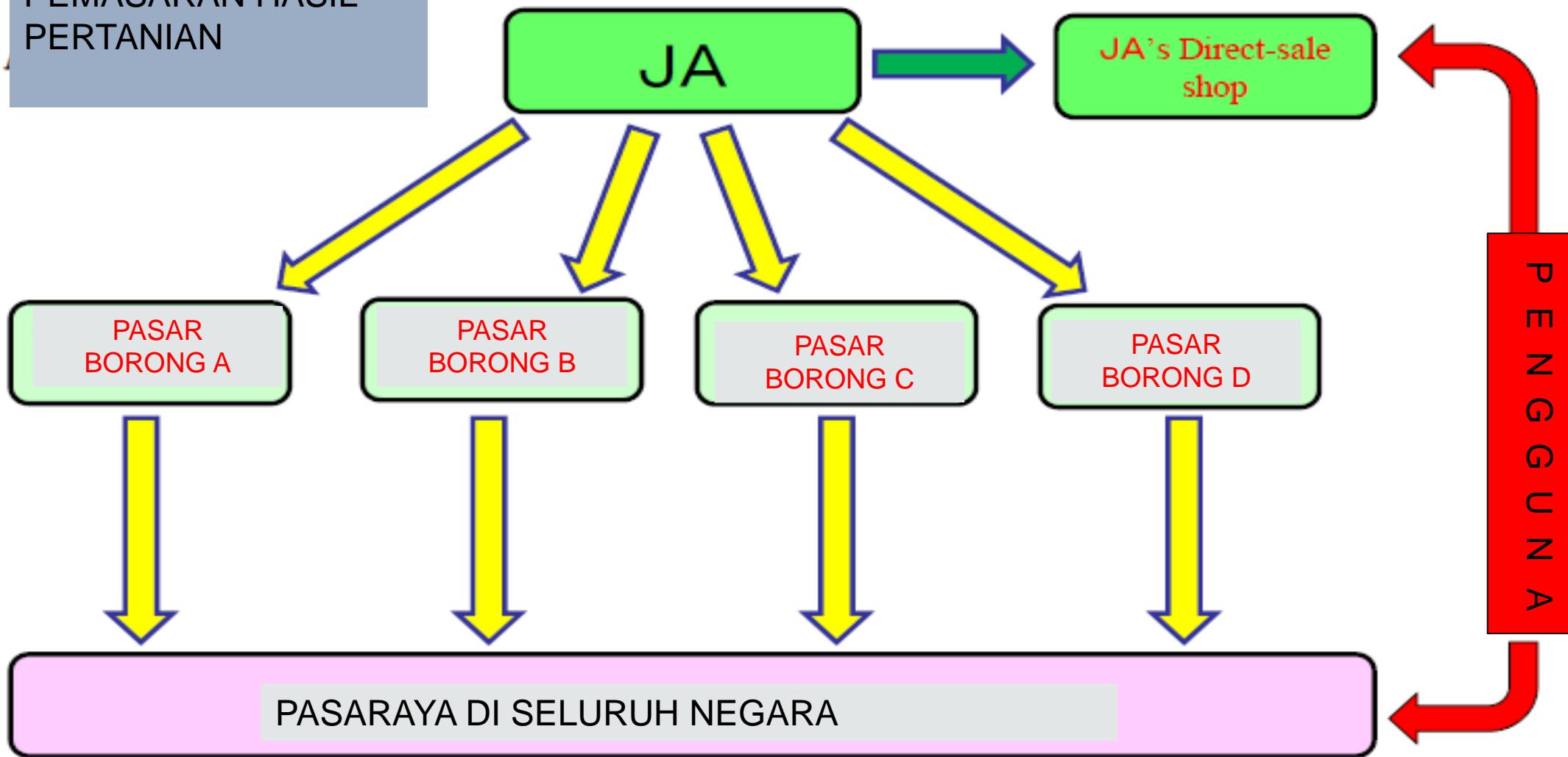
- - JA sentiasa berusaha untuk menambah baik aktiviti pengeluaran dan pemasaran setiap tahun. Perlu dibincangkan dalam commodity-wise group & mesyuarat dengan hamlet level.
- - cabaran; ahli enggan menerima panduan dan mempunyai pandangan tersendiri. Usaha untuk memberi kefahaman dan mengadakan bengkel.
- - Cabaran lain: pekerja pengembangan ada teknologi tetapi tidak sampai kepada petani.

PANDUAN LADANG (Farm guidance)

- Farm guidance penting untuk menghubungkan antara pengeluar dan pengguna. Product out->Market in
- Peranan Farm Guidance
 - 1. Panduan pengeluaran
 - 2. Membantu pemasaran
 - 3. Pengurusan ladang
 - 4. Mewujudkan ‘commodity-wise groups’ (Farm guidance, extension workers)- tentukan target pengeluaran mengikut trend pasaran



PEMASARAN HASIL PERTANIAN



LAWATAN BELAJAR DI TOKYO & WILAYAH IBARAKI

- Melibatkan beberapa lokasi seperti berikut untuk menimba pengalaman menguruskan produk pertanian dan pembelajaran .
- **Tama Wholesale Market**
- **A Coop Store Shiroyama**
- **JA KITA Tsukuba:**
 - Pusat Pengredan Timun (Grading Centre of Cucumber)
 - Gudang beras (Country Elevator)
 - Ladang tomato (Tomato Producer)
- **JA JYOSOU HIKARI:**
- - Pusat Pengredan Shimotsuma No.1
- **JA ZEN-NOH Ibaraki**
- -Rice mill (Pearl Rice)
- -Central VF Station
- - “Pocket Farm Doki Doki”
- -Pusat peralatan mekanisasi ladang (Farm Machinery Parts Centre)

- **JA Ibaraki Asahimura**
 - - Pusat pengumpulan sayur & buah
 - -Kemudahan Precooling
 - -Farmer's House
- **JA Shin Hitachino**
 - - Kedai peladang (Farmers Market inside Soranoeki Solala)
- **JA Namegata**
 - - Kemudahan pemprosesan produk pertanian
- **JA Shiosai**
 - Pusat penggredan buah dan sayuran oleh commodity-wise group

Get together meeting with JA Group Ibaraki

KOPERASI PERTANIAN DI WILAYAH IBARAKI

Map of JAs in Ibaraki prefecture



Ibaraki

- Terletak 40km-160 km dari bandar Pusat Tokyo
 - Terdapat tasik kamumigaura, tasik ke-2 terbesar di Jepun
 - Berada di pesisir pantai Kashimanada (~190 km panjang)

Pertanian di Ibaraki

- Petani komersial: 57,000
 - Petani: 90,000
 - Kawasan pertanian: 169,000 ha
 - Pengeluaran pertanian:
JPY490.3 million (2016)
 - Padi-JPY 79.4 billion
 - Sayuran: JPY 272.2 billion
 - Ternakan: JPY 125.7 billion
 - Lain2: JPY13.0 billion

KOPERASI PERTANIAN (JA ZEN NOH WILAYAH IBARAKI)

- Bisnes utama: Peruncitan, pembelian, pembekalan input pertanian dan khidmat nasihat pertanian



Peruncitan

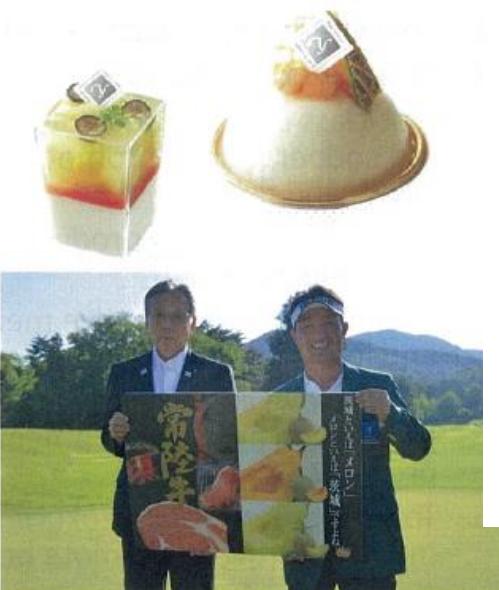
Perniagaan ternakan

Farmer's market:
"Pocket farm"

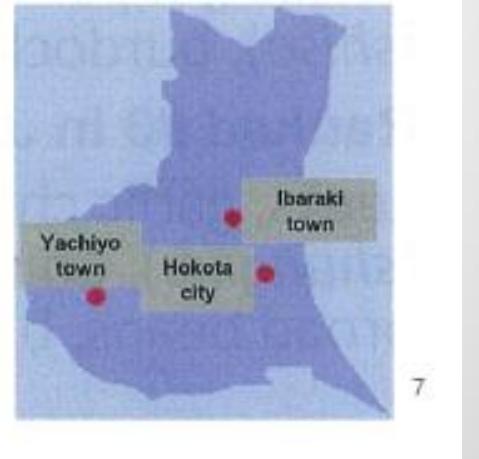
Input pertanian: Baja,
mekanisasi

STRATEGI PEMASARAN

1. Komoditi Utama – Tingkatkan pengeluaran dan kualiti produk
2. Kaedah Pemasaran – Sistem pengedaran yang efisien
3. Promosi produk pertanian – Penjenamaan, lantik pakar pemakanan sebagai penasihat, duta produk, wujudkan kesedaran @kempen, tingkatkan penggunaan teknologi untuk pengilangan produk (tambah nilai).
4. Pelaksanaan Dasar 6th perindustrian pertanian di Jepun iaitu integrasi antara : Primary industry (pertanian, perhutanan dan perikanan), Secondary industry (Pengilangan) dan tertiary industri (perkhidmatan & peruncitan)



Ibara King



KEBAIKAN SISTEM KOPERASI PERTANIAN

- Mengatasi masalah yang wujud secara bersama
- Agihan untung kepada ahli secara samarata
- Dapat menggunakan kemudahan secara perkongsian
- Setiap ahli mempunyai fungsi disetiap peringkat Rantaian Nilai Makanan

HALANGAN DAN CABARAN

- Kesediaan ahli-ahli untuk memainkan peranan dalam setiap peringkat Rantaian Nilai Makanan
- Memerlukan sumber kewangan yang kukuh
- Perlu mempunyai rekod pengurusan yang teratur
- Perlu memastikan bekalan yang sentiasa mencukupi dan berterusan
- Perlu agresif untuk mencari business matching

TAMA SEIKA WHOLESALE



TAMA SEIKA WHOLESALE



A-COOP STORE



JA KITA Tsukuba:

-Pusat Pengredan Timun (Grading Centre of Cucumber)



LADANG TOMATO



LIPUTAN MEDIA NHK



GUDANG BERAS (COUNTRY ELEVATOR)



Shimotsuma No.1 Grading Centre



Shimotsuma No.1 Grading Centre



JA ZEN-NOH Ibaraki -Rice mill (Pearl Rice)



JA ZEN-NOH Ibaraki -Rice mill (Pearl Rice)



Central VF Station



“Pocket Farm Doki Doki”



Farm Machinery Part Center



JA Ibaraki Asahimura



Fruits and Vegetables Center





Precooling facility



Precooling facility

JA Shin Hitachino

- Farmers Market inside Soranoeki Solala



PUSAT PENGREDAN DI JA NAMEGATA & JA ASAHI MURA

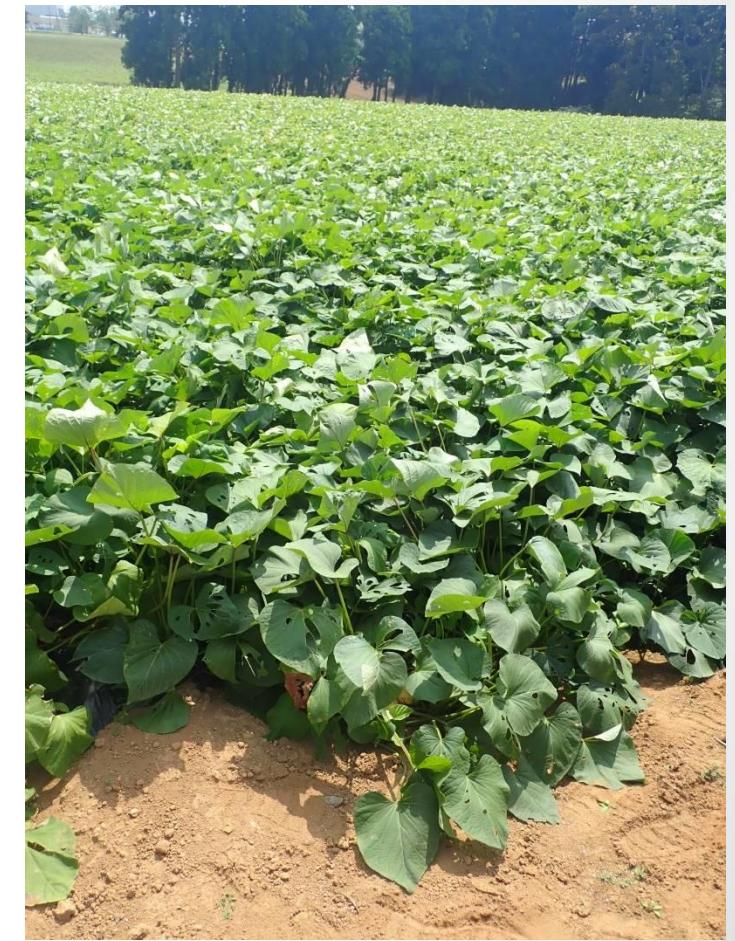


PENGREDAN, PEMBUNGKUSAN & PELABELAN DI KOPERASI PERTANIAN



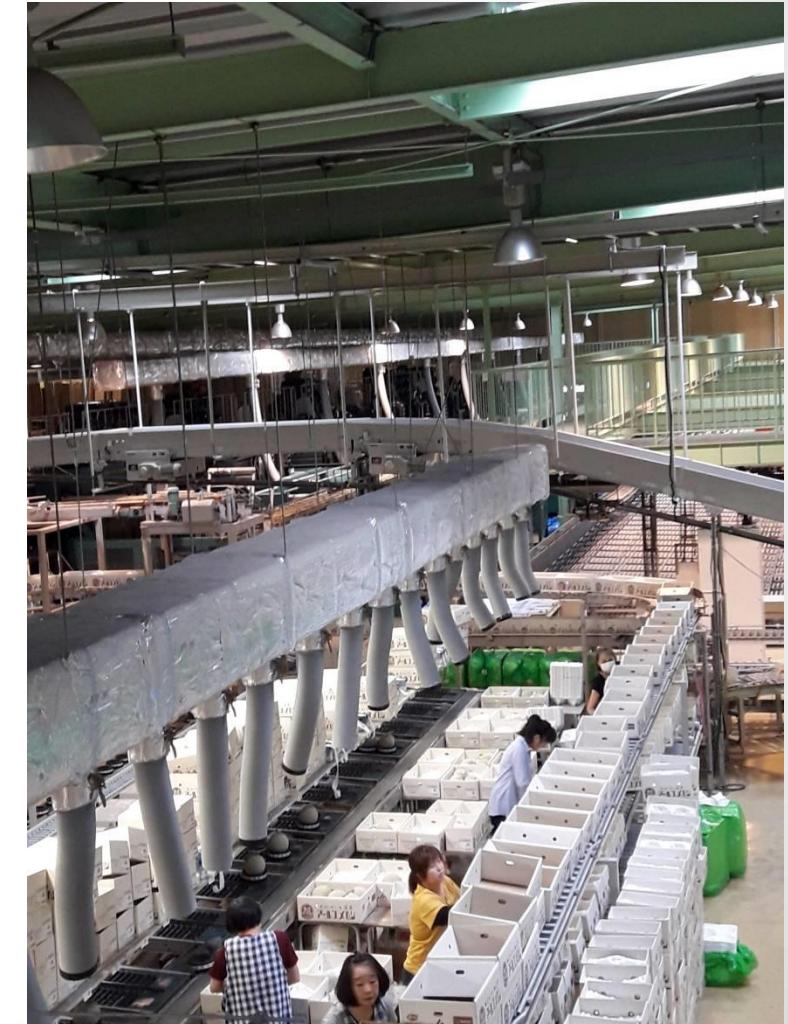
JA Namegata

- Farmers Village Agri-processing facility



JA Namegata

- Farmers Village Agri-processing facility



Input pertanian



JA Shiosai

- Pusat penggredan buah dan sayuran oleh commodity-wise group



PELAN TINDAKAN

- TAJUK: PROMOTE UNDERSTANDING OF THE FARMERS ON AGRICULTURE PROGRAM & HOLDING SEMINAR ON BUSINESS MATCHING IN THREE REGION**

No.	Present Situation and Problem	Necessary Activities	Expected Outcome	Time Frame
1	Information regarding the needs of raw materials in the agricultural industry, technology manual and incentives to the target group is not up to date and reachable.	Organize briefing program related to agriculture development program under the ministry.	<ol style="list-style-type: none">Three (3) program will be conducted by regional with 200 participants involved in each region.Participants will be able to increase their knowledge on how to apply and benefit from this program.	2018-2019
2	Problems on marketing farm produce and lack of marketing strategy.	Link the farmers to the anchor company for business matching.	<ol style="list-style-type: none">Three (3) seminar on business matching conducted by regional with 200 participants involved in each region.At least 90 % of participants /group linked to institutional buyers/market.	2018-2019

Program penemusuaan usahawan tani dengan industri & Jabatan Pertanian bagi memperkasa Industri Tanaman Negara (Zon Utara & Tengah) 27 - 29 Oct 2018



Program Penemusuaan Pengeluar & Pengeksport Agromakanan (Tanaman) Jabatan Pertanian, 3 – 5 Sept 2019





SEKIAN, TERIMA KASIH!