

## Alasan Memakai Okinawa sebagai Contoh Kasus

### (1) Titik Umum antara Asia Tenggara dan Okinawa

#### 1) Posisi Okinawa, Iklim Subtropis

Pertama akan saya jelaskan lokasi Okinawa dengan memakai peta.

Saya kira para peserta juga mengetahui posisi geografis Okinawa dan menyadari sedikit mengapa Okinawa digunakan sebagai kasus kali ini.

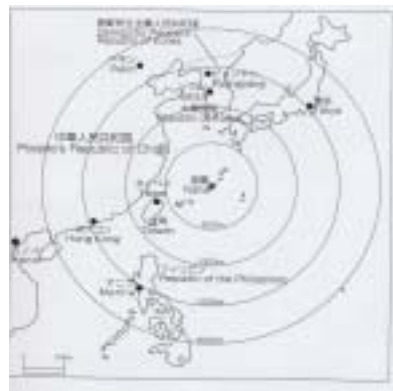
Untuk kali ini ada 2 penyebab di mana bisnis ventura Okinawa digunakan sebagai kasus contoh.

- ① Iklim Okinawa subtropik, sama dengan negara-negara para peserta. Lingkungan alam memiliki titik umum kesamaan dengan negara-negara para peserta. Lingkungan alam bisnis di kedua daerah adalah titik umum.

### Where on the globe can you find Okinawa and who are its neighbors?



Okinawa Prefecture from a global perspective



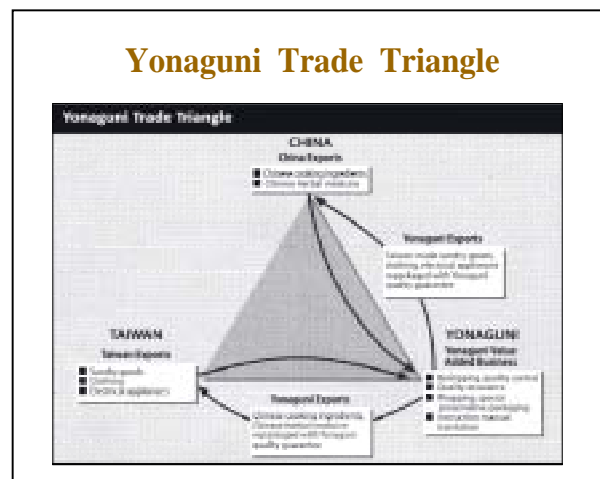
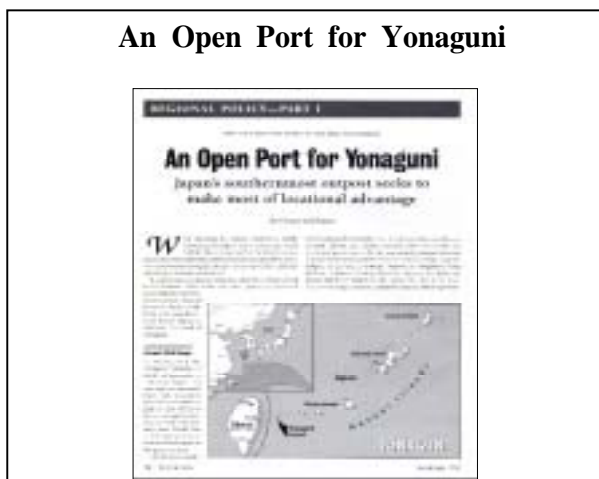
East Asia with Okinawa at its center

- ② Okinawa terletak di perbatasan negara dan berdekatan dengan negara-negara para peserta, Asia Tenggara. Misalnya, pulau Yonakuni, Okinawa berlokasi hanya 100 km dari kota Hualien, Taiwan. Jadi, ada kemungkinan bagi perusahaan Okinawa untuk kerjasama dengan perusahaan-perusahaan Asia Tenggara.

#### < Pembukaan Pelabuhan Yonakuni >

Saya akan menjelaskan kasus ini secara terperinci, karena saya justru ikutserta dalam usahanya.

Kota Yonakuni terletak di paling Selatan maupun di paling Barat Jepang. Walaupun dipisahkan oleh laut, kota Yonakuni dan kota Hualien letak keduanya hanya berjarak 100 kmsatu sama lain. Kedua kota merupakan kota persahabatan. Namun demikian kota Yonakuni tidak memiliki pelabuhan terbuka untuk perdagangan, barangkali karena populasinya kecil, hanya 1.500 orang. Untuk berkunjung ke kota Hualien, orang harus mengambil rute melalui kota Naha. Keseluruhan jaraknya mencapai 1.200 km.



Oleh karena itu, kami telah meminta ijin pelabuhan kepada pemerintah pusat dan berhasil. Sekarang kota Yonakuni dapat berdagang dengan kota Hualien. Hal itu lebih mudah dari pada perdagangan antara kota Naha dan kota Hualien. Pemasukan barang kebutuhan sehari-hari melalui perdagangan berhasil dalam menurunkan 30% harga barang di kota Yonakuni. Sebanyak 90 orang dari kota Yonakuni telah berkunjung ke kota Hualien.

Saya bekerjasama sebagai penasehat dalam proyek ini. Saya memberikan nasehat terutama mengenai penelitian, penyelidikan dan politik, tetapi juga mengenai cara melaksanakan proyek ini. Saya menggunakan gaya pemeriksaan semacam ini sebagai "penelitian aksi".

Saya memasukkan orang bisnis dan pengusaha sebagai peserta kursus ini.

"Metode untuk Promosi Daerah" melalui Sistem Bantuan Teknis untuk daerah Terpencil (Remote Technical Assistance System) JICA-Net. Inilah sebabnya saya berusaha memiliki aspek "penelitian aksi" bersama-sama.

## 2)Keadaan Masa Kini Sosial dan Ekonomi Okinawa

Keadaan ekonomi Okinawa masa kini adalah sebagai berikut.

Rata-rata tingkat pengangguran Jepang 5,4%. Sedangkan tingkat pengangguran Okinawa 8,4%. Angka ini kira-kira 2 kali lebih banyak dari pada angka rata-rata Jepang.

Pendapatan penduduk prefektur Okinawa hanya 72% dari angka rata-rata Jepang. Prefektur Okinawa merupakan prefektur (daerah) dengan tingkat pengangguran paling tinggi dan pendapatan paling 2 rendah.

Penyebab yang membuat Okinawa memiliki keadaan seperti ini dapat diuraikan di bawah ini. Hal ini pulalah yang mengakibatkan timbulnya anggapan seperti sebuah nasib yang berdampak tidak dapat membantu pengembangan Okinawa lebih lanjut.

Okinawa adalah daerah jauh dan tempat terasing.

Okinawa berlokasi di tempat paling jauh dari kota Tokyo, Jepang, terpisah 1.600 km dari Tokyo dan 1.200 km dari Osaka. Oleh karena itu biaya angkutan paling mahal di Jepang untuk Tujuan Okinawa.

Okinawa merupakan pulau yang terisolasi dan dikelilingi oleh laut.

Jika ke Okinawa, orang harus naik pesawat terbang atau kapal laut. (Tidak bisa memakai mobil.)

Okinawa memiliki populasi 1,30 juta orang, dengan luas 2.300 km<sup>2</sup>

Prefektur Okinawa merupakan prefektur dengan populasi paling kecil di Jepang dan luasnya Juga kecil, berskala kecil dan sempit. Keuntungan di bidang ekonomi melalui pembesaran skala.

Tidak menguntungkan jika berskala kecil.

Sampai kini dengan 3 syarat tersebut memang merugikan, perkembangan ekonomi dan industri Okinawa dianggap sulit. Tetapi sekarang syarat perkembangan ekonomi dan industri tampak akan berubah besar.

Tabel menunjukkan titik-titik sukses industri di dalam negara-negara yang sudah maju. Keperluan perubahan dari titik pandang hanya negara sendiri saja ke titik pandang skala dunia, dan perubahan dari ekonomi skala ke ekonomi jangkauan.

Di bawah syarat perkembangan industri ini, ekonomi dan industri Okinawa menyambut kesempatan Sekali dalam 100 tahun.

<b>Present condition of the Okinawa economy</b>			<b>Economical / Industrial Structure in Okinawa (Gross prefectual product)</b>		
1)Per capital (Okinawa) prefecture income 72% 2)Unemployment rate of Okinawa 8.4% ( Average unemployment rate of Japan 5.4%) 3)The gross area 2,265km <sup>2</sup> (0.6% of the total of Japan) 4)Population 1,310,000(1% of the total of Japan) 5)Structuer of Gross prefecture product			<b>Industrial Composition</b>		
	Okinawa	Japan	(Industry)	Okinawa	Japan
Primary sector	2.4 %	1.7 %	Primary	2.4 %	1.7 %
Secondary Sector	18.2 %	34.4 %	Secondary (Manufacturing	18.2 %	34.4 %
Tertiary Sector	83.0 %	67.9 %	(Building	12.3 %	9.8 %
			Tertiary	83.0 %	67.9 %

## (2)Pembalikan Daerah Jauh

Sekarang ekonomi dan industri Okinawa menyambut kesempatan sekali dalam 100 tahun. Syarat Yang tak megnuntungkan bagi Okinawa akam berubah sebagai berikut.

Dari daerah jauh atau tempat terasing ke perbatasan negara

Memang Okinawa merupakan daerah jauh atau tempat terasing di dalam Jepang. Sebaliknya

Merupakan daerah paling dekat dengan negara asing, yaitu perbatasan negara.

Dengan globalisasi dan ekonomi tanpa perbatasan, Okinawa menjadi daerah paling

Menguntungkan untuk mengadakan koperasi atau kerjasama dengan negara asing.

Dari marketing massa ke ceruk pasar (niche market)

Jika tingkat pendapatan meningkat, para konsumen memilih barang dagangan yang

Mencerminkan selera mereka (niche merchandise) untuk barang dagangan yang murah dan baik.

Keistimewaan barang dagangan Okinawa berorientasi alam, kesehatan, kebudayaan asli dll. Ada

Banyak konsumen yang menyukai, jadi dapat mengamankan pasar dengan membuat barang

dagangan sesuai dengan kecenderungan konsumsi.

Dari keuntungan skala ke keuntungan jangkauan

Pada umumnya ekonomi sampai kini merupakan

ekonomi skala, tetapi pada masa depan

Berbagai keuntungakn ekonomi akan muncul.

Misalnya, bukan efisiensi (penampilan biaya)

tetapi cara memberikan nilai tambah.

Namun demikian kesempatan sekali dalam 100

tahun tersebut di atas hanya merupakan

Kemungkinan atau potensi. Untuk menyatakan dan

merealisasikan hal tersebut, perlu upaya yang

ditunjuk di dalam Gambar.

### Disadvantages of Industry in Okinawa

- 1 ) Peripheral
- 2 ) Surrounded by ocean  
(a group of islands)
- 3 ) Small (Population:1.3million)

## <Kerangka Kategori Industri Okinawa Baru>

Saat ini dengan perubahan ekonomi yang terjadi, beberapa bisnis ventura telah muncul di Okinawa. Pertama saya akan menjelaskan mengenai kerangka keseluruhan di mana ada kemungkinan dalam bidang apa.

Kemudian akan saya perkenalkan bisnis ventura yang sudah muncul di tiap bidang yang memiliki kemungkinan ini dan menguraikan titik penting model bisnis.

Mengingat sumber yang dimiliki oleh Okinawa maupun pasar yang memiliki kemungkinan sebagai target, kami dapat menganggap bidang dan area industri serta perusahaan dengan contoh berikut ini. Sebetulnya di dalam bidang ini, bisnis ventura mulai muncul berturut-turut.

<Gambar 1> menunjukkan area kemungkinan dengan menggabungkan keistimewaan sumber Okinawa dan keistimewaan pasar yang ditargetkan. Kemudian saya dapat mengusulkan 3 bidang

industri.

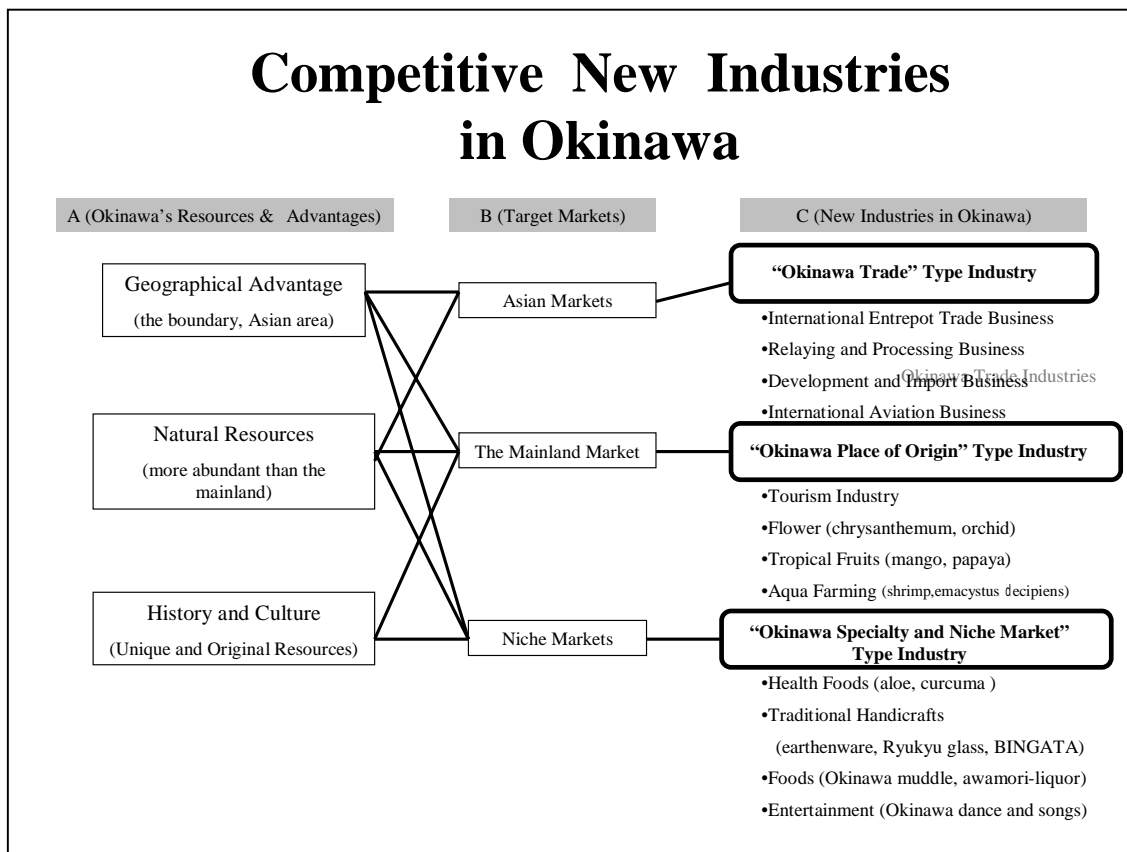
Gambar ini berarti pula kategori industri Okinawa baru.

Kategori industri sampai kini digolongkan atas masyarakat industri seperti industri primer, sekunder dan tersier. Ini merupakan kategori bentuk barang dagangan berdasarkan produktivitas (nilai benda) dan peningkatan struktur industri sebagai hasil kenaikan tingkatnya.

Tetapi jika di pasar yang sudah mapan dan masyarakat informasi, perlu kategori (standar) yang baru.

Itu disebut sebagai “Prinsip Pasar dan Nilai Tambahan”, dalam arti, menciptakan nilai baru yang bagaimana dan merealisasi di pasar yang bagaimana.

Pertama, di dalam gabungan pemanfaatan sumber Okinawa (A dalam Gambar) dan ciri khas pasar (B), kami dapat menganggap jenis usaha (C) yang konkrit dan mampu berkembang di Okinawa, berupa pilihan jenis usaha atas potensi (sumber) dan kemungkinan (pasar) Okinawa.



### (3) Penjelasan Konkrit mengenai Kategori Industri Okinawa Baru

#### 1) Industri Tipe Perdagangan Internasional

Pertama adalah “Industri Tipe Perdagangan Internasional Okinawa” yang memanfaatkan lokasi perbatasan negara dan geografis, lalu memanfaatkan internasionalisasi proses produksi dan



distribusi internasional, dengan memandang seluruh daerah di Jepang dan selanjutnya Asia. Misalnya IMICOM, yang melaksanakan impor balik suku cadang komputer dari Taiwan dan merakit di Okinawa.

#### 2) Industri Tipe Pembentukan Daerah Produksi

Kedua adalah “Industri Tipe Pembentukan Daerah Produksi (Utama) Okinawa” yang memungkinkan penangan pasar dan inisiatif dengan mengamankan pangsa pasar tertentu di pasar pulau utama Jepang, di mana ciri khas lingkungan alam relatif unggul dan tak ada di pulau utama Jepang.

Hal ini digunakan sebagai strategi pembedaan satu sama lain. Misalnya bunga krisan kecil untuk upacara agama Budha musim bunga dari Okinawa menguasai 75%, dan Okinawa membentuk daerah produk utama.

#### 3) Industri Tipe Produk Khusus Okinawa dan Ceruk Pasar (Niche)

Ketiga, “Industri Produk Khusus Okinawa dan Pasar Niche” yang menggunakan strategi untuk memanfaatkan kebudayaan, sejarah dan sumber daya manusia khusus Okinawa yang unggul jika menjual, dan untuk mendapatkan langganan tetap di pasar, walaupun pangsa pasar (pulau utama Jepang atau Asia) masih kecil. Misalnya dalam penjualan makanan kesehatan seperti kunyit, lidah buaya dll. Mereka memanfaatkan keunggulan merek Okinawa dan jumlah penjualan melebihi 15 milyar yen.