



IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK PERKAYUAN NARAPIDANA DI LAPAS KELAS IIA LAHAT

Rizki Bagio, Arisman

Politeknik Ilmu Pemasaryakatan

Abstrak

Dalam menjalankan program pembinaan terhadap narapidana terutama dibidang perikanan banyak menghadapi kendala terutama dalam hal pemasaran terhadap hasil produksi. Dengan adanya kendala tersebut pihak lapas kelas IIA Lahat mencoba mencari strategi dalam hal pemasaran yang baik agar produk yang dihasilkan dapat di pasarkan di masyarakat luas. Pendekatan kualitatif digunakan pada penelitian kali ini dengan teknik pengambilan data yaitu wawancara untuk menjawab rumusan masalah terkait faktor internal, faktor eksternal dan strategi yang tepat terkait pemasaran produk perikanan hasil narapidana dilapas kelas IIA Lahat. Penelitian ini dihasilkan bahwa strategi yang tepat untuk digunakan dalam pemasaran produk narapidana di lapas kelas IIA Lahat yaitu strategi agresif dimana memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Kemudian saran yang peneliti berikan kepada pihak lapas yaitu untuk bekerjasama dengan pihak ketiga untuk memberikan pelatihan terhadap narapidana terutama dibidang perikanan di lapas kelas IIA Lahat.

Kata Kunci: Strategi; Pemasaran; metode SWOT

PENDAHULUAN

Integrated Criminal Justice System merupakan bagian akhir dari sistem pemasyarakatan yang digunakan untuk kelangsungan pembinaan narapidana) yang telah banyak mengalami perubahan dan perkembangan secara internasional seiring dengan berpolanya cara berfikir masyarakat. Pada awalnya, Indonesia menerapkan sistem kepenjaraan dimana seorang narapidana diperlakukan dengan sistem penjerahan tanpa memperhatikan aspek kehidupan kedepannya setelah keluar dari penjara. Kemudian sistem kepenjaraan tersebut mengalami perubahan menjadi sistem pemasyarakatan yang lebih menekankan pada aspek hidup, penghidupan dan kehidupan yang digagas oleh Dr. Sahardjo, SH dalam pidato penganugerahan gelar Doktor Honoris Causa di bidang ilmu hukum oleh universitas Indonesia yang dinamakan dengan pohon beringin pengayoman. Pohon beringin pengayoman inilah yang menjadi sebuah landasan dalam menjadikan narapidana menjadi pribadi yang lebih baik lagi setelah menjalani pidana penjara atau disebut dengan lembaga pemasyarakatan.

Tempat terakhir dalam menjalani hukuman adalah lembaga pemasyarakatan untuk melakukan pembinaan bagi para narapidana sehingga dapat memulihkan kembali hidup, penghidupan dan kehidupan. Selama menjalani pidana di Lembaga pemasyarakatan para narapidana ini memperoleh pembinaan kemandirian dan pembinaan kepribadian yang dilakukan oleh para petugas pemasyarakatan. Pelaku tindak pidana yang sudah tertangkap oleh aparat penegak hukum biasanya akan langsung diproses melalui sistem peradilan pidana yang berujung di

lembaga pemasyarakatan (Lapas). Keberadaan sistem pemasyarakatan dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1995 beserta peraturan lainnya dalam memperlakukan narapidana dan anak didik pemasyarakatan menunjukkan bahwa perlakuan terhadap narapidana dan anak didik harus lebih di hormati dan dijamin hak – hak kemanusiaannya dibandingkan pada Sistem Kepenjaraan.

Dalam menjalani masa pembinaan, narapidana yang telah menjalani setengah masa pidana dapat mengajukan diri sebagai tamping. Di lembaga pemasyarakatan kelas IIA Lahat sendiri terdapat beberapa pembinaan yang diberikan kepada narapidana yaitu ketrampilan menjahit, salon, steam kendaraan dan juga perkayuan. Dengan adanya pembinaan tersebut membuat narapidana bisa mengembangkan skill dan bakat yang ada pada dirinya sehingga nantinya ketika mereka keluar dari lembaga pemasyarakatan dapat berhasil dan bisa meningkatkan taraf kehidupan mereka. Perkayuan merupakan ketrampilan yang tidak semua orang bisa melakukannya maka dari itu narapidana yang memiliki skill dibidang perkayuan dapat dimanfaatkan dan diberikan fasilitas untuk dapat mengembangkan kemampuannya ketika menjalani masa pembinaan di lembaga pemasyarakatan kelas IIA Lahat. Pembinaan dibidang perkayuan yang ada di lapas kelas IIA Lahat belum dikembangkan dengan baik karena narapidana belum diberikan fasilitas yang mendukung serta tidak diberikan pelatihan khusus dari pihak luar untuk bisa menambah kemampuan yang ada pada diri setiap narapidana.

Dengan penjelasan diatas, maka pihak lapas harus memiliki strategi yang baik dalam meningkatkan kemampuan narapidana dalam mengembangkan ketrampilan

perkayuan yang dimiliki narapidana serta dapat menyusun strategi dalam hal pemasaran hasil karya narapidana ke masyarakat umum. Strategi yang dapat dijalankan oleh pihak lapas yaitu dengan menyusun strategi yang cocok dengan menganalisis strategi internal maupun eksternal dari lapas kelas IIA Lahat. Maka dari itu, lembaga pemasyarakatan kelas IIA Lahat harus mengetahui apa yang menjadi peluangnya (opportunities) dan apa yang menjadi ancamannya (threats). Pada saat analisis internal telah dilakukan, maka lapas kelas IIA Lahat dapat meningkatkan lingkungan internal seperti kekuatan (strength) dan meminimalisir kelemahan (weakness) yang bertujuan untuk mengatasi pesaing-pesaing yang ada dalam usaha perkayuan.

Salah satu pembinaan dibidang perkayuan tersebut harus dimanfaatkan semaksimal mungkin karena dengan adanya hasil karya dari narapidana juga memiliki tujuan lain yaitu mengubah persepsi masyarakat terhadap lapas sebagai tempat penghukuman. Salah satu contoh produk perkayuan narapidana berupa lemari, kursi dan juga meja yang dapat dipasarkan. Dengan keberhasilan usaha perkayuan yang dilakukan narapidana juga dapat meningkatkan skill dari narapidana untuk manajemen usaha yang dilakukan. Tujuan dari penelitian ini agar peneliti dapat mengetahui langkah apa yang tepat untuk melakukan pengembangan terhadap pemasaran produk perkayuan hasil dari pembinaan narapidana. Selain itu peneliti juga dapat mengetahui apa saja hambatan yang terjadi dalam proses pemasaran produk yang dilakukan dilapas kelas IIA Lahat dengan melakukan analisis lingkungan strategis.

Analisis Lingkungan Strategis dapat menggunakan berbagai metode salah satunya SWOT. SWOT merupakan

salah satu metode yang dinilai efektif dalam menganalisa lingkungan strategis yang ada dilapas kelas IIA Lahat dalam proses pemasaran dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman untuk kemudian dipetakan agar hasil produk perkayuan dapat dilakukan pemasaran sebaik mungkin. Analisis SWOT merupakan sebuah akronim dari Strengths atau biasa disebut kekuatan. Weaknesses atau kelemahan, peluang atau Opportunities dan Threats atau ancaman. Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan atau Strengths, kelemahan atau Weaknesses, peluang atau Opportunities, dan ancaman atau Threat dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Dan dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya. Erwin Suryatama (2014:29).

Manfaat analisis SWOT yaitu :

- a. Analisis SWOT dapat digunakan sebagai alat yang ampuh untuk analisis strategis, sehingga langkah yang benar dan terbaik dapat ditemukan sesuai dengan situasi saat itu.
- b. Analisis SWOT dapat membantu “melihat” organisasi dari empat aspek yang dapat dijadikan dasar untuk proses identifikasi, Melalui analisis ini kita dapat menemukan aspek-aspek yang selama ini dilupakan atau belum ditemukan.
- c. Analisis SWOT dapat membantu untuk melihat masalah dari empat aspek dan dasar analisis masalah yaitu kekuatan, kelemahan,

peluang / peluang dan ancaman.

- d. Analisis SWOT dapat memberikan hasil dalam bentuk analitik yang jelas, yang dapat memberikan arahan atau saran untuk menjaga kekuatan sekaligus meningkatkan keuntungan berdasarkan peluang yang ada sekaligus mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman.

Dalam penelitian peneliti ingin membahas mengenai “Apa saja strategi internal dan eksternal dalam pengembangan usaha perikanan yang ada dilembaga pemasyarakatan kelas IIA Lahat dan juga Bagaimana strategi pemasaran yang digunakan dalam pengembangan usaha perikanan dilembaga pemasyarakatan kelas IIA Lahat yang dilakukan dengan analisis SWOT”.

METODE PENELITIAN

Metode kualitatif digunakan pada penelitian kali ini untuk menghasilkan penemuan yang dapat dideskripsikan dengan berbagai hal tanpa menggunakan prosedur statistik. Digunakannya pendekatan kualitatif karena pada penelitian strategi pemasaran ini diklasifikasikan sebagai model deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap masalah-masalah berupa fakta-fakta saat ini dari suatu populasi yang bertujuan untuk menguji atau menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan status saat ini dari subjek yang diteliti (Indriantoro dan Bambang Supomo dalam Prawitasari, 2010). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif karena permasalahan penelitian menggambarkan tentang objek yang diteliti sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian

berlangsung. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian pengembangan usaha perikanan narapidana ini adalah penelitian dengan menggali data kualitatif dengan pendeskripsian yang terjadi dilapangan. Teknik penelitian dilakukan secara deskriptif yang ditulis dalam laporan kemudian data kualitatif tersebut diukur dengan kuantifikasi skala likert.

Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis sumber data pada penelitian kali ini yaitu :

a. Data Primer

Dapat diketahui bahwa data primer yaitu data yang didapatkan ketika peneliti langsung terjun kelapangan untuk mengetahui kondisi yang terjadi secara nyata. Peneliti menggunakan wawancara dan observasi sebagai teknik dalam pengumpulan data dengan tujuan data yang diperoleh akurat sesuai dengan tujuan dari penelitian yang ada. Pada saat dilapangan peneliti memperoleh data dari hasil wawancara terhadap kepala seksi kegiatan kerja yang ada dilapas kelas IIA Lahat untuk memperoleh informasi yang sebenarnya.

b. Data sekunder

Data Sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti dari hasil studi dokumen. Adapun kumpulan data tersebut berasal dari referensi sumber bacaan maupun peraturan perundangan yang berkaitan dengan penelitian ini yang digunakan sebagai referensi maupun masukan dan data dukung dalam memperkuat data primer. Data sekunder yang ada di dapatkan dari berbagai macam studi pustaka seperti buku-buku yang berkaitan dengan topik pembahasan, dokumen terkait dan penelitian lapangan guna mendukung data primer untuk memperkuat penelitian.

METODE PENGUMPULAN DATA

1. Observasi

Observasi menurut Jogiyanto (2008) adalah teknik atau pendekatan untuk mendapatkan data primer dengan cara mengamati langsung objek datanya. Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung maupun secara tidak langsung terhadap usaha perkayuan di lapas kelas IIA Lahat yang dilakukan kurang lebih selama 3 minggu. Tujuan dilakukannya observasi yaitu untuk mengetahui kondisi secara langsung yang terjadi dilapangan dan melihat secara langsung pembinaan yang dilakukan narapidana dibidang perkayuan.

2. Wawancara

Untuk memperoleh data secara mendalam, peneliti memilih melakukan wawancara kepada kasi giatja di lapas kelas IIA Lahat guna informasi yang disampaikan kompleks yang sebagian besar berisi pendapat, sikap dan pengalaman pribadi, Sulistyo-Basuki (2006). Peneliti melakukan interview langsung kepada kepala seksi bimbingan kerja lapas kelas IIA Lahat untuk mengetahui perkembangan usaha perkayuan sebagai ketrampilan narapidana dilapas kelas IIA Lahat.

3. Studi Pustaka

Buku maupun referensi dari berbagai laporan yang ada digunakan dalam mengumpulkan data-data yang ada yang berkaitan dengan objek penelitian.

Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT dengan menggali data kualitatif yang

dideskripsikan secara langsung kondisi yang ada dilapangan. Analisis data kualitatif menurut Moleong (2007), adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan kepada orang lain.

Analisis SWOT menurut David (2006) digunakan untuk mengetahui dan menyusun strategi yang ada dalam organisasi dengan menggabungkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki untuk disesuaikan dengan peluang dan ancaman dalam sebuah organisasi. Penentuan rating dari setiap internal dan eksternal diadakan dengan penilaian terhadap variabel tersebut dimana pengukuran variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman menggunakan skala original dengan skala rentang 1-5. Pemberian nilai bobot dan rating berfungsi untuk mengetahui apakah faktor strategis organisasi dapat menjadi faktor kekuatan dan peluang, sedangkan nilai negatif dapat menjadi faktor ancaman dan kelemahan. Adapun perhitungan bobot dapat dirumuskan sebagai berikut : (Rangkuti, 2008:24)

$$\text{Bobot} = \frac{\text{penilaian}}{\text{total penilaian}} \times 1$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Analisa SWOT faktor Lingkungan Strategis Internal dan Eksternal

Analisis Faktor Strategis Lingkungan Internal berfungsi untuk mengetahui faktor-faktor internal yang terdapat dalam pembinaan bidang perkayuan dilapas kelas IIA Lahat yang meliputi:

1. Kekuatan (Strength)

Analisis faktor kekuatan sangat penting dilakukan guna untuk melihat seberapa besar potensi kekuatan yang dimiliki oleh lapas kelas IIA Lahat dalam melakukan pemasaran hasil produk perikanan narapidana

2. Kelemahan

Faktor kelemahan merupakan faktor yang harus dipetakan oleh lapas kelas IIA Lahat dalam menghadapi potensi hambatan dalam proses pemasaran perikanan.

Analisis IFAS

Penelitian ini juga melibatkan sejumlah indikator seperti matriks IFAS yang digunakan untuk melihat peranan strategi internal yang setiap organisasi gunakan dalam pengembangan pemasaran produk. Matriks IFAS menunjukkan kondisi internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

1. PERHITUNGAN NILAI FAKTOR STRATEGIS LINGKUNGAN INTERNAL

No	Faktor Strategis Lingkungan Internal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor		
K E K U A T A N	1	Narapidana memiliki skill yang mumpuni dibidang perikanan	2,5	0,13	4	0,52	Jumlah Kekuatan 1,58
	2	Terdapat banyak pegawai yang mempermudah dalam pemasaran produk	2	0,10	3	0,30	
	3	Memiliki seorang kalapas yang peduli dan bertanggung jawab terhadap tujuan pemasyarakatan	2	0,10	3	0,30	
	4	Semangat yang tinggi dari narapidana untuk mengikuti Program pembinaan dibidang perikanan	2	0,10	3	0,30	
	5	Terdapat pegawai yang mengeluti dibidang perikanan	1,5	0,08	2	0,16	
K E L E M A H A N	6	Kurang kerjasama dengan pihak ketiga	3	0,15	4	0,60	Jumlah Kelemahan 1,56
	7	Kualitas alat yang ada masih kurang memadai	2	0,10	3	0,30	
	8	Kurangnya alokasi anggaran untuk memberikan program Pembinaan dibidang perikanan	2	0,10	4	0,40	
	9	Sarana dan prasarana pendukung usaha perikanan Kurang terawat	1,5	0,08	2	0,16	
	10	Kurangnya pengaturan dalam menentukan jadwal pembinaan perikanan	1	0,05	2	0,10	
Jumlah		19,5	1,00				

NILAI FAKTOR LINGKUNGAN INTERNAL STRATEGI=KEKUATAN-KELEMAHAN
 =1,58- 1,56
 = 0,02

Sumber : Data Primer setelah diolah.

Keterangan:

Narapidana mempunyai skill yang mempunyai dengan mempunyai nilai bobot 0,13 dengan menduduki rating 4 menunjukkan bahwa dalam hal ini narapidana yang menjalani pembinaan kegiatan kerja dibidang perkayuan sangat strategis untuk dapat lebih dikembangkan dan dengan kemampuan skill yang dimiliki narapidana membuat produk yang dihasilkan sangat baik untuk dilakukan pemasaran kepada masyarakat luas khususnya dikabupaten Lahat Sumatera Selatan. Selain itu banyaknya pegawai juga membuat proses pemasaran produk dapat lebih mudah dilakukan serta semangat yang tinggi yang dimiliki narapidana juga membuat proses pelaksanaan pembinaan berjalan dengan baik yang memiliki hasil memuaskan untuk masyarakat. Kemudian dalam hal ini kepala lembaga pemasyarakatan juga mendukung penuh kegiatan kerja dibidang perkayuan dengan mempromosikan hasil produk narapidana ke instansi lain dengan tujuan bahwa narapidana menjalani pembinaan dengan baik serta merubah stigma masyarakat luas bahwa narapidana adalah orang yang harus dihukum melainkan bisa merubah hidup, kehidupan dan penghidupan ketika sudah keluar dari lembaga pemasyarakatan. Dapat diketahui juga bahwa faktor internal yang dimiliki yaitu kepala seksi kegiatan kerja juga merupakan orang yang mengerti banyak di dunia perkayuan. Dengan adanya hal ini membuat kepala seksi mengerti langkah

apa saja yang tepat dilakukan untuk proses pemasaran hasil produk perkayuan narapida.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dibuat pada tabel di atas, diperoleh nilai total IFAS untuk peningkatan program pembinaan sebesar 0,02. Oleh karena itu ketika melihat kelemahan dan kekuatan yang ada, maka pemberian program pembinaan yang ada dilapas kelas IIA Lahat masih dalam posisi strategis untuk dikembangkan karena memiliki sektor kekuatan yang mempunyai dalam hal pengembangan pembinaan.

2.PERHITUNGAN NILAI FAKTOR STRATEGI LINGKUNGAN EKSTERNAL

Strategi Lingkungan Eksternal :

Dapat diketahui Strategi Lingkungan Eksternal merupakan segala faktor yang mempunyai potensi terhadap pemasaran produk perkayuan narapidana dilapas kelas IIA Lahat yang ditimbulkan dari luar lingkungan meliputi:

a. Peluang

Peluang merupakan faktor yang dapat berdampak positif terhadap pemasaran produk perkayuan narapidana dilapas kelas IIA Lahat apabila tindakan yang diambil tepat. Di lapas kelas IIA Lahat begitu banyak peluang yang ada untuk dapat dikembangkan dengan baik. Jika peluang yang ada dapat dimaksimalkan dengan baik maka segala sesuatu terutama dibidang pemasaran dapat menghasilkan sesuatu sesuai dengan tujuan awal yang telah ditetapkan.

b. Ancaman

Ancaman merupakan faktor yang dapat berdampak negative terhadap pemasaran produk narapidana dilapas kelas IIA Lahat apabila tidak dikendalikan dengan baik. Dalam hal ini ancaman yang ada juga dapat menjadikan sebuah peluang yang baik jika sesuatu yang ada dapat dikembangkan semaksimal mungkin. Lapas kelas IIA Lahat berada pada titik ancaman yang begitu nyata dikarenakan letak lokasi yang dekat

dengan pasar banyak memiliki pesaing yang memiliki kualitas produk yang baik. Akan tetapi dalam menjaga kestabilan terutama dalam hal pemasaran, pihak lapas kelas IIA sendiri memiliki strategi yang baik yang telah disusun sedemikian baik untuk menjadikan ancaman yang ada menjadi sebuah loncatan untuk maju kedepannya terutama dibidang pemasaran.

No	Faktor Strategis Lingkungan Eksternal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	kor	
PELUANG	1 Terdapat pihak yang mau membeli dalam jumlah besar produk yg dihasilkan narapidana	2,5	0,15	3	0,45	Jumlah Peluang 1,84
	2 Adanya letak yang strategi dekat dengan pasar rakyat	3	0,18	5	0,91	
	3 Terdapat kesempatan untuk memamerkan produk secara nasional dalam peringatan HDKD	2	0,12	3	0,36	
	4 Mudah dalam mendapatkan bahan baku untuk Melaksanakan program pembinaan	1	0,06	2	0,12	
ANCAMAN	6 Terkadang terjadinya keterlambatan dalam pemasokan bahan	1,5	0,09	3	0,27	Jumlah Ancaman 1,79
	7 Produk luar lapas yang memiliki kualitas lebih bagus	3	0,18	4	0,73	

A N C A M A N	8	Stigma negatif yang melekat dari masyarakat dan tidak mau menggunakan produk hasil Karya narapidana	2,5	0,15	4	0,61
	9	Tingginya harga bahan baku untuk pelaksanaan pembuatan produk	1	0,06	3	0,18
		Jumlah	16,5	1,00		

$$\text{NILAI FAKTOR LINGKUNGAN EKSTERNAL STRATEGIS} = \text{PELUANG} - \text{ANCAMAN}$$

$$= 1,84 - 1,79$$

$$= 0,05$$

KETERANGAN:

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa peluang yang didapat untuk proses pemasaran yaitu lokasi lapas yang strategis dengan bobot 0,18 dengan rating 5 diartikan bahwa lokasi dekat dengan pasar lematang yang ada di kabupaten lahut atau berada dipusat kota. Dengan adanya lokasi yang strategis tersebut membuat proses pemasaran sangat cepat untuk memasarkan produk perkayuan narapidana tersebut. Kemudian peluang selanjutnya yaitu terdapat pihak yang mau membeli dalam jumlah besar dengan bobot nilai 0,15 dan rating 3 dapat diartikan bahwa dengan adanya relasi dari pegawai maupun pimpinan membuat produk narapidana dapat dibeli dengan kuantitas oleh salah satu perusahaan batu bara yang ada di tanjung enim sumatera selatan dengan nama PT Bukit asam. Dengan adanya pembelian dalam jumlah besar membuat pihak lapas lebih bersemangat dalam melakukan pengelolaan pembinaan kegiatan kerja yang ada dilapas lahut.

Kemudian dalam faktor eksternal juga terdapat sebuah ancaman yang dapat menyebabkan ketidaklancaran dalam proses pemasaran. Akan tetapi, dengan adanya ancaman membuat pihak lapas bersegera melakukan pencegahan dan dapat dijadikan peluang buat kedepannya. Ancaman terbesar yang dihadapi yaitu produk luar lapas yang memiliki kualitas lebih bagus dengan bobot 0,18 dan rating 4. Dengan ancaman tersebut membuat pihak lapas berbenah untuk lebih teliti dan kreatif dalam mengelola pembinaan dibidang perkayuan supaya produk yang dihasilkan dapat memiliki kualitas yang baik

Berdasarkan hasil perhitungan yang dibuat pada tabel di atas, diperoleh nilai total EFAS untuk peningkatan program pembinaan sebesar 0,05. Memperhatikan peluang dan ancaman yang ada, maka peningkatan program pembinaan masih menduduki posisi yang cukup strategis untuk terus dikembangkan karena skor peluang lebih dominan daripada skor ancaman.

<p>produk di hari besar pemasyarakatan</p> <p>4. Mudah dalam mendapatkan bahan baku</p>	<p>hari besar pemasyarakatan</p> <p>4. Mencari pihak ketiga untuk terus mensuplay bahan baku dengan harga terjangkau</p> <p>5. Melaksanakan Pembinaan dengan kualitas dan kuantitas yang baik</p>	
Ancaman(Threath)	Strategi(S +T)	Strategi(W +T)
<p>1. Terkadang terjadinya keterlambatan dalam pemasokan bahan</p> <p>2. Produk luar lapas yang memiliki kualitas yang lebih bagus</p> <p>3. Stigma negatif yang melekat dari masyarakat dan tidak mau menggunakan produk hasil karya narapidana</p> <p>4. Tingginya harga bahan baku untuk pelaksanan pembuatan produk</p>	<p>1. Selalu menghubungi pihak terkait untu tepat dalam pemasokan barang</p> <p>2. Meningkatkan tingkat kualitas produk agar tidak kalah saing dengan produk lain</p> <p>3. Meningkatkan media sosial dalam hal penghilangan stigma negatif masyarakat</p> <p>4. Mencari pihak ketiga dalam penjualan bahan baku dengan harga terjangkau</p> <p>5. Melaksanakan komunikasi yang baik dengan instansi lain diluar lapas</p>	<p>Memaksimalkan penggunaan sarana dan prasarana yang ada dalam Meningkatkan Hasil karya narapidana</p> <p>2. Mengupayakan akses bantuan dari pihak ketiga dalam proses pembinaan</p> <p>3. Memperbaiki dan meningkatkan kemitraan dengan instansi lain</p> <p>4. Meningkatkan keterampilan pengetahuan narapidana dibidang perkeyuan</p>

a) StrategiSO

Dalam hal ini strategi SO yaitu pihak lapas kelas IIA Lahat memanfaatkan peluang eksternal dan juga menggunakan kekuatan internal dengan cara :

1. Memperbanyak produk yang dihasilkan narapidana dengan kualitas terbaik dengan tujuan mampu bersaing dengan produk luar sehingga hasil

karya narapidana dapat diminati semua masyarakat

2. Menggandeng pihak ketiga karena lokasi dekat dengan pasar merupakan strategi yang baik untuk memasarkan hasil karya narapidana kepada masyarakat dan pihak ketiga membantu dalam proses pemasaran

3. Melakukan pameran produk narapidana dihari besar pemasyarakatan dengan tujuan t

produk yang dihasilkan dapat dilihat oleh pegawai dan dipamerkan diluar

4. Mencari pihak ketiga dengan kerja baik untuk terus mensuplay bahan baku dalam pembuatan produk dilapas agar kegiatan yang sudah dijadwalkan tidak terhambat dalam proses pelaksanaan

5. Melaksanakan pembinaan dengan kualitas dan kuantitas terbaik agar narapidana mampu melaksanakan dengan semangat dalam program pembinaan

b). Strategi W-O

Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal seperti yang dijelaskan berikut ini:

1. Kerjasama dengan pihak ketiga terutama dipasar masyarakat agar produk yang dihasilkan diminati banyak orang diluar lapas

2. Dalam mempermudah pemasaran dibutuhkan kerjasama dengan instansi lain untuk memperkenalkan produk lapas

3. Melakukan pembinaan yang optimal agar narapidana dengan serius menjalani proses pembinaan

4. Memadatkan kegiatan pembinaan dibidang perkayuan bagi narapidana agar dapat mengoptimalkan skil yang di miliki narapidana dibidang perkayuan

c. Strategi S-T

Strategi ST merupakan strategi dalam hal pemasaran produk narapidana dengan menghindari ancaman dari luar tetapi menggunakan kekuatan yang ada dengan cara :

1. Selalu menghubungi pihak terkait untuk tepat dalam pemasokan barang merupakan strategi yang harus digunakan agar barang yang dibutuhkan datang tepat waktu dan tidak menjadi penghambat dalam proses pembinaan narapidana

2. Meningkatkan tingkat kualitas produk agar tidak kalah saing dengan produk luar merupakan strategi yang harus dilakukan karena jika produk lapas tidak bisa mengimbangi produk luar akan kalah dipemasaran masyarakat luar

3. Meningkatkan media sosial dalam hal penghilangan stigma negatif masyarakat dengan adanya strategi ini masyarakat luar dapat mengetahui bahwa didalam lapas narapidana menjalani pembinaan dengan baik

4. mencari pihak tiga dalam penjualan bahan baku dengan harga terjangkau, strategi ini bertujuan agar pihak lapas mampu memberikan hasil yang baik dalam proses pekerjaan di bidang perkayuan narapidana

5. Melaksanakan komunikasi yang baik dengan instansi lain diluar lapas dengan tujuan instansi lain juga dapat menyebarkan informasi kepada masyarakat luar

d). Strategi W-T

Strategi WT merupakan taktik atau cara yang ditunjukkan pada pengurangan kelemahan internal dan menghindarkan dari ancaman eksternal seperti yang terangkum dalam penjelasan berikut ini :

1. Memaksimalkan penggunaan sarana dan prasana yang ada dalam meningkatkan hasil karya narapidana dan mempermudah dalam hal produksi dilapas kelas IIA Lahat.

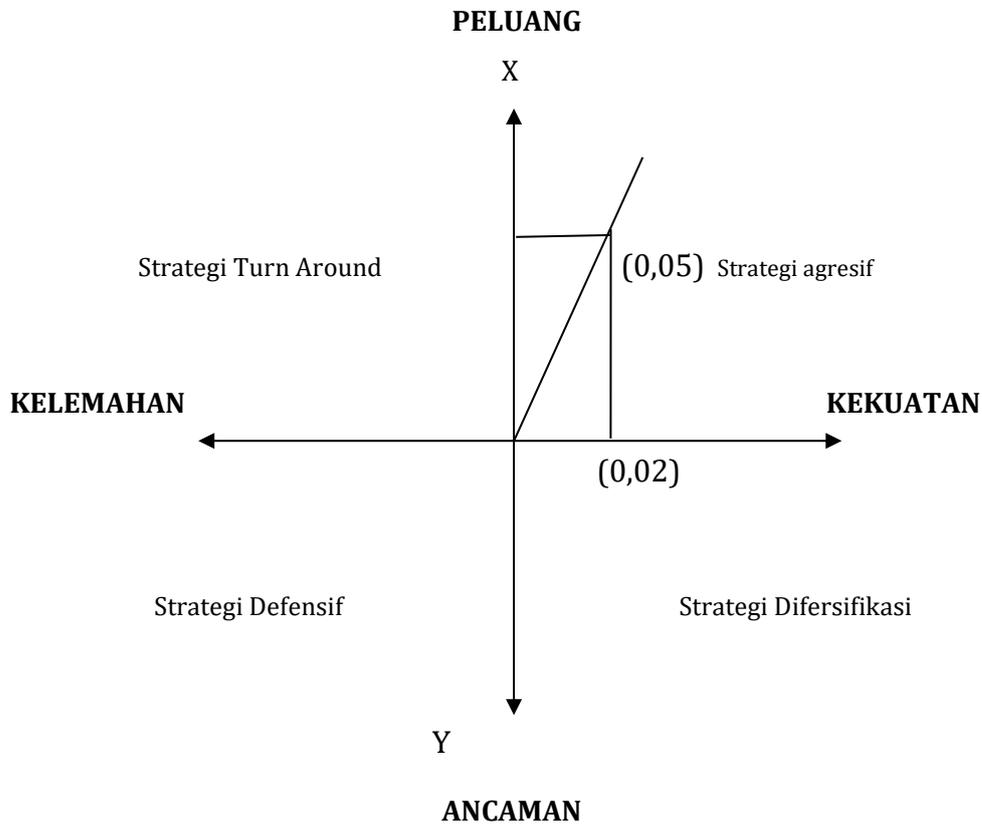
2. Mengupayakan bantuan dari pihak ketiga dengan tujuan strategi ini mampu membuat hasil karya narapidana dengan cepat diketahui masyarakat luar instansi lapas itu sendiri.

3. Memperbaiki dan meningkatkan kemitraan dengan instansi lain

4. Meningkatkan keterampilan pengetahuan narapidana dibidang perkayuan, strategi ini harus dilakukan

dengan baik agar narapidana mampu mengembangkan pengetahuan agar dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas produk tersebut.

ORGANISASI DAN ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN PRODUK PERKAYUAN NARAPIDANA DILAPAS KELAS IIA LAHAT



Gambar 1. Analisis diagram SWOT Strategi Pemasaran produk narapidana di lapaskelas IIA Lahat.

Dari hasil diagram IFAS (Internal Faktor Analisis System) dan EFAS (Eksternal Faktor Analisis System) yang dilakukan pada strategi pemasaran produk perkayuan narapidana di lapas kelas IIA Lahat. Dapat dihasilkan nilai IFAS sebesar 0,02 yang terdiri dari kekuatan sebesar 1,58 dan nilai kelemahan sebesar 1,56. Kemudian dari table diatas dapat diketahui nilai EFAS sebesar 0,05 dengan nilai peluang 1,84 dan juga nilai ancaman sebesar 1,79. Setelah itu dapat kita tentukan strategi yang digunakan dalam pemasaran produk narapidana lapas kelas IIA Lahat digunakan penilaian factor eksternal dan internal yang dilakukan dengan hasil pengurangan antara jumlah kelemahan dan kekuatan pada sumbu (X), dan juga dilakukan jumlah pengurangan antara ancaman dan jumlah peluang pada sumbu (Y). Maka nilai $X = (S - W) = 1,58 - 1,56 = 0,02$ dan nilai $Y = (O - T) = 1,84 - 1,79 = 0,05$. Dengan hasil demikian diperoleh angka dari pada sumbu (X dan Y = 0,02 dan 0,05).

Dari hasil diagram diatas pada analisis data SWOT diperoleh kordinat 0,02;0,05 yang mana kordinat ini berada pada strategi agresif. Pada strategi agresif posisi pemasaran produk narapidana berada pada kekuatan dan peluang yang mana pihak lapas kelas IIA Lahat mengoptimalkan secara baik kegiatan kerja yang ada terutama pembinaan di bidang kegiatan kerja bagian perkayuan. Maka pihak lapas kelas IIA Lahat dapat menerapkan strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dan didukung oleh peluang untuk bias memasarkan hasil produk narapidana yaitu :

1. Memperbanyak produk dengan kualitas terbaik
2. Menggandeng pihak ketiga karena lokasi dekat dengan pasar

3. Produk terbaik yang dihasilkan dapat dilakukan pameran dalam hari besar pemasyarakatan
4. Mencari pihak ketiga untuk terus mensuplay bahan baku dengan harga terjangkau
5. Melaksanakan
6. Pembinaan dengan kualitas dan kuantitas yang baik

PENUTUP

Kesimpulan

1. Dapat diketahui bahwa pembinaan narapidana yang ada dilapas kelas IIA Lahat salah satunya yaitu pembinaan dibidang kegiatan kerja. Dibidang kegiatan kerja narapidana fokus di perkayuan untuk menghasilkan produk yang dapat dipasarkan dimasyarakat luar. Dalam pemasaran produk tersebut terdapat faktor strategis lingkungan internal dalam proses pemasaran produk narapidana dibidang perkayuan di lapas kelas IIA Lahat terdiri dari adanya kekuatan dan kelemahan. Kekuatan yang dimiliki lapas kelas IIA Lahat dalam pemasaran produk hasil narapidana yaitu adanya narapidana yang memiliki skill mumpuni dibidang perkayuan, Terdapat banyak pegawai yang mempermudah dalam pemasaran produk, Kalapas yang peduli dan bertanggung jawab dan Semangat dari narapidana dalam mengikuti program pembinaan serta Terdapat pegawai yang mengeluti dibidang perkayuan. Kelemahan yang dimiliki lapas kelas IIA Lahat dalam proses pemasaran yaitu Kurang kerjasama dengan pihak ketiga, Kualitas alat kurang memadai, Kurangnya alokasi anggaran dan Sarana dan prasarana pendukung usaha perkayuan kurang terawat serta kurangnya pengaturan dalam menentukan jadwal pembinaan perkayuan.

2. Strategi yang digunakan dalam proses pemasaran produk narapidana dibidang perkayuan di lapas kelas IIA Lahat yang terpilih menggunakan analisis SWOT yaitu strategi agresif dengan memanfaatkan kekuatan yang ada dan didukung peluang untuk memaksimalkan hasil pemasaran yaitu

- a. Memperbanyak produk dengan kualitas terbaik
- b. Menggandeng pihak ketiga karena lokasi dekat dengan pasar
- c. Produk terbaik yang dihasilkan dapat dilakukan pameran dalam hari besar pemasyarakatan
- d. Mencari pihak ketiga untuk terus mensuplay bahan baku dengan harga terjangkau
- e. Melaksanakan
- f. Pembinaan dengan kualitas dan kuantitas yang baik.

Saran

1. Untuk kedepannya pihak lapas kelas IIA Lahat melakukan pemasaran produk dengan memanfaatkan media social dalam penjualan agar hasil lebih maksimal.

2. Pihak lapas kelas IIA Lahat seharusnya mengundang pihak ketiga yang ahli dibidang perkayuan agar dapat memberikan pembinaan yang lebih baik.

Godam. 2012. Isi Kandungan Gizi Udang. [http: keju.blogspot.com/1970/Isi kandungan-gizi-udang.html](http://keju.blogspot.com/1970/Isi_kandungan-gizi-udang.html). diakses pada tanggal 07 oktober 2013

Nugrahani, Farida. Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Vol. 1, 2014.

DAFTAR BACAAN

Albert Humprey 1960-1970 Marketing theorist Analisis SWOT

Astuti, Anissa Mayang Indri, and Shinta Ratnawati. 2020. "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100)." *Jurnal Ilmu Manajemen* 17(1):58-70.

FME. SWOT Analysis: Strategy Skills. Free-Management-Ebooks, 2013. [http://www.free management-ebooks.com/dldebk-pdf/fme-swot-analysis.pdf](http://www.free-management-ebooks.com/dldebk-pdf/fme-swot-analysis.pdf).