



## **ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PRODUK HASIL KERJA NARAPIDANA DI LAPAS KELAS I CIPINANG**

**Lisa Apriana, Arisman**

Politeknik Ilmu Pemasaratakatan

### **Abstrak**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran produk hasil kerja Narapidana Lapas Kelas I Cipinang dengan menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi langsung di lapangan dengan memantau program bimbingan kerja dan proses pemasaran produk hasil kerja Narapidana. Pengumpulan data juga diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa petugas pada bidang bimbingan kerja di Lapas Kelas I Cipinang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan dilakukannya penelitian menggunakan analisis SWOT, maka dapat menggunakan beberapa alternatif strategi-strategi sebagai berikut, yaitu strategi SO : menjaga hubungan yang baik dengan pihak ketiga, memanfaatkan SDM yang ada, dan memanfaatkan perkembangan teknologi untuk pemasaran, strategi ST : memanfaatkan sosial media untuk proses pemasaran secara online dan menggunakan bahan baku secara optimal, strategi WO : meningkatkan teknologi produksi untuk memenuhi permintaan pasar, menambah pengetahuan pada kemampuan manajerial dan meningkatkan media promosi, strategi WT : mencari pinjaman modal untuk memulai proses produksi dan memaksimalkan kualitas produk.

**Kata Kunci:** analisis SWOT, strategi pemasaran

## PENDAHULUAN

Salah satu Unit Pelaksana Teknis dibawah Direktorat Jenderal Pemasyarakatan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia yaitu LAPAS. Berdasarkan UU Nomor 12 Tahun 1995 tentang Pemasyarakatan, pada Pasal 1 ayat 3 tertulis bahwa Lembaga Pemasyarakatan yang selanjutnya disebut LAPAS adalah tempat untuk melaksanakan pembinaan Narapidana dan Anak Didik Pemasyarakatan. Tujuan dari sebuah pembinaan tersebut bukan hanya untuk mengisi waktu luang selama berada di dalam Lapas, tetapi adanya program pembinaan tersebut diharapkan Narapidana yang pada awalnya tidak baik berubah menjadi baik, menyadari kesalahan yang telah diperbuat, tidak mengulangi kesalahan yang sama serta dapat bermanfaat di lingkungan masyarakat. Merujuk pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.

31 Tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan khususnya pada pasal 3 bahwa "Narapidana wajib mendapatkan pemberdayaan dalam pembinaan dan pembimbingan berupa

keterampilan kerja dan latihan kerja". Setiap Lapas memberikan program pendidikan keterampilan dan bimbingan kerja, hal tersebut diharapkan dapat menggali potensi masing-masing Narapidana sesuai minat dan bakat yang dimiliki. Lapas produktif merupakan Lapas yang tidak hanya menjadi tempat pembinaan Narapidana (warga binaan) secara konvensional, tetapi juga dapat menjadi salah satu sarana untuk mendorong dihasilkannya produk-produk berkualitas, oleh karenanya kegiatan produktif di lapas bisa menjadi penunjang bagi pembinaan terhadap warga binaan pemasyarakatan (Melati et al., 2020)

Lapas Kelas I Cipinang merupakan salah satu Lapas dengan jumlah Narapidana yang melebihi kapasitas, Lapas ini diisi oleh 3.616 narapidana, padahal kapasitasnya hanya untuk 880 narapidana. Lokasi Lapas Kelas I Cipinang berada di Jl. Cipinang Raya, Jakarta Timur. Pada Lapas ini memiliki berbagai bentuk bimbingan kerja. Program bimbingan kerja di Lapas Kelas I Cipinang diikuti oleh 151 Narapidana. Terdapat beberapa kkegiatan kemandiriann di Lapas Kelas I Cipinang yang dirasa mampu berkembang dengan baik antara lain sablon, membatik, pengolahan limbah karet, menjahit, produksi tempe dll. Masih terdapat beberapa kendala yang ada pada kegiatan kemandirian ini, kendala tersebut antara lain kurang lengkapnya sarana dan prasarana pada masing-masing kegiatan kemandirian, dan juga pemasarann produk hasil kerja Narapidana yang belum maksimal. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan fungsi dari Narapidana dan petugas pemasyarakatan yang belum berfungsi dengan lancar. Selain hal tersebut, produk yang dihasilkan kurang dipromosikan atau dipublikasikan dan juga belum adanya wadah yang berguna untuk menjual produk tersebut kepada masyarakat. Hal ini dapat diatasi apabila sarana dan prasarana lebih dilengkapi agar produk hasil kerja Narapidana memiliki kualitas yang baik, memberikan pelatihan supaya para Narapidana dapat lebih mandiri dan ahli pada masing- masing bidangnya, sehingga mampu mengelola dan memasarkan produk yang telah ddihasilkan tersebut. Hal yang dapat dilakukan untuk mengembangkan dan memasarkan produk yang telah dihasilkan oleh Narapidana di Lapas Kelas I Cipinang salah satunya dengan memanfaatkan Narapidana dalam proses pengemasan dan memanfaatkan teknologi sebagai solusi pemasaran. Berdasarkan latar belakang diatas,

permasalahan yang dikemukakan yaitu bagaimana strategi pemasaran produk hasil kerja Narapidana di Lapas Kelas I Cipinang. Tujuan adanya penelitian ini yaitu untuk mengetahui analisis SWOT sebagai strategi pemasaran produk hasil kerja Narapidana Lapas Kelas I Cipinang.

Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan studi kasus dapat dilakukan pada penelitian mengenai perkembangan sesuatu, dapat juga memberi gambaran tentang keadaan yang ada (Muharam, 2019). Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan pendekatan melalui studi kasus yang menjadi ciri khas pada penelitian ini. Studi kasus adalah salah satu metode penelitian pada ilmu-ilmu sosial. Studi kasus pada penelitian ini menggunakan metode Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi (strategi SO, ST, WO, dan WT). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunities) namun dapat juga meminimalisir kelemahan (Weakness) dan Ancaman (Threat). Dibutuhkan strategi yang tepat agar kedepannya dapat memberikan keuntungan bagi organisasi. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lapangan untuk memantau secara langsung program bimbingan kerja dan proses pemasaran produk hasil kerja Narapidana. Pengumpulan data juga diperoleh dari hasil wawancara dengan beberapa petugas pada bidang bimbingan kerja di Lapas Kelas I Cipinang.

Analisis SWOT meliputi faktor internal kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) serta faktor eksternal yaitu peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang terdapat pada produk hasil kerja Narapidana di Lapas Kelas I Cipinang. Sebelum melakukan analisis SWOT, dilakukan klasifikasi dan analisis faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Prosedur analisis faktor-faktor internal (IFAS = Internal Factor Analysis Summary) yaitu sebagai berikut:

1. Menyusun apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
2. Melakukan pemberian bobot mulai dari 1,00 hingga 0,00 (mulai dari yang sangat penting hingga tidak penting) tergantung pada besarnya dampak faktor tersebut.
3. Melakukan pemberian rating dengan skala 5-1 untuk kekuatan (kekuatan yang besar diberikan nilai 5 dan untuk yang paling kecil diberikan nilai 1).
4. Melakukan pemberian rating dengan skala 1-5 untuk kelemahan (kelemahan yang besar diberikan nilai 1 dan yang paling kecil diberikan nilai 4).
5. Melakukan perkalian antar bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.
6. Nilai setiap faktor dijumlahkan sehingga diperoleh nilai total untuk faktor strategi eksternal. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor internalnya dan dapat digunakan sebagai pembanding untuk perusahaan sejenis

## **PEMBAHASAN**

Setelah itu dilakukan klasifikasi dan analisis faktor-faktor strategi eksternal (EFAS=External Factor Analysis Summary). Prosedur analisis faktor-faktor tersebut sebagai berikut:

1. Menyusun apa saja faktor-faktor yang akan menjadi peluang dan ancaman.
2. Melakukan pemberian bobot mulai dari 1,00 hingga 0,00 (mulai dari yang sangat penting hingga yang tidak penting) bergantung besarnya dampak faktor tersebut.
3. Melakukan pemberian rating dengan skala 5-1 untuk peluang (untuk peluang yang besar).
4. Melakukan pemberian rating dengan skala 1-5 untuk ancaman (untuk ancaman yang besar).
5. Melakukan perkalian antar bobot dengan rating sehingga diperoleh nilai untuk setiap faktor.
6. Nilai setiap faktor dijumlahkan sehingga diperoleh nilai total untuk faktor strategi eksternal. Nilai ini menunjukkan bagaimana perusahaan bereaksi terhadap faktor-faktor eksternalnya dan dapat digunakan sebagai pembanding untuk perusahaan sejenis

#### Identifikasi Analisis Faktor Internal dan Eksternal

##### A. Faktor-Faktor Internal

Analisis faktor internal dibutuhkan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pada strategi pemasaran produk hasil kerja Narapidana bahan dalam perumusan strategi pemasaran. Dari pengamatan dan hasil analisa di lokasi penelitian yaitu Lapas Kelas I Cipinang, maka ditemukan faktor-faktor yang dapat

diidentifikasi sebagai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh responden yaitu sebagai berikut :

##### a. Kekuatan (Strength)

Beberapa faktor internal yang menjadi penentu dalam menunjang kekuatan keberhasilan pemasaran produk hasil kerja Narapidana di Lapas Kelas I Cipinang yaitu :

1. Terdapat kerjasama dengan pihak ketiga
2. Memiliki tenaga kerja yang cukup
3. Harga yang bersaing
4. Adanya kepercayaan dari berbagai pihak
5. Ketersediaan sarana

##### b. Kelemahan (Weaknesses)

Kelemahan mencakup kelemahan internal yang dapat berpengaruh pada jalannya suatu usaha. Kelemahan internal pada produk hasil kerja Narapidana di Lapas Kelas I Cipinang terdiri dari :

1. Keterbatasan modal
2. Kurangnya promosi
3. Kualitas produk yang dihasilkan belum maksimal
4. Alat operasional masih belum canggih
5. Kemampuan manajerial yang rendah

##### B. Faktor-Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal mengidentifikasi faktor-faktor yang bisa menjadi peluang dan ancaman bagi pemasaran produk hasil Narapidana Kelas I Cipinang :

##### a. Peluang (Opportunity)

Peluang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan proses pemasaran dari produk hasil kerja Narapidana di Lapas Kelas I Cipinang, peluang tersebut antara lain :

1. Bantuan tenaga pengajar atau pelatihan dari luar Lapas

- 2. Pemasok bahan baku dari luar yang memadai
  - 3. Adanya perkembangan teknologi
- b. Ancaman (Treath)  
Ancaman yaitu faktor eksternal yang bisa menghambat kelancaran
- 1. Banyaknya pesaing dengan mutu produk yang baik
  - 2. Maraknya pemasaran online
  - 3. Harga bahan baku fluktuatif

Tabel 1. Matriks IFAS

No	Faktor Strategis Lingkungan Internal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>					
1.	Terdapat kerjasama dengan pihak ketiga	3	0,11	5	0,55
2.	Memiliki tenaga kerja yang cukup	2,5	0,09	4	0,36
3.	Harga yang bersaing	2	0,07	3	0,21
4.	Adanya kepercayaan dari berbagai pihak	3	0,11	4	0,44
5.	Ketersediaan sarana	2.5	0,09	4	0,36
<b>Kelemahan</b>					
6.	Keterbatasan modal	3	0,11	3	0,33
7.	Kurangnya promosi	3	0,11	4	0,44
8.	Kualitas produk yang dihasilkan belum maksimal	2,5	0,09	3	0,27
9.	Alat operasional masih belum canggih	2.5	0,09	3	0,27
10.	Kemampuan manajerial yang rendah	3	0,11	3	0,33
Jumlah		27	1		3,56

Tabel 2. Matriks EFAS

No	Faktor Strategis Lingkungan Internal	Tingkat Signifikan	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>					
1.	Bantuan tenaga pengajar atau pelatihan dari luar Lapas	2	0,13	3	0,39
2.	Pemasok bahan baku dari luar yang memadai	2.5	0,16	4	0,64
3.	Adanya perkembangan teknologi	3	0,2	4	0,8
<b>Ancaman</b>					
4.	Banyaknya pesaing dengan mutu produk yang baik	2	0,13	5	0,65
5.	Maraknya pemasaran online	3	0,2	5	0,10
6.	Harga bahan baku fluktuatif	2.5	0,16	3	0,48
Jumlah		15	1		3,06

Menurut faktor internal dan eksternal diatas, maka matriks IFAS

(Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) dapat dilihat pada Tabel 1 dan 2. Berdasarkan hasil Tabel 1. Matriks IFAS diperoleh nilai 3,56 dan

Tabel 2. Matriks EFAS diperoleh nilai 3,06. Sedangkan untuk Matriks SWOT Strategi pemasaran produk hasil kerja disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Matriks SWOT Strategi Pemasaran Produk Hasil Kerja Narapidana

<p style="text-align: center;">Eksternal</p> <p style="text-align: center;">Internal</p>	<p style="text-align: center;">Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bantuan tenaga pengajar atau pelatih dari luar Lapas</li> <li>2. Pemasok bahan baku dari luar yang memadai</li> <li>3. Adanya perkembangan teknologi</li> </ol>	<p style="text-align: center;">Ancaman (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyaknya pesaing dengan mutu produk yang baik</li> <li>2. Maraknya pemasaran online</li> <li>3. Harga bahan baku fluktuatif</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat kerjasama dengan pihak ketiga</li> <li>2. Memiliki tenaga kerja yang cukup</li> <li>3. Harga yang bersaing</li> <li>4. Adanya kepercayaan dari berbagai pihak</li> <li>5. Ketersediaan sarana</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menjaga hubungan yang baik dengan pihak ketiga</li> <li>2. Memanfaatkan SDM yang ada</li> <li>3. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk pemasaran</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memanfaatkan sosial media untuk proses pemasaran secara online</li> <li>2. Menggunakan bahan baku secara optimal.</li> <li>3. Waktu penyelesaian produk dilakukan lebih cepat</li> </ol>
<p style="text-align: center;">Kelemahan (Weaknesses)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterbatasan modal</li> <li>2. Kurangnya promosi</li> <li>3. Kualitas produk yang dihasilkan belum maksimal</li> <li>4. Alat operasional masih belum canggih</li> <li>5. Kemampuan manajerial yang rendah</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan teknologi produksi untuk memenuhi permintaan pasar</li> <li>2. Menambah pengetahuan pada kemampuan manajerial</li> <li>3. Meningkatkan media promosi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencari pinjaman modal untuk memulai proses produksi</li> <li>2. Memaksimalkan kualitas produk</li> <li>3. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tetap</li> </ol>

### C. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang digunakan oleh PT. Mustika Mina Nusa Aurora Tarakan Kalimantan Utara adalah:

#### 1) Strategi SO (Strength-Opportunity)

a. Menjaga hubungan yang baik dengan pihak ketiga

Strategi SO dalam penelitian ini yaitu menjaga hubungan yang baik dengan para pihak ketiga. Meningkatkan komunikasi kepada pihak ketiga agar selalu dapat berhubungan dan menjalin kerjasama yang baik. Dengan adanya kerjasama bersama pihak ketiga, hal ini dapat membantu untuk melatih dan meningkatkan keterampilan para Narapidana untuk menghasilkan produk hasil kerja mereka dengan kualitas produk yang maksimal.

b. Memanfaatkan SDM yang ada

Memanfaatkan SDM yang ada dengan sebaik mungkin agar dapat menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas baik, hal ini didukung dengan diadakannya pelatihan dan pengembangan untuk SDM agar dapat meningkatkan prestasi kerja SDM. Dengan diadakannya pelatihan kepada SDM maka dapat meningkatkan kemampuan, pengetahuan, keterampilan yang dapat meningkatkan produksi hasil kerja Narapidana.

c. Memanfaatkan perkembangan teknologi untuk pemasaran

Mengikuti perkembangan teknologi sangat penting dilakukan untuk membantu proses pemasaran agar produk hasil kerja Narapidana menjadi lebih mudah dikenal masyarakat dan membuat proses jual-beli semakin cepat.

#### 2) Strategi ST (Strength-Threat)

a. Memanfaatkan sosial media untuk proses pemasaran secara online

Semakin maraknya penggunaan social media dikalangan masyarakat terutama untuk pemasaran secara online, seharusnya dengan adanya social media dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk mempromosikan produk hasil kerja Narapidana sehingga masyarakat dapat mengetahui bahwa terdapat produk-produk hasil kerja Narapidana, dan juga dapat membelinya dengan mudah tanpa harus keluar rumah.

b. Menggunakan bahan baku secara optimal

Penggunaan bahan baku harus digunakan secara optimal, dikarenakan harga bahan baku yang fluktuatif. Penggunaan bahan baku ini harus sangat diperhatikan agar tidak terbuang sia-sia apabila terjadi kegagalan dalam proses produksi.

c. Waktu penyelesaian produk dilakukan lebih cepat

Semakin banyaknya pesaing untuk pemasaran produk, maka diperlukan nilai lebih untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak ataupun membuat menjadi pelanggan tersebut menjadi pelanggan tetap yaitu dengan cara meningkatkan kepuasan pelayanan yang diberikan, salah satunya dengan mempercepat waktu penyelesaian produk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan agar kepuasan pelanggan meningkat.

#### 3) Strategi WO (Weaknesses-Opportunity)

a. Meningkatkan teknologi produksi untuk memenuhi permintaan pasar

Meningkatkan teknologi produksi untuk menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan mempercepat proses produksinya, hal ini perlu mendapat

perhatian lebih agar bisa mencari bantuan untuk memaksimalkan teknologi produksi di Lapas. Apabila teknologi produksinya sudah ditingkatkan maka akan lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan pasar

b. Menambah pengetahuan pada kemampuan manajerial

Dibutuhkan pengetahuan lebih dalam sistem manajemen terutama pada proses pemasaran, karena dengan adanya kemampuan manajemen yang baik, dapat mengatur proses pemasaran supaya lebih berjalan dengan lancar dan terkonsep dengan baik serta dapat melihat peluang untuk bisa meningkatkan proses pemasaran produk agar lebih banyak diminati pelanggan.

c. Meningkatkan media promosi

Meningkatkan media promosi dapat membantu proses pemasaran menjadi lebih mudah diminati oleh masyarakat, hal ini dapat dilakukan dengan memberikan informasi yang menarik seperti adanya diskon pada setiap promosi diberbagai sosial media.

4) Strategi WT (Weaknesses- Threat)

a. Mencari pinjaman modal untuk memulai proses produksi

Mencari pinjaman modal dapat dilakukan apabila tidak adanya bahan baku yang dimiliki atau alat produksi yang kurang mendukung untuk menghasilkan suatu produk, hal ini dilakukan untuk mengenalkan produk yang dihasilkan oleh Narapidana kepada masyarakat. Dibutuhkan juga kepercayaan oleh peminjam modal bahwa produk yang dihasilkan nanti dapat terjual sesuai dengan yang diharapkan sehingga dapat mengembalikan pinjaman modal tersebut.

b. Memaksimalkan kualitas produk

Banyaknya pesaing di pasaran dapat mengurangi pelanggan untuk membeli produk hasil kerja Narapidana. Supaya tidak kehilangan pelanggan maka pelanggan tersebut harus diberikan keyakinan bahwa produk hasil kerja Narapidana memiliki kualitas produk yang baik dan harga yang bersaing di pasaran, sehingga pelanggan tetap tertarik untuk membeli produk tersebut.

c. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tetap

Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan tetap merupakan salah satu cara untuk tetap bisa melanjutkan proses produksi barang karena sudah memiliki pelanggan tetap untuk membeli produk tersebut. Dengan memaksimalkan pelayanan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan tetap, diharapkan dapat membantu mempromosikan produk hasil kerja narapidana kepada orang lain agar ikut membeli produk tersebut.

## **PENUTUP**

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dari masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan dari hasil analisis yaitu sebagai berikut :

1. Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang menunjukkan matriks IFAS (Internal factor Analysis Summary) diperoleh nilai 3,56 dan EFAS (eksternal Factor Analysis Summary) diperoleh nilai 3,06.

2. Hasil analisis SWOT menunjukkan keunggulan dari pemasaran produk hasil kerja Narapidana Lapas Kelas I Cipinang adalah adanya kerja sama yang baik dengan pihak ketiga, memiliki tenaga kerja yang cukup, harga produk yang bersaing, adanya kepercayaan dari berbagai pihak dan ketersediaan sarana, sedangkan kelemahannya

adalah keterbatasan modal, kurangnya promosi, kualitas produk yang dihasilkan belum maksimal, alat operasional masih belum canggih dan kemampuan manajerial yang rendah.

3. Analisis strategi pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa meningkatkan kualitas produk dan menjaga kepercayaan pelanggan atau pihak ketiga merupakan aspek penting yang harus dijaga dan berhubungan dengan mempertahankan pelanggan.

### **SARAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan atas masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka saran dari penulis yaitu :

1. Diharapkan pegawai Lapas Kelas I Cipinang terutama pada bagian bimbingan kerja agar lebih dapat mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi dan sosial media untuk membantu proses pemasaran produk hasil kerja Narapidana.

2. Memerhatikan kualitas dan kuantitas produk yang diproduksi agar dapat memenuhi permintaan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas akan produk yang dihasilkan oleh Narapidana.

3. Dapat menyesuaikan harga produk hasil kerja Narapidana Lapas Kelas I Cipinang sesuai dengan yang ada di pasaran, sehingga produk Lapas Kelas I Cipinang dapat bersaing dengan produk lain.

### **DAFTAR BACAAN**

Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(1), 58–70.

Biantong, I., & Maharani, G. D. (2020). Meningkatkan Penjualan Produk Usaha Mikro Kecil. 7(4), 708–716

Haslinda. (2017). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Bauran Pemasaran Pada Pt. Seloko Batam Shipyard. 144.

Melati, I. S., Margunani, M., Mudrikah, S., & Pitaloka, L. K. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 155. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i2.7685>

Muharam, H. (2019). Orientasi Kewirausahaan dan Karakteristik Perusahaan terhadap Perkembangan Usaha ( Studi pada Industri Kecil Bidang Agro dan Hasil Hutan di Kabupaten Garut ) Husni Muharam *Abstrak. Wacana Ekonomi*, 18(2), 009–021.