

## Analisis SWOT : Strategi Penjualan Produk Kerajinan Tangan Narapidana Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Sibolga

Karimah Aini<sup>1\*</sup>, Arisman<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Politeknik Ilmu Pemasyarakatan

\*ainikarimahn@gmail.com

### Abstract

*The absence of visiting services during the Covid-19 pandemic at the Class IIA Sibolga Penitentiary has an impact, one of which is that there is no income from the handicraft work program. This is due to because the sale of handicraft products so far only rely on the time the service visit lasts. This study aims to identify supporting and inhibiting factors or internal and external factors to determine alternative strategies that can be applied in the sale of handicraft products of prisoners in the Class IIA Sibolga Penitentiary. The research method used is descriptive qualitative with the analysis technique used is the SWOT analysis through internal factor analysis (IFAS) and external factor analysis (EFAS). Data collection was carried out by observation and unstructured interviews. The results showed that the analysis of internal factors in the IFAS matrix has a total strengths and weaknesses of 2.95 while the total value of opportunities and threats in the analysis of external factors in the EFAS matrix is 3.53. The quadrant position of the alternative strategy is determined by the x-axis and y-axis obtained from the sum of the IFAS and EFAS matrices. In this study, the coordinates of the X axis = 0.75 and the Y axis = 0.67 which are in quadrant I which means an aggressive strategy. Aggressive strategy seeks to maximize the strength factor and take advantage of the opportunity factor. By taking advantage of the strengths and using the available opportunities, the Sibolga Class IIA Penitentiary will succeed in resolving the problems currently being felt related to the sale of handicraft products of prisoners.*

**Keywords:** crafts, products, SWOT analysis, prison

### Abstrak

Tidak adanya layanan kunjungan selama masa pandemi Covid-19 di Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Sibolga berdampak salah satunya tidak ada pemasukan dari program kerja kerajinan tangan. Hal ini disebabkan karena penjualan produk kerajinan tangan selama ini hanya mengandalkan waktu layanan kunjungan berlangsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat atau faktor internal dan faktor eksternal untuk menentukan strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam penjualan produk kerajinan tangan narapidana Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Sibolga. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT melalui analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara yang sifatnya tidak terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis faktor internal pada matriks IFAS memiliki total kekuatan dan kelemahan sebesar 2,95 adapun total nilai peluang dan ancaman pada analisis faktor eksternal pada matriks EFAS sebesar 3,53. Posisi kuadran strategi alternatif ditentukan sumbu x dan sumbu y yang diperoleh dari penjumlahan pada matrik IFAS dan EFAS. Pada penelitian ini diperoleh koordinat sumbu X = 0,75 dan sumbu Y = 0,67 yang berada pada kuadran I yang memiliki arti sebagai strategi agresif. Strategi agresif berupaya kepada untuk memaksimalkan faktor kekuatan dan memanfaatkan faktor peluang. Dengan memanfaatkan kekuatan dan menggunakan peluang yang ada, Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Sibolga akan berhasil menyelesaikan permasalahan yang saat ini dirasakan terkait penjualan produk kerajinan tangan narapidana.

**Kata kunci:** kerajinan tangan, produk, analisis SWOT, lembaga pemasyarakatan

### 1. Pendahuluan

Undang-Undang Nomor 12 tahun 1995 tentang Pemasyarakatan pada pasal 1 poin (3) menjelaskan bahwa Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) merupakan wadah untuk melaksanakan pembinaan narapidana dan anak didik pemasyarakatan. Penjatuan penghukuman penjara bagi narapidana tidak hanya semata-mata untuk memberikan hukuman, namun merupakan rangkaian penegakan hukum supaya para narapidana menyadari kesalahannya, memperbaiki

diri, tidak mengulangi perbuatannya dan dapat diterima kembali oleh lingkungan masyarakat (Wardhani et al., 2016). Dengan tujuan penghukuman tersebut Lapas diartikan sebagai tempat membina serta mendidik narapidana supaya kembali menjadi manusia seutuhnya.

Pembinaan narapidana dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas hidup para narapidana supaya menjadi manusia seutuhnya, bertaqwa, dan bertanggungjawab pada diri sendiri, keluarga, dan masyarakat. Pembinaan tersebut dapat berupa pembinaan kemandirian dan kepribadian sebagaimana yang telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1995 tentang Pemasyarakatan. Secara umum pembinaan harus ditingkatkan melalui pendekatan pembinaan kemandirian dan ketrampilan sebagai pemulihan harga diri narapidana sebagai warga negara yang masih meyakini bahwa dirinya masih memiliki produktivitas yang berguna bagi pembangunan bangsa. Dengan demikian para narapidana dibina untuk menguasai ketrampilan tertentu supaya mereka dapat hidup mandiri dan berguna ketika selesai menjalani masa penghukuman. (Equatora, 2018).

Lembaga Pemasyarakatan Kelas IIA Sibolga memberikan pelatihan kemandirian kepada narapidana yaitu program kerajinan tangan yang nantinya akan menghasilkan suatu produk dan memiliki nilai jual. Program kerajinan tangan merupakan salah satu program pendidikan ketrampilan dan bimbingan kerja dimana narapidana dikembangkan potensi, bakat dan minat yang dimilikinya (Ningtyas et al., 2013). Pembinaan ini diharapkan dapat mendukung narapidana untuk memiliki usaha mandiri ketika sudah berada di luar Lapas. Produk tersebut kemudian akan dijual sehingga dapat meningkatkan pemasukan kepada Lapas dan gaji untuk para narapidana yang mengikuti program kerajinan tangan. Sebelum pandemi Covid-19, penjualan produk kerajinan tangan dilakukan dengan cara memperlihatkan produk kerajinan tangan narapidana kepada keluarga narapidana disaat jam kunjungan berlangsung. Cara ini biasanya akan menarik minat para keluarga narapidana yang sedang berkunjung untuk membeli satu atau dua buah produk kerajinan tangan hasil kreativitas para narapidana. Namun sejak maret 2020 Direktorat Jenderal Pemasyarakatan Kementerian Hukum dan HAM meniadakan kunjungan bagi Lapas, Rutan, LPKA yang berada di zona merah. Keputusan tersebut menimbang bahwasanya penjara menjadi tempat yang berisiko untuk penularan Covid-19 disebabkan kondisi penjara yang tidak layak huni, minimnya fasilitas dan penyuluhan kesehatan, serta kondisi Lapas yang mengalami *overcrowding* sehingga tidak memungkinkan untuk menerapkan kebijakan *social distancing* (Kurnianingrum, 2020).

Dengan adanya keputusan meniadakan kunjungan untuk sementara waktu, Lapas Kelas IIA Sibolga yang termasuk kedalam zona kuning tetap mengikuti instruksi untuk meniadakan kunjungan hingga situasi kondusif dan memungkinkan untuk membuka layanan kunjungan kembali. Hal tersebut diupayakan sebagai salah satu bentuk mitigasi risiko bencana yang disebabkan adanya peniadaan layanan kunjungan dimana para narapidana tetap memperoleh barang yang diberikan keluarga berupa makanan dan pakaian ditengah-tengah pandemi. Adapun mitigasi risiko bencana dalam Lapas adalah proses penerapan serangkaian tindakan di penjara dengan tujuan untuk mengurangi risiko para narapidana atau tahanan melakukan tindakan kekerasan, menghasut dan mengganggu penghuni lain saat berada di penjara (Wibowo, 2020). Dampak dari peniadaan kunjungan ini salah satunya menghambat pendapatan penjualan dari produk kerajinan tangan para narapidana. Hal ini disebabkan karena Lapas Kelas IIA Sibolga belum memiliki manajemen pemasaran yang efektif terhadap produk kerajinan tangan narapidana yang sebelumnya hanya mengandalkan waktu kunjungan berlangsung. Namun sejak pandemi Covid-19 layanan kunjungan diberhentikan sementara waktu membuat

tidak ada produk kerajinan tangan narapidana yang terjual menyebabkan tidak ada pemasukan anggaran dari program kerja kerajinan tangan.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi penjualan produk kerajinan tangan narapidana Lapas Kelas IIA Sibolga guna mendukung kampanye *one day one product prison* sebagai dukungan kepada narapidana untuk tetap produktif walaupun dengan kondisi yang terbatas. Dengan melakukan analisis SWOT dapat mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat yang bisa dimanfaatkan untuk memaksimalkan kekuatan dan meminimalisir ancaman dalam perumusan strategi penjualan produk kerajinan tangan narapidana. Adapun hasil akhir dari penelitian ini merupakan rekomendasi strategi yang dapat diterapkan untuk peningkatan penjualan produk kerajinan tangan narapidana Lapas Kelas IIA Sibolga.

## 2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan secara lengkap dan menyeluruh kemudian data tersebut dikelompokkan menjadi data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif akan diuraikan dalam bentuk kalimat sedangkan data kuantitatif akan ditabulasikan kedalam tabel (Siyoto & Sodik, 2015). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan wawancara yang tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur sifatnya bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sistematis untuk mengumpulkan data (Rustika, 2020).

Adapun informan yang terpilih untuk memperoleh data primer adalah sebagai berikut :

- a. Kepala Sub Seksi Pengolahan Hasil Kerja yang saat ini dipimpin oleh Ibu Elfrida Panggabean. Informasi yang ingin diperoleh adalah informasi mengenai keberlanjutan program kerajinan tangan narapidana selama masa pandemi Covid-19, faktor-faktor apa saja yang menghambat dan mendukung, serta strategi yang dimiliki Lapas untuk tetap menjalankan program tersebut.
- b. Staff Pengolahan Hasil Kerja Lapas Kelas IIA Sibolga. Informasi yang ingin diperoleh adalah informasi mengenai teknis pengadaan bahan baku yang akan digunakan serta monitoring mengenai kualitas produk kerajinan tangan.
- c. Narapidana yang mengikuti pembinaan kemandirian pada program kerja kerajinan tangan. Informasi yang ingin diperoleh adalah mengenai faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam menghasilkan produk kerajinan tangan, dan regenerasi pembinaan kepada narapidana yang baru.

Adapun data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan melalui kajian pustaka yang sesuai dengan topik penelitian. Data yang telah terkumpul baik primer maupun sekunder kemudian diolah dengan menggunakan teknik analisis SWOT yang berbentuk matriks. Analisis SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dengan kelemahan (*weaknesses*) yang kemudian berdasarkan analisis tersebut dibangun matriks SWOT yang berisikan analisis-*analisis* faktor strategis (Rangkuti, 2006). Analisis SWOT merupakan gambaran terhadap faktor internal pada suatu organisasi yaitu kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), dan faktor eksternal yaitu peluang (*opportunity*), dan ancaman (*treaths*) yang kemudian disusun kedalam bentuk matriks untuk membuat suatu perumusan strategi pemasaran (Kotler et al., 2010).

Analisis data pada analisis SWOT menggunakan teknik analisis matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan analisis matriks EFAS (*External Factor Analysis Summary*) yang kemudian diintegrasikan kedalam matriks SWOT. Matriks IFAS dan EFAS adalah matriks penentuan penilaian dari faktor internal dan faktor eksternal. Matriks tersebut berupa tabel yang disusun dengan langkah-langkah pembobotan masing-masing faktor dan penilaian rating yang kemudian dijumlahkan antara hasil perkalian dari pembobotan dan penilaian rating (Muhammad, 2018). Penilaian tersebut memiliki bobot nilai masing-masing faktor yang berbeda berdasarkan tingkat kepentingannya. Nilai akhir atau skor dari masing-masing faktor akan menentukan arah pengembangan strategi alternatif yang akan digunakan. Arah tersebut akan mengarah pada kuadran yang akan menentukan strategi yang tepat dari empat alternatif strategi yang dihasilkan.

Arah kuadran I menandakan sebuah usaha yang kuat dan memiliki peluang yang bersifat agresif. Kuadran II menandakan sebuah usaha yang kuat namun juga sedang menghadapi tantangan yang besar yang disebut juga sebagai strategi diversifikasi. Kuadran III menandakan sebuah organisasi yang lemah namun sangat memiliki peluang untuk bangkit sehingga disebut sebagai strategi *turn around*. Sedangkan kuadran IV menandakan suatu kondisi dimana organisasi tersebut sangat lemah dan sedang menghadapi tantangan yang besar sehingga organisasi harus bertahan dan mulai berbenah diri. Dari penelitian ini adapun arah strategi yang dihasilkan berada pada kuadran I yang artinya strategi yang dimiliki menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena sifatnya memiliki kekuatan dan peluang yang mendukung. Kuadran I menunjukkan bahwa suatu organisasi sangat mungkin untuk melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih keuntungan yang maksimal.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Analisis faktor internal dan eksternal diperlukan untuk mengidentifikasi faktor dari dalam (internal) yang sifatnya kekuatan dan kelemahan serta faktor dari luar (eksternal) organisasi yang sifatnya peluang dan ancaman. Dalam menentukan faktor internal dan eksternal penelitian ini berpedoman pada hasil wawancara dengan informan penelitian ini yakni Kepala Sub Seksi Pengolahan Hasil Kerja, Staff Pengolahan Hasil Kerja, dan Narapidana yang mengikuti program kerja kerajinan tangan di Lapas Kelas IIA Sibolga.

Dari hasil wawancara tersebut maka diperoleh faktor internal sebagai faktor pendukung dan faktor eksternal sebagai faktor penghambat penjualan produk kerajinan tangan narapidana yang selanjutnya disebut sebagai Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP) di Lapas Kelas IIA Sibolga antara lain :

- a. Kekuatan (*Strength*)
  1. Memiliki jumlah tenaga kerja yang memadai
  2. WBP memiliki kemampuan berkreasi
  3. WBP berpengalaman dalam bidang kerajinan tangan
  4. Waktu bekerja lebih banyak
  5. Harga produk lebih murah dibanding harga pasar
- b. Kelemahan (*Weaknesses*)
  1. Fasilitas kurang memadai
  2. Tidak ada pembinaan dari petugas
  3. Kurangnya informasi pemasaran
  4. Keterbatasan modal

5. Keterbatasan kreasi WBP
- c. Peluang (*Opportunity*)
  1. Keluarga WBP yang berkunjung cenderung konsumtif
  2. Petugas yang telah memiliki salah satu karya dan berniat untuk mempromosikannya
  3. Petugas menggunakan jasa WBP untuk kebutuhan furniture
  4. Kemajuan teknologi era revolusi industri 4.0
- d. Kelemahan (*Weaknesses*)
  1. Tingginya biaya perawatan
  2. Ditutupnya layanan kunjungan di masa pandemi Covid-19
  3. Stigma masyarakat yang masih buruk terhadap hasil karya WBP
  4. Hilangnya tenaga kerja yang handal karena telah habis masa pidana
  5. Peraturan yang berubah terkait pembinaan kemandirian

Berdasarkan hasil identifikasi faktor-faktor internal pada pembahasan sebelumnya maka Pembobotan dan pemberian rating yang telah diolah dan dianalisis peneliti terhadap penjualan produk kerajinan tangan Lapas Kelas IIA Sibolga adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis Faktor Internal (IFAS)

| <b>Faktor Internal</b>       |                                                 |             |        |                       |
|------------------------------|-------------------------------------------------|-------------|--------|-----------------------|
| No.                          | Kekuatan                                        | Bobot       | Rating | Skor (Bobot x Rating) |
| 1.                           | Memiliki jumlah tenaga kerja yang memadai       | 0.12        | 4.00   | 0.48                  |
| 2.                           | WBP memiliki kemampuan berkreasi                | 0.10        | 3.94   | 0.41                  |
| 3.                           | WBP berpengalaman dalam bidang kerajinan tangan | 0.10        | 3.47   | 0.34                  |
| 4.                           | Waktu bekerja lebih banyak                      | 0.10        | 3.53   | 0.36                  |
| 5.                           | Harga produk lebih murah dibanding harga pasar  | 0.10        | 2.47   | 0.26                  |
| <b>Jumlah</b>                |                                                 | <b>0.53</b> |        | <b>1.85</b>           |
| No.                          | Kelemahan                                       | Bobot       | Rating | Skor (Bobot x Rating) |
| 1.                           | Fasilitas kurang memadai                        | 0.09        | 2.65   | 0.25                  |
| 2.                           | Tidak ada pembinaan dari petugas                | 0.09        | 2.41   | 0.23                  |
| 3.                           | Kurangnya informasi pemasaran                   | 0.09        | 2.18   | 0.20                  |
| 4.                           | Keterbatasan modal                              | 0.08        | 2.00   | 0.17                  |
| 5.                           | Keterbatasan kreasi WBP                         | 0.10        | 2.41   | 0.25                  |
| <b>Jumlah</b>                |                                                 | <b>0.47</b> |        | <b>1.10</b>           |
| <b>Total Faktor Internal</b> |                                                 | <b>1.00</b> |        | <b>2.95</b>           |

Berdasarkan hasil perhitungan yang dibuat pada tabel 1 di atas diperoleh nilai total IFAS untuk peningkatan penjualan hasil karya kerajinan tangan WBP dari skor kekuatan sebesar 1,85 dan skor kelemahan 1,10. Oleh karena itu dengan memperhatikan kekuatan dan kelemahan yang ada maka pemasaran hasil kerajinan tangan WBP dapat dikembangkan karena faktor kekuatan lebih dominan daripada faktor kelemahan.

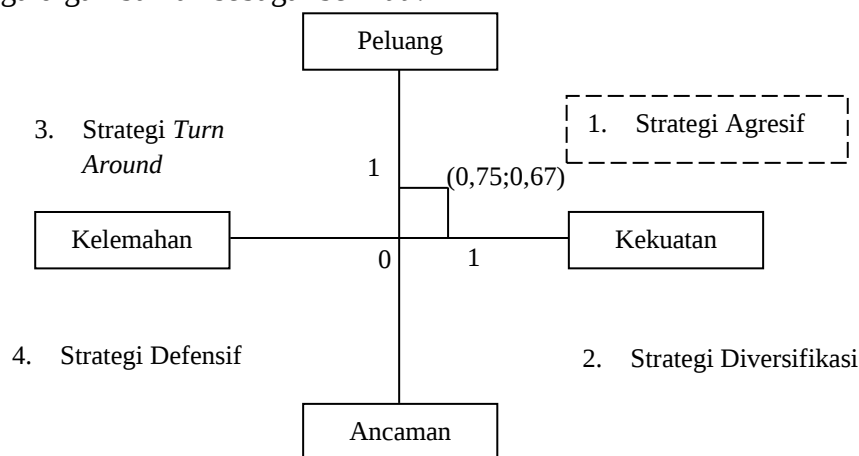
Tabel 2. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

| <b>Faktor Eksternal</b> |                                                        |             |        |                       |
|-------------------------|--------------------------------------------------------|-------------|--------|-----------------------|
| No.                     | Peluang                                                | Bobot       | Rating | Skor (Bobot x Rating) |
| 1.                      | Keluarga WBP yang berkunjung cenderung konsumtif       | 0.11        | 3.18   | 0.36                  |
| 2.                      | Petugas yang telah berniat untuk mempromosikannya      | 0.14        | 3.82   | 0.54                  |
| 3.                      | Petugas menggunakan jasa WBP untuk kebutuhan furniture | 0.14        | 3.82   | 0.54                  |
| 4.                      | Kemajuan teknologi era revolusi industri 4.0           | 0.17        | 3.88   | 0.66                  |
| <b>Jumlah</b>           |                                                        | <b>0.57</b> |        | <b>2.10</b>           |
| No.                     | Ancaman                                                | Bobot       | Rating | Skor (Bobot x Rating) |

|                               |                                                       |             |      |             |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------|------|-------------|
| 1.                            | Ditutupnya layanan kunjungan di masa pandemi Covid-19 | 0.17        | 3.88 | 0.66        |
| 2.                            | Stigma masyarakat yang masih buruk                    | 0.08        | 3.06 | 0.26        |
| 3.                            | Hilangnya tenaga kerja yang handal karena telah bebas | 0.11        | 3.18 | 0.36        |
| 4.                            | Peraturan yang berubah terkait pembinaan kemandirian  | 0.05        | 2.65 | 0.15        |
| <b>Jumlah</b>                 |                                                       | <b>0.43</b> |      | <b>1.43</b> |
| <b>Total Faktor Eksternal</b> |                                                       | <b>1.00</b> |      | <b>3.53</b> |

Berdasarkan hasil perhitungan yang dibuat pada tabel 1 di atas diperoleh nilai total EFAS untuk peningkatan penjualan hasil karya kerajinan tangan WBP dari skor peluang sebesar 2,10 dan skor ancaman 1,43. Oleh karena itu dengan memperhatikan peluang dan ancaman yang ada maka pemasaran hasil kerajinan tangan WBP dapat dikembangkan karena faktor peluang lebih dominan daripada faktor ancaman.

Hasil penilaian IFAS (*Internal Faktor Analisis System*) dan EFAS (*Eksternal Faktor Analisis System*) yang dilakukan pada strategi pengembangan penjualan hasil kerajinan tangan WBP Lapas Kelas IIA Sibolga, maka dapat dihasilkan nilai total rata-rata IFAS sebesar 2,95 dengan rincian dari skor kekuatan sebesar 1,85 dan skor kelemahan 1,10. dan total rata-rata EFAS 3,53 dengan rincian skor peluang sebesar 2,10 dan skor ancaman 1,43. Untuk mengetahui arah pengembangan penjualan produk kerajinan tangan WBP Lapas kelas IIA Sibolga maka dilakukan pengurangan masing-masing faktor dari internal dan eksternal. Hasil pengurangan tersebut digunakan sebagai garis koordinat pada diagram dimana hasil pengurangan faktor internal digunakan untuk sumbu (X) dan hasil pengurangan faktor eksternal pada sumbu (Y). Dengan demikian diperoleh sumbu  $X = 1,85 - 1,10 = 0,75$  dan sumbu  $Y = 2,10 - 1,43 = 0,67$ . Sehingga letak kuadran dalam strategi penjualan produk kerajinan tangan warga binaan Lapas Kelas IIA Sibolga digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1. Diagram SWOT

Hasil analisis data pada diagram SWOT diperoleh koordinat 0,75;0,67 yang berada pada kuadran 1 yaitu strategi agresif. Strategi ini menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan karena sifatnya memiliki kekuatan dan peluang yang sifatnya menyatu dan saling mendukung, yaitu dengan cara menggunakan faktor semua kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada (Luntungan & Tawas, 2019). Untuk mengetahui strategi yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan Lapas Kelas IIA Sibolga perlu adanya pembuatan matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor sebagai alternatif strategis yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan internal yang dihadapi

sehingga dapat disesuaikan dengan peluang dan ancaman yang dimiliki untuk menyusun strategi yang efisien dan efektif dalam peningkatan penjualan produk kerajinan tangan WBP Lapas Kelas IIA Sibolga.

Peneliti terdahulu yang memperoleh hasil kuadran 1 sebagai rekomendasi strategi alternatif adalah Luntungan & Tawas (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis SWOT”. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa usaha rumah makan Bambuden Boulevard Manado dapat menggunakan kekuatan perusahaan serta memanfaatkan peluang dan kesempatan yang ada. Sehingga strategi agresif yang dilakukan Bambuden Boulevard Manado adalah dengan meningkatkan pengembangan produk, pengembangan pasar, integrasi mundur, penetrasi pasar, integrasi ke depan, dan diversifikasi konsentris.

Berikut adalah matriks SWOT yang dianalisis berdasarkan faktor internal dan eksternal sehingga dapat memberikan rekomendasi strategi alternatif.

Tabel 3. Analisis Faktor Eksternal (EFAS)

| Internal                                                             | Internal                                                                           |                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                      | <b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>                                                  | <b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>                                                                            |
| <b>Eksternal</b>                                                     | 1. Memiliki jumlah tenaga kerja yang memadai                                       | 1. Fasilitas kurang memadai                                                                                     |
|                                                                      | 2. WBP memiliki kemampuan berkreasi                                                | 2. Tidak ada pembinaan dari petugas                                                                             |
|                                                                      | 3. WBP berpengalaman dalam bidang kerajinan tangan                                 | 3. Kurangnya informasi pemasaran                                                                                |
|                                                                      | 4. Waktu bekerja lebih banyak                                                      | 4. Keterbatasan modal                                                                                           |
|                                                                      | 5. Harga produk lebih murah dibanding harga pasar                                  | 5. Keterbatasan kreasi WBP                                                                                      |
| Eksternal                                                            | <b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>                                              | <b>Strategi (S+O)</b>                                                                                           |
|                                                                      | <b>Strategi (W+O)</b>                                                              |                                                                                                                 |
| 1. Keluarga WBP yang berkunjungan cenderung konsumtif                | 1. Keluarga WBP yang berkunjungan cenderung konsumtif                              | 1. Mencari informasi mengenai stakeholder yang mampu membantu pemasaran                                         |
|                                                                      | 2. Petugas yang telah memiliki salah satu karya dan berniat untuk mempromosikannya | 2. Mengikutsertakan petugas dalam pelatihan kerajinan tangan                                                    |
|                                                                      | 3. Petugas menggunakan jasa WBP untuk kebutuhan furnitur                           | 3. Mengoptimalkan bahan baku yang ada                                                                           |
|                                                                      | 4. Kemajuan teknologi era revolusi industri 4.0                                    | 4. Memaksimalkan penggunaan teknologi untuk menciptakan kreativitas WBP                                         |
| Ancaman( <i>Threats</i> )                                            | <b>Strategi (S+T)</b>                                                              | <b>Strategi (W+T)</b>                                                                                           |
|                                                                      |                                                                                    |                                                                                                                 |
| 1. Ditutupnya layanan kunjungan di masa pandemi Covid-19             | 1. Membuat barang dengan sistem PO untuk menghindari adanya penumpukan produk      | 1. Meningkatkan ketrampilan dari WBP yang berdaya saing                                                         |
| 2. Stigma masyarakat yang masih buruk terhadap hasil karya WBP       | 2. Melatih WBP baru sehingga ilmu yang diturunkan dapat berkembang                 | 2. Mengupayakan akses bantuan dari pemerintah                                                                   |
| 3. Hilangnya tenaga kerja yang handal karena telah habis masa pidana | 3. Selama Covid-19 penjualan dilakukan melalui website                             | 3. Memaksimalkan keterbatasan modal dan tenaga kerja, sehingga kualitas lebih diutamakan dibandingkan kuantitas |
| 4. Peraturan yang berubah terkait pembinaan kemandirian              | 4. Mengenalkan produk kepada masyarakat melalui pendekatan sosial                  | 4. Meningkatkan kemitraan pembinaan dari luar                                                                   |

Posisi kuadran yang berada pada kuadran satu memperjelas bahwa strategi alternatif yang tepat untuk penjualan produk kerajinan tangan narapidana Lapas Kelas IIA Sibolga. Kuadran I menunjukkan bahwa strategi yang dapat diterapkan adalah strategi agresif yang melibatkan faktor kekuatan (*strength*) dan faktor peluang (*opportunity*). Berdasarkan analisis matriks SWOT Adapun strategi agresif yang dapat direkomendasikan untuk diterapkan adalah sebagai berikut.

1. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk penyampaian informasi produk dengan konsumen. Di era digital saat ini hampir semua lapisan masyarakat menggunakan yang namanya media sosial. Sehingga di masa pandemi Covid-19 dimana setiap orang lebih memiliki kesempatan untuk mengakses media social ini dapat dimanfaatkan oleh petugas/organisasi untuk mempromosikan hasil karya WBP melalui *website*, Instagram dan platform lainnya.
2. Memanfaatkan peran petugas dalam mempromosikan produk kepada masyarakat. Petugas Lapas Kelas IIA Sibolga merupakan individu yang aktif dalam menggunakan media sosial. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan mengarahkan petugas dalam mempromosikan hasil karya WBP.
3. Menciptakan produk yang berkualitas dengan harga yang wajar. Harga yang wajar yang dimaksud adalah harga yang masih bisa bersaing dengan harga yang paling murah sekalipun dipasaran. Sehingga dapat menarik masyarakat untuk membeli produk dari Lapas Kelas IIA Sibolga
4. Mengoptimalkan WBP dalam menciptakan hasil kerajinan tangan. WBP merupakan individu yang sehariannya sebagian besar memiliki waktu luang. Untuk WBP yang berkeja pada Sub Seksi Bimbingan Kerja dapat dioptimalkan untuk kesehariannya menghasilkan kerajinan tangan dan memiliki target yang terukur dalam bekerja.

Dari ke-empat strategi rekomendasi diatas apabila diurutkan berdasarkan skala prioritas maka urutan prioritasnya sebagai berikut : 2-1-3-4.

Pemasaran yang sebelumnya dilakukan oleh Lapas Kelas IIA Sibolga masih terpaku pada ketersediaan konsumen sehingga diperlukan strategi baru untuk mencapai target dari penjualan hasil karya para warga binaan. Dengan situasi pandemi Covid-19 *social media marketing* dapat dimanfaatkan sebagai strategi penjualan produk kerajinan tangan warga binaan. *Social media marketing* adalah strategi penjualan dengan memanfaatkan media sosial dengan membuat konten-konten kreatif agar para konsumen melihat dan tertarik untuk membeli suatu produk (Risaldo, 2021). Lapas Kelas IIA Sibolga sebagai produsen harus mampu menentukan kebutuhan, keinginan dan selera target pasar untuk memenuhi kepuasan konsumen sehingga perlu memperhatikan konten dan promosi yang akan dilakukan menggunakan media sosial. Petugas Lapas Kelas IIA Sibolga bisa dengan memanfaatkan media sosial masing-masing untuk melakukan promosi ataupun media sosial Kemenkumham untuk membantu promosi produksi kerajinan tangan para warga binaan. Petugas yang memiliki pengikut dengan jumlah yang banyak di akun media sosial sangat tepat untuk melakukan promosi karena setidaknya dapat mempengaruhi *followers*-nya walaupun tidak banyak (Udayani, 2021).

Kualitas produk kerajinan tangan yang dihasilkan juga harus memiliki kualitas terbaik yang tidak mengecewakan konsumen. Kualitas yang dimaksud adalah produk yang memiliki desain sederhana namun mempunyai nilai yang tinggi (Sulistiyani et al., 2020). Warga binaan harus dilatih supaya bisa menciptakan produk dengan kualitas yang terbaik. Dengan demikian produksi kerajinan tangan karya warga binaan dapat memasuki pasar penjualan karya kerajinan

tangan. Narapidana yang memiliki *skill* yang memumpuni dapat difokuskan selama menjalani pembinaan untuk mengikuti pembinaan kemandirian kerajinan tangan.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT dapat disimpulkan bahwa penjualan produk kerajinan tangan Lapas Kelas IIA Sibolga dapat menerapkan strategi alternatif yang bersifat agresif. Kombinasi faktor kekuatan dan faktor peluang akan menghasilkan kesuksesan yang lebih besar daripada tanpa menerapkan strategi apapun seperti yang dilakukan saat ini. Dengan memanfaatkan kekuatan dan menggunakan peluang yang ada Lapas Kelas IIA Sibolga akan berhasil menyelesaikan permasalahan yang saat ini dirasakan terkait penjualan produk kerajinan tangan narapidana. Adapun strategi agresif yang dapat diterapkan adalah sebagai berikut :

1. Memanfaatkan peran petugas dalam mempromosikan produk kepada masyarakat
2. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk penyampaian informasi produk dengan konsumen
3. Menciptakan produk yang berkualitas dengan harga yang wajar
4. Mengoptimalkan WBP dalam menciptakan hasil kerajinan tangan

#### 5. Saran

Hasil penelitian ini hanya dapat diterapkan untuk Lapas Kelas IIA Sibolga mengingat kondisi setiap Lembaga Pemasyarakatan pastinya akan memiliki perbedaan dalam faktor internal dan eksternal. Namun penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam penyusunan analisis SWOT yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya. Selain itu diperlukan adanya penerapan aktualisasi dalam masa Covid-19 dalam penjualan produk kerajinan tangan seluruh Lembaga Pemasyarakatan untuk tetap mendukung produktifitas warga binaan menjadi manusia yang lebih mandiri dan berkualitas.

#### 6. Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Dosen Mata Kuliah Analisis Sumber Daya Lingkungan yang telah membimbing dan mengarahkan dalam penelitian ini hingga dapat dituangkan kedalam tulisan artikel ilmiah. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada para informan yang telah membantu memberikan informasi kepada peneliti sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan lancar tanpa hambatan yang berarti. Atas dukungan dari pihak Lapas Kelas IIA Sibolga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik.

#### Daftar Pustaka

- Equatora, M. A. (2018). Efektivitas Pembinaan Kemandirian Narapidana di Lembaga Pemasyarakatan Wirogunan Yogyakarta. *EMPATI: Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial*, 7(1), 19–26. <https://doi.org/10.15408/empati.v7i1.9648>
- Kotler, P., Berger, R., & Bickhoff, N. (2010). Strategic Frames of Reference: The Key Tools of Strategy Determination, their Principles, and How they Interact. In *The Quintessence of Strategic Management*. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-14544-5\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-14544-5_2)
- Kurnianingrum, T. P. (2020). Kontroversi Pembebasan Narapidana di Tengah Pandemi Covid-19. *Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis*, XII(8), 1–6. <https://berkas.dpr.go.id/>

- Luntungan, W. G. A., & Tawas, H. N. (2019). *STRATEGI PEMASARAN BAMBUDEN BOULEVARD MANADO : ANALISIS SWOT BAMBUDEN BOULEVARD MANADO MARKETING STRATEGY : SWOT ANALYSIS*. 7(4), 5495–5504.
- Muhammad, M. (2018). Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usahatani Buah Naga Merah (*Hylocereus costaricensis*) Kecamatan Wasile Timur Kabupaten Halmahera Timur. *Agrikan: Jurnal Agribisnis Perikanan*, 11(1), 28. <https://doi.org/10.29239/j.agrikan.11.1.28-37>
- Ningtyas, E. S., Gani, A. Y. A., & Sukanto. (2013). *Pelaksanaan Program Pembinaan Narapidana Pada Lembaga Pemasyarakatan Dalam Rangka Pengembangan Sumber Daya Manusia*. 1(2), 181–187.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis. *PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta*.
- Risaldo, A. (2021). Impelementasi Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Nilai Jual Hasil Produksi Warga Binaan Pemasyarakatan. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 83–94. <https://doi.org/10.46918/point.v3i1.911>
- Rustika, R. (2020). Strategi Pengembangan Obyek Wisata Goa Tengkorak Batu Kajang sebagai Atraksi Pariwisata. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(1), 63–72. <https://doi.org/10.32487/jshp.v4i1.785>
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). Dasar Metodologi Penelitian. In *Literasi Media Publishing*.
- Sulistiyan, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4029>
- Udayani, N. M. S. (2021). *Edukasi pemanfaatan internet untuk wirausaha online di lembaga pemasyarakatan sebagai strategi penyaluran keterampilan narapidana di tengah pandemi covid-19*. 2(12), 1–8.
- Wardhani, N. S., Hartati, S., & Rahmasari, H. (2016). Sistem Pembinaan Luar Lembaga Bagi Narapidana Yang Merata Dan Berkeadilan Berperspektif Pada Tujuan Pemasyarakatan. *Jurnal Hukum & Pembangunan*, 45(1), 1. <https://doi.org/10.21143/jhp.vol45.no1.7>
- Wibowo, P. (2020). Pentingnya Mitigasi Risiko Dampak Kepenuhsesakan Pada Lapas dan Rutan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Kebijakan Hukum*, 14(1), 125–140.