

ANALISIS KINERJA PEMASARAN PRODUK HASIL PROGRAM PEMBINAAN KEMANDIRIAN PADA LAPAS PEREMPUAN KELAS IIA BANDUNG

Lauditta Indahdewi
Politeknik Ilmu Pemasarakatan

Sri Sulistijaningsih
Politeknik Ilmu Pemasarakatan

Journal of Correctional Issues
2020, Vol.2 (2), 93-101
Politeknik Ilmu
Pemasarakatan

Review
14 Oktober 2019

Accepted
10 November 2019

Abstract

The program of skill development and job training and production are one of the developing self-reliance that is carried out at the Lembaga Pemasarakatan. This activity not only aims to develop the potential, talents and interest that the prisoners have, it also becomes a source of income for the prisoner during their criminal period. Prisoners who carry out this program are entitled to get *premi* as wages from the sale of the product. Therefore the higher the sales value, the more income will be obtained. In increasing sales, it is also necessary to do the right marketing strategy in order to increase consumer interest in providing products. Marketing performance is determined by environmental factors, product innovation, and marketing strategy creativity. This research focuses on looking at the implementation of skills development, analysis of environmental factors and the level of marketing performance in the Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung. Data analysis techniques were carried out by descriptive method with a qualitative approach. The conclusion of this study is that there are still many constraints on environmental factors in Lapas Perempuan Class IIA Bandung that making other factors, namely product innovation, marketing strategy creativity and marketing performance hampered.

Keywords: developing self-reliance, environmental factors, product innovation, marketing strategy creativity, marketing performance

Abstrak

Program keterampilan kerja dan latihan kerja dan produksi merupakan salah satu pembinaan kemandirian yang dilakukan pada Lembaga Pemasarakatan. Kegiatan ini selain bertujuan untuk mengembangkan potensi, bakat dan minat yang dimiliki Narapidana, juga menjadi sumber penghasilan Narapidana selama menjalani masa pidananya. Narapidana yang melakukan program ini berhak mendapatkan premi sebagai upah tenaga kerja dari hasil penjualan produk. Oleh karena itu semakin tinggi nilai penjualan maka semakin banyak pula pendapatan yang diperoleh. Dalam meningkatkan penjualan, maka perlu dilakukan juga strategi pemasaran yang tepat agar meningkatkan ketertarikan konsumen dalam membeli produk. Kinerja pemasaran ditentukan oleh faktor lingkungan, inovasi produk, dan kreativitas strategi pemasaran. Penelitian ini berfokus dengan melihat pelaksanaan pembinaan keterampilan, analisis faktor lingkungan dan tingkat kinerja pemasaran pada Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung. Teknik analisis data yang dilakukan dengan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa masih banyaknya kendala pada faktor lingkungan di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung yang membuat faktor lain yaitu inovasi produk, kreativitas strategi pemasaran dan kinerja pemasaran menjadi terhambat.

Kata kunci: *pembinaan kemandirian, faktor lingkungan, inovasi produk, kreativitas strategi pemasaran, kinerja pemasaran*

Pendahuluan

Permasalahan sosial yang bertentangan dengan hukum masih banyak terjadi di Indonesia. Seluruh tindakan atau perbuatan melanggar hukum dan norma yang berlaku akan diberikan sanksi sesuai dengan hukum yang berlaku. Penanggulangan tingginya kejahatan yang ada di Indonesia telah ditanggulangi oleh pemerintah melalui aparat penegak hukum baik secara preventif maupun represif.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk menekan angka kejahatan adalah dengan memberikan pembinaan bagi para pelaku pelanggaran hukum. Tertera pada UU No. 12 Tahun 1995 tentang Pemasarakatan Pasal 2 yang menyebut "Sistem pemasarakatan diselenggarakan dalam rangka membentuk warga binaan agar menjadi manusia seutuhnya, menyadari kesalahan, memperbaiki diri dan tidak mengulangi tindak pidana sehingga dapat diterima kembali oleh lingkungan masyarakat, dapat aktif berperan dalam pembangunan dan dapat hidup secara wajar sebagai warga negara yang baik dan bertanggungjawab."

Mengacu pada undang-undang tersebut, menjadikan pemasarakatan sebagai titik tumpu dalam upaya memperbaiki perilaku narapidana yang nantinya akan kembali ditengah-tengah masyarakat salah satunya melalui program pembinaan.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kehamikan RI No. M.02-PK,04.10 Tahun 1990 tentang Pola Pembinaan Narapidana/Tahanan, pembinaan dibagi ke dalam dua bidang yakni pembinaan kepribadian dan pembinaan kemandirian. Keduanya harus dilaksanakan dengan seimbang sehingga mampu menunjang narapidana dalam menjalani

kehidupannya setelah selesai menjalani masa pidana.

Peraturan Pemerintah RI No. 31 Tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Pemasarakatan Pasal 3 menyebutkan bahwa pembinaan kepribadian dan kemandirian salah satunya adalah keterampilan kerja dan latihan kerja dan produksi. Aktivitas pembinaan ini bertujuan untuk mengembangkan potensi, bakat dan minat yang dimiliki. Selain itu produk dari hasil kegiatan latihan kerja dan produksi ini dapat dijual kepada masyarakat umum yang nantinya dapat menjadi penghasilan bagi para Narapidana selama menjalani masa pidana.

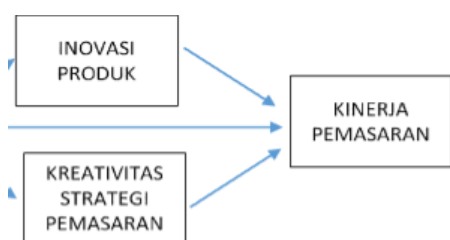
Program kegiatan kemandirian pada Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung tidak dikategorikan sebagai kegiatan industri maka hasil pendapatan tidak wajib disetorkan sebagai Penerimaan Negara Bukan Pajak melainkan digunakan untuk menyejahterakan UPT itu sendiri. Salah satunya adalah pemberian upah bagi peserta program pembinaan kemandirian. Besaran upah yang diperoleh tidak sama untuk setiap orangnya. Besaran upah yang diberikan atau yang biasa disebut premi berdasarkan pada: 1. Bidang pekerjaan yang dilakukan; 2. Tingkat kesulitan bidang pekerjaan; 3. Banyaknya konsumen yang memakai jasa (berdasarkan pesanan); 4. Seringnya pekerjaan yang dikerjakan.

Kegiatan penjualan produk dilaksanakan berdasarkan pada penentuan harga dan pasar, promosi hasil, hingga distribusi hasil produksi. Dalam meningkatkan nilai penjualan perlu dilakukan usaha-usaha pemasaran untuk memperkenalkan hasil produksi narapidana kepada masyarakat luas. Semakin baik strategi pemasaran yang

dilakukan, maka semakin tinggi ketertarikan konsumen dalam membeli produk tersebut.

Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nur Khamidah, 2005 bahwa dalam menentukan keberhasilan kinerja pemasaran terdapat faktor yang mempengaruhinya, yaitu inovasi produk, kreativitas strategi pemasaran dan faktor lingkungan.

Inovasi produk merupakan penerapan yang berhasil dari gagasan kreatif (Amabile, 1996). Dengan melakukan inovasi, maka bisnis tidak hanya dapat menghadapi kompetitor tetapi juga tantangan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis. Suatu bisnis harus mampu menciptakan nilai dan ide baru, menawarkan produk baru serta mampu meningkatkan kinerja layanan yang dapat memuaskan pelanggan.



faktor yang Mempengaruhi Kinerja

(Nur Khamidah, 2005)

Kreativitas strategi pemasaran diartikan sebagai tercapainya suatu kreativitas tanpa takut mengambil resiko, mampu mengendalikan situasi dan tidak takut akan kegagalan (Fillis et.al, 2000). Faktor yang menentukan kreativitas strategi pemasaran yaitu motivasi seseorang dalam melaksanakan tugas dan bersedia mencurahkan waktu dan

usaha yang lebih banyak (Andrews et.al, 1996).

Analisa faktor lingkungan dapat dibagi menjadi lingkungan internal dan eksternal. Dengan mengetahui faktor lingkungan internal dan eksternal dapat mendorong kreativitas, timbulnya ide-ide untuk menciptakan inovasi baru, keberanian mengambil resiko dan mengidentifikasi permasalahan yang mungkin akan terjadi dimasa depan.

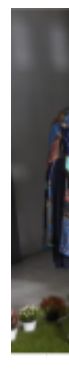
Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana kinerja pemasaran dari produk yang dihasilkan pada Program Pembinaan Kemandirian di Lembaga Pemasarakatan Perempuan Kelas IIA Bandung. Dimana pada Lapas ini secara produktif telah melakukan beberapa program kegiatan kemandirian.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Fokus penelitian meliputi:

1. Pelaksanaan pembinaan keterampilan.
2. Faktor lingkungan.
3. Tingkat kinerja pemasaran.



Adapun tahapan dalam analisa data kualitatif, terdiri dari reduksi data,

penyajian data, dan menarik kesimpulan. (Miles dan Huberman, 2001).

Hasil

Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung mempunyai kapasitas 227 orang berpenghuni sebanyak 425 orang (Data 5 Maret 2020). Pegawai di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung berjumlah 94 orang, meliputi pegawai laki-laki sebanyak 33 orang, dan pegawai perempuan 61 orang. Jumlah pegawai mayoritas berpendidikan SLTA sebanyak 52 orang.

Sarana yang diperlukan dalam menunjang keberhasilan kegiatan pembinaan yang harus dipenuhi, yaitu sarana fisik seperti gedung, sarana non fisik yaitu sifat disiplin dan keteladanan petugas dalam membina warga binaan, serta sarana penunjang yang berupa peralatan pembinaan seperti perlengkapan latihan keterampilan sesuai dengan jenis kegiatan yang dilaksanakan.

Pembinaan yang dilakukan pada Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung yaitu salon, jahit, kebon dan pertanian, lele, tata boga, asesoris sulam perca, lukis, dan konstruksi. Total narapidana yang ikut dalam kegiatan kerja tersebut sejumlah 66 orang.

Produk hasil kegiatan pembinaan dijual pada rak display yang terdapat di dalam ruang kunjungan di dalam Lapas. Mayoritas pembeli merupakan keluarga WBP yang sedang berkunjung ke dalam Lapas.

Peralatan produksi yang diperlukan dalam melakukan kegiatan bimbingan kerja sudah tersedia, namun dengan jumlah yang terbatas. Narapidana tidak dikenakan biaya untuk memakai peralatan mulai dari bahan baku hingga proses penjualan hasil karya. Selain itu pembagian keuntungan bagi

warga binaan dilakukan secara adil dan transparan.



Gambar 3. Tempat Penyimpanan Peralatan dan Produk Jadi

Anggaran yang diberikan bagi program pembinaan juga tidak besar. Oleh karena itu keberlangsungan program tergantung pada hasil penjualan serta bantuan dari masyarakat agar kegiatan ini dapat memberikan manfaat bagi pada Warga Binaan Pemasarakatan di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung.

Pembahasan

Program pembinaan narapidana di Lapas Kelas IIA Bandung, telah dilaksanakan sesuai dengan amanat UU No. 12 Tahun 1945 tentang Pemasarakatan, serta tahapan mekanisme pembinaan kemandirian dilakukan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kehakiman RI No: M.02-PK.04.10 Tahun 1990 tentang Pola Pembinaan Narapidana/Tahanan. Namun nyatanya pembinaan tersebut dilakukan tergantung pada situasi dan kondisi yang ada pada masing-masing Lembaga Pemasarakatan.

Kegiatan kemandirian ini ditujukan agar narapidana dapat mengembangkan *skill* dan pengetahuannya selama berada di dalam Lembaga Pemasarakatan yang cenderung "terisolir". Selain itu keterampilan yang diperoleh dapat dijadikan bekal saat narapidana selesai menjalani masa pidananya, dan mereka

juga akan mendapatkan premi akan hasil karyanya yang laku terjual sehingga dapat memacu semangat narapidana dalam bekerja.

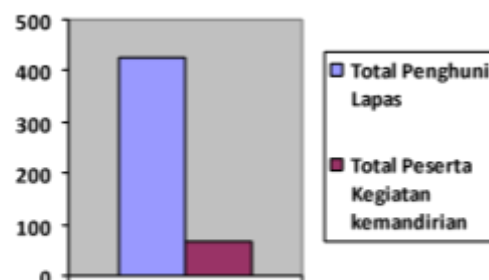
Salah satu penghambat pada pelaksanaan kegiatan kemandirian pada mayoritas Lapas di Indonesia yaitu pemasaran produk hasil kerja narapidana yang masih kurang. Hasil atau produk yang dihasilkan pada kegiatan kemandirian kurang mendapatkan tempat di pasar dikarenakan beberapa permasalahan, salah satunya adalah kurangnya pemasaran pada produk yang dihasilkan pada program pembinaan kemandirian.

Untuk mengetahui tingkat kinerja pemasaran pada Lapas Perempuan kelas IIA Bandung, penulis meneliti beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran.

1. Analisis lingkungan

Lembaga Pemasarakatan Perempuan Kelas IIA Bandung adalah lembaga pemasarakatan yang memiliki kapasitas sebanyak 325 orang. Namun dilapangan didapati jumlah penghuni di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung sebanyak 423 orang dan 2 bayi (data 5 Maret 2020), sehingga dapat terjadi *overload* yang dapat menimbulkan masalah baru.

Selain itu jumlah peserta kegiatan kemandirian hanya berjumlah 66 orang dari total penghuni Lapas sebesar 425 orang. Hal tersebut memperlihatkan bahwa hanya 15% penghuni yang aktif mengikuti kegiatan kemandirian.



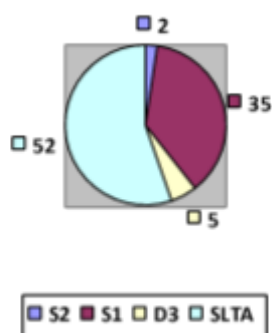
Gambar 4. Jumlah Penghuni dan Peserta Kegiatan Kemandirian

Data diatas menunjukkan bahwa tidak seluruh narapidana mendapatkan kesempatan untuk mengikuti pembinaan keterampilan. Beberapa faktor yang mempengaruhi kondisi tersebut, seperti: kurangnya kelengkapan sarana dan prasarana, jumlah petugas yang terbatas, dan keberaneka ragam program pembinaan.

Menurut Robert L. (2001) produktivitas individu dipengaruhi oleh kemampuan bawaan, usaha yang dilakukan dan dukungan. Beberapa narapidana yang sudah mengikuti program kemandirian sebelum masuk ke dalam Lapas memang sudah memiliki bakat atau keterampilan tertentu, sedangkan yang lainnya memiliki ketertarikan dan belajar secara otodidak selama mengikuti kegiatan tersebut. Usaha yang dilakukan dengan memotivasi narapidana lewat pemberian premi sudah dilakukan dengan adil dan transparan, namun hasilnya sangat kecil dibandingkan dengan kebutuhan finansial narapidana selama berada di dalam Lapas. Dukungan yang diberikan baik dari Pemerintah maupun masyarakat seperti pemberian pelatihan dan peralatan dirasa masih sangat terbatas dalam memenuhi kebutuhan Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung.

Beberapa faktor lingkungan lainnya yang terjadi di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung,

1. Kepemimpinan Kalapas
Seorang pemimpin harus mampu memotivasi kerja bawahannya agar kreatif dalam menciptakan inovasi serta mencari solusi dari setiap permasalahan sehingga kegiatan kemandirian dapat dilaksanakan dengan optimal. Perubahan Kepala Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung yang baru dilaksanakan pada Bulan Januari 2020 membuat beberapa perubahan yang berdampak bagi keberhasilan kegiatan pembinaan di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung. Namun proses ini memerlukan waktu untuk beradaptasi baik bagi Ka Lapas baru, seluruh petugas masyarakat maupun warga binaan masyarakat di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung.
2. Kualitas dan kuantitas petugas
Petugas masyarakat yang berkualitas mampu menjawab tantangan masalah yang ada.



Gambar 5. Tingkat Pendidikan Pegawai

Kekurangan kualitas hendaknya dapat diatasi dengan memberikan kesempatan bagi petugas untuk

dapat melanjutkan pendidikan. Terlihat dari data bahwa dari total petugas Lapas sebesar 94 orang, 52 orang diantaranya adalah lulusan SLTA. Jumlah petugas yang tidak sebanding dengan jumlah Narapidana juga berdampak negatif pada pemberian pembinaan kepada Narapidana.

3. Manajemen
Pengelolaan administrasi di lingkungan lapas harus berjalan dengan tertib dan lancar. Struktur organisasi di Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung sudah sesuai dengan peraturan, pembagian tugas dan fungsi sudah berjalan dengan baik.
4. Sarana/fasilitas Pembinaan
Kekurangan sarana dan fasilitas baik secara kualitas maupun jumlah akan menjadi penghambat kegiatan pembinaan. Merupakan kewajiban bagi petugas Lapas serta pimpinannya untuk memelihara dan merawat seluruh sarana dan fasilitas yang ada serta memanfaatkannya secara optimal.
5. Anggaran
Permasalahan anggaran merupakan hal yang paling umum dialami oleh Lapas di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan seluruh program pembinaan. Hendaknya anggaran yang ada dimanfaatkan secara optimal.
6. Kualitas dan ragam program pembinaan
Hal ini sering dikaitkan dengan anggaran, padahal kualitas bentuk program tidak semata-mata ditentukan oleh hal tersebut. Program-program kreatif yang murah dan mudah diperlukan dalam memberikan dampak edukatif yang optimal.

Faktor lingkungan yang masih mengalami beberapa kendala akan mempengaruhi faktor-faktor lain seperti inovasi produk, kreativitas strategi pemasaran dan kinerja pemasaran.

2. Faktor lingkungan mempengaruhi kinerja pemasaran

Dengan mengetahui dan menelaah secara mendalam faktor lingkungan yang mempengaruhi organisasi, maka dapat diketahui peluang yang dihasilkan oleh lingkungan dan mempersiapkan diri untuk dapat beradaptasi dengan ancaman yang mungkin akan terjadi. Pengenalan lingkungan yang mendalam ditambah dukungan dari lingkungan akan memberikan dampak yang signifikan bagi kinerja pemasaran.

Selama ini, Lapas Perempuan kelas IIA Bandung kurang mengetahui secara mendalam mengenai faktor lingkungan baik internal maupun eksternal yang berhubungan dengannya. Selain itu usaha dalam beradaptasi dan menciptakan strategi baru dalam menghadapi tantangan belum dilakukan secara maksimal.

3. Faktor lingkungan mempengaruhi inovasi produk dan kinerja pemasaran

Penelitian yang dilakukan oleh Kim et. al (1998) menyatakan bahwa kondisi lingkungan (perubahan pasar dan teknologi) sangat berpengaruh pada inovasi produk. Apabila sumber daya manusia dan peralatan yang diperlukan dalam proses produksi mampu mengikuti perubahan pasar (*supply and demand*, tren, dan persaingan) maka organisasi mampu melakukan inovasi produk. Selanjutnya, inovasi yang dilakukan dapat dikatakan berhasil apabila dapat

menghasilkan kinerja yang superior (Kim & Srivastava, 1998).

Pada Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung, kendala yang mempengaruhi faktor lingkungan memberikan dampak yang negatif pada keberanian berinovasi produk-produk yang dihasilkan. Rendahnya daya inovasi produk yang dihasilkan juga akan mempengaruhi kinerja pemasaran. Saat inovasi produk yang dihasilkan tidak mengikuti perkembangan pasar maka kinerja yang dihasilkan juga tidak maksimal.

4. Faktor lingkungan mempengaruhi kreativitas strategi pemasaran dan kinerja pemasaran

Dengan mengetahui faktor lingkungan eksternal, Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung mampu menentukan persaingan dan kondisi pasar sehingga dapat mendorong kreativitas. Menganalisa lingkungan eksternal dapat dilakukan dengan cara menyoroti kelemahan dan kesempatan yang dapat diperhitungkan sehingga mampu untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja pemasaran.

Kurangnya daya saing terhadap kompetitor ditambah kurangnya analisa terhadap perkembangan keadaan pasar membuat perencanaan strategi pemasaran tidak dilaksanakan secara optimal.

Apabila kreativitas dalam penentuan strategi pemasaran, dimana ada kesesuaian antara strategi dengan program yang diterapkan sesuai dengan posisi organisasi, maka dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pemasaran.

Kesimpulan

Setelah mengkaji dan menganalisis pengaruh faktor lingkungan terhadap inovasi produk, kreativitas strategi pemasaran dan kinerja pemasaran, maka dapat penulis simpulkan bahwa secara umum seluruh faktor saling berpengaruh satu sama lain. Hal ini berarti bahwa faktor lingkungan yang buruk dapat menghasilkan ketidakefektifan kinerja pemasaran yang dihasilkan.

Setelah diteliti lebih lanjut tentang kondisi faktor lingkungan pada Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung, didapatkan hasil bahwa masih banyaknya kendala baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi seluruh faktor lain yaitu inovasi produk, kreativitas strategi pemasaran dan kinerja pemasaran.

Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka beberapa implikasi yang dapat diajukan adalah:

1. Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung harus mampu menganalisa lebih mendalam secara berkala perubahan faktor lingkungan yang berhubungan dengan organisasi. Hal ini menjadi perhatian karena merupakan dasar keberhasilan faktor lain dalam meningkatkan kinerja pemasaran.
2. Lapas Perempuan Kelas IIA Bandung agar proaktif dalam menciptakan inovasi sesuai dengan kondisi pasar.
3. Mempunyai motivasi yang tinggi dalam menciptakan strategi baru dalam memasarkan hasil kegiatan kemandirian, sehingga manfaat dari program ini

dapat dirasakan secara optimal bagi organisasi dan Narapidana.

Referensi

- Amabile, Teresa M, et. al. (1996). "Assesing The Work Environment for Creativity", *Academy of Management Journal*.
- Andrews, Jonle and Daniel C. Smith. (1996). "In Search of The Marketing Imagination: Factors Affecting The Creativity of Marketing Programs for Mature Products", *Journal of Marketing Research*.
- Fillis, Ian and Andrew McAuley. (2000). "Modeling and Measuring Creativity at The Interface". *Journal of Marketing Theory and Practice*.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. (2016). Peraturan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No.53 tahun 2016 tentang Pengelolaan dan Pemanfaatan Hasil Kegiatan Industri di Lembaga Masyarakat. Jakarta.
- Kementerian Kehakiman Republik Indonesia. (1990). Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia No: M.01-PK.04.10 Tahun 1990 tentang Pola Pembinaan Narapidana/Tahanan. Jakarta.
- Khamidah, Nur. (2005). Analisis Pengaruh Faktor Lingkungan terhadap Inovasi Produk dan Kreativitas Strategi Pemasaran terhadap Kinerja Pemasaran. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Kim, Namwon, et. al. (1998). "Market Orientation and Organizational Performance: is Innovation a Missing Link. *Journal of Marketing* Vol.62.

- Malthis. Robert.L.John. H. Jackson. (2001). Manajemen Sumber Daya Manusia. Salemba Empat. Jakarta
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. (2001). Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru diterjemahkan oleh Tjejep Rohadi. Jakarta, UI Press.
- Presiden Republik Indonesia. (1999). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.31 Tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Pemasyarakatan. Jakarta.
- Republik Indonesia. (1995). Undang-Undang Republik Indonesia No.12 Tahun 1995 tentang Pemasyarakatan. Jakarta.