

Peningkatan Strategi Pemasaran Produk Karya Warga Binaan Pemasarakatan (WBP) Lapas Kelas Satu Kota Malang berbasis Website

¹Markus Diantoro*, ²Aripriharta, ³Slamet Fauzan, ⁴Fathinnatussifa Uliyahanun Zuhri, ⁵Akhmad Al Ittikhad
Universitas Negeri Malang
Email : markus.diantoro.fmipa@um.ac.id

Abstrak : Internet telah mengubah pola perdagangan masyarakat. Kemudahan proses perdagangan menggunakan media internet (e-commerce) mulai tumbuh pesat. Dengan proses kemudahan dari internet, hasil produk karya warga binaan pemsarakatan Lapas 1 Kota Malang berpotensi untuk diimplementasikannya media internet e-commerce. Permasalahan yang dialami warga binaan pemsarakatan Lapas 1 Kota Malang ialah pemasaran hasil produk karya warga binaan. Sejauh ini Lapas 1 Kota Malang hanya bekerjasama dengan beberapa pihak namun tidak secara langsung pada masyarakat. Berdasarkan prioritas permasalahan yang dimiliki oleh warga binaan pemsarakatan, kami memiliki beberapa solusi untuk meningkatkan perluasan pemasaran. Pembangunan dan pengembangan yang akan dilakukan di Lapas Kelas 1 Kota Malang terletak di Jalan Asahan Kelurahan Bunulrejo, Kecamatan Blimbing, Kota Malang antara lain 1) Website pemasaran produk dan 2) Sosialisasi dan pelatihan penggunaan website. Harapannya produk hasil karya warga binaan pemsarakatan Lapas 1 Kota Malang dapat dikenal dan diperjual-belikan kepada masyarakat luas. Pembuatan website lsimashop sebagai sarana untuk peningkatan penjualan produk yang dibuat oleh warga binaan pemsarakatan Lapas Kelas 1 Kota Malang dikatakan sukses dan diterima baik. Harapannya dengan adanya pengembangan lsimashop hasil karya warga binaan pemsarakatan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memberikan wawasan bagi warga binaan pemsarakatan sebagai skill yang dapat dikembangkan setelah keluar dari Lapas 1 Kota Malang.

Keywords: warga binaan pemsarakatan, lapas kelas 1 kota malang, website

PENDAHULUAN

Lembaga pemsarakatan merupakan tempat untuk melaksanakan pembinaan narapidana. Lembaga pemsarakatan dituntut untuk membina dan mengembalikan narapidana ke masyarakat dalam keadaan siap bermasyarakat dan merubah prilaku menjadi lebih baik sesuai dengan norma-norma yang berlaku dimasyarakat (Yudiana et al., 2019). 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 pemsarakatan (Sari Melati et al., 2020). Salah satu upaya yang dilakukan lapas adalah memberikan program pendidikan keterampilan dan bimbingan kerja. Hal ini merujuk pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun

Prosiding Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (HAPEMAS 2)

1999 Tentang Pembinaan dan Pembimbingan warga binaan khususnya pada pasal 3 bahwa *“narapidana wajib mendapatkan pemberdayaan dalam pembinaan dan pembimbingan berupa ketrampilan kerja dan latihan kerja”* (Setiyawan, 2013). Pembinaan narapidana tujuannya bukan hanya mengisi waktu luang selama berada di Lembaga Pemasyarakatan, melainkan proses dimana narapidana mampu untuk berubah menjadi yang tadinya tidak baik menjadi baik, menyadari akan kesalahan dan tidak mengulangnya serta berdaya guna sehingga memiliki kualitas dalam hidupnya. Pada aktivitas pembinaan ini, narapidana dikembangkan akan potensi, bakat dan minat yang dimiliki (Ningtyas, 2013).

Lapas Kelas 1 Kota Malang terletak di Jalan Asahan Kelurahan Bunulrejo, Kecamatan Blimbing, Kota Malang. Di dalam Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Kota Malang menerima narapidana dari berbagai kasus, yakni pencurian, penipuan, asusila, pembunuhan, narkoba, dan korupsi. Para warga binaan pemasyarakatan mengikuti program pembinaan dan pembimbingan bagi para warga binaan pemasyarakatan. Beberapa program bekerjasama dengan Badan Latihan Kerja (BLK) dan Dinas Pekerjaan Umum yang diharapkan narapidana dapat meningkatkan kemampuannya sehingga produk yang dihasilkan oleh narapidana dapat dijual dengan harga tinggi sehingga narapidana memiliki kemampuan dan skill yang dapat dikembangkan setelah bebas (Yudiana et al., 2019). Salah satu kegiatan kemandirian di Lapas Kelas 1 Kota Malang yang dirasa mampu berkembang dengan baik yakni kegiatan bimbingan kerja pada kegiatan kerajinan ukir kayu.

Dari program yang dijalankan mengalami beberapa kendala, yaitu kurang lengkapnya sarana dan prasarana serta pemasaran produk hasil kerja narapidana yang kurang maksimal. Hal ini disebabkan karena fungsi dari masyarakat dan petugas pemasyarakatan yang tidak berfungsi dengan lancar. Selain itu produk yang dihasilkan kurang dipublikasikan dan tidak ada wadah untuk menjual produk langsung ke masyarakat. Masalah ini dapat teratasi apabila para narapidana telah mandiri, mampu mengemas dan memasarkan produk yang telah dihasilkan. Cara yang bisa dilakukan untuk mengembangkan dan memasarkan produk yang telah dihasilkan oleh warga binaan pemasyarakatan Lapas Kelas 1 Kota Malang salah satunya dengan mendayagunakan warga binaan pemasyarakatan pengemasan dan memanfaatkan teknologi untuk solusi pemasarannya. Dengan penerapan teknologi e-commerce terhadap produk karya warga binaan pemasyarakatan akan memberikan informasi lengkap dan cepat, keterbukaan terhadap informasi dari pelanggan dan adanya kupon dan diskon bagi pelanggan tetapnya (Gangeshwer, 2013)(Elly & Ismailia, 2016). Pemasaran dan promosi produk berbasis internet dan jejaring sosial secara daring dapat menjadi solusinya(Sari Melati et al., 2020).

METODE

Industri digital saat ini sedang berkembang dengan pesat. Melalui industri ini manusia dapat melakukan sosialisasi, promosi, penjualan, dan transaksi.

Pembahasan saat ini adalah tentang promosi penjualan barang buatan WBP Lapas Kelas 1 Kota Malang sehingga barang yang dibuat oleh WBP dapat dikenal oleh masyarakat luar. Maka dibuatlah website untuk melakukan promosi secara *online*. Tahap pelaksanaan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah observasi, perencanaan website, pengembangan website, uji coba website, pendampingan, dan serah terima.



Gambar 1. Siklus Metode

Tahap Observasi

Tahap ini dilakukan untuk menganalisa kebutuhan dan keadaan warga binaan di daerah tempat mengabdikan. Tim kerja berkunjung dan berinteraksi secara langsung dengan mitra untuk mengetahui masalah yang ada, baik masalah pemasaran dan penjualan produk hasil warga binaan masyarakat.

Tahap Perencanaan Website

Tahap ini dimulai dari perancangan desain UI/UX website yang disesuaikan dengan masalah pemasaran hasil warga binaan masyarakat di daerah tersebut.

Tahap Pengembangan Website

Tahap pengembangan website dilakukan sesuai hasil rancangan.

Tahap Uji Coba

Pengujian dilakukan oleh tim pengembang bersama pihak mitra hingga sistem pemasaran melalui website berjalan.

Pendampingan

Pendampingan ini dilakukan dengan cara melakukan Workshop penggunaan website Isimashop kepada petugas Lapas Kelas 1 Kota Malang. Tutorial penggunaan website Isimashop akan diberikan saat acara berlangsung agar petugas dapat menggunakan website dengan mudah.

Serah Terima

Pada tahap ini website Isimashop telah berhasil dan akan diserahkan sepenuhnya kepada pihak Lapas Kelas 1 Kota Malang untuk dikelola.

Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara bertahap sebanyak tiga kali yang dilaksanakan di Lapas 1 Kota Malang.

Peralatan

Peralatan yang digunakan saat Workshop adalah

- a. Laptop
- b. LCD
- c. Banner
- d. Modul tutorial penggunaan website
- e. Alat tulis
- f. Kamera

HASIL & PEMBAHASAN

Kepala Lapas Kelas 1 Kota Malang, Warga Binaan Pemasyarakatan (WBP), dan petugas Lapas Kelas 1 Kota Malang mendukung dan sangat antusias dengan kegiatan ini. Melalui website Isimashop.com Lapas Kelas 1 Kota Malang dapat melakukan promosi yang menjangkau pasar dan masyarakat yang lebih luas sehingga penjualan barang yang dibuat oleh WBP akan semakin berkembang.

Tahapan yang dilakukan dalam pengabdian ini telah dilakukan sesuai dengan tahap perencanaan yang telah disusun. Hasil dari observasi yang dilakukan diketahui bahwa Lapas 1 Kota Malang memiliki berbagai macam produk unggulan yang telah dikembangkan dan dibuat langsung oleh warga binaan pemasyarakatan. Penjualan saat ini hanya memenuhi permintaan supplier yang bekerjasama dengan pihak Lapas Kelas 1 Kota Malang, sehingga tidak banyak masyarakat luar yang mengetahui produk unggulan yang dihasilkan oleh warga binaan pemasyarakatan. Maka dengan pembuatan website Isimashop.com dapat memperluas pemasaran produk yang dihasilkan oleh warga binaan pemasyarakatan dengan harapan dapat meningkatkan omset penghasilan dan menambah pengetahuan warga binaan pemasyarakatan.



Gambar 2. Kegiatan koordinasi bersama dengan petugas Lapas Kelas 1 Kota Malang

Perencanaan pembuatan website telah ditentukan bentuk logo, desain, dan domain yang digunakan berasal dari permintaan Lapas Kelas 1 Kota Malang. Website limashop.com telah dibuat yang berisi foto dan keterangan produk yang dijual, serta tata cara pembelian dan pembayaran seperti yang terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Tampilan website limashop.com

Pendampingan yang dilakukan adalah mengadakan “Workshop Pendampingan Website Lsimashop Lapas Kelas 1 Kota Malang”. Pendampingan dihadiri oleh petugas Lapas Kelas 1 Kota Malang dan warga binaan pemasyarakatan. Selama kegiatan ini terlihat antusias yang sangat tinggi terhadap penggunaan website [limashop](http://limashop.com) untuk menunjang penjualan produk di Lapas Kelas 1 Kota Malang. Adanya komunikasi dua arah dan beberapa pertanyaan dari warga binaan pemasyarakatan saat mencoba mengaplikasikan website [limashop](http://limashop.com) tersebut. Beberapa pertanyaan diantaranya adalah bagaimana cara menambah dan memasukkan gambar produk.



Gambar 4. Proses pendampingan penggunaan website Isimashop

Setelah kegiatan ini selesai, diharapkan penjualan produk Lapas Kelas 1 Kota Malang semakin meningkat serta menambah pengetahuan warga binaan pemsyarakatan terkait *marketing online*, sehingga ketika keluar dari Lapas Kelas 1 Kota Malang mereka dapat menerapkannya di kehidupan bermasyarakat. Banyak hal yang terus diupayakan untuk memperbarui dan mengisi konten di website Isimashop.com yang telah dikembangkan. Misalnya memasukkan hasil *review* dari konsumen yang telah membeli produk dari website. Pelaksanaan *marketing online* ini akan terus dievaluasi dan dikembangkan hingga mendapatkan hasil yang lebih memuaskan. Pada akhir acara website Isimashop.com diserahkan kepada pihak Lapas Kelas 1 Kota Malang.



Gambar 5. Penyerahan website Isimashop

Website Isimashop.com akan dilakukan pengembangan untuk kedepannya dengan menambahkan berbagai media social dan e-commerce, karena keberadaan media sosial dan e-commerce saat ini sangat memberikan dampak positif terhadap aktivitas *marketing online* (Gangeshwer, 2013).

SIMPULAN

Pembuatan website Isimashop sebagai sarana untuk peningkatan penjualan produk yang dibuat oleh warga binaan pemasyarakatan Lapas Kelas 1 Kota Malang dikatakan sukses dan diterima baik oleh pihak Lapas Kelas 1 Kota Malang. Pendampingan yang dilakukan dalam penggunaan website Isimashop melalui Workshop telah berjalan sesuai yang diinginkan dan terjadi komunikasi dua arah yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan seputar penggunaan website Isimashop.com. Pembuatan website masih perlu di-*upgrade* karena belum memiliki fitur yang tersambung dengan berbagai media sosial dan e-commerce yang dapat mempermudah proses promosi dan jual beli *online*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada LPPM Universitas Negeri Malang karena telah mendukung tim dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Terima kasih kepada Lapas Kelas 1 Kota Malang karena telah membantu suksesnya acara sampai selesai. Terima kasih kepada para mahasiswa Universitas Negeri Malang yang telah membantu menyiapkan persiapan dan mendukung berjalannya pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Elly, A., & Ismailia, T. (2016). Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Ud Wahana Mandiri Sejahtera Jember. *Pemanfaatan E-Commerce Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk UD Wahana Mandiri Sejahtera Jember*, 228–231.
- Gangeshwer, D. K. (2013). E-Commerce or Internet Marketing: A Business Review from Indian Context. *International Journal of U- and e- Service, Science and Technology*, 6(6), 187–194. <https://doi.org/10.14257/ijunesst.2013.6.6.17>
- Ningtyas, E. (2013). Pelaksanaan Program Pembinaan Narapidana Pada Lembaga Pemasyarakatan Dalam Rangka Pengembangan Sumber Daya Manusia (Studi Pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas IA Lowokwaru Malang). *Jurnal Administrasi Publik Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1(6), 1266–1275.
- Sari Melati, I., Mudrikah, S., Kurnia Pitaloka, L., Pendidikan Ekonomi, J., & Ekonomi, F. (2020). Upaya Optimalisasi Praktik Digital Marketing untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Warga Binaan Lembaga Pemasyarakatan Optimization of Digital Marketing Practices to Improve Product Sales of Inmates in the Productive Prison. *Jurnal Panrita Abdi*, 4(2), 155–163. <http://journal.unhas.ac.id/index.php/panritaabdi>
- Setiyawan. (2013). Implementasi Program Bimbingan Kerja Dalam Pemberdayaan Narapidana Di Lembaga Pemasyarakatan Perempuan Kelas Iia Semarang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Yudiana, I. A., Cikusin, Y., & Sekarsari, R. W. (2019). PEMBINAAN NARAPIDANA DALAM PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA (Studi Pada Lembaga Pemasyarakatan Kelas 1 Kota Malang). 13(5), 16–23.