

PEMANFAATAN E-COMMERCE DALAM PEMASARAN HASIL KEGIATAN KERJA NARAPIDANA DI LAPAS KELAS I TANGERANG

Nurul Aeni¹, Andi Kurniawan², Markus Marselinus Soge³

¹ Mahasiswa Teknik Pemasarakatan, Politeknik Ilmu Pemasarakatan, Depok

^{2,3} Dosen Teknik Pemasarakatan, Politeknik Ilmu Pemasarakatan, Depok

¹Email : nurulaeni3055@gmail.com

² Email : akatigatujuh@gmail.com, ³ Email : markusmarselinus@gmail.com

URL: <https://ejournal.stkipjb.ac.id/index.php/ekonomi/article/view/2976>

DOI : <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v7i1.2976>

Abstract

Based on research by We Are Social and Hootsuite 2017, internet users in Indonesia grew 51% in one year. With the internet, information, services, or goods, everything is available online. In response to this, the Directorate General of Corrections (Ditjenpas) undertook strategic steps, one of which was to disseminate the use of social media and e-commerce systems as a means of promotion and marketing of prisoners' work products. The Directorate of Marketing Section of the Directorate General of Corrections has recorded the number of correctional institution that have actively reported the results of the use of e-commerce as many as 41 correctional institution. One of the correctional institution that have made use of e-commerce is the Lapas Kelas I Tangerang, but in its implementation there are several obstacles. This research was conducted to determine the use of e-commerce in Lapas Kelas I Tangerang and the constraints faced. The research method used is qualitative. Researchers conducted interviews and literature studies which then juxtaposed and adjusted to the results of observations in the field. The results of this study indicate the use of e-commerce in Lapas Kelas I Tangerang has been conducted since 2017. E-commerce used in the form of a website with the name pojokpas.com and Tokopedia. However, in the implementation of e-commerce in Lapas Kelas I Tangerang encountered several obstacles that must be stopped at the end of 2019. Currently Lapas Kelas I Tangerang is preparing to be able to actively re-use e-commerce as a tool to market the prisoners' work products to the community.

Keyword: E-commerce, marketing, prisoners' work product

Abstrak

Berdasarkan riset We Are Social dan Hootsuite 2017, pengguna internet di Indonesia tumbuh 51% dalam kurun waktu satu tahun. Dengan adanya internet, informasi, jasa, ataupun barang, semuanya tersedia secara online. Dalam menyikapi hal tersebut, Direktorat Jenderal Pemasarakatan (Ditjenpas) melakukan langkah-langkah strategis salah satunya yakni melakukan sosialisasi penggunaan media sosial dan sistem e-commerce sebagai sarana promosi dan pemasaran produk karya narapidana. Kepala Seksi Pemasaran Ditjenpas telah mendata jumlah Lapas yang telah aktif melaporkan hasil pemanfaatan e-commerce sebanyak 41 Lapas. Salah satu Lapas yang telah memanfaatkan e-commerce adalah Lapas Kelas I Tangerang, namun dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kendala. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemanfaatan e-commerce di Lapas Kelas I Tangerang dan kendalakanganda yang dihadapi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Peneliti melakukan wawancara dan studi pustaka yang kemudian disandingkan dan disesuaikan dengan hasil observasi di lapangan. Hasil penelitian ini menunjukkan pemanfaatan e-commerce di Lapas Kelas I Tangerang sudah dilakukan sejak tahun 2017. E-commerce yang digunakan berupa website dengan nama pojokpas.com dan platform online shop Tokopedia. Namun, dalam pelaksanaannya e-commerce di Lapas Kelas I Tangerang menemui beberapa kendala sehingga harus terhenti pada akhir tahun 2019. Saat ini Lapas Kelas I Tangerang sedang mempersiapkan diri untuk dapat aktif kembali menggunakan e-commerce sebagai alat untuk memasarkan hasil kegiatan kerja narapidana ke masyarakat luas.

Kata Kunci: E-commerce, pemasaran, hasil kegiatan kerja narapidana

Pendahuluan

Narapidana adalah terpidana atau seseorang yang telah dipidana berdasarkan putusan pengadilan yang telah memperoleh kekuatan hukum tetap, yang menjalani pidana hilang kemerdekaan di Lembaga Pemasyarakatan (Lapas)(Undang-Undang No 12 Tahun 1995 1995). Lapas sebagai salah satu unit pelaksana teknis dalam sistem pemasyarakatan, harus mampu mendukung tercapainya tujuan sistem pemasyarakatan, yakni narapidana dapat hidup secara wajar sebagai warga yang baik dan bertanggung jawab dalam lingkungan masyarakat. Untuk mencapai tujuan tersebut, petugas pemasyarakatan memberikan program pembinaan kepada narapidana selama menjalani masa pidananya di dalam Lapas.

Adapun pembinaan yang diberikan di dalam Lapas terbagi menjadi 2 (dua) sebagaimana dijelaskan pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia (PP No 31 Tahun 1999), yakni pembinaan kepribadian dan pembinaan kemandirian. Kedua program pembinaan tersebut berupakegiatan-kegiatan yang dapat membantu narapidana untuk meningkatkan kualitas ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa, intelektual, sikap dan perilaku, professional, dan kesehatan jasmani maupun rohani narapidana. Untuk membantu narapidana mencapai hal-hal tersebut, masing-masing program pembinaan memiliki fokus tertentu. Pembinaan kepribadian lebih memfokuskan kepada kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan kualitas kepribadian narapidana seperti ketaqwaannya kepada Tuhan, sikap, perilaku, dan hal-hal lain yang berhubungan dengan kepribadian narapidana. Sedangkan untuk pembinaan kemandirian berfokus pada keterampilan narapidana yang mampu membantu narapidana untuk mandiri saat kembali ke lingkungan masyarakat.

Pembinaan kemandirian di dalam Lapas sangatlah beragam. Mulai dari berkebun, menjahit, melukis, memasak, dan lain-lain. Untuk hasil yang lebih optimal, tentu saja petugas pemasyarakatan membutuhkan bantuan dari pihak lain yang memang ahli dalam bidang-bidang keterampilan tersebut. Tidak hanya itu, pembinaan kemandirian yang diberikan petugas pemasyarakatan kepada narapidana tidak hanya sekedar mengajarkan keterampilan saja. Narapidana juga didorong untuk memproduksi sesuatu dari keterampilan yang telah mereka dapatkan, untuk selanjutnya dijual ke masyarakat. Hasil dari penjualan tersebut disebut sebagai upah atau premi yang selanjutnya akan diberikan kepada narapidana sebagaimana diatur dalam PP RI No. 32 Tahun 1999 tentang Syarat dan Tata Cara Pelaksanaan Hak Warga Binaan Pemasyarakatan.

Penjualan hasil kegiatan kerja narapidana di dalam Lapas sama seperti penjualan produk-produk pada umumnya. Untuk lebih mengoptimalkan tingkat penjualan hasil kegiatan kerja narapidana di dalam Lapas tentu memerlukan strategi-strategi pemasaran. Pada awalnya, Lapas hanya menjual hasil kegiatan kerja narapidana pada keluarga narapidana yang datang berkunjung dan pada saat pelaksanaan pameran hasil produk unggulan narapidana yang diadakan Direktorat Jenderal Pemasyarakatan bekerja sama dengan Kementerian Perindustrian. Namun,

pada saat pelaksanaan pameran, tamu-tamu yang memenuhi pameran tersebut selalu didominasi oleh petugas masyarakat. Hal ini dirasa kurang efektif dalam memasarkan hasil produk narapidana, karena yang mengetahuinya hanya lingkungan internal masyarakat bukan masyarakat luas. Seiring dengan perkembangan zaman, masyarakat dan teknologi pun berkembang. Saat ini segala sesuatu dapat diperoleh dengan mudah. Dengan adanya internet, informasi, jasa, ataupun barang, semuanya tersedia secara online. Pemerintah melalui kementerian terkait juga melakukan upaya untuk mendorong transformasi bisnis dan membentuk masyarakat yang siap menghadapi kemajuan teknologi, salah satunya dengan membuat Road Map Sistem Perdagangan Nasional Berbasis Elektronik tahun 2017-2019. Road Map ini juga diatur dalam Peraturan Presiden (Perpres) No. 74 Tahun 2017. Selain itu, Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemkominfo RI) secara khusus menargetkan visi ekonomi Indonesia 2020 yaitu “The Digital Energy of Asia” dengan target pertumbuhan transaksi e-commerce sebesar USD 130 Miliar.

Selain itu, data pada We Are Social dan Hootsuite menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pertumbuhan internet terbesar di dunia dengan angka pertumbuhan 51% dalam kurun waktu 1 (satu) tahun.



#	WEBSITE	CATEGORY	MONTHLY TRAFFIC	TIME PER VISIT	PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	SEARCH	1,028,500,000	03M 00S	1.7
02	GOOGLE.CO.ID	SEARCH	872,300,000	37M 30S	5.6
03	FACEBOOK.COM	SOCIAL	628,300,000	10M 00S	10.3
04	YOUTUBE.COM	TV & VIDEO	504,400,000	20M 00S	11.2
05	TRIBUNNEWS.COM	NEWS	270,000,000	03M 00S	4.1
06	DETIK.COM	NEWS	151,300,000	04M 30S	3.6
07	TOKOPEDIA.COM	SHOPPING	120,500,000	03M 30S	4.3
08	SAHCO.COM	NEWS	88,800,000	37M 00S	6.6
09	WHATSAPP.COM	COMMUNICATION	68,500,000	03M 00S	2.0
10	BUKALAPAK.COM	SHOPPING	61,300,000	31M 00S	4.1

Gambar 1.2 Website Paling Sering Dikunjungi

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat website yang paling sering dikunjungi oleh pengguna internet di Indonesia. Urutan paling teratas ditempati oleh google.com sebagai kategori pencari. Sedangkan pada kategori shopping urutan paling atas ditempati oleh tokopedia.com dan urutan kedua pada kategori shopping ditempati oleh bukalapak.com.

Data-data diatas menggambarkan masyarakat Indonesia sangat aktif dalam penggunaan internet di era digital ini. Masyarakat di era digital pada umumnya cenderung menginginkan inovasi dan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Hadirnya platform jual beli online, media sosial, dan transaksi pembayaran secara elektronik merupakan pilihan yang efisien bagi masyarakat.

Dalam menyikapi perubahan-perubahan tersebut, Direktorat Jenderal Pemasaran (Ditjenpas) turut mengambil langkah-langkah strategis untuk mengikuti perkembangan yang ada, antara lain :

1. Menetapkan pemenuhan Target Kinerja B06 tahun 2019 dengan menetapkan Lapas Produktif dan Sosialisasi sistem e-commerce dan upload hasil karya narapidana.
2. Menerbitkan Surat Edaran No. PAS-682.PK.01.05.11 Tahun 2019 tentang Peningkatan Kualitas Kegiatan Industri di Lapas dan Optimalisasi Penerimaan Bukan Pajak tanggal 26 Juni 2019, yang ditujukan kepada seluruh Kantor Wilayah Kemenkumham untuk diteruskan kepada Lapas di seluruh Indonesia, yang didalamnya memuatnya sosialisasi penggunaan media sosial dan sistem e-commerce sebagai sarana promosi dan pemasaran produk karya narapidana.
3. Terdaftar dan terpublikasikannya produk karya narapidana melalui sistem e-commerce dan melalui media sosial.
4. Mendeklarasikan 15 program unggulan resolusi masyarakat, salah satunya adalah meningkatkan Penerimaan Negara Bukan Pajak sebesar Rp. 7 Miliar.

Pada akhir tahun 2019 tercatat 41 Lapas yang telah menggunakan *e-commerce* untuk memasarkan hasil kegiatan kerja narapidana dan melaporkannya ke Direktorat Jenderal Pemasyarakatan (Ditjenpas). Adapun beberapa Lapas yang melaporkan ke Ditjenpas terkait peningkatan PNBPN setelah menggunakan *e-commerce* antara lain :



Gambar 1.3 Grafik PNBPN Lapas Kelas I Semarang



Gambar 1.4 Grafik PNBPN Lapas Kelas I Palembang

Selain data diatas, pada tahun 2017 Lapas Kelas I Tangerang juga telah membuat *website e-Commerce* untuk menjual hasil kegiatan kerja narapidana. Selain itu Lapas Kelas I Tangerang juga membuat mesin untuk transaksi *e-commerce* tersebut di salah satu pusat perbelanjaan di Kota Tangerang. Namun, sejak tahun 2019 *e-commerce* di Lapas Kelas I Tangerang sudah tidak beroperasi dengan optimal. dalam penelitian ini peneliti mengajukan rumusan masalah antara lain :

1. Bagaimana pemanfaatan *e-commerce* dalam pemasaran hasil kegiatan kerja narapidana di Lapas Kelas I Tangerang?
2. Apa saja kendala-kendala dalam pemanfaatan *e-commerce* dalam pemasaran hasil kegiatan kerja narapidana di Lapas Kelas I Tangerang?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Moleong (2005) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Creswell (2010) menjelaskan, data dalam bentuk kata-kata atau teks pada penelitian kualitatif kemudian dianalisis. Dari hasil analisis peneliti membuat interpretasi untuk menangkap arti yang terdalem. Selanjutnya, peneliti akan menjabarkannya dengan penelitian-penelitian yang telah dibuat sebelumnya oleh ilmuwan-ilmuwan lain. Hasil akhir dari penelitian kualitatif dituangkan dalam bentuk laporan tertulis. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan studi kasus. Syaodih (2008) menyatakan bahwa penelitian deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia.

Pada penelitian ini peneliti akan memanfaatkan dan mengumpulkan informasi dengan cara mendalami pemanfaatan *e-commerce* dalam pemasaran hasil kegiatan kerja narapidana di Lapas Kelas I Tangerang melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka. Peneliti akan memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi tidak optimalnya pemanfaatan *ecommerce*. Setelah peneliti memperoleh data tersebut, peneliti akan menganalisis dan membandingkannya dengan hasil dari studi pustaka. Hasil dari analisis dan perbandingan data yang peneliti peroleh di lapangan dengan hasil dari studi pustaka tadi, akan membantu peneliti untuk mengetahui strategi pemasaran dalam penggunaan *e-commerce* yang dapat diimplementasikan di Lapas Kelas I Tangerang terkait pemanfaatan *e-commerce* dalam pemasaran hasil kegiatan kerja narapidana. Selanjutnya hasil dari penelitian ini akan dibuat secara tertulis dan dijilid.

Hasil dan Pembahasan

1. Pemanfaatan E-Commerce di Lapas Kelas I Tangerang

Lapas sebagai tempat untuk melaksanakan pembinaan kepada narapidana (UU RI No. 12 Tahun 1995). Pembinaan yang diberikan berupa pembinaan kepribadian dan pembinaan kemandirian. Pembinaan kepribadian berfokus untuk membantu narapidana menyadari kesalahannya dan memperbaiki dirinya menjadi pribadi yang lebih baik. Sedangkan pembinaan kemandirian berfokus untuk memberikan pelatihan kepada narapidana sehingga narapidana memiliki keterampilan.

Pelatihan keterampilan yang diberikan diharapkan dapat menjadi bekal narapidana setelah selesai menjalani masa pidananya di dalam Lapas sehingga tidak melakukan pengulangan tindak pidana, serta menjadi mata pencahariannya diluar Lapas. Lapas Kelas I Tangerang melaksanakan beberapa pembinaan kemandirian. Pada saat wawancara, Kepala Lapas Kelas I Tangerang menjelaskan berbagai macam pembinaan kemandirian yang dilaksanakan antara lain :

- a. Bakery (pembuatan roti);
- b. Sablon;
- c. Pertanian (melon, cabai, tomat, dan terong) yang akan panen rayapada bulan Maret;
- d. Laundry;
- e. Kerajinan tangan;
- f. Kerajinan kulit;
- g. Penjahitan/Konveksi;
- h. Refleksi;
- i. Bubut.

Kepala Lapas Kelas I Tangerang juga mengatakan *“Beberapa pelatihan keterampilan di Lapas Kelas I Tangerang bekerja samadengan pihak ketiga, seperti kegiatan pertanian yang bekerja sama dengan Yayasan Tanah Merah. Selain pertanian, ke depannya Yayasan Tanah Merah akan membantu Lapas Kelas I Tangerang untuk memberikan pelatihan keterampilan budidaya ikan. Selain itu ada juga PT. Tjokro yang memberikan pelatihan bubut dan pelatihan handy craft yang bekerja sama dengan Second Chance”* Saat melaksanakan observasi langsung di lapangan, peneliti melihat secara langsung lahan pertanian Lapas Kelas I Tangerang. Sesuai dengan pernyataan Kepala Lapas Kelas I Tangerang, peneliti melihat adanya tanaman melon yang sudah mulai berbuah, serta tanaman tomat dan cabai yang sudah siap panen, sebagian diantaranya bahkan sudah dipanen dan dibeli oleh salah satu pengunjung serta beberapa petugas Lapas Kelas I Tangerang.

“Saat ini memang kita konsentrasi pada ketahanan pangan yakni kegiatan pertanian dan perikanan, karena yang kita inginkan adalah 2 (dua) 3 (tiga) kegiatan yang sifatnya tidak pernah berhenti, sehingga bisa menjadi ciri khas Lapas Kelas I Tangerang, terkadang terlalu banyak kegiatan bisa membuat tidak fokus. Diharapkan kegiatan pelatihan disini menghasilkan pendidikan untuk narapidana dan manfaat secara umum untuk Lapas” jelas Kepala Lapas Kelas I Tangerang. Hasil dari setiap kegiatan kerja di Lapas Kelas I Tangerang selama ini masih dijual secara konvensional (dari mulut ke mulut). Kepala Lapas Kelas I Tangerang menyatakan *“Memang Lapas Kelas I Tangerang sebelumnya memiliki e-commerce, saat ini pun masih ada hanya saja sudah tidak aktif digunakan lagi.”*

Kepala Bidang Kegiatan Kerja Lapas Kelas I Tangerang juga menyatakan “Pemasaran di Lapas Kelas I Tangerang masih dilakukan secara konvensional, e-commerce Lapas Kelas I Tangerang baik website maupun tokopedia sudah tidak beroperasi lagi.” Kepala Seksi Bimbingan Kerja menjelaskan pada tahun 2017 sampai dengan September 2019 Lapas Kelas I Tangerang memiliki e-commerce dalam bentuk website yang bernama pojokpas.com. E-commerce tersebut dibuat oleh Bapak R. Andika Dwi Prasetya saat menjabat sebagai Kepala Lapas Kelas I Tangerang sebagai bagian proyek perubahan saat beliau mengikuti Pendidikan dan Pelatihan Kepemimpinan Tingkat II (Diklatpim II).

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, pojokpas.com sudah tidak dapat lagi diakses. Selain website tersebut, Lapas Kelas I Tangerang juga memiliki akun tokopedia dengan nama “LapastaOne”. Akun tersebut terlihat tidak aktif, di dalamnya hanya terdapat 3 (tiga) foto produk. Ketiga produk yang di upload seluruhnya merupakan handy craft dari lintingan koran bekas padahal disana terdapat banyak barang yang sebenarnya mampu bersaing jika dipasarkan dengan baik. Selain mewawancarai petugas di Lapas Kelas I Tangerang, peneliti juga mewawancarai beberapa narapidana yang mengikuti kegiatan kerja. Syaiful Anwar, salah satu narapidana yang mengikuti kegiatan konveksi menjelaskan bahwa produksi celana di Lapas Kelas I Tangerang diekspor ke Nigeria hampir setiap 2-3 bulan sekali. Selain celana, kegiatan kerja konveksi Lapas Kelas I Tangerang juga menghasilkan produk lain seperti kasur, bantal, dan rok. Untuk kasur, bantal, dan juga celana pendek biasanya dipesan oleh teman-teman di dalam. Penjualan ke luar Lapas hanya berdasarkan pesanan petugas, dan ekspor ke Nigeria saja, belum pernah dilakukan penjualan secara online menggunakan e-commerce.

Kemudian peneliti mewawancarai Rian narapidana dari kegiatan kerajinan kulit. Rian telah mengikuti kegiatan kerajinan kulit selama kurang lebih 6 bulan. Ia telah memiliki kemampuan untuk membuat kerajinan kulit dengan mengolah bahan mentah sampai menjadi sebuah produk. Kerajinan kulit di Lapas Kelas I Tangerang menghasilkan beberapa produk seperti dompet, clutch, tas, dan lain-lain. Rian menyatakan bisa membuat produk apa saja dengan melihat contoh produk apa yang diinginkan konsumen. Konsumen disini biasanya petugas Lapas Kelas I Tangerang dan terkadang ada juga beberapa keluarga narapidana atau pengunjung lain dari luar. Konsumen dapat melihat produk kerajinan kulit yang diletakan di etalase yang berada di dekat ruang kunjungan. Belum ada kerajinan tangan yang pernah dijual secara online menggunakan e-commerce baik di website atau tokopedia.

Pengunjung yang rutin mengunjungi keluarganya di Lapas Kelas I Tangerang pun tidak mengetahui online shop Lapas Kelas I Tangerang. Peneliti mewawancarai 2 (dua) pengunjung yang memang hampir setiap hari datang mengunjungi keluarganya. Kedua pengunjung tersebut bernama Linda dan Rudi. Linda berusia 24 tahun dan Rudi berusia

30 tahun. Keduanya aktif menggunakan internet, baik dalam menggunakan media sosial ataupun mengunjungi online shop. Saat peneliti menanyakan apakah mereka mengetahui bahwa Lapas Kelas I Tangerang menjual produk hasil kegiatan kerja narapidana di Tokopedia, keduanya menjawab tidak tahu. Mereka hanya tahu bahwa hasil kegiatan kerja narapidana di jual di dekat ruang kunjungan, dipajang dalam sebuah etalase. Mereka tidak pernah mendengar adanya online shop yang dimiliki Lapas Kelas I Tangerang.

2. Kendala-Kendala dalam Pemanfaatan *E-Commerce*

Pembinaan kemandirian di Lapas Kelas I Tangerang sudah berjalan dengan cukup baik. Dari 9 (sembilan) kegiatan kerja, 3 (tiga) diantaranya sudah bekerja sama dengan pihak ketiga. Kerja sama yang dilakukan mulai dari memberikan pendidikan dan pelatihan kepada narapidana sampai dengan pemasaran produk yang dihasilkan. Pemasaran yang ditawarkan oleh pihak ketiga masih secara konvensional, belum dilakukan pemasaran secara *online* menggunakan *e-commerce*. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan, Lapas Kelas I Tangerang pernah memiliki *e-commerce* dalam bentuk *website* selama kurang lebih 2 (dua) tahun. Namun, pengoperasionalannya kurang optimal, dan akhirnya terhenti pada tahun 2019. Kepala Seksi Bimbingan Kerja Lapas Kelas I Tangerang menjelaskan beberapa faktor penyebab terhentinya *ecommerce* di Lapas Kelas I Tangerang, antara lain :

1. *Website* Kurang Fleksibel

Lapas Kelas I Tangerang memiliki *website* penjualan *online* yang bernama pojokpas.com. Namun, penggunaan *website* tersebut kurang fleksibel karena hanya bisa diakses via laptop atau komputer tidak bisa diakses via *handphone*. Dengan tidak bisa diaksesnya pojokpas.com melalui *gadget* lain selain laptop dan komputer, selama beroperasi *website* tersebut hanya diakses oleh internal Lapas Kelas I Tangerang.

2. Biaya Sewa

Lapas Kelas I Tangerang harus membayar biaya sewa ke *developer website* sebesar Rp. 2.500.000,- setiap tahunnya. Hal ini dirasa sangat memberatkan, karena hasil penjualan produk baik secara konvensional maupun *online* tidak dapat menutupi pembayaran sewa *website* tersebut.

3. Kebijakan Pimpinan

Pojokpas.com merupakan proyek perubahan yang dibuat oleh Bapak R. Andika Dwi Prasetya saat menjabat sebagai Kepala Lapas Kelas I Tangerang untuk mengikuti Pendidikan dan Pelatihan Kepemimpinan Tingkat II (Diklatpim II). Setelah berganti pimpinan munculah kebijakan baru dengan mempertimbangkan kedua hal diatas, sehingga *website* tersebut tidak lagi digunakan. Kemudian, pada saat diwawancarai, Kepala Bidang Kegiatan Kerja Lapas Kelas I Tangerang juga menunjukkan kekhawatiran apabila Lapas Kelas I Tangerang menggunakan *e-commerce* untuk menjual hasil kegiatan kerja narapidana. Ia menyatakan “Menurut saya kualitas produk Lapas Kelas I Tangerang belum bisa bersaing dengan produk sejenis yang dijual diluar”. Namun, berdasarkan hasil pengamatan peneliti, kualitas hasil kegiatan kerja Lapas Kelas I Tangerang sebenarnya cukup baik hanya saja harga yang ditawarkan

sangat mahal. Sebagai contoh, dompet dari bahan dasar kulit sapi dijual dengan kisaran harga Rp. 200.000,- sampai Rp. 250.000,-. Saat ini, khususnya di berbagai *online shop* di Indonesia, banyak sekali produsen yang menjual dompet dengan bahan pengganti kulit yang terlihat sangat mirip dengan kulit, memiliki fungsi yang sama dengan dompet kulit, dan dapat diperoleh dengan harga yang lebih terjangkau. Lapas Kelas I Tangerang sebagai pemula atau pendatang baru dalam bisnis *online*, akan lebih baik jika melakukan strategi untuk menarik perhatian masyarakat terlebih dahulu. Setelah mendapatkan simpati dan rasa percaya dari masyarakat, Lapas Kelas I Tangerang bisa mulai meningkatkan produk maupun harga yang ditawarkan.

Selain rasa khawatir akan kualitas yang belum bisa bersaing, Kepala Bidang Kegiatan Kerja Lapas Kelas I Tangerang juga menyatakan “Kalau kita berani menjual keluar, kuantitasnya seharusnya juga banyak, diproduksi secara terus menerus”. Kuantitas/jumlah produksi barang di Lapas Kelas I Tangerang dirasa belum siap jika ditawarkan diluar kemudian mendapatkan respon positif dan ada konsumen yang melakukan pemesanan dalam jumlah banyak. Hal tersebut dikarenakan jumlah narapidana yang mengikuti kegiatan kerja rata-rata hanya 3 (tiga) sampai 5 (lima) orang. Kepala Bidang Kegiatan Kerja Lapas Kelas I Tangerang juga menjelaskan, belum ada syarat substantif yang “memaksa” narapidana untuk mengikuti kegiatan kerja. Sampai dengan saat ini, narapidana bisa mendapatkan remisi ataupun pembebasan bersyarat dengan berkelakuan baik. Dalam prakteknya, berkelakuan baik hanya dilihat dari ada atau tidak adanya register F (pelanggaran) yang dilakukan oleh narapidana yang bersangkutan. Tidak ada syarat substantif yang *detail*, sebagai contoh narapidana harus memiliki sertifikat keahlian atau bukti administratif lain yang menunjukkan keikutsertaan narapidana dalam kegiatan kerja di Lapas untuk memperoleh hak-hak nya.

Selanjutnya, terkait akun tokopedia yang juga pernah dimiliki Lapas Kelas I Tangerang. Akun tersebut hanya menampilkan 3 (tiga) produk hasil kegiatan kerja narapidana. Lapas Kelas I Tangerang tidak memiliki peralatan untuk mendokumentasikan produk yang ingin dijual di tokopedia. Hal tersebut mengakibatkan foto yang diupload terlihat kurang menarik, sama sekali tidak menunjukkan kualitas ataupun keunggulan dari produk tersebut. Kepala Seksi Bimbingan Kerja dan Kepala Bidang Kegiatan Kerja di Lapas Kelas I Tangerang menyatakan tidak adanya admin yang mengelola akun tokopedia tersebut. Dengan begitu, tidak ada yang bertanggung jawab untuk mengontrol dan mengelola akun tokopedia tersebut sampai akhirnya tidak digunakan lagi.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemanfaatan e-commerce dalam pemasaran hasil kegiatan kerja narapidana di Lapas Kelas I Tangerang belum maksimal sehingga belum mampu memasarkan hasil kegiatan kerja narapidana dengan baik.
2. Tidak maksimalnya pemanfaatan e-commerce dalam pemasaran hasil kegiatan kerja narapidana di Lapas Kelas I Tangerang disebabkan oleh beberapa kendala, antara lain :
 - a. Website pojokpas.com kurang fleksibel dan mewajibkan biaya sewa sebesar Rp. 2.500.000,- setiap tahunnya;

- b. Kebijakan pimpinan yang berubah-ubah;
- c. Kualitas dan kuantitas belum siap bersaing;
- d. Tidak ada admin pengelola e-commerce;
- e. Foto produk yang diupload tidak menarik;
- f. Kurangnya pengetahuan masyarakat luas terkait produk hasil kegiatan kerja narapidana di Lapas Kelas I Tangerang..

Referensi

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1995 tentang Pemasarakatan.

Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 1999 tentang Pembinaan dan Pembimbingan Warga Binaan Pemasarakatan.

Lexy J. Moleong. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya

Creswell, John. W. (2010). Research Design Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed.