

Strategi Pemasaran Hasil Pertanian Hidroponik Pada Pembinaan Kemandirian Di Lapas Pemuda Kelas III Langkat

Rahmat Bobby Oktaviandi . S¹, Alif Shofa Danutirta ²

^{1,2} Politeknik Pengayoman Indonesia, Jurusan Ilmu Pemasyarakatan, Indonesia

E-mail: rahmatsitumorang13@gmail.com¹, alifshofa.danutirta@gmail.com²

Article History:

Received: 21 Agustus 2025

Revised: 29 September 2025

Accepted: 04 Oktober 2025

Keywords:

Strategi Pemasaran 7P, Hidroponik, Lapas, Pembinaan Kemandirian, Sayuran Organik

Abstract: Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran hasil pertanian hidroponik di Lapas Pemuda Kelas III Langkat menggunakan pendekatan 7P Marketing Mix. Studi menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data diperoleh dari wawancara mendalam dengan petugas, narapidana, dan konsumen, observasi lapangan, serta dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk sawi hidroponik dikembangkan dengan sistem NFT dan sumbu, menghasilkan kualitas yang baik namun belum memiliki sertifikasi resmi. Harga ditetapkan Rp25.000/kg dengan metode full costing, didukung penawaran diskon untuk pembelian dalam jumlah besar. Distribusi dilakukan melalui pasar tradisional dan media sosial Instagram, meski terkendala prosedur keamanan Lapas. Promosi mengandalkan mulut ke mulut dan konten digital sederhana, sementara partisipasi warga binaan dalam proses pemasaran masih memerlukan peningkatan kapasitas. Proses produksi hingga pemasaran memakan waktu 2.5-3 bulan dengan kemasan plastik polos yang belum memiliki identitas merek. Temuan ini mengidentifikasi peluang pengembangan melalui sertifikasi produk, optimalisasi pemasaran digital, dan perbaikan sistem distribusi untuk meningkatkan daya saing.

PENDAHULUAN

Sistem pemasyarakatan merupakan suatu kerangka pembinaan yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila dengan tujuan utama memanusiaakan narapidana melalui proses pembinaan kepribadian dan kemandirian. Sistem ini tidak hanya dijalankan oleh pengampu tetapi juga melibatkan masyarakat agar narapidana mampu menyadari kesalahan, memperbaiki diri, serta tidak mengulangi perbuatan criminal (Ramadhani, 2022). Dengan demikian, Lapas berfungsi bukan hanya sebagai tempat menjalani pidana, melainkan juga sebagai wadah transformasi agar narapidana dapat kembali ke masyarakat sebagai individu yang beriman, bertanggung jawab, dan memiliki kehidupan yang layak (Shafira et al., 2022).

Program pembinaan di dalam Lapas memiliki peran strategis dalam mempersiapkan narapidana agar mampu berintegrasi kembali ke masyarakat dengan bekal kepribadian yang lebih baik serta keterampilan yang bermanfaat. Pembinaan ini mencakup aspek material dan spiritual

yang berjalan seimbang, serta membutuhkan dukungan berbagai pihak agar terlaksana secara optimal (Ummah, 2019). Sesuai Keputusan Menteri Hukum dan HAM Nomor M.002-PK.04.10 Tahun 1990, pembinaan terbagi menjadi pembinaan kepribadian dan kemandirian, di mana pembinaan kemandirian dilakukan melalui pendekatan bottom up dengan pemberian materi serta pelatihan keterampilan sesuai minat warga binaan. Dengan adanya program ini, narapidana diharapkan mampu mengembangkan potensi diri, memiliki keahlian yang dapat digunakan setelah bebas, serta siap kembali menjadi bagian masyarakat yang produktif (Caesar, 2021).

Program pembinaan kemandirian melalui kegiatan wirausaha di Lapas memiliki peran penting dalam membekali narapidana dengan keterampilan dan mentalitas kewirausahaan, seperti kreativitas, kepercayaan diri, semangat berbisnis, kemandirian, serta kemampuan manajemen risiko. Dengan adanya program ini, narapidana diharapkan mampu mandiri, menciptakan peluang kerja, dan tidak bergantung pada pihak lain setelah bebas. Namun, berdasarkan data jumlah warga binaan di Lapas Pemuda Kelas III Langkat yang mencapai 1.082 orang dan melebihi kapasitas, pelaksanaan pembinaan berpotensi tidak merata sehingga perlu strategi khusus agar setiap narapidana tetap memperoleh kesempatan pengembangan diri secara optimal. Program pembinaan kemandirian di Lapas Pemuda Kelas III Langkat melalui kewirausahaan, khususnya pertanian hidroponik, menunjukkan upaya positif dalam membekali narapidana dengan keterampilan produktif yang bermanfaat bagi masyarakat sekaligus berpotensi memberikan keuntungan bagi Lapas. Sistem hidroponik dipilih sebagai solusi atas keterbatasan lahan dan kondisi tanah yang kurang mendukung di Kabupaten Langkat, sehingga tetap memungkinkan produksi sayuran berkualitas, seperti sawi. Untuk menghadapi persaingan pasar, Lapas perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar produk hasil pembinaan ini dapat diterima masyarakat luas serta memberikan manfaat ekonomi yang lebih optimal.

Program hidroponik sawi hijau di Lapas Pemuda Langkat yang dibangun di atas lahan seluas 66 meter berhasil menghasilkan 50–60 kilogram dalam sekali panen dengan siklus 2,5–3 bulan, meskipun sebagian besar hasilnya masih dikonsumsi internal petugas Lapas karena keterbatasan promosi dan pemasaran ke luar. Pemilihan sawi hijau atau pakcoy didasari oleh kemudahan pengolahan serta kandungan nutrisi yang tinggi, sehingga bermanfaat bagi kesehatan. Selain itu, Lapas juga menanam komoditas lain seperti cabai, jagung, dan ubi di luar area Lapas, sehingga memperluas peluang kemandirian narapidana. Kegiatan ini tidak hanya menghasilkan produk pangan, tetapi juga menjadi sarana edukasi, di mana tamping hidroponik berperan sebagai instruktur bagi narapidana lain untuk belajar dan terlibat dalam perawatan hingga panen. Hidroponik merupakan metode bercocok tanam tanpa tanah yang memanfaatkan air, nutrisi, dan oksigen sebagai media tanam, sehingga menjadi solusi alternatif bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan lahan (Susilawati, 2019). Dengan kemajuan teknologi, media hidroponik kini semakin beragam, mulai dari pemanfaatan gelas plastik bekas air mineral yang dimodifikasi hingga penggunaan pipa PVC dan kerikil sintetis sebagai wadah tanam. Keunggulan utama hidroponik terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan tanaman sehat di lahan sempit dengan pengelolaan yang lebih efisien, sehingga semakin relevan diterapkan baik di perkotaan maupun pedesaan sebagai inovasi pertanian modern (Vella Rohmayani, 2022).

Perbedaan mendasar antara bercocok tanam dengan tanah dan sistem hidroponik terletak pada sumber nutrisinya, di mana tanah berperan sebagai penyedia unsur hara pada metode konvensional, sedangkan pada hidroponik nutrisi diberikan melalui air yang diperkaya zat organik. Teknik hidroponik yang diterapkan di Lapas Pemuda Kelas III Langkat telah menghasilkan sayuran dengan kualitas unggul yang sebagian besar masih dipasarkan di sekitar pasar tradisional dan menjadi konsumsi internal Lapas (Wirawati & Arthawati, 2021).

Strategi pemasaran merupakan rencana yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan utama, yaitu memperoleh keuntungan sekaligus memperluas jangkauan produk (Hadion Wijoyo & Denok Sunarsi, 2546). Dalam budidaya hidroponik sawi di Lapas Pemuda Kelas III Langkat, strategi pemasaran sangat penting karena kendala yang dihadapi adalah kurangnya publikasi produk serta belum adanya wadah penjualan langsung kepada masyarakat. Hal ini dipengaruhi oleh peran masyarakat dan petugas pemasyarakatan yang masih belum maksimal dalam mendukung pemasaran. Solusi yang dapat diterapkan adalah melibatkan narapidana secara aktif dalam pengemasan produk serta memanfaatkan teknologi digital, seperti e-commerce dan media sosial, agar produk pertanian hasil karya warga binaan dapat dikenal lebih luas, transparan, dan bersaing di pasaran (M. Diantoro, Apriharta, S. Fauzan, & F. U. Zuhri, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap individu maupun kelompok yang berkaitan dengan permasalahan sosial melalui observasi, wawancara, dan studi pustaka (Creswell & Creswell, 2018; Noor, 2015). Pendekatan ini dipilih karena fleksibilitasnya dalam proses penelitian dan kemampuannya memberikan gambaran menyeluruh tentang pelaksanaan pembinaan kemandirian di Lapas. Sumber data yang digunakan terdiri dari data primer, seperti hasil wawancara dengan kepala Lapas, staf, narapidana, serta konsumen internal dan eksternal, serta data sekunder berupa jurnal, buku, dokumen, dan laporan resmi (Rasyid, 2022). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi partisipatif, studi kepustakaan, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan untuk memperoleh temuan yang valid (L.J. Moleong, 2022).

Penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai strategi pemasaran dalam program pembinaan hidroponik sawi di Lapas Pemuda Kelas III Langkat, sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor penghambat yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Hasil penelitian tidak hanya mendeskripsikan kondisi objektif di lapangan, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi pembinaan kemandirian narapidana berbasis kewirausahaan. Dengan demikian, metode kualitatif deskriptif ini menjadi pendekatan yang relevan untuk menggali permasalahan secara rinci, komprehensif, dan kontekstual sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pembinaan kemandirian di Lapas Pemuda Kelas III Langkat melalui budidaya hidroponik sawi hijau (pakcoy) menjadi wadah positif bagi narapidana untuk memperoleh keterampilan baru sekaligus menumbuhkan semangat kewirausahaan di tengah keterbatasan lahan dan sumber daya. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana pembelajaran teknis, tetapi juga sebagai media pengembangan kreativitas warga binaan dengan pendampingan dari petugas serta tamping yang berpengalaman. Meski demikian, efektivitas program masih terhambat oleh keterbatasan strategi pemasaran, seperti kurangnya inovasi dalam kemasan produk, minimnya promosi digital, serta distribusi yang belum terencana secara optimal. Penerapan strategi bauran pemasaran (marketing mix) yang mencakup aspek produk, harga, promosi, dan distribusi perlu ditingkatkan agar hasil pertanian hidroponik tidak hanya bermanfaat bagi internal Lapas, tetapi juga dapat bersaing di pasar yang lebih luas dan memberikan nilai tambah bagi pembinaan kemandirian narapidana. Dalam upaya memasarkan produk hasil

pertanian hidroponik di Lapas Pemuda Kelas III Langkat, strategi pemasaran dianalisis menggunakan pendekatan bauran pemasaran 7P yang terdiri dari Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence. Berikut pembahasan strategi pemasaran 7P secara terfokus:

A. Strategi Pemasaran 7P

1. Product (Produk)

Gambar 1 Kegiatan Pertanian Hidroponik Lapas Pemuda Kelas III Langkat



Berdasarkan hasil penelitian bahwa sayuran hidroponik (sawi pakcoy) berkualitas, bebas pestisida, dan dikemas rapi. Kualitas hasil pertanian hidroponik sawi di Lapas Pemuda Kelas III Langkat dijaga dengan baik. Hasil ini menunjukkan bahwa pihak Lapas Pemuda Kelas III Langkat sebenarnya telah melakukan berbagai inovasi untuk meningkatkan kualitas produk sawi hidroponik. Misalnya, mereka telah mengganti jenis sawi dari daun panjang menjadi daun pendek yang lebih diminati konsumen. Meski produk sudah sesuai teori, pihak Lapas masih harus meningkatkan branding dari produk tersebut (label atau logo).

2. Price (Harga)

Gambar 2 Harga Penjualan Sayur Hidroponik Lapas Pemuda Kelas III Langkat

BON / FAKTUR NO.		tgl 14 April 2025	
Kepada: Bpk. Bodo Waluyo Dpt 12			
Banyaknya	NAMA BARANG	HARGA @	Jumlah Harga
	Sawi Hidroponik 5 kg	25.000	125.000
Tanda Terima		Jumlah Rp. 125.000	
RUM			

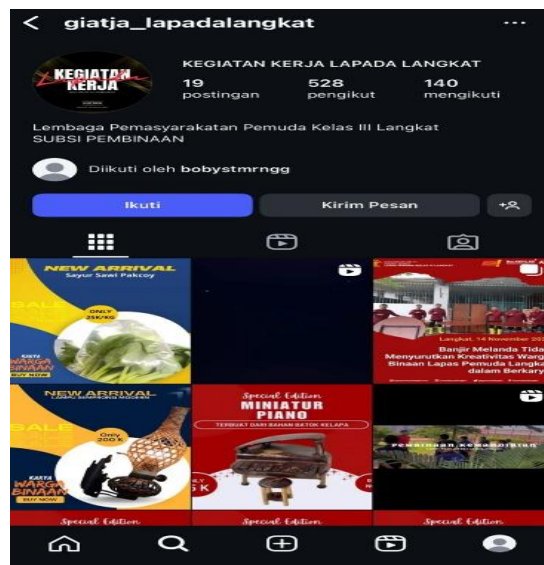
Dari hasil penelitian, diketahui bahwa Lapas Pemuda Kelas III Langkat menetapkan harga sawi hidroponik sebesar Rp 25.000 per kilogram. Menurut Kalapas, harga tersebut dipilih agar tidak terlalu mahal bagi masyarakat, namun tetap memberikan keuntungan yang layak bagi pihak Lapas. Strategi ini menunjukkan adanya niat untuk menyeimbangkan nilai ekonomi produk dengan daya beli masyarakat sekitar. Kasubsi Pembinaan menjelaskan bahwa penetapan harga dilakukan dengan metode full costing, yaitu menghitung seluruh biaya produksi termasuk biaya tetap, kemudian menambahkan margin keuntungan yang

wajar.

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa penawaran utama yang diberikan adalah harga yang terjangkau, agar tidak memberatkan masyarakat namun tetap menguntungkan pihak Lapas. Staf Pembinaan memperkuat hal tersebut dengan menyebutkan bahwa pengiriman gratis untuk wilayah terdekat memang sering digunakan sebagai nilai tambah. Walaupun teori sudah sesuai, namun pihak Lapas juga patut mempertimbangkan nilai tambah sosial produk.

3. Place (Tempat)

Gambar 3 Tempat Promosi Sayur Hidroponik Lapas Pemuda Kelas III Langkat



Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akses untuk mendapatkan produk sawi hidroponik dari Lapas Pemuda Kelas III Langkat sebenarnya sudah cukup mudah. Selain itu, penjualan juga dilakukan secara online melalui akun Instagram resmi Lapas. Artinya, masyarakat bisa memilih membeli secara offline maupun online sesuai dengan kenyamanan masing-masing. Ini menunjukkan bahwa Lapas telah mulai mengikuti perkembangan teknologi digital dalam strategi pemasarannya. Namun, meskipun akses tersedia di dua jalur (online dan offline), belum semua masyarakat tahu tempat untuk mendapatkan produk tersebut karena belum ada sistem pemasaran digital yang benar-benar terstruktur dan luas. Metode pembayaran juga sudah cukup fleksibel, termasuk opsi COD (cash on delivery) dan pembayaran di kemudian hari atau melalui transfer bank. Ini seharusnya menjadi nilai tambah yang mempermudah pelanggan dalam bertransaksi. Sayangnya, kemudahan ini belum disertai dengan promosi yang masif atau sistem pemesanan online yang terorganisir, misalnya melalui marketplace atau website resmi, sehingga pelanggan luar wilayah masih sulit mengetahui dan membeli produk.

4. Promotion (Promosi)

Gambar 4 Pemasangan Promosi Sayur Hidroponik Lapas Pemuda Kelas III Langkat



Dari hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pihak Lapas Pemuda Kelas III Langkat selama ini telah melakukan promosi dari mulut ke mulut dan pernah juga melalui stand bazar. Namun sekarang telah menggunakan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana promosi untuk produk sawi hidroponik. Kalapas, Kasubsi Pembinaan dan staff menyebutkan bahwa Instagram menjadi alat utama dalam menyebarkan informasi mengenai hasil panen dan penjualan produk. Promosi melalui media sosial sangat menguntungkan karena bisa menjangkau konsumen lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Produk hidroponik bisa dilihat oleh masyarakat umum secara langsung melalui foto, video, dan informasi yang dibagikan. Penggunaan media sosial sangat memudahkan komunikasi dengan konsumen, baik untuk memberikan informasi produk, menerima pesanan, maupun menjawab pertanyaan dari pembeli. Agar pemasaran lewat media sosial lebih maksimal, Lapas perlu membentuk tim khusus atau menunjuk petugas yang fokus menangani promosi digital. Perlu dibuat konten yang lebih menarik, seperti testimoni pelanggan, video edukatif tentang proses tanam, serta informasi ketersediaan produk.

5. People (Orang)

Gambar 5 Kegiatan Wawancara dengan Petugas Bimker, Tamping Hidroponic dan Konsumen



Berdasarkan hasil penelitian yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa Lapas Pemuda Kelas III Langkat telah melakukan upaya pelatihan kepada staf pembinaan dengan

metode yang cukup sederhana namun efektif. Semua informan, baik Kalapas, Kasubsi Pembinaan, maupun Staf Pembinaan, sepakat bahwa pelatihan yang diberikan berfokus pada penguatan serta diskusi rutin yang menekankan pada peningkatan keterampilan komunikasi, khususnya dalam konteks pemasaran kepada pelanggan. Pelatihan dalam bentuk penguatan dan diskusi ini sangat penting karena staf pembinaan dan petugas lapas tidak hanya berperan sebagai pengawas, tetapi juga sebagai ujung tombak dalam memasarkan hasil produksi hidroponik, khususnya sawi. Berdasarkan data wawancara, pihak Lapas Pemuda Kelas III Langkat harus dapat memberikan hal serupa kepada Warga Binaan agar program kemandirian ini dapat dinikmati oleh Warga Binaan secara merata. Ketidak merataan ini dapat menghambat produksi sayur hidroponik. Dimana ketika Tamping hidroponik akan bebas dari Lapas, petugas Lapas harus sudah bisa mengantisipasi dan mendapatkan pengganti baru dari Warga Binaan yang akan bebas tersebut, untuk menurunkan ilmu nya kepada Warga Binaan yang baru.

6. Process (Proses)

Gambar 6 Kegiatan Proses Produksi dan Panen Hidroponic Lapas Pemuda Kelas III



Langkat

Dari hasil penelitian, dapat dilihat bahwa pihak Lapas Pemuda Kelas III Langkat telah berusaha untuk memastikan mulai dari proses penanaman bibit sampai pembelian produk hidroponik berjalan dengan mudah dan cepat. Salah satu caranya adalah melalui keterlibatan langsung pimpinan dan staf pembinaan dalam setiap kegiatan produksi sampai pemasaran. Langkah ini menunjukkan adanya keseriusan dari pihak Lapas untuk menjaga kelancaran proses produksi sampai proses transaksi dan menjamin produk sampai ke tangan konsumen tanpa hambatan. Selain itu, keterlibatan staf pembinaan juga membantu mempercepat proses, mulai dari pengemasan hingga distribusi. Namun, meskipun sistem internal ini cukup baik, masih ada hambatan yang harus diatasi. Salah satunya adalah ketergantungan pada sistem manual dan belum adanya sistem digital atau platform khusus untuk pemesanan dan transaksi. Berdasarkan informasi, terlihat bahwa Lapas Pemuda Kelas III Langkat telah memiliki cara tersendiri untuk mempercepat pemrosesan pesanan produk hidroponik, khususnya sayur sawi. Semua informan, mulai dari Kalapas, Kasubsi Pembinaan, hingga Staf Pembinaan, menyampaikan bahwa salah satu upaya percepatan dilakukan dengan mengarahkan Warga Binaan yang bekerja di bidang kerja (bimker) dan

hidroponik untuk membantu proses pembungkusan produk. Strategi ini cukup efektif, terutama karena keterlibatan langsung Warga Binaan dapat mempercepat proses dari panen ke pengemasan. Hal ini tentu sangat penting, apalagi produk hidroponik seperti sawi memiliki umur simpan yang singkat dan harus segera diproses agar tetap segar saat sampai ke tangan konsumen. Dengan mengoptimalkan tenaga kerja dari dalam Lapas, proses pesanan bisa lebih cepat ditangani tanpa perlu menunggu waktu lama.

7. Physical Evidence (Bukti Fisik)

Gambar 7 Hasil Produksi Panen Hidroponic Lapas Pemuda Kelas III Langkat



Berdasarkan penelitian ini, terlihat bahwa Lapas Pemuda Kelas III Langkat cukup memperhatikan tampilan atau kemasan produk hidroponik sayur sawi. Kalapas dan Kasubsi Pembinaan menyebutkan bahwa produk dikemas dengan rapi menggunakan plastik, dan tiap kemasan berisi 1 kilogram yang terdiri dari 3 batang sawi. Kemasan ini disebut mampu memberi kesan elegan dan menarik secara visual, yang tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi calon pembeli. Selain kemasan, kualitas visual dari produk itu sendiri juga menjadi nilai jual. Staff Pembinaan menyebutkan bahwa daun sawi yang dihasilkan dari sistem hidroponik ini terlihat lebih segar, alami, dan sehat karena tidak menggunakan pestisida. Faktor ini memberi keunggulan dibandingkan sawi konvensional yang umumnya ditanam menggunakan tanah dan pestisida. Penampilan yang bersih, hijau segar, dan sehat membuat produk lebih mudah dipercaya oleh pelanggan sebagai produk berkualitas tinggi.

Berdasarkan data, seluruh informan baik Kalapas, Kasubsi Pembinaan, maupun Staf Pembinaan menyatakan bahwa hingga saat ini Lapas Pemuda Kelas III Langkat belum memanfaatkan sertifikasi atau penghargaan dalam memasarkan produk hidroponik mereka. Padahal, sertifikasi bisa menjadi nilai tambah yang sangat penting untuk meyakinkan konsumen akan kualitas dan keamanan produk yang ditawarkan. Tidak adanya sertifikasi menimbulkan hambatan tersendiri dalam strategi pemasaran, terutama ketika produk ingin dipasarkan lebih luas di luar lingkungan Lapas atau bersaing di pasar modern. Sertifikat seperti "organik", "bebas pestisida", atau standar kelayakan produk dari lembaga resmi dapat membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat, khususnya konsumen yang sangat memperhatikan keamanan pangan. Tanpa itu, produk cenderung dianggap biasa saja, meskipun kenyataannya berkualitas tinggi.

B. Perubahan Perilaku Narapidana Berdasarkan Dimensi Teori Pembelajaran Sosial

1. Belum Adanya Sertifikasi Produk

Untuk membangun kepercayaan pasar, Lapas Pemuda Kelas III Langkat perlu memanfaatkan sertifikasi atau penghargaan dalam memasarkan produk hidroponik mereka. Sertifikasi bisa menjadi nilai tambah yang sangat penting untuk meyakinkan konsumen akan kualitas dan keamanan produk yang ditawarkan. Tidak adanya sertifikasi menimbulkan hambatan tersendiri dalam strategi pemasaran, terutama ketika produk ingin dipasarkan lebih luas di luar lingkungan Lapas atau bersaing di pasar modern.

Sertifikasi produk menjadi kunci utama dalam membangun kepercayaan pasar. Dengan memiliki sertifikat resmi seperti "organik" atau "bebas pestisida", produk hidroponik Lapas Pemuda Kelas III Langkat bisa lebih mudah meyakinkan konsumen akan kualitas dan keamanannya. Tanpa sertifikasi, meskipun sebenarnya produk berkualitas tinggi sering dianggap biasa saja, terutama saat bersaing di pasar modern atau ingin menjangkau pelanggan di luar lingkungan Lapas.

Sertifikasi dari lembaga terpercaya tidak sekadar menjadi label, melainkan bukti nyata bahwa produk tersebut memenuhi standar keamanan pangan. Hal ini sangat penting bagi konsumen yang peduli kesehatan dan lingkungan. Dengan demikian, sertifikasi bukan hanya menambah nilai produk, tapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas. Untuk itu perlu adanya kerjasama atau koordinasi kepada pihak eksternal terkait pembuatan Sertifikat dengan ketentuan memenuhi standart sertifikasi itu sendiri.

2. Belum Adanya Branding Visual (Logo, Label, Narasi Sosial)

Penciptaan logo, label, dan narasi sosial yang kuat merupakan langkah penting dalam membangun citra produk. Logo yang dirancang dengan baik harus mencerminkan nilai-nilai utama produk hidroponik Lapas Langkat - kesegaran, keberlanjutan, dan kualitas premium. Warna hijau alami dengan sentuhan modern dapat menjadi pilihan tepat untuk menonjolkan karakter produk yang ramah lingkungan dan sehat.

Logo, label, serta narasi sosial sangatlah diperlukan, kemasan disebut mampu memberi kesan elegan dan menarik secara visual, yang tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi calon pembeli. Selain kemasan, kualitas visual dari produk itu sendiri juga menjadi nilai jual. Daun sawi (pakcoy) yang dihasilkan dari sistem hidroponik ini terlihat lebih segar, alami, dan sehat karena tidak menggunakan pestisida. Faktor ini memberi keunggulan dibandingkan sawi konvensional yang umumnya ditanam menggunakan tanah dan pestisida. Penampilan yang bersih, hijau segar, dan sehat membuat produk lebih mudah dipercaya oleh pelanggan sebagai produk berkualitas tinggi.

Label produk perlu dirancang secara profesional namun tetap sederhana, mencantumkan informasi penting seperti Metode penanaman hidroponik, Bebas pestisida, Sertifikasi (jika sudah ada) serta Nilai gizi. Narasi sosial media harus konsisten dan mengedukasi, menekankan pada Keunggulan hidroponik dengan konvensional, Manfaat kesehatan serta Proses produksi yang transparan.

3. Belum Optimalnya Pemanfaatan Platform Digital Sederhana

Lapas Langkat telah memulai transformasi digital dengan memanfaatkan Instagram sebagai platform promosi utama, meninggalkan metode tradisional seperti promosi mulut ke mulut dan bazar yang memiliki jangkauan terbatas. Media sosial ini menjadi game-changer karena menawarkan tiga keunggulan utama yaitu, jangkauan luas tanpa biaya tinggi, kemampuan menampilkan produk secara visual melalui foto, interaksi langsung dengan konsumen untuk pemesanan dan informasi

Namun potensi digital Lapas Langkat masih belum tergarap maksimal. Berdasarkan temuan lapangan, terdapat beberapa celah pengembangan seperti, struktur tim digital yang belum spesifik, konten promosi yang masih konvensional, pemanfaatan fitur platform seperti Instagram yang belum optimal. Solusi strategis yang dapat di implementasikan antara lain, Pembentukan tim digital khusus yang menangani pembuatan konten harian dan pengembangan konten interaktif yang meliputi video timelapse proses hidroponik. Transformasi digital ini tidak hanya akan meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun brand awareness dan komunitas loyal pelanggan yang dapat menjadi ambassador alami produk hidroponik Lapas Langkat.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian berupa hasil wawancara dan observasi lapangan pada Lapas Pemuda Kelas III Langkat, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan yang didapat sebagai berikut :

1. Strategi pemasaran hasil pertanian hidroponik di Lapas Pemuda Kelas III Langkat masih terbatas dan belum maksimal. Untuk itu, kesimpulan yang di dapat berdasarkan teori 7P sebagai berikut, yaitu: Produk, harus tetap menjaga kualitas produk agar tetap konsisten. Price, harga harus tetap mengedapankan pasar yang murah untuk dijangkau masyarakat luas. Place, tempat untuk memasarkan produk harus lebih ditingkatkan secara online dan offline, khususnya pada media online. Promotion, promosi dapat dilakukan di media online dan offline dan harus mempunyai tim khusus menangani promosi digital. People, petugas dan warga binaan harus yang sudah menerima pembekalan terkait pemasaran dan produksi hidroponik, serta pengalaman pelanggan harus dikedepankan sebagai tolak ukur atas kinerja yang telah di laksanakan selama ini. Process, mulai dari proses penanaman sampai dengan proses pemasaran harus terlaksana secara cepat agar memaksimalkan hasil dari penjualan. Physical Evidence, bukti fisik secara visual harus menarik serta segera mendapatkan Sertifikat terkait kelayakan dari produksi hidroponik sawi dalam Lapas.
2. Dari perspektif teori pembelajaran sosial (Albert Bandura), kegiatan pembinaan terbukti mampu: Terdapat beberapa kendala dalam penerapan strategi pemasaran hasil pertanian hidroponik di Lapas Pemuda Kelas III Langkat. Kendala-kendala tersebut meliputi: Belum adanya Sertifikasi, tentang produk sehingga dapat menjadi faktor kurangnya minat dari pembeli untuk membeli hasil pertanian hidroponik. Belum adanya Branding Visual, kurang menariknya kemasan dikarenakan tidak adanya logo dan label. Rendahnya Pemanfaatan Platform Digital, kurangnya promosi melalui media sosial Instagram seperti saat panen serta proses produksi sampai pemasaran.

SARAN

Setelah peneliti membuat sesuatu kesimpulan yang dikemukakan diatas, peneliti memberikan saran-saran sebagai bahan pertimbangan pada proses produksi yang ada di Lapas Pemuda Kelas III langkat sebagai berikut :

1. Lapas disarankan untuk lebih lagi memanfaatkan platform media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pembentukan tim khusus pemasaran digital yang melibatkan petugas dan narapidana yang telah dilatih juga sangat dianjurkan.
2. Perlunya pembuatan Sertifikat layak konsumsi atau layak gizi yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk membeli produk. Selain itu, menjalin kemitraan dengan pihak

ketiga seperti dinas pertanian, UMKM lokal, dan lembaga pelatihan juga dapat membantu memperkuat sistem pemasaran.

DAFTAR REFERENSI

- Caesar. (2021). Pembinaan Narapidana Di Lapas INDONESIA (Issue July).
- Hadioon Wijoyyo, Deenok Susnarsi, 2 dan 2I. I. 3(2546). Strategi Peemasaran UMKM di Masad Panddemi (Vol. 5, Issuee 1)
- L.J Molecong. (2022). Meetodologi Peneelitan Kuaalitatif. In Meetodologi PeneelitanKualaitatif.InRaakeSaraasin(IssueMaret).<https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- M. Diantoro, Aprihaarta, S. Fauzan, F. U. Zuhri, A. A. I. (2020). Peningkatan Strategi Peemasaran Prooduk Kaarya Waarga Binaaan Pemasyaarakatan (WBP) Laapas Klaass Saatu Kotaa Maalaang berbaasis Websiite1Noo Tiitlee. Haaapemas 2.
- Ramadhani, FF. (2022). Ppola Peembinaan Terhaadap Pelaaku Pengulaangan Tindaak Pidaana (Reesedivis) Menurut Peerspektif Siiyasah (Stuudi paada Lapas Kelaas IIA Kootabumi Laampung Utara. a63. <http://repository.radenintan.ac.id/19212/>
- Rasyid, f. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori, Metode, Dan Praktek.
- Shafira, M., Achmad, D., Berdian, F., & Humam, M. (2022). Buku Hukum Pemasyarakatan Panitensier.
- Susilawati. (2019). Dasar – Dasar Bertanam Secara Hidroponik.
- Ummah, M. S. (2019). Peenologidanpemasyarakatan. Iin Suustainability (Switzerland) (Vol. 1a1, Issue a1). http://sciotecao.cafo.com/bi55tstream/handle5/5u123456789/1091/RED201Eng8ene.pd5u54f?sequence=12&isAlu5lowed=y%0uu6Ahttp://dx.doi.org/10.1016565u/j.regsciurbec o.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembet ungan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Vella Rohmayani, S.Pd., M.Si., Anindita Riesti R. A., S.Si., M.Si. Nur Hidayatullah, S. P. (2022). Peran Bakteri Rockwool Hidroponik Tanaman Sawi (Brassica rapa L.). <http://www.p3i.um-surabaya.ac.id>
- Wiraawati, S. M., & Arthaawati, S. N. (2021). Meniingkatkan Pendaapatan Maasyarakat Melaluui Budiddaya Taanaman Saawi Deengan Meetode Hiidroponik Di Deesa Peelawad Kecaamatan Ciiruas. AABDIKARYA: Jurnal Peengabdian Daan Pemberdayaan Maasyarakat, 33(1), 1–9. <https://doi.oorg/100.470080/aabdikaarya.v3i1.1151>