

Pendekatan Marketing Mix 7P pada Pembinaan Kemandirian Budidaya Ikan Lele di Lapas Kelas Iia Metro

Nur Ma'ruf Ardiansyah¹, Alif Shofa Danutirta²

^{1,2}Politeknik Pengayoman Indonesia

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

Article History:

Received: 02 Oktober 2025

Revised: 18 Desember 2025

Accepted: 08 Januari 2026

Keywords: *Marketing Mix 7P, Pembinaan Kemandirian, Budidaya Ikan Lele, Lembaga Pemasyarakatan, Warga Binaan.*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi marketing mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence) dalam pembinaan kemandirian budidaya ikan lele di Lapas Kelas IIA Metro, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam meningkatkan pemasaran produk tersebut. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada upaya pemerintah untuk mewujudkan Indonesia Emas 2045 melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan ekonomi kreatif, termasuk bagi warga binaan pemasyarakatan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan marketing mix 7P di Lapas Kelas IIA Metro telah berjalan cukup efektif, terutama dalam aspek produk, harga, dan proses produksi. Namun, masih terdapat kendala seperti keterbatasan promosi, minimnya pelatihan SDM, dan sarana budidaya yang belum optimal. Di sisi lain, terdapat peluang besar melalui pengembangan produk olahan dan tingginya permintaan ikan lele di pasar lokal. Kesimpulannya, strategi 7P dapat menjadi pendekatan efektif untuk mendukung pembinaan kemandirian warga binaan, meningkatkan pemasaran produk, serta mendorong reintegrasi sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.*

PENDAHULUAN

Pemerintah saat ini memiliki tekad kuat untuk mewujudkan cita-cita “Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045” melalui delapan misi pembangunan yang dikenal sebagai Asta Cita, salah satu fokus utamanya yaitu menciptakan lapangan kerja yang bermutu, memajukan semangat kewirausahaan, serta mengembangkan sektor industri kreatif (Nurhayati & Pratama, 2019). Upaya tersebut dilakukan dengan membangun perekonomian secara merata, dimulai dari desa dan masyarakat akar rumput sebagai fondasi pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu strategi konkret yang dapat ditempuh adalah pengembangan budidaya lele, yang dinilai efektif dalam memperkuat ekonomi kerakyatan sekaligus memperluas akses keuangan hingga ke wilayah terpencil. Lapangan kerja sendiri mencerminkan kondisi ketersediaan peluang kerja di tengah

masyarakat yang menunjukkan adanya kebutuhan tenaga kerja dalam kegiatan ekonomi atau produksi. Semakin banyak lapangan kerja yang terbuka, semakin besar pula kesempatan masyarakat untuk memperoleh pekerjaan dan menurunkan angka pengangguran. Sebaliknya, keterbatasan lapangan kerja akan berdampak pada meningkatnya pengangguran.

Pemerintah Indonesia melalui visi “*Bersama Indonesia Maju Menuju Indonesia Emas 2045*” menetapkan delapan misi strategis yang dikenal sebagai Asta Cita, dengan salah satu prioritas utamanya adalah menciptakan lapangan kerja berkualitas, mendorong pertumbuhan kewirausahaan, serta mengembangkan industri kreatif sebagai fondasi pemerataan ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan dan daerah tertinggal (Kementerian PPN/Bappenas, 2020). Dalam sektor perikanan, terutama budidaya ikan lele, dipandang sebagai salah satu peluang strategis yang mampu mendukung pencapaian tujuan tersebut karena mudah dijalankan, membutuhkan modal yang relatif terjangkau, serta memiliki potensi pasar yang luas (Nurhayati & Pratama, 2019). Usaha budidaya lele berperan penting dalam memperkuat pertumbuhan ekonomi sekaligus membuka lapangan kerja baru, terutama di wilayah yang kaya akan sumber daya perairan. Berdasarkan data Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP) (2022), sektor perikanan menyumbang sekitar 40% dari total produksi perikanan nasional dengan pertumbuhan rata-rata 7% per tahun, menunjukkan kontribusi signifikan terhadap ekonomi sekaligus potensi besar dalam menyerap tenaga kerja. Keunggulan lain dari budidaya lele ialah fleksibilitasnya yang dapat dijalankan dalam skala kecil maupun besar, cocok bagi masyarakat dengan modal terbatas termasuk di daerah tertinggal, serta memiliki siklus produksi cepat sekitar 2–3 bulan dengan permintaan pasar yang konsisten baik dari sektor industri pangan maupun konsumsi rumah tangga, sehingga menjadi peluang menjanjikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (E. S. Rahayu & Wibowo, 2020).

Salah satu sektor yang memiliki peluang besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif adalah budidaya ikan lele, yang termasuk dalam 17 program prioritas pemerintah sebagai upaya memaksimalkan pemanfaatan sumber daya lokal, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai bagian dari sektor perikanan, budidaya ikan lele tidak hanya berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan pangan, tetapi juga menjadi motor penggerak ekonomi kreatif melalui pengembangan produk olahan inovatif, pemasaran digital, serta penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Suryana, 2019). Pemerintah mendukung hal ini melalui berbagai program seperti pelatihan, bantuan permodalan, dan pendampingan teknis, yang semuanya selaras dengan agenda peningkatan ekonomi kreatif, di mana keberhasilan implementasinya memerlukan kolaborasi antara kebijakan pemerintah, penerapan teknologi inovatif, dan peran aktif masyarakat (Handayani & Wibowo, 2021). Pengembangan budidaya ikan lele juga berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja inklusif dan berkelanjutan sekaligus menumbuhkan wirausahawan baru, sejalan dengan visi Asta Cita yang menekankan pentingnya kewirausahaan dan penguatan industri kreatif sebagai penggerak utama ekonomi (Kementerian PPN/Bappenas, 2020).

Di Lembaga Pemasyarakatan, pembinaan bagi narapidana terbagi menjadi dua jenis utama, yaitu pembinaan kepribadian dan pembinaan kemandirian, yang keduanya dirancang untuk mempersiapkan mereka kembali ke masyarakat secara produktif dan bermartabat. Pembinaan kepribadian berfokus pada pembentukan sikap, moral, dan perilaku melalui kegiatan seperti pendidikan agama, konseling, serta pembelajaran nilai-nilai sosial agar narapidana dapat berperan aktif setelah bebas (Septyan, 2020). Sementara itu, pembinaan kemandirian menitikberatkan pada pengembangan keterampilan praktis seperti budidaya ikan, pembuatan kerajinan tangan, hingga pengelolaan usaha kecil menengah (UKM), yang berguna sebagai modal ekonomi setelah masa hukuman berakhir. Penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan keterampilan kerja terbukti

efektif dalam menurunkan angka residivisme, meningkatkan rasa percaya diri, tanggung jawab, serta daya saing narapidana di dunia kerja (Supriyanto, 2020; Nugroho, 2018). Salah satu sektor yang dinilai sangat potensial dalam mendukung pembinaan kemandirian adalah budidaya ikan lele konsumsi karena mudah dilakukan, membutuhkan modal relatif kecil, serta memiliki pasar yang luas dan stabil. Melalui pelatihan warga binaan dapat mengembangkan keterampilan ini menjadi peluang usaha UMKM, seperti penjualan ikan segar atau produk olahan, sehingga tidak hanya berkontribusi pada ketahanan pangan tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan ekonomi serta mengurangi stigma negatif terhadap narapidana (Rahayu & Nugroho, 2020).

Program pembinaan kemandirian melalui budidaya ikan lele di lembaga pemasyarakatan memiliki hubungan erat dengan prinsip keenam sistem pemasyarakatan, yaitu bahwa pekerjaan yang diberikan kepada narapidana dan anak didik tidak boleh hanya sekedar mengisi waktu luang, melainkan harus memiliki nilai guna yang nyata. Kegiatan ini dirancang untuk membekali narapidana dengan keterampilan praktis, relevan, dan bernilai ekonomi, mulai dari pengelolaan kolam, pemberian pakan, hingga proses panen, sekaligus menanamkan nilai kerja keras, tanggung jawab, dan manajemen usaha. Penelitian menunjukkan bahwa program budidaya ikan lele berkontribusi signifikan dalam meningkatkan keterampilan kerja narapidana serta mempersiapkan mereka menjadi wirausahawan mandiri setelah bebas. Program ini selaras dengan tujuan utama pembinaan, yaitu membentuk narapidana yang memiliki tanggung jawab sosial sekaligus mandiri secara ekonomi, karena kegiatan tersebut dirancang berdasarkan kebutuhan pasar dan dapat langsung diterapkan dalam kehidupan nyata. Pekerjaan yang diberikan tidak bersifat monoton, tetapi menjadi bekal konkret untuk kehidupan setelah keluar dari lembaga pemasyarakatan serta membangun rasa percaya diri narapidana melalui keterlibatan dalam proses yang nyata dan bernilai. Selain itu, budidaya ikan lele juga memiliki prospek ekonomi tinggi karena ikan ini menjadi salah satu sumber protein hewani yang paling diminati di Indonesia berkat kandungan proteinnya yang tinggi, lengkap dengan asam amino esensial, serta harganya yang terjangkau. Tingginya minat konsumsi terlihat dari data Provinsi Lampung, di mana tingkat konsumsi ikan lele mencapai 4,39 kg per kapita per tahun atau sekitar 17,10% dari total konsumsi ikan rumah tangga pada tahun 2021 (Sumartini, 2024), menunjukkan potensi besar budidaya ini tidak hanya untuk pemberdayaan narapidana tetapi juga dalam memenuhi kebutuhan gizi masyarakat.

Lapas Kelas IIA Metro sebagai salah satu lembaga pemasyarakatan yang fokus pada program pembinaan kemandirian bagi narapidana telah mengembangkan kegiatan budidaya ikan lele sebagai sarana peningkatan keterampilan sekaligus membuka peluang usaha bagi warga binaan. Namun, agar potensi tersebut dapat dimaksimalkan dan memberikan dampak ekonomi yang lebih besar, diperlukan strategi pemasaran yang efektif. Salah satu pendekatan yang dapat diterapkan adalah bauran pemasaran 7P (product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence), yang tidak hanya menitikberatkan pada kualitas produk dan penentuan harga, tetapi juga mencakup aspek pelayanan, proses produksi, promosi, serta bukti fisik yang dapat memengaruhi keputusan konsumen (Kotler & Keller, 2016). Melalui penerapan strategi ini, diharapkan hasil budidaya ikan lele di Lapas Kelas IIA Metro dapat lebih dikenal, diterima pasar, dan memiliki daya saing tinggi, sehingga mampu mendukung pencapaian misi Asta Cita dalam menciptakan lapangan kerja berkualitas serta mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan di tingkat lokal. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul *“Pendekatan Marketing Mix 7P pada Pembinaan Kemandirian Budidaya Ikan Lele di Lapas Kelas IIA Metro”*.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial yang berkaitan dengan pelaksanaan program pembinaan kemandirian narapidana melalui kegiatan budidaya ikan lele di Lapas Kelas IIA Metro. Menurut Sugiyono (2019), metode kualitatif bertujuan mengungkap makna, konsep, dan karakteristik suatu fenomena secara holistik dan alamiah tanpa menggunakan analisis statistik, melainkan melalui pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata, tindakan, dan dokumen. Pendekatan ini bersifat fleksibel dan dapat berkembang selama proses penelitian berlangsung. Penelitian ini berfokus pada proses pelaksanaan pembinaan kemandirian yang dilakukan di Lapas Kelas IIA Metro sebagai upaya memberikan keterampilan praktis dan peluang usaha kepada warga binaan. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi kepustakaan. Informan utama terdiri dari Kasi Giatja, staf pembinaan, warga binaan peserta program, serta pengepul hasil budidaya, sedangkan data sekunder diperoleh dari literatur, jurnal, buku, artikel, dan dokumen pendukung lainnya. Teknik analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data untuk menyederhanakan dan mengelompokkan informasi, penyajian data dalam bentuk narasi yang terstruktur, dan penarikan kesimpulan dengan mengidentifikasi pola serta makna dari hasil penelitian. Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan mendalam tentang efektivitas, manfaat, serta tantangan pelaksanaan pembinaan kemandirian melalui budidaya ikan lele dalam mendukung proses reintegrasi sosial narapidana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penerapan Marketing Mix 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*) pada Pembinaan Kemandirian Budidaya Ikan Lele di Lapas Kelas IIA Metro

1. *Product* (Produk)

Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Kelas IIA Metro tidak hanya berfokus pada pembinaan narapidana, tetapi juga berhasil mengembangkan usaha produktif yang bernilai ekonomi tinggi, salah satunya melalui penjualan lele konsumsi segar. Produk ini tidak hanya diminati oleh masyarakat sekitar, tetapi juga oleh warga binaan sendiri, menunjukkan bahwa hasil budidaya yang dilakukan memiliki kualitas yang baik dan mampu bersaing dengan produk serupa di pasaran. Hal tersebut diperkuat oleh testimoni konsumen yang menyebutkan bahwa lele hasil budidaya lapas memiliki daging yang segar, tidak berbau amis, serta dipelihara dengan seleksi indukan yang ketat sehingga hasilnya maksimal. Keberhasilan ini tidak terlepas dari manajemen budidaya yang profesional dan dukungan dari berbagai pihak, mulai dari proses pemilihan bibit, perawatan kolam, hingga pemasaran. Lapas juga memastikan standar kesehatan ikan terjaga dan harga yang ditawarkan tetap kompetitif, menjadikan produk lele ini sebagai pilihan yang menarik bagi konsumen.

Dampak positif dari program ini sangat signifikan, baik bagi warga binaan maupun masyarakat luas. Bagi narapidana, keterlibatan langsung dalam proses produksi memberikan kesempatan untuk memperoleh keterampilan baru di bidang perikanan yang bermanfaat sebagai bekal hidup setelah bebas nantinya. Mereka tidak hanya belajar teknik budidaya, tetapi juga strategi pemasaran dan pengelolaan usaha, termasuk menghadapi fluktuasi harga pasar. Hal ini sesuai dengan penjelasan Kepala Seksi Kegiatan Kerja yang menyatakan bahwa kegiatan tersebut melibatkan pihak-pihak kompeten, seperti SMK pertanian, untuk memberikan pelatihan menyeluruh kepada warga binaan. Sementara itu, bagi masyarakat sekitar, keberadaan produk lele dari Lapas IIA Metro menjadi alternatif konsumsi yang berkualitas dan terjangkau. Dengan demikian, program penjualan lele konsumsi segar ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada aspek

sosial dan pembinaan, sekaligus menjadi bentuk inovasi lapas dalam meningkatkan kemandirian dan kesejahteraan semua pihak yang terlibat.



Gambar 1. Produk Panen Lele

2. *Price (Harga)*

Lembaga Pemasarakatan (Lapas) Kelas IIA Metro telah menunjukkan keberhasilannya sebagai pelaku usaha produktif di bidang perikanan melalui penjualan hasil budidaya ikan lele berkualitas tinggi. Keunggulan utama usaha ini terletak pada strategi penetapan harga yang fleksibel dan kompetitif. Harga jual lele tidak hanya mampu bersaing dengan harga pasar umum, tetapi pada periode tertentu bahkan lebih murah untuk menarik minat pembeli, seperti menurunkan harga dari Rp25.000 menjadi Rp23.000 per kilogram. Strategi ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi konsumen, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran lapas untuk menjaga kestabilan produksi dan mengurangi persediaan saat panen melimpah. Dengan cara ini, lapas mampu menciptakan solusi saling menguntungkan (*win-win solution*) baik bagi lembaga maupun masyarakat. Di sisi lain, kualitas produk tetap terjaga melalui proses budidaya yang dilakukan secara intensif dan terukur, mulai dari pemeliharaan kolam, pemberian pakan, hingga teknik panen yang memastikan kesegaran ikan tetap terjaga. Dukungan tenaga ahli dan pengalaman petugas dalam bidang perikanan turut memperkuat daya saing produk ini di pasaran.

Lebih dari sekadar kegiatan ekonomi, program budidaya lele ini membawa dampak sosial yang signifikan, terutama dalam hal pembinaan narapidana. Warga binaan yang terlibat tidak hanya mempelajari keterampilan teknis budidaya ikan, tetapi juga mendapatkan wawasan tentang manajemen usaha dan etos kerja, yang akan sangat berguna sebagai bekal kehidupan setelah bebas. Keikutsertaan mereka dalam kegiatan produktif ini juga memberikan rasa percaya diri karena hasil kerja mereka dihargai dan diterima oleh masyarakat. Dampaknya terasa luas: bagi lapas, usaha ini menjadi sumber pendapatan yang mendukung kemandirian finansial; bagi narapidana, menjadi sarana rehabilitasi dan reintegrasi sosial; dan bagi masyarakat, menjadi akses terhadap produk pangan berkualitas dengan harga terjangkau. Tidak berhenti sampai di situ, pemasaran dilakukan melalui dua jalur, yaitu untuk kebutuhan dapur lapas sendiri dan melalui pengepul yang datang setiap bulan untuk menyalurkan hasil panen ke pasar tradisional di Kota Metro. Model usaha seperti ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih luas lagi di berbagai lapas di Indonesia, termasuk melalui peningkatan skala produksi, diversifikasi produk, dan penerapan strategi pemasaran yang lebih modern.



Gambar 2. Jual Beli Ikan Lele

3. *Place* (Tempat)

Lembaga Pemasyarakatan (Lapas) Kelas IIA Metro telah berhasil membangun dua jalur kemitraan penjualan yang efektif untuk produk budidaya ikan lele mereka, yaitu melalui saluran eksternal dan internal. Melalui saluran eksternal, lapas bekerja sama dengan para pengepul tetap yang secara terjadwal datang setiap bulan untuk membeli hasil panen dan kemudian mendistribusikannya ke berbagai pasar tradisional di wilayah Metro. Pola kerja sama yang terstruktur ini menciptakan alur distribusi yang stabil sekaligus menjamin kontinuitas penjualan, sehingga hasil pembinaan tidak hanya berhenti pada tahap produksi tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang nyata. Sementara itu, sebagian hasil panen juga dialokasikan secara internal untuk memenuhi kebutuhan gizi warga binaan. Ikan lele segar dimanfaatkan sebagai bahan pangan bergizi tinggi yang dipasok ke dapur lapas, sehingga tidak hanya meningkatkan kualitas konsumsi para penghuni, tetapi juga membantu menghemat anggaran dengan mengurangi ketergantungan pada pembelian bahan makanan dari luar.

Sistem pemasaran ganda yang diterapkan ini memberikan nilai tambah yang signifikan karena mampu menghadirkan manfaat ekonomi sekaligus mendukung keberlanjutan operasional lembaga pemasyarakatan. Lapas tidak hanya berperan sebagai unit produksi yang menghasilkan pendapatan, tetapi juga sebagai konsumen yang mampu memanfaatkan hasil pembinaannya secara langsung untuk kepentingan internal. Keberhasilan model ini menunjukkan bahwa kegiatan budidaya perikanan di dalam lapas dapat berjalan secara profesional dan terencana, serta memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Pengembangan ke depan dapat dilakukan dengan memperluas jaringan mitra pengepul, meningkatkan kapasitas produksi, hingga menciptakan produk olahan yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Dengan strategi tersebut, usaha budidaya lele Lapas IIA Metro dapat semakin berkontribusi terhadap kemandirian lembaga sekaligus meningkatkan kesejahteraan warga binaan.



Gambar 3. Pengepul Sedang Menimbang Ikan Lele

4. *Promotion* (Promosi)

Lapas IIA Metro menerapkan strategi pemasaran yang unik dan efektif dengan mengandalkan pendekatan tradisional berbasis jaringan sosial dalam memasarkan hasil budidaya ikan lele. Sistem ini berpusat pada promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh para pegawai lapas, baik melalui interaksi langsung maupun rekomendasi informal dalam lingkungan kerja. Metode sederhana ini terbukti ampuh dalam memperluas jangkauan pasar, tidak hanya menjangkau konsumen internal tetapi juga menarik minat pengepul ikan dari luar. Para pegawai berperan ganda sebagai konsumen sekaligus promotor, di mana pengalaman positif mereka terhadap kualitas produk menjadi testimoni nyata yang meningkatkan kepercayaan dan reputasi produk lele lapas. Informasi terkait stok dan jadwal panen biasanya beredar secara alami di kalangan internal sebelum menyebar ke jaringan personal yang lebih luas, sehingga menciptakan sistem distribusi yang terstruktur meskipun bersifat konvensional. Melalui cara ini, lapas berhasil mempertahankan stabilitas penjualan sekaligus membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

Meskipun terbukti efektif, sistem pemasaran tradisional ini memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan dan skalabilitas karena masih bergantung pada jaringan personal. Pertumbuhan volume penjualan pun berjalan lebih lambat dibandingkan metode modern. Namun, kekuatan utama pendekatan ini terletak pada hubungan interpersonal yang erat antara produsen dan konsumen, yang menciptakan kepercayaan dan loyalitas jangka panjang. Ke depan, sistem ini dapat diperkuat dengan mengombinasikan metode konvensional yang sudah terbukti efektif dengan strategi pemasaran digital, seperti pemanfaatan media sosial atau platform online, untuk memperluas pangsa pasar tanpa kehilangan sentuhan personal yang menjadi keunggulannya. Lebih dari sekadar aktivitas ekonomi, sistem pemasaran ini juga memiliki dampak sosial yang signifikan karena membangun ekosistem ekonomi berbasis gotong royong dan kepercayaan antara lapas, pegawai, pengepul, dan masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bagaimana lembaga pemasyarakatan dapat berperan aktif dalam pemberdayaan ekonomi sekaligus mempererat hubungan sosial dengan lingkungannya.

5. *People* (Orang)

Lapas IIA Metro menerapkan strategi pemberdayaan sumber daya manusia dalam program budidaya ikan lele dengan melibatkan secara aktif warga binaan yang memiliki latar belakang di bidang perikanan, baik dari pengalaman kerja sebelumnya maupun pendidikan formal. Pendekatan ini memungkinkan pemanfaatan potensi yang dimiliki narapidana secara optimal sekaligus memberikan ruang bagi mereka yang tertarik untuk mempelajari keterampilan baru. Bagi peserta yang belum memiliki pengalaman, lapas menyediakan pelatihan intensif yang mencakup berbagai aspek teknis, mulai dari pemilihan bibit, pemeliharaan kolam, pemberian pakan, hingga strategi

pemasaran. Pelatihan ini juga bekerja sama dengan pihak eksternal, seperti SMK pertanian, untuk memastikan kualitas pembinaan. Lebih dari sekadar keterampilan teknis, program ini memberikan dampak psikologis positif dengan membangkitkan rasa percaya diri warga binaan melalui pengakuan terhadap kemampuan mereka dan pemberian peran nyata dalam kegiatan produktif.



Gambar 4. Warga Binaan Sedang Menimbang Ikan Lele

Hasil dari program pemberdayaan ini menunjukkan dampak yang signifikan baik dari sisi produksi maupun pembinaan. Produksi ikan lele mengalami peningkatan kuantitas dan kualitas seiring meningkatnya keterampilan warga binaan dalam pengelolaan budidaya. Sementara itu, dari sisi pembinaan, program ini terbukti efektif dalam mendukung proses reintegrasi sosial, karena banyak warga binaan yang mampu memanfaatkan keterampilan tersebut setelah bebas, bahkan sebagian berhasil membuka usaha sendiri di bidang perikanan. Selain memberikan bekal keterampilan, program ini juga menciptakan sinergi positif antara pembinaan narapidana dan pengembangan usaha produktif lapas, di mana warga binaan tidak hanya belajar tetapi juga berkontribusi langsung dalam kegiatan bernilai ekonomi. Keberhasilan model pemberdayaan ini menunjukkan pentingnya pendekatan berbasis keterampilan nyata sebagai strategi pembinaan yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan hidup setelah masa hukuman berakhir.

6. *Process (Proses)*

Lapas IIA Metro menjalankan proses budidaya ikan lele secara profesional dan terstruktur melalui beberapa tahapan penting yang diawasi ketat oleh petugas serta melibatkan partisipasi aktif warga binaan. Proses dimulai dari seleksi indukan berkualitas dengan mempertimbangkan aspek kesehatan, ukuran tubuh, dan produktivitas telur, yang kemudian dilanjutkan dengan pemijahan terkontrol untuk menghasilkan telur berkualitas tinggi. Telur-telur tersebut ditetaskan dalam wadah khusus dengan pengaturan suhu dan kualitas air yang optimal hingga menjadi benih siap tebar. Benih yang telah menetas selanjutnya dipelihara di kolam pembesaran dengan perawatan intensif, mencakup pemberian pakan berkualitas secara teratur, pemantauan kesehatan, serta pengelolaan kualitas air. Tahapan ini memakan waktu beberapa bulan hingga ikan mencapai ukuran panen ideal. Seluruh proses dilakukan dengan pengawasan yang ketat untuk memastikan pertumbuhan ikan berjalan optimal dan menghasilkan lele berkualitas tinggi yang siap dipasarkan. Setelah mencapai ukuran panen (8–12 ekor per kilogram), dilakukan proses pemanenan secara hati-hati, diikuti dengan penyortiran berdasarkan ukuran dan kondisi fisik untuk memastikan hanya ikan terbaik yang

dipasarkan.

Setelah tahap pemanenan selesai, proses selanjutnya adalah pengemasan, pengangkutan, dan distribusi ke pasar melalui jaringan pengepul. Ikan yang dipilih dimasukkan ke dalam wadah berisi air bersih untuk mengurangi stres sebelum dikirim, kemudian dikemas menggunakan karung basah atau plastik beroksigen guna menjaga kelangsungan hidup selama transportasi. Proses pengangkutan dilakukan dengan memperhatikan jarak dan kondisi perjalanan, bahkan penambahan es atau sirkulasi oksigen dilakukan untuk menjaga kesegaran jika jarak distribusi jauh. Pengepul kemudian menjadi penghubung antara pembudidaya dan pasar, mendistribusikan ikan ke pasar tradisional, restoran, maupun industri pengolahan. Sistem kerja sama yang baik antara pembudidaya dan pengepul memastikan kelancaran distribusi, stabilitas harga, serta keuntungan bagi kedua belah pihak. Melalui proses budidaya yang terstruktur ini, Lapas IIA Metro tidak hanya mampu menghasilkan produk berkualitas secara konsisten, tetapi juga memberikan pembelajaran praktis kepada warga binaan tentang teknik budidaya yang profesional, manajemen usaha, dan strategi pemasaran, sehingga menjadi bekal berharga ketika mereka kembali ke masyarakat.

7. *Physical Evidence* (Bukti Fisik)

Lapas IIA Metro menerapkan sistem *physical evidence* berupa fasilitas budidaya ikan lele yang dirancang secara strategis untuk menjamin keberlanjutan produksi sekaligus memberikan pembelajaran praktis bagi warga binaan. Terdapat 13 kolam beton berukuran 2 x 5 meter dengan kedalaman 1 meter yang dikelola secara bergiliran, bukan secara serentak. Setiap kolam menjalani tahapan berbeda mulai dari persiapan, penebaran benih, pemeliharaan, hingga pemanenan sehingga menciptakan siklus produksi yang berkelanjutan. Pola tanam bertahap ini membuat pengelolaan sumber daya menjadi lebih efisien karena saat beberapa kolam dalam tahap pemeliharaan, kolam lainnya dapat dipersiapkan atau sedang dipanen. Setelah panen, setiap kolam diberi waktu istirahat untuk proses pembersihan dan perbaikan guna menjaga kualitas lingkungan budidaya. Pendekatan ini memastikan proses pembesaran ikan tetap optimal, kolam tetap higienis, serta meminimalkan risiko penurunan kualitas air dan penyebaran penyakit.



Gambar 5. Tampak Kolam Pembesaran Ikan Lele

Penerapan sistem budidaya bergilir ini membawa berbagai manfaat strategis bagi pengelolaan lapas. Pertama, keberadaan stok ikan lele segar dapat terjaga secara kontinu untuk memenuhi kebutuhan dapur internal maupun permintaan pasar eksternal. Kedua, pembagian siklus kerja mempermudah proses pengawasan dan perawatan karena tidak semua kolam membutuhkan

perhatian secara bersamaan. Ketiga, sistem ini menjadi sarana pembelajaran yang efektif bagi warga binaan untuk memahami seluruh tahapan budidaya, mulai dari persiapan hingga pascapanen, sehingga keterampilan mereka meningkat secara signifikan. Keempat, jeda waktu istirahat kolam mampu menekan risiko penyebaran penyakit dan menjaga ekosistem budidaya tetap sehat. Dengan kapasitas produksi yang stabil dan terencana melalui pengelolaan 13 kolam ini, Lapas IIA Metro tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan pangan secara internal, tetapi juga menciptakan nilai ekonomi melalui penjualan ikan ke pasar, yang sekaligus mendukung program pembinaan kemandirian dan pemberdayaan warga binaan.

Tantangan Dan Peluang Yang Dihadapi Dalam Meningkatkan Pemasaran Ikan Lele Di Lapas Kelas IIA Metro?

1. Sumber daya manusia yang kurang kompeten

Tantangan dalam meningkatkan pemasaran ikan lele di Lapas Kelas IIA Metro dapat dianalisis menggunakan metode 5 Why. Pertama, mengapa penjualan ikan lele stagnan? Karena produksi ikan lele tidak konsisten. Kedua, mengapa produksi tidak konsisten? Karena kualitas budidaya seringkali tidak optimal. Ketiga, mengapa kualitas budidaya kurang optimal? Karena terdapat kendala dalam perawatan dan manajemen kolam. Keempat, mengapa terjadi kendala dalam perawatan? Karena petugas atau warga binaan kurang terampil dalam teknik budidaya yang benar. Kelima, mengapa mereka kurang terampil? Karena kurangnya pelatihan dan pemahaman mendalam tentang budidaya ikan lele. Dengan demikian, akar masalahnya adalah kurangnya pemahaman Sumber Daya Manusia (SDM) dalam budidaya ikan lele, yang berdampak pada produktivitas dan akhirnya menghambat pemasaran.

2. Minimnya sarana dan prasarana budidaya ikan lele

Stagnannya penjualan ikan lele di Lapas IIA Metro disebabkan oleh rantai permasalahan yang saling berkaitan, dimulai dari stok produksi yang tidak mampu memenuhi permintaan pasar. Keterbatasan produksi ini terjadi karena kapasitas kolam yang tersedia terlalu kecil dibandingkan dengan kebutuhan pasar yang terus meningkat. Upaya peningkatan kapasitas kolam pun terkendala oleh keterbatasan lahan dan infrastruktur pendukung yang tidak memadai. Selain itu, pengembangan sistem budidaya intensif seperti teknologi bioflok atau recirculating system belum dapat diterapkan akibat minimnya akses terhadap teknologi modern serta keterbatasan anggaran. Kondisi ini diperparah dengan permasalahan teknis seperti kebutuhan air yang tidak stabil, terutama saat musim kemarau, yang mengganggu proses pemeliharaan ikan. Dengan demikian, keterbatasan fasilitas budidaya menjadi faktor utama yang membatasi kapasitas produksi, menghambat peningkatan volume penjualan, serta menurunkan daya saing produk di pasar. Hal ini diperkuat oleh pernyataan staf kegiatan kerja yang menyebutkan bahwa meskipun fasilitas sudah cukup baik, kebutuhan infrastruktur tambahan seperti sumur bor sangat diperlukan untuk menjamin ketersediaan air secara berkelanjutan.



Gambar 6. Tampak Filter Kolam yang kurang Memadai

3. Kurangnya sistem promosi yang tertata

Berdasarkan hasil analisis 5 Why, diketahui bahwa stagnannya penjualan ikan lele di Lapas Kelas IIA Metro disebabkan oleh minimnya promosi hasil budidaya ke pihak luar. Permintaan pasar yang rendah bukan disebabkan oleh kualitas produk, melainkan karena masyarakat luas tidak mengetahui keberadaan dan keunggulan ikan lele hasil budidaya Lapas. Kondisi ini terjadi karena tidak adanya upaya promosi yang maksimal akibat keterbatasan sumber daya manusia, jaringan pemasaran, serta kurangnya pengetahuan tentang strategi promosi modern. Akibatnya, produk ikan lele tidak dikenal secara luas dan kesulitan bersaing dengan produk serupa di pasar terbuka. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan, modernisasi fasilitas budidaya, serta strategi promosi yang lebih agresif menjadi langkah penting yang harus diambil untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Selain itu, berbagai peluang strategis dapat dimanfaatkan untuk mendorong pengembangan pemasaran ikan lele. Salah satu peluang terbesar adalah diversifikasi produk melalui pengolahan ikan lele menjadi produk bernilai tambah seperti lele asap, abon, keripik, atau nugget, yang memiliki harga jual lebih tinggi dan daya simpan lebih lama. Tingginya permintaan ikan lele di Kota Metro dan sekitarnya juga menjadi peluang besar, karena ikan ini digemari masyarakat dan dibutuhkan secara rutin oleh berbagai pelaku usaha kuliner. Ditambah lagi, masih tersedianya lahan di lingkungan Lapas membuka peluang perluasan kolam budidaya menggunakan teknologi modern seperti bioflok atau sistem resirkulasi, sehingga kapasitas produksi dapat ditingkatkan secara signifikan. Dengan memanfaatkan ketiga peluang tersebut dan dukungan dari pemerintah setempat dalam bentuk pelatihan, peralatan, dan akses pemasaran, budidaya ikan lele berpotensi menjadi program unggulan yang tidak hanya produktif secara ekonomi, tetapi juga memberikan nilai pembinaan yang signifikan bagi warga binaan.

KESIMPULAN

Penerapan strategi marketing mix 7P di Lapas Kelas IIA Metro telah menunjukkan hasil yang positif dalam pengelolaan budidaya ikan lele sebagai produk unggulan. Melalui aspek product, Lapas berhasil menghasilkan ikan lele segar yang menjadi sumber pemenuhan gizi warga binaan sekaligus produk bernilai ekonomi. Dari segi price, harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan pasar luar, sedangkan pada aspek place, distribusi dilakukan melalui penjualan ke

pengepul dan konsumsi internal. Promotion masih mengandalkan metode tradisional berupa promosi mulut ke mulut, namun tetap efektif karena jaringan pelanggan sudah terbentuk. Faktor people menjadi kekuatan penting karena melibatkan warga binaan secara langsung dalam proses pembenihan, perawatan, hingga pemasaran. Selain itu, process budidaya dijalankan secara sistematis untuk menjaga kualitas dan kontinuitas produksi, serta didukung oleh physical evidence berupa 13 kolam budidaya yang menjadi sarana utama. Penerapan ketujuh elemen ini tidak hanya meningkatkan kemandirian ekonomi Lapas tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap program pembinaan dan pemberdayaan narapidana.

Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar penerapan 7P berjalan lebih optimal. Keterbatasan SDM yang belum kompeten menjadi kendala dalam proses produksi dan pemasaran, sementara sarana dan prasarana yang kurang memadai, seperti teknologi aerasi, filter air, atau alat ukur kualitas air, berdampak pada produktivitas dan kualitas hasil panen. Promosi yang masih bersifat konvensional juga membatasi jangkauan pasar karena belum memanfaatkan strategi digital marketing secara maksimal. Di sisi lain, tantangan ini membuka peluang besar bagi Lapas untuk melakukan pengembangan, seperti peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan, modernisasi fasilitas budidaya, serta penguatan strategi promosi berbasis teknologi. Dengan mengatasi hambatan-hambatan tersebut, program budidaya ikan lele di Lapas Kelas IIA Metro berpotensi menjadi lebih produktif, kompetitif, dan berkelanjutan sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi sekaligus reintegrasi sosial bagi warga binaan.

SARAN

Berdasarkan analisis strategi marketing mix 7P, Lapas Kelas IIA Metro perlu melakukan sejumlah pengembangan untuk meningkatkan nilai tambah produk budidaya ikan lele dan memperluas jangkauan pasarnya. Dari sisi product, diversifikasi menjadi langkah penting, di mana Lapas tidak hanya menjual ikan segar tetapi juga mengolahnya menjadi produk bernilai tinggi seperti lele asap, abon, atau nugget yang memiliki daya simpan lebih lama dan potensi pasar yang lebih luas. Pada aspek price, penerapan strategi harga yang fleksibel, seperti diskon untuk pembelian besar atau harga khusus bagi pelanggan tetap, dapat meningkatkan daya saing sekaligus mempertahankan profitabilitas. Dari sisi place, perluasan saluran distribusi ke pasar modern, rumah makan, maupun toko kelontong, serta pemanfaatan platform digital untuk pemesanan, akan membuka peluang pemasaran yang lebih besar. Sedangkan dari aspek promotion, penggunaan media sosial, spanduk, kerja sama promosi dengan pemerintah daerah, dan pemanfaatan testimoni pelanggan dapat memperkuat citra dan kepercayaan terhadap produk Lapas.

Selain itu, peningkatan people atau sumber daya manusia menjadi kunci keberhasilan program ini. Pelatihan intensif tentang teknik budidaya, pengolahan hasil, dan manajemen pemasaran perlu diberikan kepada warga binaan, serta melibatkan tenaga ahli dari dinas terkait untuk meningkatkan kompetensi. Dari segi process, penerapan SOP dalam setiap tahapan produksi akan menjamin kualitas dan konsistensi hasil budidaya. Sementara pada aspek physical evidence, perbaikan sarana seperti kolam, sistem aerasi, filtrasi, serta ruang penyimpanan dan pengolahan akan menunjang produktivitas dan kualitas produk. Jika seluruh rekomendasi ini diterapkan secara optimal, Lapas Kelas IIA Metro tidak hanya mampu meningkatkan pemasaran ikan lele tetapi juga menciptakan usaha berkelanjutan yang berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi dan reintegrasi sosial warga binaan.

DAFTAR REFERENSI

Handayani, R., & Wibowo, A. (2021). Government Support and Its Impact on Catfish Farming

- Productivity in Indonesia. *Indonesian Journal of Fisheries Economics*, 15(1), 45–58.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). (2022a). Laporan Kinerja Kementerian Kelautan dan Perikanan Tahun 2022.
- Kementerian Kelautan dan Perikanan (KKP). (2022b). Program Budidaya Lele untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat. Kementrian Kelautan dan Perikanan.
- Kementerian PPN/Bappenas. (2020). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024. Perpres No. 18 Tahun 2020.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, R. (2018). Peran Pembinaan Kemandirian dalam Menunjang Reintegrasi Sosial Narapidana. *Jurnal Rehabilitasi Sosial*, 10(1), 45–56.
- Nurhayati, S., & Pratama, R. A. (2019). Potensi Budidaya Lele dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Pedesaan. *Jurnal Ilmu Pertanian*, 12(2), 45–56.
- Rahayu, S., & Nugroho, B. (2020). Empowering Prisoners Through Catfish Farming Training: A Case Study in Central Java. *Journal of Community Empowerment*, 8(2), 112–125.
- Sari, R., & Nugroho, B. (2021). Efektivitas Metode 5 Why dalam Mengidentifikasi Masalah Pemasaran pada UKM Budidaya Ikan. *Jurnal Ilmu Pemasaran*, 10(3), 78–90.
- Septyan, R. (2020). Pembinaan Narapidana dalam Sistem Pemasyarakatan. *Jurnal Hukum Dan Pembangunan*, 50(2), 345–360.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartini. (2024). Tahun 2021, Ikan Lele Masih Terfavorit di Provinsi Lampung. DKP Provinsi Lampung. <https://dkp.lampungprov.go.id/detail-post/tahun-2021-ikan-lele-masih-terfavorit-di-provinsi-lampung>
- Supriyanto, A. (2020). Efektivitas Program Pelatihan Kerja di Lembaga Pemasyarakatan terhadap Penurunan Residivisme. *Jurnal Pemasyarakatan*, 15(2), 123–135.
- Suryana, B. (2019). Integrating Fisheries and Creative Economy: Opportunities and Challenges. *Journal of Creative Industries*, 12(2), 78–92.
- Wibowo, A., & Permana, D. (2020). Analisis Penerapan Metode 5 Why dalam Meningkatkan Efektivitas Pemasaran pada Usaha Kecil dan Menengah. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15(2), 45–56.