

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Bakti Jaya merupakan kelurahan di kecamatan Setu, Tangerang Selatan yang memiliki keluasan sekitar 1,74 km². Bakti Jaya memiliki penduduk sejumlah 20.874 jiwa dengan 10.376 berupa pria dan 10.498 berupa wanita. Dari jumlah penduduk tersebut, terdapat 7.698 warga yang bekerja. Mayoritas penduduk mencari nafkah melalui bekerja sebagai karyawan swasta dan wiraswasta. Pelaku UMKM di Bakti Jaya menerima dukungan dari Lurah Fiqri Yanuardi Putra yang ingin membina dan memberdayakan usaha UMKM di kelurahan tersebut akibat perkembangan UMKM yang cukup tinggi.



Gambar 2.1 Foto Kantor Lurah Bakti Jaya
Sumber: Zikri (2025)

Berdasarkan observasi yang dilakukan, ditemukan bahwa beberapa UMKM di Bakti Jaya bergerak dalam bidang FnB. Namun, UMKM yang diamati juga memiliki permasalahan yang sama dengan DBumbu, yaitu *brand awareness* yang dimiliki masih minim akibat media promosi yang kurang strategis dan belum menekankan identitas *brand*. UMKM di Bakti Jaya juga belum memaksimalkan promosi di media sosial sehingga sulit menjangkau target audiens yang berada di luar Bakti Jaya.

2.1.1 Profil Desa

Berikut adalah profil desa Bakti Jaya berdasarkan observasi penulis yang telah disusun menjadi sebuah tabel.

Tabel 2.1 Profil Desa Bakti Jaya

1.	Nama Desa	:	Bakti Jaya
----	-----------	---	------------

2	Jumlah warga	:	20.874 warga
3	Jumlah Kepala Keluarga	:	6.456 KK
4.	Jenis Pekerjaan	:	Karyawan Swasta, Wiraswata, Buruh Harian Lepas, Pegawai Negeri Sipil (PNS), Guru
6.	Penduduk yang Bekerja	:	7.698 warga
7.	Jumlah RT	:	65
8.	Jumlah RW	:	10
9.	Nomor Kode Pos	:	15344

Berdasarkan informasi yang ditemukan, Bakti Jaya memiliki 65 Rukun Tetangga (RT) dan 10 Rukun Warga (RW) dengan kode pos 15344. Bakti Jaya memiliki jumlah warga sebanyak 20.874 warga dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 6.456 Kepala Keluarga (KK). Terdapat 7.698 warga yang bekerja dengan mayoritas bekerja sebagai karyawan swasta, wiraswata, buruh harian lepas, Pegawai Negeri Sipil (PNS), dan guru.

2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Bakti Jaya memiliki beberapa potensi yang dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan kemakmuran warga sekitar. Berikut adalah beberapa potensi yang ditemukan tersebut.

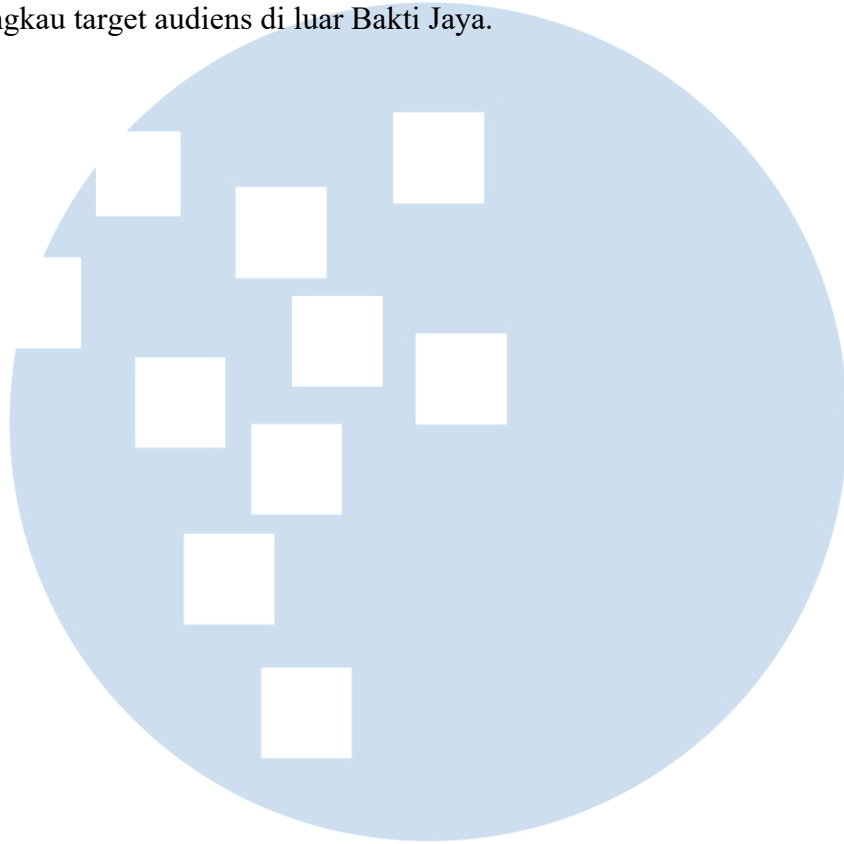
Tabel 2.2 Tabel Potensi Desa Bakti Jaya

Potensi Desa	
Keunikan Desa (USP)	: Banyak UMKM berkembang di Bakti Jaya yang kemudian menghadirkan program pemberdayaan untuk mendukung perkembangan UMKM agar dapat meningkatkan ekonomi warga.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	: Warga Bakti Jaya menunjukkan rasa inisiatif dan kerja sama yang kuat. Warga juga menunjukkan minat yang sangat tinggi untuk membuka UMKM mereka sendiri, meskipun belum memiliki pengetahuan mengenai

		<p>pentingnya identitas visual pada desain UMKM serta cara mempromosikan UMKM mereka di media sosial secara strategis. Namun, warga siap untuk meningkatkan aspek kekurangan tersebut demi meraih visi misi UMKM.</p>
Keadaan alam/sekitar (Environment)	:	<p>Wilayah Bakti Jaya padat dengan tempat tinggal penduduk dan beberapa infrastruktur masyarakat. Meskipun begitu, Bakti Jaya tetap memiliki kawasan hijau.</p>
Analisa SWOT Desa dan Masyarakat Desa		
<i>Strenght</i>		<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Bakti Jaya memiliki program pemberdayaan UMKM. • Minat tinggi SDM dalam memulai UMKM. 		<ul style="list-style-type: none"> • UMKM di Bakti Jaya tidak memiliki presensi yang kuat di media sosial. • Desain UMKM yang ada belum menonjolkan identitas brand sehingga kalah saing dengan UMKM lain.
<i>Opportunity</i>		<i>Threat</i>
<ul style="list-style-type: none"> • UMKM berpotensi yang membuatnya dilirik oleh proyek universitas untuk mendukung perkembangannya. • Menerima dukungan dari pemerintah untuk meningkatkan kegiatan UMKM. 		<ul style="list-style-type: none"> • Adanya desa yang memiliki presensi daring yang lebih kuat dibandingkan Bakti Jaya. • Anak muda di Bakti Jaya tidak tertarik untuk memberdaya ekonomi wilayah.

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa potensi Bakti Jaya merupakan alasan mendasar mengapa perkembangan UMKM DBumbu sangat penting. Hal ini menjadi dorongan untuk merancang media promosi yang strategis

agar *brand awareness* DBumbu di media sosial dapat naik sehingga dapat menjangkau target audiens di luar Bakti Jaya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA