

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Kelompok masyarakat yang menjadi sasaran dalam proses ini adalah penduduk yang berdomisili di Kelurahan Pondok Betung, salah satu kawasan di Kota Tangerang Selatan yang mengalami perkembangan pesat, khususnya pada sektor perdagangan dan jasa. Perkembangan tersebut didukung oleh ketersediaan infrastruktur ekonomi serta fasilitas publik yang cukup memadai. Berdasarkan data monografi kelurahan, Pondok Betung memiliki jumlah penduduk sekitar 310.955 jiwa dengan 98.924 kepala keluarga, sehingga menjadikannya wilayah dengan tingkat aktivitas sosial dan ekonomi yang relatif tinggi.

Meskipun demikian, cakupan pasar NaS Parfum tidak terbatas pada wilayah Pondok Betung saja, melainkan juga menjangkau kawasan Jabodetabek secara lebih luas. Dengan mengedepankan kualitas produk serta nilai-nilai budaya lokal, NaS Parfum memiliki potensi untuk menarik minat konsumen di berbagai daerah urban dan semi-urban, seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Produk ini, yang mengusung filosofi lokal serta pemanfaatan bahan-bahan organik, memperoleh tanggapan positif dari masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan diri.



Gambar 2.1 Aktivitas Sosial Masyarakat Kelurahan Pondok Betung.
Sumber: <https://kelpondokbetung.tangerangselatankota.go.id>

Latar belakang pekerjaan masyarakat di wilayah ini tergolong beragam, dengan mayoritas penduduk bekerja di sektor swasta yang mencapai 4.601 orang. Selain itu, terdapat lebih dari 1.600 individu yang berprofesi sebagai pedagang, baik skala kecil maupun besar, serta sekitar 1.254 orang yang bekerja sebagai buruh. Masyarakat juga mencakup berbagai profesi lain, seperti pegawai negeri sipil, anggota TNI dan Polri, pengrajin, hingga wirausahawan mandiri. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa kondisi ekonomi masyarakat Pondok Betung berada pada tingkat menengah hingga menengah atas, dengan rata-rata pendapatan bulanan berkisar antara 4 hingga 8 juta rupiah. Pola kehidupan yang cenderung dinamis, cepat, dan kompetitif menyebabkan tingkat tekanan dan stres masyarakat relatif tinggi, sehingga mendorong mereka untuk mencari berbagai bentuk pengelolaan stres melalui praktik *self-care* serta pendekatan ketenangan, seperti *mindfulness* (Nano Sujani, wawancara pribadi, 2026).

Dari sisi demografi usia, wilayah ini didominasi oleh penduduk usia produktif, terutama pada rentang usia 20–49 tahun, yang mencakup lebih dari setengah jumlah keseluruhan penduduk. Kondisi tersebut menegaskan karakter masyarakat Pondok Betung sebagai kelompok yang aktif, dinamis, serta responsif terhadap perkembangan tren gaya hidup. Seiring dengan itu, tingkat kesadaran akan pentingnya kesehatan mental dan keseimbangan hidup terus mengalami peningkatan, khususnya di kalangan profesional muda dan generasi produktif. Masyarakat tidak lagi semata-mata mempertimbangkan fungsi produk, melainkan juga mencari nilai pengalaman emosional yang dapat diberikan. Berdasar wawancara dengan owner Nas Parfum, beliau mengungkapkan produk yang mengandung unsur budaya, narasi, dan filosofi lokal cenderung lebih mudah diterima karena mampu membangun keterikatan *personal* dengan identitas serta latar belakang konsumen, terutama ketika dikemas melalui pendekatan desain *modern* yang relevan.

Pada praktiknya, pola konsumsi masyarakat di wilayah ini menunjukkan kecenderungan untuk memilih pengalaman pembelian secara langsung atau *offline*, seperti melalui bazar, acara komunitas, dan pameran. Interaksi langsung dengan produk dinilai lebih meyakinkan karena memungkinkan konsumen untuk mencium

aroma, menilai kualitas secara nyata, serta menentukan pilihan yang lebih sesuai dengan selera dan kebutuhan pribadi. Meski demikian, kehadiran *platform* digital seperti *Instagram* dan *Shopee* tetap berperan signifikan sebagai media pencarian informasi, sarana perbandingan produk, serta pendukung dalam proses pengambilan keputusan sebelum pembelian dilakukan (Nano Sujani, wawancara pribadi, 2026). Selain itu, masyarakat Kelurahan Pondok Betung juga memiliki tingkat kepedulian yang relatif tinggi terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan, sejalan dengan karakter kawasan perkotaan yang didukung oleh fasilitas publik yang lengkap, seperti pasar tradisional, minimarket, supermarket, layanan kesehatan, serta institusi pendidikan dari jenjang dasar hingga perguruan tinggi.

Masyarakat menunjukkan tanggapan yang positif terhadap produk yang mengedepankan prinsip ramah lingkungan, penggunaan bahan organik, serta memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi individu maupun lingkungan sekitar. Produk lokal yang mengangkat nilai-nilai budaya Indonesia, seperti NaS Parfum yang memanfaatkan minyak atsiri lokal, memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menghadirkan rasa tenang, membantu meredakan tingkat stres, serta merepresentasikan identitas budaya Indonesia dalam wujud yang selaras dengan gaya hidup *modern* masyarakat perkotaan (Nano Sujani, wawancara pribadi, 2026).



Gambar 2.2 Foto Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik NaS Perfume

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik NaS Parfum, perkembangan UMKM di wilayah ini turut ditopang oleh ekosistem lokal yang semakin terbuka terhadap praktik kolaborasi dan program pembinaan usaha. Berbagai bentuk pendampingan, seperti pelatihan pemasaran digital, pengelolaan

bisnis, serta penguatan identitas produk yang berlandaskan nilai-nilai lokal, menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan pelaku usaha. Inisiatif tersebut tidak hanya berorientasi pada peningkatan angka penjualan, tetapi juga pada upaya membangun merek yang kuat, berkelanjutan, dan selaras dengan karakter masyarakat setempat. Dengan adanya dukungan lingkungan sekitar serta meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap aspek kualitas, budaya, dan keberlanjutan, UMKM seperti NaS Parfum diharapkan mampu berkembang lebih pesat serta memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kelurahan Pondok Betung.

2.1.1 Profil Desa

Kelurahan Pondok Betung yang berada di Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, merupakan kawasan yang mengalami pertumbuhan cukup pesat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk. Wilayah ini memiliki potensi yang kuat dari aspek demografis dan ketersediaan infrastruktur, sehingga menjadikannya area yang strategis bagi pengembangan berbagai jenis usaha, termasuk produk yang mengangkat konsep *wellness* serta nilai-nilai budaya lokal, seperti NaS Parfum.

Tabel 2. 1 Profil Kelurahan Pondok Betung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan

1.	Nama Desa	:	Kelurahan Pondok Betung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan	
2.	Jumlah warga	:	34118 jiwa (<i>data penduduk tahun 2024</i>)	
3.	Jumlah Kepala Keluarga	:	11.525 KK (<i>jumlah kepala keluarga Pondok Aren</i>)	
4.	Jenis Pekerjaan	:	PNS	: 454 orang
		:	TNI	: 16 orang
		:	Polisi	: 50 orang
		:	Pensiunan	: 437 orang
		:	Pegawai Swasta	: 9.615 orang
		:	Petani	: 32 orang
		:	Buruh	: 591 orang
		:	Pengrajin	: - orang
		:	Pedagang Besar	: 61 orang

		Pedagang Kecil	:	1.035 orang
		Tidak/Belum bekerja	:	6652 orang
5.	Penghasilan	:	Middle – Upper (UMK Tangerang Selatan rata-rata ± IDR 4–8 juta/bulan) (estimasi dari status urban & SES)	
6.	Kepadatan Penduduk	:	0,05 orang/km ²	
7.	Usia Penduduk	0–5 tahun	:	2.302 orang
		6–9 tahun	:	2.058 orang
		10–14 tahun	:	2.087 orang
		15–19 tahun	:	1.899 orang
		20–24 tahun	:	2.512 orang
		25–29 tahun	:	2.510 orang
		30–70 tahun	:	17.307 orang
		>70 tahun	:	19.071 orang
8.	Fasilitas Pendidikan	TK	:	8 Buah
		SD Negeri	:	3 Buah
		SMP Negeri	:	1 Buah
		SD Swasta	:	3 Buah
		SMP Swasta	:	2 Buah
		Universitas Swasta	:	1 Buah
		Madrasah Ibtidaiyah	:	1 Buah
		Pondok Pesantren	:	1 Buah
9.	Batas Wilayah	Sebelah Utara	:	Kelurahan Pondok Karya
		Sebelah Selatan	:	Kelurahan Jurangmangu Barat
		Sebelah Timur	:	DKI Jakarta
		Sebelah Barat	:	Kelurahan Pondok Aren
10.	Jumlah RW dan RT	Jumlah RT	:	165 RT
		Jumlah RW	:	36 RW
11.	Tingkat Kesejahteraan	Mampu	:	5.524 KK
		Sederhana	:	1.613 KK
12.	Fasilitas Kesehatan	RSU Swasta	:	2 Buah
		Rumah Bersalin	:	1 Buah

		Poliklinik	:	3 Buah
		Praktek Dokter	:	5 Buah
		Apotek/Depot Obat	:	9 Buah
		Panti Pijat	:	1 Buah
13.	Fasilitas Ekonomi	Pasar Mini Market	:	7 Buah
		Pasar Supermarket	:	29 Buah
		Lembaga Keuangan Perbankan	:	2 Buah
14.	Jumlah Penduduk Berdasarkan Pendidikan	Tidak/Belum Sekolah	:	6.475
		SD Sederajat	:	2.770
		SLTP Sederajat	:	3.955
		SLTA Sederajat	:	11.970
		Diploma I/II	:	123
		Akademi/Diploma III/Sarjana Muda	:	1.117
		Strata II	:	292
		Strata III	:	22

Sumber: Data Monografi Kelurahan Pondok Betung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan (Semester I Tahun 2025)

Kelurahan Pondok Betung yang berada di Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, merupakan kawasan yang mengalami pertumbuhan cukup pesat seiring dengan peningkatan jumlah penduduk. Wilayah ini memiliki potensi yang kuat dari aspek demografis dan ketersediaan infrastruktur, sehingga menjadikannya area yang strategis bagi pengembangan berbagai jenis usaha, termasuk produk yang mengangkat konsep *wellness* serta nilai-nilai budaya lokal, seperti NaS Parfum.

2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Kelurahan Pondok Betung yang berada di Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, merupakan kawasan yang mengalami pertumbuhan pesat dengan konektivitas yang baik menuju Jakarta dan wilayah perkotaan lainnya. Wilayah ini memiliki potensi yang kuat dari aspek fisik, sosial, ekonomi, hingga

lingkungan, sehingga menjadikannya lokasi yang strategis bagi pengembangan berbagai jenis usaha, termasuk produk yang mengangkat nilai budaya lokal dan konsep *wellness*, seperti NaS Parfum.

Tabel 2.2 Tabel Potensi Kelurahan Pondok Betung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan

Potensi Desa	
Keunikan Desa (USP)	: Kelurahan Pondok Betung memiliki lokasi strategis dengan akses mudah ke Jakarta dan kota-kota besar lainnya. Keunikan desa ini dapat dikembangkan melalui produk-produk berbasis budaya lokal yang mendukung kesejahteraan, seperti NaS Parfum yang mengusung konsep <i>wellness</i> berbasis minyak atsiri Indonesia.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	: Masyarakat Pondok Betung memiliki gaya hidup yang aktif dan dinamis, cenderung mengutamakan kesehatan mental dan kesejahteraan. Mereka terbuka terhadap produk yang memiliki nilai budaya dan dapat memberikan ketenangan serta relaksasi dalam kehidupan sehari-hari.
Keadaan alam/sekitar (Environment)	: Pondok Betung terletak di kawasan urban yang berkembang dengan baik. Dikelilingi oleh fasilitas umum seperti pusat perbelanjaan, tempat rekreasi, dan akses transportasi yang sangat baik. Ini menjadikannya lokasi strategis bagi pengembangan produk berbasis <i>wellness</i> dan budaya.
Analisa <i>SWOT</i> Desa dan Masyarakat Desa	
<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>

<ol style="list-style-type: none"> 1. Kelurahan Pondok Betung memiliki lokasi strategis di kawasan perkotaan yang memudahkan distribusi dan pemasaran produk. 2. Masyarakat memiliki gaya hidup <i>modern</i> yang memperhatikan penampilan. 3. Daya beli masyarakat relatif baik untuk produk <i>lifestyle</i> seperti parfum. 4. Penggunaan media sosial di masyarakat cukup tinggi sehingga mendukung pemasaran digital. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan <i>brand</i> parfum di wilayah perkotaan cukup tinggi. 2. <i>Brand</i> parfum lokal sering kurang dikenal dibanding <i>brand</i> besar. 3. Selera aroma parfum masyarakat cukup beragam.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tren penggunaan parfum di kalangan anak muda terus meningkat. 2. Minat terhadap produk lokal mulai berkembang. 3. Media sosial membuka peluang promosi yang lebih luas. 4. Komunitas anak muda dapat menjadi target pasar potensial. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak <i>brand</i> parfum terkenal yang sudah dikenal masyarakat. 2. Tren aroma parfum dapat berubah dengan cepat. 3. Produk parfum murah atau tiruan cukup banyak di pasaran.

Sumber: Data Monografi Kelurahan Pondok Betung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan (Semester I Tahun 2025)

Berdasarkan pemetaan potensi wilayah dan hasil analisis *SWOT* yang telah dilakukan, Kelurahan Pondok Betung secara umum memiliki peluang yang besar dalam mendukung pengembangan produk yang berorientasi pada *wellness* dan nilai-nilai budaya Indonesia. Didukung oleh letak wilayah yang strategis, tingkat kesadaran masyarakat terhadap kesejahteraan diri, serta ketersediaan

fasilitas pendukung yang memadai, kawasan ini dinilai sesuai untuk pengembangan produk seperti NaS Parfum. Meskipun masih terdapat tantangan dalam aspek pemasaran digital, khususnya pada pengenalan produk yang tidak dapat dirasakan secara langsung, strategi promosi *offline* melalui kegiatan *event* dan bazar dapat menjadi alternatif yang efektif. Dengan penerapan strategi yang tepat, NaS Parfum memiliki potensi untuk memanfaatkan peluang yang ada secara optimal serta terus berkembang dalam pasar tersebut.

