

## BAB II

### GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

#### 2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Masyarakat yang menjadi sasaran dalam proses ini adalah individu yang tinggal di Kelurahan Pondok Betung, kawasan yang berkembang pesat di Tangerang Selatan dengan dominasi sektor perdagangan dan jasa, didukung oleh infrastruktur ekonomi dan fasilitas publik yang relatif lengkap. Berdasarkan data monografi kelurahan, jumlah penduduk Pondok Betung mencapai sekitar 310.955 jiwa dengan 98.924 kepala keluarga, menjadikannya salah satu wilayah dengan kepadatan aktivitas sosial dan ekonomi yang tinggi di Kota Tangerang Selatan. Namun, meskipun Pondok Betung menjadi salah satu wilayah yang relevan, NaS Parfum juga menasar pasar yang lebih luas di Jabodetabek. Dengan kualitas dan nilai budaya yang diusung, produk ini memiliki daya tarik bagi konsumen di berbagai wilayah urban dan semi-urban lainnya, seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Produk NaS Parfum yang mengangkat filosofi lokal serta menggunakan bahan organik telah mendapat respons positif dari masyarakat yang menghargai keberlanjutan dan kesejahteraan pribadi.



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

Kondisi latar belakang pekerjaan masyarakat di wilayah ini berasal dari profesi yang cukup beragam, dengan dominasi pekerja sektor swasta sebanyak 4.601 orang, pedagang kecil dan besar lebih dari 1.600 orang, serta kelompok buruh

sekitar 1.254 orang. Selain itu, terdapat pula profesi lain seperti PNS, TNI, Polri, pengrajin, hingga pengusaha mandiri. Kondisi ini menunjukkan bahwa struktur ekonomi masyarakat Pondok Betung berada pada kategori middle hingga upper class, dengan rata-rata pendapatan berkisar 4–8 juta rupiah per bulan. Dengan pola kehidupan yang padat, serba cepat, dan kompetitif, tingkat stres dan tekanan hidup masyarakat di wilayah ini relatif tinggi, sehingga mendorong mereka untuk aktif mencari cara mengelola stres melalui *self-care* dan pendekatan ketenangan seperti *mindfulness* (NaS., wawancara pribadi, 2025).

Kelompok usia penduduk Pondok Betung turut memperkuat potensi wilayah ini, khususnya rentang usia 20–49 tahun, yang jumlahnya mencapai lebih dari separuh total penduduk. Hal ini memperkuat karakter masyarakat Pondok Betung sebagai masyarakat aktif, dinamis, dan terbuka terhadap tren gaya hidup baru. Kesadaran terhadap kesehatan mental dan keseimbangan hidup juga semakin meningkat, terutama di kalangan pekerja profesional dan generasi muda. Mereka tidak lagi hanya mencari produk berdasarkan fungsi semata, tetapi lebih tertarik pada produk yang mampu menawarkan pengalaman emosional yang mendalam. Produk dengan nilai budaya, cerita, serta filosofi lokal cenderung lebih mudah diterima karena dapat mereka hubungkan secara personal dengan identitas dan latar belakang masing-masing, terlebih jika dikemas dengan pendekatan desain modern yang relevan (NaS., wawancara pribadi, 2025).

Faktanya, perilaku konsumsi masyarakat di sekitar wilayah ini cenderung lebih memilih pengalaman pembelian secara *offline*, seperti bazar, event, dan pameran. Pengalaman langsung dianggap lebih meyakinkan karena mereka dapat mencium aroma produk, merasakan kualitasnya secara nyata, serta membuat keputusan yang lebih sesuai dengan preferensi pribadi. Namun demikian, media digital seperti Instagram dan Shopee tetap memiliki peran penting sebagai sarana pencarian informasi, perbandingan produk, dan penguat keputusan pembelian sebelum transaksi dilakukan (NaS., wawancara pribadi, 2025). Selain itu, masyarakat Kelurahan Pondok Betung juga menunjukkan tingkat kepedulian yang cukup tinggi terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan. Hal ini sejalan dengan ketersediaan fasilitas pendukung kehidupan perkotaan, seperti pasar, mini market,

supermarket, fasilitas kesehatan, serta lembaga pendidikan dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi.

Masyarakat memberikan respons positif terhadap produk yang ramah lingkungan, berbahan organik, serta memiliki dampak yang lebih luas bagi diri mereka sendiri dan lingkungan. Produk lokal yang mengangkat nilai budaya Indonesia, seperti NaS Parfum yang menggunakan minyak atsiri lokal, memiliki daya tarik tersendiri karena mampu menghadirkan ketenangan, meredakan stres, sekaligus merepresentasikan identitas budaya Indonesia dalam bentuk yang relevan dengan gaya hidup modern masyarakat perkotaan (NaS., wawancara pribadi, 2025).



Gambar 2.2 Foto Dokumentasi Wawancara dengan Pemilik NaS Parfum.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik NaS Parfum, diketahui bahwa perkembangan UMKM di wilayah ini turut didukung oleh ekosistem lokal yang semakin terbuka terhadap kolaborasi dan pembinaan usaha, mulai dari pelatihan pemasaran digital, pengelolaan bisnis, hingga penguatan identitas produk berbasis nilai lokal. Upaya ini tidak hanya berfokus pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada bagaimana UMKM dapat membangun *brand* yang kuat, berkelanjutan, dan relevan dengan karakter masyarakat setempat (NaS., wawancara pribadi, 2025). Kondisi ekosistem yang mendukung ini menjadi konteks penting untuk memahami peluang sekaligus tantangan yang dihadapi NaS Parfum, yang akan diuraikan lebih lanjut melalui profil wilayah dan analisis potensi pada subbab berikut.

### 2.1.1 Profil Desa

Kelurahan Pondok Betung, yang terletak di Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan, merupakan salah satu wilayah yang berkembang pesat dengan populasi yang semakin meningkat. Wilayah ini memiliki berbagai potensi dalam hal demografi dan infrastruktur, serta memiliki daya tarik yang besar bagi pengembangan berbagai jenis usaha, termasuk produk yang mengusung tema *wellness* dan budaya lokal seperti NaS Parfum.

Tabel 2.1 Profil Kelurahan Pondok Betung

1	Nama Desa	:	Kelurahan Pondok Betung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan	
2	Jumlah warga	:	34.118 jiwa (data penduduk tahun 2024)	
3	Jumlah Kepala Keluarga	:	11.525 KK (jumlah kepala keluarga Pondok Aren)	
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
		:	Pedagang Besar	: 61 orang
		:	Pedagang Kecil	: 1.035 orang
		:	Tidak/Belum Bekerja	: 6.652 orang
5	Penghasilan	:	<i>Middle – Upper</i> (UMK Tangerang Selatan rata-rata ± IDR 4–8 juta/bulan) ( <i>estimasi dari status urban &amp; SES</i> )	
6	Kepadatan Penduduk	:	0,05 orang/km <sup>2</sup>	
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 Jurang Mangu 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
	Jumlah Penduduk	Tidak/Belum Sekolah	:	6.475
		SD Sederajat	:	2.770

1 4	Berdasarkan Pendidikan	SLTP Sederajat	:	3.955
		SLTA Sederajat	:	11.970
		Diploma I/II	:	5.406
		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)

Berdasarkan data profil di atas, Kelurahan Pondok Betung memiliki karakteristik demografis dan infrastruktur yang relevan bagi pengembangan produk berbasis *wellness* dan budaya lokal. Dominasi kelompok usia produktif, tingkat pendidikan yang relatif tinggi, serta daya beli menengah ke atas mencerminkan masyarakat yang terbuka terhadap produk dengan nilai lebih dari sekadar fungsi. Kondisi ini menjadi landasan kuat bagi NaS Parfum untuk masuk dan berkembang di wilayah ini, sekaligus menjadi dasar analisis potensi wilayah yang akan dibahas pada subbab selanjutnya.

## 2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Merujuk pada profil wilayah yang telah dipaparkan sebelumnya, Kelurahan Pondok Betung tidak hanya unggul secara demografis, tetapi juga memiliki potensi fisik, sosial, ekonomi, dan lingkungan yang menjadikannya lokasi ideal untuk pengembangan usaha berbasis budaya lokal dan *wellness* seperti NaS Parfum. Penulis memetakan analisis SWOT terhadap wilayah sasaran. Analisis SWOT merupakan instrumen perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang dihadapi sebuah entitas bisnis secara sistematis sebagai dasar pengambilan keputusan strategis (Rangkuti, 2006). Pemetaan ini bertujuan agar strategi perancangan identitas visual dapat disusun secara tepat sasaran dan relevan dengan kondisi nyata yang ada.

Tabel 2.2 Tabel Potensi Kelurahan Pondok Betung

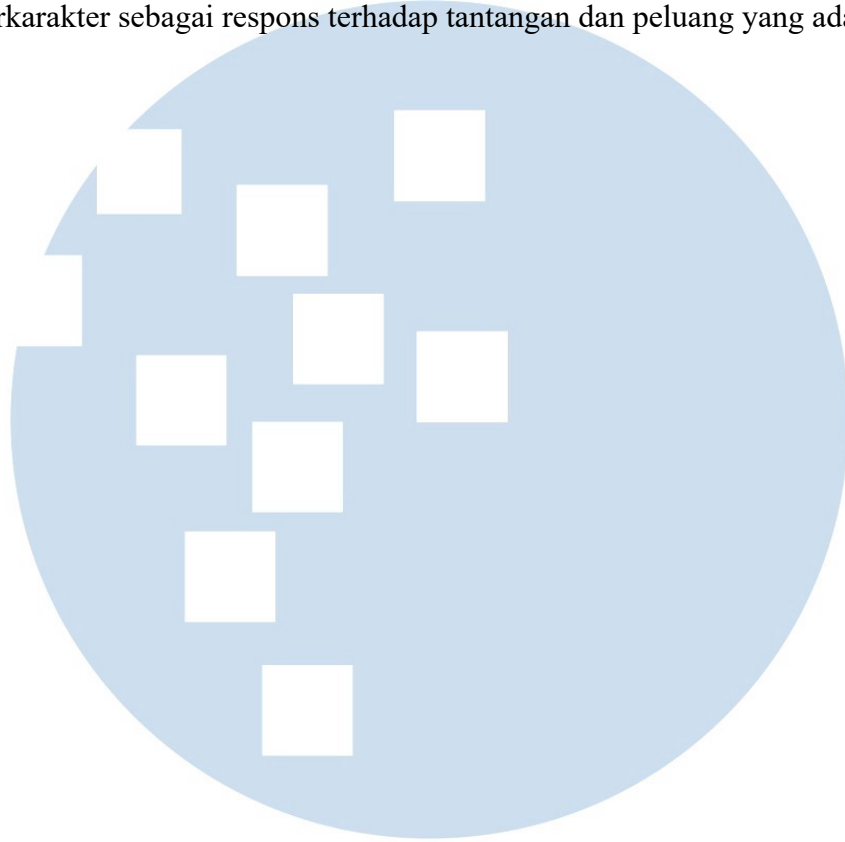
Potensi Desa	
Keunikan Desa (USP)	: Kelurahan Pondok Betung memiliki lokasi strategis dengan akses mudah ke Jakarta dan kota-kota besar lainnya. Keunikan desa ini dapat dikembangkan melalui produk-produk berbasis budaya lokal yang mendukung kesejahteraan, seperti NaS Parfum yang mengusung konsep <i>wellness</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 SWOT Desa dan Masyarakat Desa	
<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi strategis dengan akses mudah ke Jakarta memperluas jangkauan distribusi dan promosi.</li> <li>2. Segmen masyarakat berdaya beli menengah ke atas yang terbuka</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Produk tidak dapat dicium langsung secara digital, sehingga pengalaman konsumen sulit disampaikan melalui media <i>online</i>.</li> </ol>

<p>terhadap produk <i>premium</i> berbasis budaya.</p> <p>3. Nilai budaya lokal dan bahan minyak atsiri menjadi diferensiasi yang sulit ditiru kompetitor.</p>	<p>2. Pengelolaan <i>branding</i> terbatas karena bergantung pada tim kecil tanpa dukungan agensi profesional.</p> <p>3. Kesadaran masyarakat terhadap <i>brand</i> parfum lokal masih rendah dibandingkan <i>brand</i> besar yang sudah lebih dikenal.</p>
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
<p>1. Memperkuat narasi budaya Nusantara untuk menjangkau tren permintaan produk <i>wellness</i> di kalangan konsumen urban.</p> <p>2. Mengoptimalkan <i>website</i> sebagai pusat informasi dan kredibilitas <i>brand</i> untuk mengedukasi konsumen terhadap nuansa aroma dan nilai produk secara terstruktur.</p> <p>3. Mengembangkan kemasan isi ulang sebagai nilai tambah yang memperkuat <i>positioning</i> di segmen konsumen peduli keberlanjutan.</p>	<p>1. Membangun identitas <i>brand</i> yang khas dan konsisten untuk bersaing di ranah <i>brand awareness</i> melawan <i>brand</i> besar yang lebih mapan.</p> <p>2. Menjaga konsistensi konten dan komunikasi visual agar <i>brand</i> tetap relevan di tengah perubahan tren <i>wellness</i> dan <i>lifestyle</i> yang cepat.</p> <p>3. Memperkuat komunikasi nilai dan kualitas produk agar tidak kalah bersaing dengan produk parfum murah atau tiruan yang beredar di pasaran.</p>

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

Berdasarkan tabel potensi dan analisis SWOT di atas, secara keseluruhan Kelurahan Pondok Betung memiliki potensi besar untuk mendukung pengembangan NaS Parfum, baik dari sisi demografis maupun ekosistem pasar yang terbuka terhadap produk *wellness* berbasis budaya lokal. Strategi yang dirumuskan mengarahkan NaS Parfum untuk tidak hanya memperkuat

kehadirannya secara digital, tetapi juga membangun identitas *brand* yang konsisten dan berkarakter sebagai respons terhadap tantangan dan peluang yang ada.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA