

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Desa Kemuning merupakan sebuah desa yang terletak di Legok, Tangerang Selatan. Desa Kemuning memiliki jumlah penduduk sebesar 8.100 orang yang mayoritas penduduknya berprofesi buruh pabrik dan petani. Meskipun demikian, terdapat banyak sekali UMKM yang terdapat di Desa Kemuning dengan berbagai jenis produk, mulai dari makanan, kerajinan tangan, perabotan rumah tangga, baju, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.1 Foto Dokumentasi Proyek Desa
Sumber: Rio Ferdinandus (2023)

Yogiebanas merupakan produk UMKM yang didirikan oleh Ibu Yoyoh pada tahun 2016. Yogiebanas menjual berbagai macam makanan ringan seperti keripik pisang, tempe, bakso goreng, dan sebagainya. Meskipun Yogiebanas menjual beberapa variasi makanan, produk utama yang dijual adalah keripik pisang. Nama Yogiebanas sendiri diambil dari nama anak Ibu Yoyoh yang nantinya akan mewarisi usahanya di masa yang akan datang. Sehari-hari, Ibu Yoyoh menjual keripik pisang di rumahnya. Meskipun sudah berjualan sejak tahun 2016, Ibu Yoyoh mengaku belum memiliki media sosial untuk Yogiebanas dan belum pernah melakukan pemasaran produk secara *online*. Sebagian besar konsumen Yogiebanas merupakan penduduk dari Desa Kemuning saja, sehingga penjualan harian belum maksimal. Meskipun demikian, penjualan Yogiebanas meningkat pesat saat lebaran. Penulis merasa Yogiebanas memiliki potensi besar untuk berkembang, dilihat dari beragamnya produk yang dijual. Selain itu, produk-produk Yogiebanas

diproduksi sendiri dengan menggunakan bahan alami, berkualitas, dan tidak menggunakan bahan pengawet maupun pewarna buatan. Dengan memilih Yogiebanas sebagai salah satu UMKM yang akan dikembangkan, penulis memiliki tujuan untuk merancang media sosial agar mampu menyebarkan kesadaran kepada masyarakat luas terhadap merek Yogiebanas, serta mengedukasi terkait cara penggunaannya. Media sosial akan digunakan untuk pemasaran produk dengan tujuan meningkatkan penjualan. Tidak hanya pembuatan akun media sosial, penulis juga akan membantu merancang desain katalog produk dalam bentuk Instagram *post*, *story*, serta foto sampul untuk Shopee dan Tokopedia.



Gambar 2.2 Foto Dokumentasi Proyek Desa
Sumber: Rio Ferdinandus (2023)

UMKM kedua yang menjadi perhatian penulis dan kelompok adalah Putra Bungsu P2NH. Pak Munir mendirikan Putra Bungsu P2NH pada tahun 1987. Produk utama Putra Bungsu P2NH merupakan dodol Betawi, yang memiliki berbagai macam varian rasa yang ditawarkan seperti rasa durian, wijen, dan sebagainya. Putra Bungsu P2NH melakukan penjualan produknya secara *online*, yaitu dengan menggunakan aplikasi Shopee dan Tokopedia. Dengan berjualan di kedua *platform* jual-beli *online* tersebut, Putra Bungsu P2NH mampu menjangkau ribuan konsumen dan mendapat total omset hingga ratusan juta. Meskipun terbilang sukses, merek Putra Bungsu P2NH yang sekarang diwarisi oleh anak Pak Munir masih memiliki kekurangan seperti foto etalase yang masih seadanya dan kurangnya konten untuk pemasaran di media sosial. Untuk memaksimalkan potensi Putra Bungsu P2NH, dibutuhkan perancangan desain media sosial yang profesional dan mampu menarik minat konsumen secara luas.



Gambar 2.3 Foto Dokumentasi Proyek Desa
Sumber: Rio Ferdinandus (2023)



Gambar 2.4 Foto Dokumentasi Proyek Desa
Sumber: Rio Ferdinandus (2023)

2.1.1 Profil Desa

Tabel 2.1 Profil desa Kemuning

1.	Nama Desa	:	Desa Kemuning
2.	Jumlah warga	:	8.100 orang
3.	Jumlah Kepala Keluarga	:	2.238 kepala keluarga
4.	Penduduk Dewasa Desa Kemuning	:	5.115 orang
5.	Rukun Tetangga (RW)	:	14
6.	Rukun Warga (RW)	:	3
7.	Pekerjaan	:	Buruh pabrik, petani, petani penggarap, pengusaha kecil menengah

Sumber: Buku Profil Desa Kemuning (2020)

2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Tabel 2.2 Potensi Desa Kemuning

Potensi Desa	
Keunikan Desa (USP)	: Sumber daya manusia yang berkualitas sehingga mampu menghasilkan banyak produk UMKM, termasuk didalamnya terdapat produsen batik yang cukup terkenal di Indonesia.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	: Masyarakat Desa Kemuning memiliki keinginan untuk berkembang yang didukung dengan pikiran terbuka akan perubahan dan wawasan dari luar desa.
Keadaan alam/sekitar (Environment)	: Daerah dataran rendah yang dikelilingi persawahan dengan kondisi wilayah topografi yang relatif datar dengan ketinggian 198 MDPL dengan suhu udara berkisar 30-35 derajat celcius.
Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa	
Strenght	Weakness
• Penduduk yang <i>open-minded</i> • Wilayah yang relatif dekat dengan perkotaan • Memiliki tanah yang subur	• Penguasaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi belum maksimal • Hingga tahun 2020, jumlah sarjana dan pasca sarjana di Desa Kemuning masih relatif kecil.
Opportunity	Threat
• Banyaknya UMKM Desa Kemuning mampu memajukan perekonomian desa dan menjadikannya desa maju.	• Persaingan antar UMKM desa yang menjual produk mirip. • Masyarakat desa kesulitan untuk bersaing dengan masyarakat luar desa, khususnya untuk penjualan secara <i>online</i> karena kurangnya penguasaan di bidang pemasaran.