

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Penulis mendapatkan informasi tentang seluk beluk masyarakat desa setelah kunjungan bersama ke Desa Rancagong. Masyarakat desa Rancagong masih banyak yang aktif bekerja tetapi kondisi ekonomi desa masih berada di kategori menengah bawah dan miskin. Desa Rancagong memiliki puluhan pengusaha tampah yang masih aktif berjualan maka desa ini juga terkenal akan kerajinan tampahnya. Namun, hasil produksi tidak banyak karena sumber daya manusianya masih sedikit. Kebanyakan produksi tampah bambu merupakan hasil tangan anggota keluarga yang terbatas dan hanya dilakukan di rumah. Meskipun begitu, pengiriman tampah bambu sudah sampai ke luar kota dan dibeli oleh penduduk asing yang menyukai keunikan produk lokal.



Gambar 2.1 Foto Dokumentasi Pengrajin Tampah Bambu

Selain tampah bambu, Desa Rancagong juga didominasi oleh pertaniannya. Para petani masih menggunakan sistem pengelolaan tradisional untuk mengolah sawah padi. Struktur tanah dan sistem pengairan desa yang hanya mengandalkan hujan membatasi para petani untuk menanam padi saja. Efek samping dari tadah hujan (sistem pengairan desa yang hanya mengandalkan hujan) ialah sering terjadi

kekurangan air terutama pada musim kemarau. Untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh petani, Desa Rancagong masih membutuhkan pembangunan sistem pengairan.

Kondisi ekonomi Desa Rancagong juga didukung oleh beberapa pengusaha kuliner cemilan lokal, seperti semprong dan rengginang. Sumber daya manusia dalam usaha kuliner juga masih kurang sehingga tak mampu memproduksi banyak.



Gambar 2.2 Foto Dokumentasi UMKM Rengginang

Pak Iqbal adalah pemilik Jaya Rahayu, salah satu UMKM yang menjual berbagai varian camilan tradisional dengan kue semprong sebagai produk unggulan dengan resep keluarga. Jaya Rahayu memiliki visi misi untuk menjadi *home industry* yang memberdayakan masyarakat setempat dan penyedia makanan tradisional halal nomor satu se-Indonesia. Sayangnya, Jaya Rahayu hanya mengandalkan cara tradisional seperti metode promosi mulut ke mulut dalam memasarkan produk. UMKM Jaya Rahayu telah memiliki akun sosial media yaitu Instagram dan Tiktok. Sama kasusnya dengan UMKM lain di desa Rancagong, masih banyak yang belum memanfaatkan social media untuk kegiatan pemasaran. Masyarakat hanya sekedar mengetahui ataupun membuat akun, tetapi belum sadar akan trend terkini yaitu *digital media marketing*. Kekurangan ini menyebabkan konsumen masih terbatas di daerah sekitar UMKM saja.



Gambar 2.3 Foto Dokumentasi Bersama Pak Iqbal

Berikut adalah dokumentasi berbagai varian makanan ringan yang tersedia di UMKM Jaya Rahayu seperti semprong, pilus cikur, keripik bawang, dan lain-lain.



Gambar 2.4 Foto Dokumentasi Produk Jaya Rahayu

Sampai sekarang, Desa Rancagong masih tinggi akan sikap gotong royong antar masyarakat dengan adanya berbagai kegiatan sosial. Salah satu kegiatannya adalah pawai obor oleh warga desa untuk menyambut bulan suci Ramadhan 2023. Desa Rancagong mementingkan toleransi dan kerukunan hidup antar sesama.



Gambar 2.5 Dokumentasi Kegiatan Pawai Obor

2.1.1 Profil Desa

Survei dilakukan oleh kelurahan dan kecamatan setempat untuk mengumpulkan data demografi masyarakat. Berikut merupakan rincian kependudukan desa Rancagong sebagai berikut:

Tabel 2.1 Profil desa Desa Rancagong

1.	Nama Desa	:	Rancagong
2.	Kode Kemendagri	:	36.03.20.2009
3.	Kode Pos	:	15820
4.	Luas Wilayah	:	392.820. ha
5.	Jumlah RT	:	35 RT
6.	Jumlah RW	:	11 RT
7.	Jumlah Warga		12.693 jiwa
8.	Jumlah Laki-laki		6.211 jiwa
9.	Jumlah Perempuan		6.472 jiwa
10.	Jumlah Kepala Keluarga		3.426 Kartu Keluarga
11.	Jenis Pekerjaan		Pegawai Negeri Sipil (PNS), TNI/Polri, Penjahit, Montir, Supir, Petani, Karyawan Swasta, Kontraktor, Pertukangan Kayu, Pertukangan Batu, Pengrajin Tampah, Penjual Makanan.
12.	Penghasilan		SES B-C (Rp2.000.000-Rp6.000.000.)

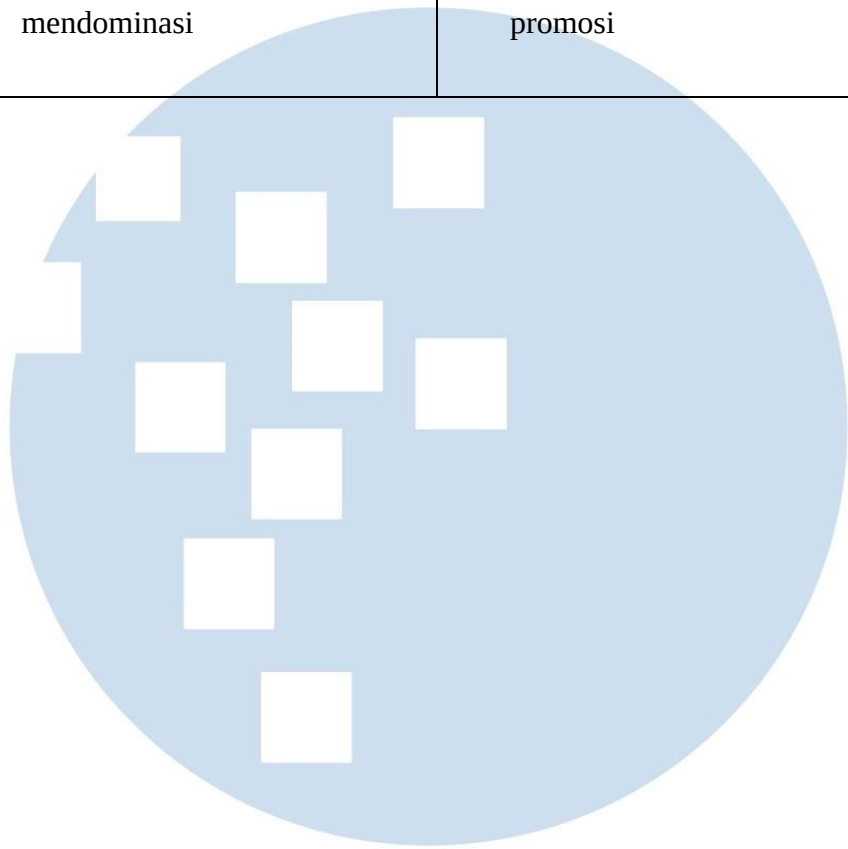
2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Berikut adalah aspek fisik, sosial, ekonomi, dan lingkungan atas potensi wilayah mitra desa yang diprogramkan:

Potensi Desa	
Keunikan Desa (USP)	: Masyarakat desa Rancagong mempertahankan hubungan erat antar sesama. Mereka sering melangsungkan acara kebersamaan dan acara untuk meningkatkan kualitas warga desa seperti misi penurunan angka stunting. Jenis mata pencaharian warga desapun beragam. Wilayah desa dekat dengan kota Tangerang sehingga masyarakat yang lebih luas masih bisa terjangkau.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	: Desa Rancagong masih menganut kebiasaan tradisional tetapi sudah mengetahui teknologi modern dan media digital. Masyarakat berpandangan bahwa mereka masih memerlukan bantuan dari luar desa (seperti proyek desa ini) untuk diberikan wawasan tentang teknologi modern. Meski sudah mengerti pentingnya pengaruh media digital namun mereka belum menerapkan pada kehidupan sehari-hari. Menurut warga, teknologi modern seperti sosial media terlalu sulit untuk dilakukan dan dipertahankan.
Keadaan alam/sekitar (Environment)	: Wilayah desa didominasi kawasan perumahan yang luas dengan beberapa lahan pertanian yang juga cukup luas. Perumahan desa termasuk pada kelas menengah ke bawah dan miskin.

Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa	
<i>Strenght</i>	<i>Weakness</i>
• Sebagian besar warga mengetahui wawasan tentang teknologi dan dunia digital • Jumlah pekerja yang tinggi seperti karyawan swasta menunjang ekonomi desa • Sikap peduli dan gotong royong antar sesama masih tinggi	• Adanya kesenjangan masyarakat di desa dimana beberapa sudah berpenghasilan, tetapi ada yang masih tergolong kurang mampu • Warga desa masih menganut cara tradisional untuk kegiatan sehari-hari • Sistem perairan hanya mengandalkan air hujan sehingga kegiatan pertanian terhambat dan sering mengalami kekeringan pada musim kemarau • Sumber daya manusia pada bisnis lokal yang jumlahnya masih kurang.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
• Berpengetahuan dan mempunyai kemampuan untuk menggunakan teknologi modern seperti sosial media • Pengrajin tampah menjadi keunggulan/ciri khas desa	• Banyak desa kompetitor yang sudah berpengetahuan dan mengimplementasikan ilmu <i>branding</i> • Banyak desa kompetitor yang sudah memanfaatkan media

karena bisnis yang mendominasi	digital seperti sosial media untuk promosi
--------------------------------	--



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA