

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Penulis bersama dengan kelompok lain berkunjung ke Desa Rancagong untuk melihat gambaran umum kondisi ekonomi dan sosial masyarakat desa. Setelah berkunjung, penulis mengamati bahwa kondisi ekonomi Desa Rancagong terlihat dari penduduk desa yang masih aktif bekerja. Desa tersebut memiliki tampah yang menjadi ciri khas desa. Terdapat puluhan pengrajin tampah yang masih aktif berjualan. Namun, tenaga kerjanya masih sangat minim, sehingga jumlah produk yang dihasilkan masih sedikit. Produk anyaman bambu tersebut pun masih dilakukan di rumah dan mayoritas pekerjaannya adalah anggota keluarga dengan jumlah terbatas. Meskipun demikian, produk anyaman bambu khas desa ini sudah sampai ke luar kota dan dibeli oleh penduduk asing yang memiliki minat yang tinggi terhadap keunikan produk dalam negeri.



Gambar 2.1 Foto Dokumentasi Pengrajin Tampah

Aktivitas ekonomi kedua yang paling berpengaruh besar di Desa Rancagong adalah pertanian. Adanya ratusan petani yang masih sibuk mengolah sawah padi dengan sistem pengelolaan tradisional. Desa Rancagong saat ini masih berpusat pada penanaman padi karena struktur tanah dan sistem pengairan yang hanya mengandalkan air hujan (tadah hujan). Sehingga, efek dari penggunaan tadah

hujan yang terbatas adalah kurangnya air pada musim kemarau. Oleh sebab itu, Desa Rancagong perlu pembangunan sistem pengairan yang mampu mengatasi permasalahan ini.



Gambar 2.2 Foto Dokumentasi Sawah Desa Rancagong

Selain anyaman bambu dan sawah padi, kondisi ekonomi Desa Rancagong juga didorong oleh beberapa pengusaha kuliner seperti rengginang dan semprong khas Indonesia. Pengusaha kuliner yang berpusat pada camilan ini dijalani oleh puluhan produsen, akan tetapi sumber daya manusianya juga masih minim. Salah satunya adalah UMKM camilan di Desa Rancagong, yakni Jaya Rahayu. Pendiri dari UMKM Jaya Rahayu adalah Pak Iqbal. Ia menjual berbagai varian camilan seperti kue semprong yang menjadi produk unggulan karena menggunakan resep keluarga yang sudah diwariskan turun temurun. Produk-produknya pun sudah pernah dikirim ke luar kota. UMKM ini memiliki visi misi menjadi produsen camilan tradisional nomor satu di Indonesia, meskipun demikian Jaya Rahayu belum memiliki identitas merek yang mencerminkan visi misinya serta teknik pemasaran yang kurang luas dengan hanya mengandalkan *mouth to mouth*. Oleh karena itu, konsumen UMKM ini kurang melebar karena terbatas di daerah sekitarnya saja.



Gambar 2.3 Foto Dokumentasi UMKM Rengginang



Gambar 2.4 Foto Dokumentasi Produk Olahan UMKM Jaya Rahayu



Gambar 2.5 Foto Dokumentasi bersama Pak Iqbal, pemilik UMKM Jaya Rahayu

Kondisi sosial masyarakat Desa Rancagong masih mengutamakan sikap gotong royong, selalu meningkatkan kehidupan desa yang kondusif, serta menerapkan sikap toleransi antar sesama tanpa memandang SARA. Hingga saat ini, desa masih aktif menjalankan kegiatan sosial yang mengutamakan kerukunan dan kebersamaan. Salah satu kegiatannya adalah pada bulan Ramadhan 2023 ini, penduduk desa melaksanakan pawai obor sebagai peringatan kesiapan masyarakat untuk berpuasa dan menyambut bulan suci Ramadhan.



Gambar 2.6 Foto Dokumentasi Kegiatan Pawai Obor

2.1.1 Profil Desa

Profil desa yang mencakup data demografi masyarakat Desa Rancagong sudah tercatat melalui survei yang dilakukan oleh kelurahan dan kecamatan setempat. Berikut merupakan data profil Desa Rancagong:

Tabel 2.1 Profil Desa Rancagong

1.	Nama Desa	:	Rancagong
2.	Luas Wilayah	:	392.820. ha
3.	Jumlah RT	:	35 RT
4.	Jumlah RW	:	11 RW
5.	Jumlah Warga	:	12.693 jiwa
6.	Jumlah Laki-laki	:	6.211 jiwa
7.	Jumlah Perempuan	:	6.472 jiwa
8.	Jumlah Kepala Keluarga	:	3.246 Kartu Keluarga

9.	Jenis Pekerjaan	:	Pegawai Negeri Sipil (PNS), TNI/Polri, Penjahit, Montir, Supir, Petani, Karyawan Swasta, Kontraktor, Pertukangan Kayu, Pertukangan Batu, Pengrajin Tampah, Penjual Makanan
10.	Penghasilan	:	SES E – B ($\leq$ Rp1.000.000 sampai Rp5.000.000)

2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Adapun potensi wilayah masyarakat Desa Rancagong yang mencakup aspek fisik, sosial, ekonomi, dan lingkungan wilayah mitra desa sebagai berikut:

Potensi Desa			
Keunikan Desa (USP)	:	Masyarakat desa memiliki sikap persatuan yang kuat. Tidak jarang penduduk desa mengadakan acara bersama-sama untuk meningkatkan kualitas masyarakat desa, seperti kegiatan untuk menurunkan fenomena <i>stunting</i> di Indonesia. Selain itu, mata pencaharian desa juga sangat beragam dan dominan di beberapa bidang. Lokasi desa juga strategis karena dekat dengan wilayah perkotaan sehingga jangkauan penduduk cukup luas.	
Perilaku sosial Masyarakat Desa (<i>Behaviour</i>)	:	Warga desa sudah melek teknologi dan media <i>digital</i> , namun beberapa masih bersifat tradisional. Penduduk desa pun sudah mengetahui pentingnya media digital, namun penerapannya masih minim karena merasa kesulitan untuk menggunakan media <i>digital</i> seperti sosial media. Maka, mereka terbuka untuk menerima bantuan dari masyarakat luar	

		desa, seperti proyek mahasiswa yang ingin mendukung segala perangkat desa.
Keadaan alam/sekitar (<i>Environment</i>)	:	Kawasan perumahan dan lahan pertanian (sawah) di wilayah desa sangat luas. Kondisi perumahan desa masuk ke dalam kategori menengah ke bawah.
Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa		
<i>Strength</i>		<i>Weakness</i>
- Mayoritas penduduk desa sudah melek teknologi dan dunia digital - Jumlah pekerja, terutama karyawan swasta cukup tinggi sehingga mampu menunjang kondisi ekonomi desa - Sikap gotong royong warga dan tingkat kepedulian setiap individu masih tinggi		- Adanya kesenjangan masyarakat di desa karena sebagian warga sudah berpenghasilan dan memiliki usaha, namun ada yang masih tergolong kurang mampu - Masyarakat desa masih menerapkan kehidupan yang serba konvensional/tradisional dalam kesehariannya - Sistem pengairan sawah padi masih mengandalkan tadah hujan sehingga mengalami kekeringan pada musim kemarau yang menghambat kegiatan pertanian - Kurangnya sumber daya manusia khususnya di bisnis lokal
<i>Opportunity</i>		<i>Threat</i>
- Memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk terjun ke bidang teknologi yang modern - Bisnis lokal sudah mendominasi, seperti anyaman bambu yang menjadi unggulan/ciri khas desa		- Desa kompetitor sudah memiliki pengetahuan terhadap ilmu <i>branding</i> dan menerapkannya - Desa kompetitor sudah memanfaatkan media <i>digital</i> seperti media sosial untuk pemasaran