

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

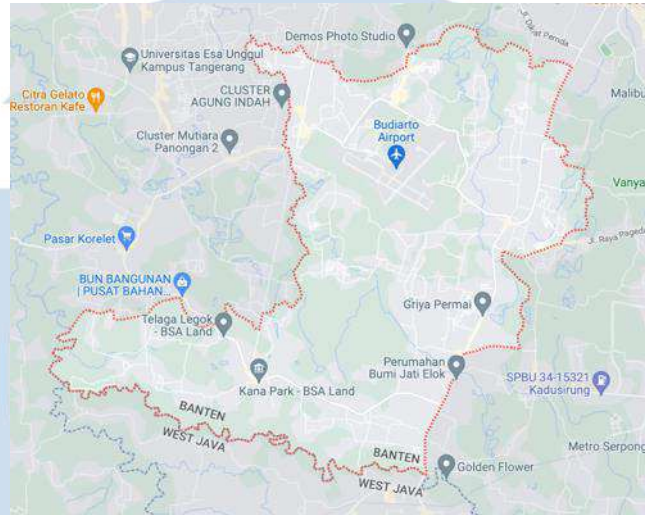
2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Desa Legok berpotensi dalam industri rumahan/industri rumah tangga. Wilayah Desa Legok sebagian besar merupakan lahan pertanian, sehingga hasil pertaniannya cukup tinggi. Lokasi Desa Legok juga bertempat di perbatasan antara Kecamatan Beji dan Pandaan, yang dimana daerah pertanian dan industrinya menjadi sektor mata pencaharian paling tinggi. Masyarakat Desa Legok juga terdiri dari generasi muda yang berfokus di bidang industri, sehingga perekonomian mereka termasuk kategori yang berkecukupan. Dengan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa Desa Legok merupakan desa yang cukup maju dan tidak tertinggal jika dibandingkan desa lainnya.



Gambar 2.1 Desa Legok

2.1.1 Profil Desa



Gambar 2.2 Wilayah Desa Legok

Sumber: Google Maps

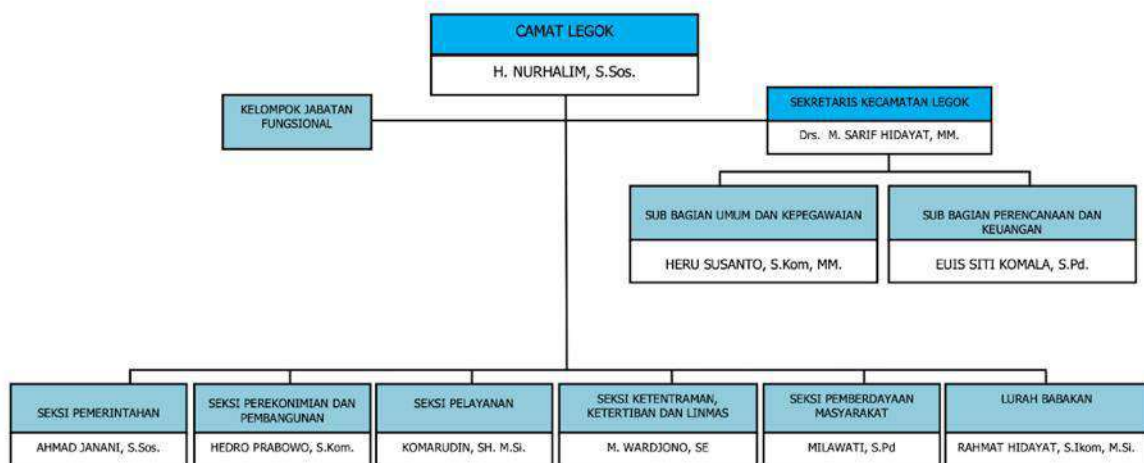
1.	Nama Desa	:	Desa Legok
2.	Jumlah warga	:	13.136 Penduduk
3.	Jumlah Kepala Keluarga	:	3.463 Jiwa
4.	Jenis Pekerjaan	:	• Karyawan: 3.740 orang • Wiraswasta/pedagang: 1.186 orang (Untuk jumlah UMKM dan pemilik UMKM tidak terdata oleh pihak Desa). • Petani: 578 orang • Tukang: 345 orang • Pensiunan: 77 orang • Jasa: 2394 orang • Pengrajin: 1.021 orang • Pekerja seni: 27 orang • Pengangguran: 215 orang

			• Lainnya: 15 orang
5.	Tingkat Pendidikan	:	a. Lulusan pendidikan umum • Taman kanak-kanak: 521 orang • Sekolah dasar/ sederajat: 1058 orang • SMP: 1719 orang • SMA / SMU: 1360 orang • D1-D3: 331 orang • Sarjana: 427 orang • S2: 15 orang b. Lulusan pendidikan khusus • Pondok pesantren: 175 orang • Pendidikan keagamaan: 307 orang • Kursus keterampilan: 258 orang c. Tidak lulus • Tidak lulus: 25 orang
6.	Jumlah penduduk miskin	:	1.281 Jiwa
7	UMR Kabupaten/Kota	:	Rp. 1.575.000.-
8	Tingkat Perkembangan Desa		Swasembada/ Swadaya/ Swakarya
9	Luas Wilayah		223.775 Ha

10	Batas Wilayah		• Sebelah Utara: Kelurahan Bojong Nangka • Sebelah Selatan: Kelurahan Babakan • Sebelah Barat: Desa Rancagong • Sebelah Timur: Desa Cijantra
11	Orbitasi		• Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan: 3 Km • Jarak dari Pusat Pemerintahan Kota: 25 Km • Jarak dari Kota / Ibukota Kabupaten: 25 Km • Jarak dari Ibukota Provinsi: 97 Km
12	Data Kelembagaan	:	1. LPM / Lembaga Pemberdayaan Masyarakat • Jumlah pengurus: 3 orang • Jumlah anggota: 11 orang • Jumlah kegiatan perbulan: 5 kegiatan 2. TP PKK • Jumlah pengurus: 5 orang • Jumlah anggota: 25 orang • Jumlah kegiatan per bulan: 10 kegiatan • Jumlah buku adm yang di kelola: 12 kegiatan 3. Karang Taruna • Jenis Kegiatan: Pengajian • Jumlah pengurus: 10 orang • Jumlah anggota: 321 orang

		4. RT/RW - Jumlah RW: 11 orang - Jumlah RT: 43 orang
13	Tipologi Desa	- Persawahan - Perladangan - Perkebunan - Peternakan - Nelayan - Pertambangan / Gajian - Kerajinan dan Industri Kecil - Industri sedang dan besar - Jasa dan Perdagangan

Tabel 2.1 Profil Desa Legok



Gambar 2.3. Bagan Organisasi dan Personil Kecamatan Legok Kabupaten Tangerang

Sumber: Data Kepegawaian Kecamatan Legok Bulan Januari 2019

2.1.2 Profil UMKM

Herni Bakery adalah UMKM yang terletak di Desa Legok dan berfokus dalam bidang *food and beverage*, seperti bahan kue, kue kering, kue basah, kue ulang tahun, dan lain sebagainya.

1.	Nama UMKM	:	Herni Bakery
2	Alamat	:	Legok Permai Blok E1/A3 sebrang <i>Cluster</i> Kaliandra.
3	Produk		• Bahan kue • Kue ulang tahun • Kue kering • Kue basah • Roti
4	Tahun berdiri	:	2020 (sejak pandemi COVID).
5.	Sejarah	:	Nama 'Herni' diambil dari ibu dari Lionnie sebagai pemilik UMKM. Awalnya, Herni Bakery hanya dibuka di Ciledug, namun Lionnie pun meneruskan bisnis ini dan membuka cabang baru di Desa Legok, Tangerang. Pada awal pembukaan gerai, Herni Bakery hanya menjual bahan kue. Namun, seiring berjalannya waktu, Lionnie memutuskan untuk menjual kue setelah mempelajari teknik pembuatan kue dengan saudaranya.
6.	Visi dan Misi	:	Herni Bakery bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara menjual banyak varian produk dan dapat membuat kue yang menyesuaikan <i>budget</i> konsumen. Produk Herni Bakery juga sangat terjangkau, sehingga dapat memenuhi tingkatan SES masyarakat yang berbeda-beda.

7.	Menu	:	• Bolu Gulung Mesis, Keju, Coklatr, Kacang, Oreo • Bolu Keju • Kue Black Forest • Nastar • Kastangel Keju • Sagu Keju • Kue Lapis • Marmer Cake • Bolu Mesis • Bolu Pandan • Bolu Keju • Brownies Sekat • Brownies Almond • Kue ulang tahun anak • Cupcake
----	------	---	--

Tabel 2.2 Profil Herni Bakery

2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Menjelaskan aspek fisik, sosial, ekonomi, dan lingkungan atas potensi dari wilayah mitra desa yang diprogramkan.

Potensi Desa		
Keunikan Desa (USP)	:	• Herni Bakery sangat <i>customer oriented</i>. Servis Herni Bakery yang berbeda dari toko kue lainnya, yaitu ia memperbolehkan konsumen menentukan <i>budget</i> sendiri dan jika <i>budgetnya</i> memungkinkan, pihak Herni Bakery akan membuat kuenya.

		Herni Bakery memiliki produk yang sangat bervariasi, sehingga dapat menyesuaikan dengan selera konsumen yang berbeda-beda.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	:	Herni Bakery mempromosikan produk yang dijual secara <i>online</i> melalui WhatsApp dan Instagram <i>Story</i> . Berdasarkan informasi dari pemilik Herni Bakery, konsumen berasal dari warga sekitar Desa Legok, seperti di komplek perumahan dan daerah kampung. Dahulu, Herni Bakery juga sempat melakukan promosi berupa penyebaran brosur dari rumah ke rumah, namun hal tersebut dinilai kurang efektif.
Keadaan alam/sekitar (Environment)	:	Herni Bakery terletak di jalan raya Desa Legok, sebaris dengan perumahan, dan berdasarkan informasi dari pemilik Herni Bakery, di dekatnya terdapat toko kue yang berupa kompetitor.
Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa		
<i>Strength</i>		<i>Weakness</i>
- Harga produk Herni Bakery sangat terjangkau. - Terdiri dari banyak varian produk, sehingga dapat menyesuaikan selera banyak masyarakat. <i>Customer oriented</i>.		Identitas visual Herni Bakery belum dapat menggambarkan value yang ingin disampaikan (toko kue yang <i>customer oriented</i>, berkualitas yang tinggi walaupun, serta harganya terjangkau). Hal ini menyebabkan Herni Bakery belum bisa menarik perhatian

	konsumen dengan identitas yang berkarakter. • Belum terdapat katalog produk secara jelas dan lengkap. • Masih terlalu terpaku dengan metode penjualan <i>offline</i>.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
• Terdapat banyak target <i>market</i> yang belum dijangkau, sehingga berpotensi untuk memperluas target <i>market</i> dari segi geografis dan demografis. • Terdapat metode penjualan <i>online</i> yang sedang berkembang dengan pesat. Dengan metode penjualan <i>online</i>, Herni Bakery juga dapat menjangkau target <i>market</i> baru dalam segi geografis. • Jumlah kompetitor yang bergerak di bidang kue masih belum terlalu banyak di Desa Legok.	• Masyarakat Legok yang masih mengutamakan kebutuhan primer yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, sehingga produk Herni Bakery yang bukan kebutuhan primer masih belum terlalu dibutuhkan. • Banyak <i>brand</i> kue ternama di luar Desa Legok yang menawarkan produk yang serupa, dan memiliki <i>loyal customer</i>.

Tabel 2.3 Potensi Herni Bakery

Berikut dokumentasi dari gerai Herni Bakery dari kunjungan penulis dan kelompok pada tanggal 23 Februari 2023.



Gambar 2.4. Gerai Herni Bakery

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA