

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

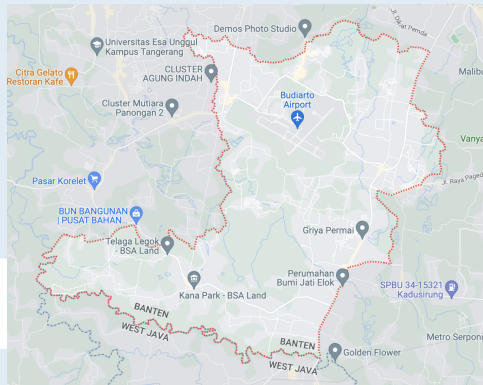
2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Desa Legok merupakan desa yang memiliki potensi Home Industri, dimana desa ini dapat menjadikan wilayahnya sebagai industri rumahan sebagai tempat memproduksi dan pemasaran dalam bidang tertentu. Hal tersebut dikarenakan lahan pertanian Desa Legok sebagian besar beririgasi teknis yang berdampak terhadap tingginya produktivitas dan hasil pertanian di kawasan desa Legok. Selain itu, desa Legok terletak di perbatasan antara Kecamatan Pandaan dan Beji yang merupakan daerah industri sehingga pertanian menjadi salah satu andalan perekonomian mereka. Selain pertanian, sebagian masyarakat generasi muda di Legok banyak yang bergerak di sektor industri sehingga menunjukkan bahwa secara umum kondisi perekonomian berada di kategori cukup baik. Desa Legok termasuk desa yang sudah maju, terlihat dari berbagai kegiatan-kegiatan yang telah ada di desa.



Gambar 2.1 Masyarakat Desa Legok
Sumber: Google

2.1.1 Profil Desa



Gambar 2.2 Wilayah Desa Legok
Sumber: Google Maps

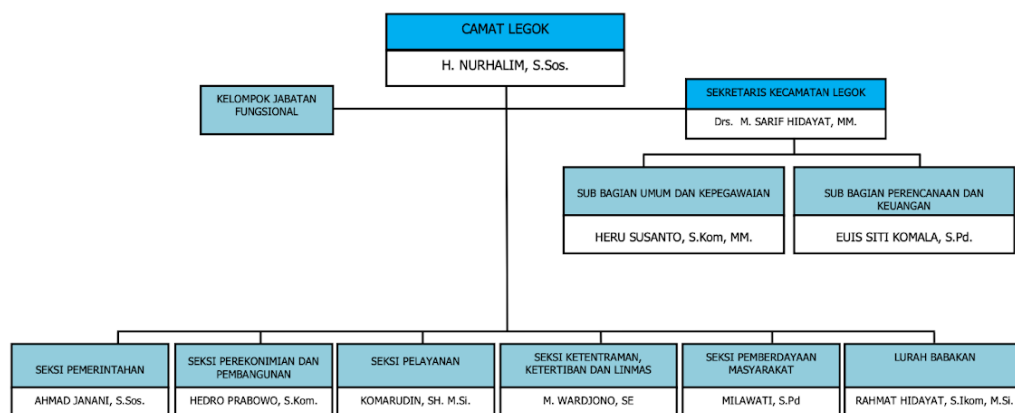
Tabel 2.1 Profil Desa Legok

1.	Nama Desa	:	Desa Legok
2.	Jumlah warga	:	13136 Penduduk
3.	Jumlah Kepala Keluarga	:	3.463 Jiwa
4.	Jenis Pekerjaan	:	- Karyawan : 3740 orang - Wiraswasta / pedagang : 1186 orang - Petani : 578 orang - Tukang : 345 orang - Pensiunan : 77 orang - Jasa : 2394 orang - Pengrajin : 1021 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	:	1281 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		a. Sebelah Utara : Kelurahan Bojong Nangka b. Sebelah Selatan : Kelurahan Babakan c. Sebelah Barat : Desa Rancagong d. Sebelah Timur : Desa Cijantra
11	Orbitasi		a. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kecamatan : 3 Km b. Jarak dari Pusat Pemerintahan Kota : 25 Km c. Jarak dari Kota / Ibukota Kabupaten : 25 Km d. 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	a. Persawahan b. Perladangan c. Perkebunan d. Peternakan e. Nelayan f. Pertambangan / Gajian g. Kerajinan dan Industri Kecil h. Industri sedang dan besar i. Jasa dan Perdagangan
----	---------------	---

Sumber: Sekretaris 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 merupakan salah satu UMKM bidang *food and beverage* yang terletak di jalan raya besar Desa Legok. Herni Bakery menjual berbagai jenis kue seperti bolu, brownies, kue ulang tahun, kue kering, dan lainnya. Bukan hanya itu, Herni Bakery juga menjual berbagai jenis bahan-bahan kue bagi *customer* yang membutuhkan bahan-bahan kebutuhan kue.

Tabel 2.2 Profil Herni Bakery

1.	Nama UMKM	:	Herni Bakery
2.	Alamat	:	Legok Permai Blok E1/A3 seberang Cluster Kaliandra.
3.	Produk	:	- Bahan kue - Kue ulang tahun - Kue kering - Kue basah - Roti
4.	Tahun berdiri	:	2020 (sejak covid).
5.	Sejarah	:	Herni Bakery berasal dari nama ibu dari Lionie. Berawal dari <i>owner</i> yang meneruskan bisnis toko kue Ibunya dengan membuka cabang dari Ciledug ke Desa Legok. Seiring berjalannya waktu, timbul pemikiran pemilik bahwa ia ingin membuka toko kue sendiri dengan konsep menjual kue sekaligus dengan bahan kue. Setelah itu, beliau dan saudaranya belajar membuat kue. Setelah melewati berbagai <i>trial and error</i> akhirnya mereka membuka bisnis kue tersebut.
6.	Visi dan Misi	:	Menjadikan Herni bakery sebagai UMKM yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat serta tidak hanya terpaku kepada menu melainkan menyesuaikan dengan keinginan/ <i>request</i> pelanggan. Herni Bakery juga menyesuaikan produknya dengan harga yang terjangkau sehingga sesuai di kantong masyarakat Legok.
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

2.2 Potensi UMKM Herni Bakery

Herni Bakery merupakan UMKM yang telah berdiri selama 2 tahun, lokasi toko ini terletak di Legok Permai Blok E1/A3, di seberang *Cluster* Kaliandra.

Herni Bakery berada di daerah perumahan, sehingga memiliki potensi untuk menarik konsumen di sekitarnya. Bagian depan toko ini terdapat *display* berbagai macam kue, seperti kue brownies, kue bolu gulung, kue ulang tahun, dan *cupcake*. Kemudian, pada bagian dalam toko terdapat *display* bahan-bahan kue.

Berikut merupakan tabel analisa keunikan, perilaku sosial, keadaan, dan SWOT yang terdiri dari *strength* (keunggulan), *weakness* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threat* (ancaman) dari Herni Bakery.

Tabel 2.3 Tabel SWOT UMKM

Potensi UMKM	
Keunikan UMKM (USP)	- Herni Bakery menjunjung tinggi <i>customer oriented services</i>, hal ini yang membedakan Herni Bakery dari toko kue lainnya yaitu mereka memperbolehkan konsumen untuk menentukan <i>budget</i> sendiri. Jika sudah ada kesepakatan harga, pihak Herni Bakery akan membuat produk sesuai permintaan. - Herni Bakery memiliki produk yang sangat bervariasi, sehingga dapat disesuaikan dengan selera masing-masing konsumen..
Perilaku sosial UMKM (Behaviour)	Herni Bakery mempromosikan produk yang dijual secara <i>online</i> melalui <i>WhatsApp</i> dan <i>Instagram 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 UMKM (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 Herni Bakery	
Strength	Weakness
• Harga produk yang ditawarkan Herni Bakery terjangkau dan memiliki kualitas yang baik. • Terdapat dari banyak varian produk, sehingga dapat menyesuaikan selera banyak masyarakat. • <i>Customer oriented</i>. Herni bakery berusaha untuk mengutamakan kebutuhan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik,, memenuhi keinginan pelanggan, dan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan.	• Identitas visual Herni Bakery belum dapat menggambarkan nilai 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 khas. • Belum terdapat katalog produk secara jelas dan lengkap, dan masih menggunakan sistem labeling harga secara manual, dan menggunakan menggunakan nota. • Masih terlalu terpaku dengan metode penjualan <i>offline</i>.
Opportunity	Threat
• Terdapat banyak target market yang belum dijangkau, sehingga berpotensi untuk memperluas target market dari segi geografis, demografis, dan umur. Selain itu rumah tangga, produk Herni Bakery juga berpotensi untuk dibeli oleh milenial. • Terdapat metode penjualan <i>online</i> yang sedang berkembang dengan pesat. Dengan metode penjualan <i>online</i>, Herni Bakery juga dapat menjangkau target market baru dalam segi geografis, demografis, dan umur. • Jumlah kompetitor yang bergerak di bidang kue dan bahan kue masih belum terlalu banyak di Desa Legok.	• Produk Herni Bakery yang berupa kue, bolu, brownies dan sebagainya bukan kebutuhan primer, sedangkan Masyarakat Legok masih mengutamakan kebutuhan primer yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari. • Banyak brand kue ternama di luar Desa Legok yang menawarkan produk yang serupa, dan memiliki <i>loyal customer</i>.