

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Desa Legok adalah suatu desa di Tangerang Selatan yang memiliki latar belakang penduduk yang beragam. Hal ini membuat Desa Legok termasuk ke dalam Desa Swasembada karena tidak terkait dengan adat tertentu. Pengembangan sumber daya masyarakat di Desa Legok sudah tergolong cukup maju, karena adanya kesadaran untuk memajukan UMKM di Desa Legok dengan adanya koordinator dan pengurus UMKM. Mata pencaharian yang dimiliki penduduk di Desa Legok didominasi oleh karyawan swasta, lalu diikuti oleh para pemberi jasa dan pengrajin pada posisi kedua dan ketiga. Para pemberi jasa dan pengrajin di Desa Legok bergerak di bidang UMKM. Banyaknya warga desa yang bekerja di bidang ini membuat pengurus desa tergerak untuk meningkatkan potensi desa dalam menjalankan UMKM.



Gambar 2.1 Foto Dokumentasi Kunjungan ke Desa Legok

Dalam mengembangkan UMKM di Desa Legok, tersedia banyak sarana, pelatihan, dan kerjasama dari pihak luar desa. Salah satunya bantuan dari perguruan tinggi Universitas Multimedia Nusantara yang bekerjasama dengan desa untuk mengembangkan potensi desa Legok. Dari berbagai UMKM di Desa Legok, kami memilih Jamune Saras sebagai UMKM yang akan kami bantu. Jamune Saras memiliki pengalaman dalam mengikuti pelatihan skill dan bazaar dari UMN. Pihak

pengurus desa juga menyediakan beberapa lokasi sebagai sarana tempat berjualan bagi UMKM di Desa Legok yang belum memiliki tempat berdagang.



Gambar 2.2 Dokumentasi Wawancara dengan UMKM Jamune Saras

Melalui informasi dari pihak koordinator UMKM Desa Legok Ibu Widi, Desa ini telah memiliki sebuah grup *whatsapp* untuk mengumpulkan semua UMKM yang ada di desa. Namun, beberapa pemilik UMKM belum aktif dalam melakukan pendataan di grup tersebut. Sejauh ini yang terkumpul sejumlah 39 UMKM yang mengisi data nama UMKM dan jenis produk atau jasa yang dijual. Meskipun masih ada beberapa pemilik UMKM yang belum terdaftar, pihak desa sudah memiliki kesadaran dalam mendukung berjalannya UMKM.

2.1.1 Profil Desa

Pelaksanaan program MBKM Proyek Desa penulis dilaksanakan pada Desa Legok. Profil dan kondisi sosial ekonomi dari desa Legok dijabarkan dalam tabel di bawah ini, berdasarkan teknik pengumpulan data secara wawancara:

Tabel 2.1.1 Profil Desa Legok

1.	Nama desa	:	Desa Legok
2	Tahun pembentukan	:	1990
3	Luas wilayah	:	223.775 Ha
4	Jumlah warga	:	13.136 jiwa
5	Jumlah kepala keluarga	:	3.463 kepala keluarga

6	Jenis Pekerjaan	:	a. Karyawan 1. Pegawai Negeri Sipil: 696 orang 2. TNI/Polri: 145 orang 3. Swasta: 2899 orang b. Wiraswasta/pedagang: 1186 orang c. Petani: 578 orang d. Tukang: 345 orang e. Pensiunan: 77 orang g. Jasa: 2394 orang j. Pengrajin: 1021 orang k. Pekerja Seni: 27 orang l. Lainnya: 15 orang m. Pengangguran/tidak bekerja: 215 orang
7	Penghasilan rata-rata	:	Rp. 1.575.000,-
8	UMR Kabupaten/Kota	:	Rp. 4.527.688,-
9	Jumlah penduduk miskin	:	1281 Jiwa
10	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: Profil Desa Legok Bulan Januari 2023

2.2 Potensi Wilayah Masyarakat Sasaran

Beberapa potensi dari wilayah Desa Legok berdasarkan aspek fisik, sosial, ekonomi, dan lingkungan antara lain:

Potensi Desa		
Keunikan Desa (USP)	:	Keunikan Desa yang dimiliki oleh Desa Legok adalah desa ini memiliki banyak tipologi desa, seperti persawahan, perladangan, perkebunan, peternakan, nelayan, pertambangan, kerajinan, industri kecil hingga besar, dan jasa perdagangan. Hal

		ini membuat banyaknya lapangan pekerjaan yang terbuka bagi warga desa.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	:	Dalam kunjungan ke Desa Legok, warga desa terbuka dan menerima kunjungan dengan baik. Namun, saat mencoba menghubungi UMKM untuk dilaksanakan program, beberapa pemilik UMKM sulit untuk dihubungi lewat sosial media dan cenderung lama saat menjawab pesan.
Keadaan alam/sekitar (Environment)	:	Pada saat kunjungan ke Desa Legok, beberapa wilayah desa masih dalam masa pembangunan, seperti perbaikan jalan, dan pembangunan kantor desa. Sehingga, beberapa lalu lintas jalanan terhambat. Lingkungan sekitar Desa Legok sebagian besar adalah pemukiman warga.
Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa		
<i>Strenght</i>		<i>Weakness</i>
• Masyarakat desa yang terbuka sehingga mudah untuk melakukan kerjasama. • Memiliki keunggulan di bidang pekerjaan wiraswasta dan pengrajin. • Beberapa pemilik UMKM memahami cara untuk menggunakan sosial media, walaupun belum sepenuhnya.		• Terdapat beberapa UMKM yang sulit dihubungi. • Akses jalan yang belum nyaman untuk digunakan. • Kurangnya kesadaran para pemilik UMKM tentang pentingnya identitas visual untuk media promosi.
<i>Opportunity</i>		<i>Threat</i>

• Banyak UMKM yang belum memiliki media promosi yang baik, sehingga banyak peluang untuk menerapkan strategi promosi di desa ini. • Beragam UMKM di Desa Legok membuat banyaknya peluang untuk membuat media promosi yang beragam. • Memiliki jumlah penduduk kurang mampu (menurut standar BPS) yang cukup banyak, yaitu 1281 Jiwa, sehingga besar kesempatan untuk membantu desa ini.	• Terdapat beberapa UMKM yang belum terdaftar pada database UMKM, sehingga terdapat peluang pengambilan hak cipta dari UMKM. • Banyaknya UMKM membuat ketatnya persaingan antar kompetitor peluang bagi desa yang penulis kerjakan.
---	--

Jamune Saras adalah UMKM yang bergerak di bidang minuman tradisional, yaitu jamu dan susu kacang. Jamune Saras terletak di Perumahan Griya Asri Teratai, dimana penjualan jamu ini masih berada di rumah pribadi dan dijual secara online. Beberapa bahan baku yang digunakan merupakan hasil tanam sendiri. Potensi UMKM Jamune Saras dijabarkan pada tabel sebagai berikut:

Potensi UMKM Jamune Saras		
Keunikan UMKM (USP)	:	Keunikan yang dimiliki oleh Jamune Saras adalah jamu yang dijual memiliki rasa yang tidak sepahit dan sekuat jamu pada umumnya, namun masih memiliki khasiat yang sama sehingga dapat diterima dengan mudah oleh semua kalangan. Beberapa bahan baku dari produk merupakan hasil tanam sendiri.
Perilaku sosial UMKM (Behaviour)	:	Jamune Saras memiliki perilaku yang ramah dan terbuka kepada sesama. Dalam

		meningkatkan kualitas penjualannya, Jamune Saras sempat mengikuti beberapa pelatihan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk strategi penjualannya. Jamune Saras melakukan promosi produk dengan <i>word of mouth</i>, dan melalui sosial media Instagram, <i>e-commerce</i> seperti Tokopedia dan Shopee. Namun, promosi melalui sosial media belum berjalan secara optimal dan rutin karena pemilik sulit untuk mengatur waktu dan konten. Begitu pula pada promosi melalui <i>e-commerce</i>, pemilik UMKM kesulitan untuk mengoperasikan promosi seperti potongan harga dan diskon.
Keadaan alam/sekitar UMKM (Environment)	:	Keadaan sekitar UMKM Jamune Saras adalah perumahan warga, karena UMKM beroperasi di rumah pribadi. Berdasarkan informasi dari pemilik UMKM, terdapat satu UMKM kompetitor yang bergerak di bidang yang sama, namun dibuat dengan cara yang berbeda.
Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa		
Strenght		Weakness
• UMKM Jamune Saras yang terbuka sehingga mudah untuk melakukan kerjasama. • Produk Jamune Saras yang tidak sekuat jamu pada umumnya, sehingga dapat diterima oleh semua kalangan		• Produk UMKM belum memiliki identitas visual yang menarik, seperti sosial media Instagram yang belum memiliki konten, dan <i>e-commerce</i> yang belum ada konten promosi seperti potongan harga.

• Harga produk Jamune Saras yang terjangkau • Beberapa bahan baku ditanam sendiri, sehingga lebih aman dan terpercaya.	• Kurangnya kesadaran pemilik UMKM tentang pentingnya identitas visual. • Memiliki identitas visual yang belum menarik, seperti logo dan belum memiliki spanduk berjualan.
<i>Opportunity</i>	<i>Threat</i>
• Jamune Saras belum memiliki identitas visual yang baik, sehingga terdapat peluang untuk memperbaiki identitas visual. • Jumlah UMKM kompetitor di Desa Legok belum banyak yang bergerak di bidang minuman herbal seperti jamu dan susu kacang. • Target pemasaran banyak yang belum dijangkau dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan, sehingga banyak peluang yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pemasaran pada UMKM Jamune Saras.	• UMKM Jamune Saras terdaftar pada <i>database</i> UMKM, sehingga terdapat peluang pengambilan hak cipta dari UMKM.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A