

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT SASARAN

2.1 Profil dan Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat

Desa Legok adalah sebuah desa yang terletak di Tangerang Selatan dengan penduduk yang beragam. Mata pencaharian yang dimiliki penduduk di Desa Legok didominasi oleh karyawan swasta. Selain itu para penduduk di Desa Legok ada juga yang melakukan usaha dengan menyediakan jasa dan berdagang yang bergerak di bidang UMKM. Penduduk di Desa Legok ini memiliki kesadaran dalam memajukan UMKM yang dijalannya. Akan tetapi beberapa pemilik UMKM sedikit kesulitan dalam mengembangkan UMKM-nya karena adanya keterbatasan pengetahuan dan pengalaman di bidang tertentu. Banyaknya penduduk yang bergerak di bidang UMKM membuat pengurus desa tergerak untuk membantu para UMKM agar dapat berkembang sehingga dapat meningkatkan potensi desa melalui UMKM yang telah dijalankan oleh penduduk di Desa Legok.



Gambar 2.1 Foto Dokumentasi Kunjungan ke Desa Legok

Bantuan yang diberikan oleh pengurus desa dalam mengembangkan UMKM di Desa Legok berupa sarana, pelatihan, dan kerjasama dari pihak luar desa. Salah satu bentuk bantuan tersebut adalah bantuan dari perguruan tinggi Universitas Multimedia Nusantara yang bekerjasama dengan desa untuk mengembangkan potensi dari Desa Legok. Setelah melakukan riset terhadap berbagai UMKM yang ada di Desa Legok, kami memilih Jamune Saras sebagai UMKM yang akan kami bantu. Jamune Saras sudah menggunakan beberapa media sosial dan *e-commerce* untuk menjalankan usahanya



Gambar 2.2 Dokumentasi Wawancara dengan UMKM Jamune Saras

Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Ibu Widi selaku koordinator UMKM Desa Legok, Desa Legok memiliki grup whatsapp untuk mengumpulkan semua UMKM yang ada di desa. Namun beberapa pemilik UMKM belum aktif 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

Program MBKM Cluster Proyek Desa yang dijalankan oleh penulis dilaksanakan di Desa Legok. Profil dan kondisi sosial ekonomi dari Desa Legok dijabarkan oleh penulis berdasarkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara ke dalam tabel di bawah ini:

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

Berikut potensi dari wilayah Desa Legok berdasarkan aspek fisik, sosial, ekonomi, dan lingkungan yang penulis jabarkan kedalam tabel SWOT antara lain:

Potensi Desa		
Keunikan Desa (USP)	:	Keunikan yang dimiliki oleh Desa Legok adalah memiliki tipologi desa, seperti persawahan, perladangan, perkebunan, peternakan, nelayan, pertambangan, kerajinan, industri kecil hingga besar, dan jasa perdagangan. Keunikan tersebut membuat banyaknya lapangan pekerjaan yang terbuka bagi para warga desa.
Perilaku sosial Masyarakat Desa (Behaviour)	:	Pada saat melakukan kunjungan ke Desa Legok, warga Desa Legok menyambut dan menerima kunjungan dengan baik. Akan tetapi saat penulis mencoba menghubungi pemilik UMKM untuk

		menanyakan beberapa pertanyaan terkait usaha yang dijalankan melalui social media, penulis mengalami kesulitan karena beberapa pemilik UMKM sulit dihubungi dan cenderung lama saat menjawab pesan.
Keadaan alam/sekitar (Environment)	:	Pada saat melakukan kunjungan ke Desa Legok, beberapa wilayah di Desa Legok masih ada beberapa pembangunan yang sedang berjalan, seperti perbaikan jalan dan pembangunan kantor desa sehingga lalu lintas jalanan di sekitar Desa Legok terhambat. Selain itu di Desa Legok terdapat beberapa tempat usaha dan pemukiman para warga Desa Legok.
Analisa SWOT Desa & Masyarakat Desa		
<i>Strength</i>		<i>Weakness</i>
• Masyarakat desa yang terbuka sehingga mudah untuk melakukan kerjasama. • Unggul dalam bidang wiraswasta dan pengrajin • Beberapa pemilik UMKM sudah memahami cara untuk menggunakan social media untuk mendukung usahanya walaupun belum digunakan dengan maksimal.		• Terdapat beberapa UMKM yang sulit dikontak • Pemilik UMKM Jamune Saras cenderung sibuk, sehingga lama merespon saat dihubungi • Akses jalan yang belum nyaman untuk digunakan • Kurangnya kesadaran para pemilik UMKM mengenai pentingnya identitas visual terhadap strategi promosi.
<i>Opportunity</i>		<i>Threat</i>
• Masih banyak UMKM yang belum menerapkan strategi promosi yang baik, sehingga banyak peluang untuk menerapkan strategi promosi di Desa Legok.		• Terdapat beberapa UMKM yang belum terdaftar pada database UMKM, sehingga terdapat peluang pengambilan hak cipta dari UMKM.

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, e-commerce 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 e-commerce, 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 Jamune Saras	
Strength	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 e-commerce 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. • Terdapat UMKM Jamu yang telah sukses dan lebih terkenal membuat ketatnya persaingan.