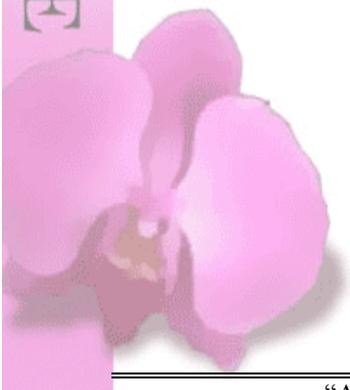


# LAMPIRAN

MCE



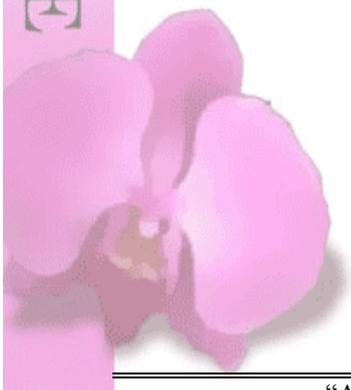
## Lampiran 1

### 1. Daftar Pertanyaan

- 1) Sejauh ini bagaimana proses perkembangan Paguyuban Sari Roso yang sekarang berjalan di desa Ploso?
- 2) Bagaimana awal mula terbentuknya dari paguyuban/kelompok Sari Roso di desa ploso ini?
- 3) Apakah visi misi dari Paguyuban Sari Roso?
- 4) Apa sajakah produk yang dijual Paguyuban Sari Roso?
- 5) Hambatan-hambatan apa saja yang terjadi dalam paguyuban/kelompok Sari Roso di desa Ploso?
- 6) Sejauh ini apa sajakah yang telah dilakukan paguyuban/kelompok Sari Roso dalam upaya mencari pelanggan baru?
- 7) Jika pada paguyuban/kelompok Sari Roso diterapkan suatu sistem untuk pengelolaan proses pemasarannya, fitur seperti apa yang diharapkan?
- 8) Bagaimana tingkat persaingan yang terjadi di dalam Paguyuban Sari Roso?
- 9) Adakah layanan substitusi yang bisa digunakan untuk menggantikan produk yang dijual oleh Paguyuban Sari Roso?
- 10) Adakah pesaing baru yang muncul di dalam Paguyuban Sari Roso?
- 11) Bagaimana pendapat bapak mengenai kekuatan tawar-menawar antara konsumen dengan distributor terhadap produk yang dipasarkan?
- 12) Lalu bagaimana dengan produsen dengan distributor?
- 13) Kekuatan apa yang dimiliki oleh Paguyuban Sari Roso?
- 14) Adakah kelemahan-kelemahan dari Paguyuban Sari Roso?
- 15) Bagaimana dengan peluang bisnis Paguyuban Sari Roso kedepannya?
- 16) Ancaman apa saja yang dihadapi oleh Paguyuban Sari Roso dari luar?
- 17) Apabila strategi yang didapat adalah penetrasi pasar, apa yang sebaiknya dilakukan?

Konsep penetrasi pasar itu sendiri adalah mencari pangsa pasar yang lebih besar untuk produk atau jasa saat ini di pasar yang ada sekarang melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih baik. Untuk itu, baiknya perusahaan memiliki sebuah wadah untuk menampung pelanggan lama serta mampu menarik pelanggan baru dengan melakukan upaya pemasaran serta penjualan *online*.

- 18) Apabila strategi yang didapat adalah pengembangan produk, apa yang sebaiknya dilakukan?
- 19) Apa saja upaya promosi yang sudah dilakukan Paguyuban Sari Rasa?
- 20) Dengan adanya kemajuan teknologi seperti internet, apakah Paguyuban Sari Rasa sudah memanfaatkan teknologi internet tersebut secara maksimal?
- 21) Apakah strategi bersaing Paguyuban Sari Rasa yang dilakukan sekarang?



## Lampiran 2

### 2. Hasil Wawancara

Nama : Samsul Arif  
 Divisi/bagian : Ketua dan Pemasar.

1. Bagaimana awal mula terbentuknya dari paguyuban/kelompok Sari Roso di desa ploslo ini?

Jawaban: Karena sari roso adalah ruang lingkup atau wadah perdagangan dengan rasa yang satu dengan yang lain itu berbeda dan beraneka ragam jenis dan rasa sehingga saya dan teman-teman sepakat menamai paguyuban ini dengan sebutan Sari Roso.

2. Kapan berdirinya paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Berdirinya Sari Roso tahun 2012 yang secara resmi, tetapi sebetulnya mulai tahun 2007 Sari Roso ini sudah berjalan dengan kisaran jumlah produsen masih 40 orang dan tenaga pemasar 20 orang namun belum diresmikan. Tahun berganti tahun masyarakat Desa Ploslo semakin banyak yang berminat mengikuti sebagai pembuat kue dan sebagai pemasar (distributor) kue akhirnya pada tahun 2012 kami mendirikan Sari Roso yang diresmikan langsung oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Blitar dan dinamakan resmi menjadi Paguyuban Sari Roso yang dilegalitas oleh pemerintah Kabupaten Blitar.

3. Kekuatan apa yang dimiliki oleh Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Kekuatan dari Sari Roso ini adalah kesatuan dengan kekeluargaan antara pembuat dan pedagang dimana didalamnya kami telah membuat aturan-aturan yang wajib ditaati oleh pembuat dan pedagang maupun pengurus dengan memberikan sanksi-sanksi bagi yang melanggar. Ketika suatu anggota melanggar aturan tersebut satu atau dua tiga kali telah

diberikan peringatan tidak menanggapi, kami tidak segan-segan mencoret nama tersebut dari paguyuban Sari Roso alias kami pecat.

4. Adakah kelemahan-kelemahan dari Paguyuban Sari Rasa?

Jawaban: Kelemahan dari paguyuban Sari Rasa sejauh ini adalah kekurangan penguasaan/pengolahan dalam mengolah masakan yang lebih modern yang lebih pantas untuk masuk pada kalangan atas. Disini kami juga mendapat himbauan dan masukan dari kalangan menengah keatas bahwa Sari Roso ini pada menu diacara pesta dan lain sebagainya untuk kalangan umum sudah pantas tetapi untuk kalangan keatas atau pemerintahan dirasa kurang memenuhi. Kembali lagi pada Sari Roso ini terkenal dengan jajanan yang relatif murah, sebenarnya kita bisa menyesuaikan harga atau saingan harga tetapi dari teman-teman pemasar jajanan ini kebanyakan di sekolah dan perkampungan oleh karena itu untuk kisaran harga kami belum berani menaikkan harga lebih dari Rp 1500.

5. Bagaimana dengan peluang bisnis Paguyuban Sari Roso kedepannya?

Jawaban: Secara teori banyak peluang dari adanya Sari Roso selain dari finansial banyak dari masyarakat yang ikut masuk baik sebagai produsen atau pemasar baru dengan adanya Sari Roso masyarakat jadi lebih inovatif untuk membuat produk, sehingga sampai saat ini masyarakat desa plosos semua dikategorikan produktif dalam pembuatan atau sebagai pemasar. Selain itu peluang juga untuk masyarakat desa plosos khususnya kaum wanita mereka mempunyai kesibukan dengan berpenghasilan sendiri tanpa harus menjadi tenaga kerja untuk orang lain bahkan negara orang lain. Yang terakhir peluang dari desa lain untuk mengikuti langkah-langkah yang ada di paguyuban ini.

6. Ancaman apa saja yang dihadapi oleh Paguyuban Sari Roso dari luar?

Jawaban: Untuk mengatasi ancaman kami khususnya pengurus selalu menghibahkan kepada anggota paguyuban Sari Roso ini untuk berhati-hati

dalam menjaga kualitas produksinya terlebih dari rasa produknya sehingga diluar sana konsumen tidak akan kecewa. Karena paguyuban ini sudah diakui oleh seluruh masyarakat umum tentang rasa dan lain sebagainya baik dan sehat, sehingga kami benar-banar harus menjaga asumsi masyarakat yang demikian.

7. Apa permasalahan yang dihadapi oleh Paguyuban Sari Roso saat ini?

Jawaban: Saat ini yang menjadi masalah adalah loyalitas anggota terhadap paguyuban ini cenderung kurang, beberapa tahun ini dalam suatu forum seperti rapat kami selalu membahas tentang hal tersebut dan bagaimana cara meningkatkan loyalitas mereka sehingga berdasarkan motto kami “Siji Wadah Ojo Pecah” agar kami tetap terikat dan selalu bekerja sama merasakan susah dan senang bersama. Dengan demikian kami tetap semangat agar paguyuban ini tidak terpuruk dan tidak hancur, karena bagaimanapun juga Sari Roso ini yang menopang perekonomian masyarakat, oleh karena itu kami mengupayakan agar dari tahun ke tahun paguyuban ini semakin baik dan berkembang.

8. Apa saja upaya promosi yang sudah dilakukan Paguyuban Sari Raso?

Jawaban: Dalam satu tahun sekali kami mempunyai program seperti mengadakan Harlah atau memperingati Hari Lahir Paguyuban Sari Roso yang didalamnya ada menu kue-kue Sari Roso sebagai ajang menarik masyarakat untuk lebih mengenal Sari Roso. Selain itu kami juga sering mengikuti acara-acara di pawai pembangunan, tingkat kabupaten dan sebagainya. Kami juga bergabung di UKM Kabupaten Blitar dan tahun kemarin Sari Roso sudah direstui oleh Bapak Bupati Blitar bahwa untuk yang akan datang beliau akan mengajak bekerja sama dengan Sari Roso dalam kepentingan acara pemerintahan mereka memilih Sari Roso untuk memesan hidangan kue. Untuk itu kami bekerjasama atau berhubungan dengan pemerintah untuk mencari aspirasi kepada pemerintahan terkait seperti dinas koperasi, disperindak, dinas pangan dan lain-lain. Kami sudah

masuk BPM wilayah Jawa Timur dimana kami mengikuti lomba Adikarya Pangan Nusantara tingkat Jawa Timur dengan memperoleh juara ke 3 dan itu juga bisa dijadikan ajang promosi. Jadi setiap ada acara di pemerintahan kami selalu ikut andil, baik tingkat desa, kecamatan maupun kabupaten kami selalu ikut andil.

9. Dengan adanya kemajuan teknologi seperti internet, apakah Paguyuban Sari Roso sudah memanfaatkan teknologi internet tersebut secara maksimal?

Jawaban: Ketika kami bergabung di UKM Blitar kami mengupayakan untuk *marketing* dengan media sosial yang mana memudahkan teman-teman untuk lebih memudahkan pemasaran, tetapi ketika kami terjun pada anggota sendiri untuk menerapkan marketing pada media sosial mereka belum paham dengan dunia internet. Hal tersebut menjadi PR buat pengurus bagaimana caranya agar mereka lebih pintar dalam media sosial.

10. Apa strategi bersaing Paguyuban Sari Roso yang dilakukan sekarang?

Jawaban: Sekarang ini kami masih menerapkan pemasaran dengan pembagian jalur-jalur anggota pemasar. Selama mereka mempunyai jalurnya sendiri mereka tidak boleh menyerobot jalur atau trayek yang lain, jalur ini masih di wilayah Blitar sampai perbatasan Malang. Sekarang ini hampir 40 orang pemasar/distributor dari 130 anggota sisanya adalah produsen.

11. Apakah visi misi dari Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat desa plosa dan pendataan secara umum untuk memberikan pelayanan jajanan yang berkualitas kepada masyarakat umum khususnya pelanggan yang dimiliki.



12. Sejauh ini apakah Sari Roso sesuai pada visi misi tersebut?

Jawaban: Secara ekonomi mungkin dapat anda lihat bahwa masyarakat Desa Ploso yang berkecimpung di dalam paguyuban ini dari segi perekonomian semakin tahun jauh lebih baik daripada tahu-tahun sebelum adanya Sari Roso.

13. Produk apa saja yang dijual oleh Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Varian dari produk yang dijual banyak mulai dari kue kering, kue basah, gorengan dan minuman. Kalau dibilang kisaran mungkin sekitar 30 atau malah lebih jenis kue. Anda dapat melihat sendiri setiap tahun kami mengadakan acara dan nanti pada tanggal 30 Juli 2017 akan ada Pasar Murah untuk memperingati Harlah yang ke-5 dimana anda dapat melihat apa saja produk-produk yang dijual dan menilai sendiri bagaimana situasi kondisi dalam kegiatan yang diadakan oleh Paguyuban Sari Roso ini seperti apa.

14. Siapa pesaing dan pembeli utama Sari Roso?

Jawaban: yang jelas pesaing kami adalah orang-orang yang menirukan produk kami. Dan pembeli utamanya adalah pelanggan kami, sejauh ini kami memiliki pelanggan yang cukup banyak dan sudah mempercayai Sari Roso ini akan kualitas dan rasa yang enak dibandingkan yang lain. Oleh karena itu kami dari seluruh pedagang harus pandai dalam memberikan pengaruh atau layanan yang baik kepada konsumen agar mereka tetap percaya pada jajanan yang dibawa oleh pedagang Sari Roso tersebut. Pembelinya yang jelas adalah anak sekolahan dan perkampungan, tergantung dari teman-teman bagaimana mereka mencari pelanggan. Ada yang sudah masuk pada dinas pendidikan yang telah bekerja sama dalam pemesanan kue untuk setiap acara yang diadakan, ada juga yang bekerja sama dengan dinas pemerintahan terkait baik desa, kabupaten maupun kota. Semua itu tergantung cara mereka bagaimana memasarkan jajanan mereka.

Nama : Nur Chasanah

Divisi/bagian : Produsen

1. Apa produk yang dijual pada Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: sejauh ini saya masih menjual stick bawang original saja untuk Sari Rasa. Sebenarnya banyak varian rasanya, ada balado, jagung manis, stick buah naga, ubi ungu, bayam, sawi dan lain lain tergantung permintaan konsumen tetapi yang saya jualkan masih yang original.

2. Sejauh ini bagaimana proses perkembangan industri Sari Rasa yang sekarang berjalan di desa Ploso?

Jawaban: Menurut saya perkembangannya cukup pesat, karena banyak orang yang mempercayai Sari Roso dan menitipkan jajanan mereka disini dan untungnya juga lumayan bisa menambah pemasukan mereka, bahkan ibu-ibu yang tadinya hanya berdiam diri dirumah menunggu jatah suami mereka kini lebih berkarya dalam membuat jajanan Sari Roso yang pendapatannya malah lebih banyak dari pada suami. Ada juga kaum wanita yang menjadi tulang punggung keluarga dengan berpenghasilan dari Sari Roso ini, oleh karena itu disini tidak ada istilahnya ibu-ibu yang pengangguran karena mereka produktif semua. Selain itu omset kedepannya sangat membantu sekali untuk rumah tangga mereka.

3. Hambatan-hambatan apa saja yang dialami dalam paguyuban Sari Roso di desa Ploso?

Jawaban: Pertama, hambatan yang dialami ketika anak-anak sekolah libur panjang, karena pedagang Sari Roso ini kebanyakan berjualan di sekolah-sekolah, tetapi yang berjualan di pasar atau perumahan ya tidak masalah masih tetap laku. Susahnya mereka yang hanya menggantungkan di sekolah-sekolah saja ketika sekolah libur otomatis penjualan menurun. Kedua, cuaca. Kalau cuaca panas masih enak, tetapi kalau hujan deras biasanya pemasar ini kesulitan untuk berdagang sehingga jajan yang mereka bawa ada yang

kembali lagi, tetapi tidak semua seperti itu ada beberapa saja tergantung pemasar bagaimana mensiasati kondisi seperti itu, disitu yang menjadi kendala untuk produsen. Ketiga kalau jajan itu tidak tahan sampai sore dan tidak laku abis otomatis sisanya akan kembali pada produsen. Kalau jajanan jenis kering masih bisa dijual besok harinya apabila tidak laku habis. Jadi kelemahannya ada pada pemasarannya, kondisi cuaca, area dagang dan produknya.

4. Jika pada paguyuban/kelompok Sari Rasa diterapkan suatu sistem untuk pengelolaan proses pemasarannya, fitur seperti apa yang diharapkan?

Jawaban: Sebenarnya *online* bisa tetapi repotnya jika jajanan itu jenisnya basah pasti cepat basi tidak bisa tahan dalam waktu yang lama, apalagi jika ordernya daerah luar Blitar pasti membutuhkan waktu yang lama untuk sampai, nanti malah mengecewakan konsumen. Kalau jajanan kering itu masih bisa diorder untuk wilayah luar Blitar, apabila diberi fitur *online* khusus untuk Sari Roso harus diberi batas wilayah pemesanan untuk setiap produk kue basah. Jadi sementara ini pemasarannya masih menggunakan pedagang yang berjualan pada jalur trayeknya sendiri dengan menggunakan Obrok atau gerobak istilahnya “Etek” tetapi itu dalam bentuk jajanan saja bukan sayuran.

5. Tingkat persaingan produsen pada industri Sari Roso ini seperti apa?

Jawaban: Persaingannya sangat ketat. Pertama, apabila produsen yang menjual barang A tidak memproduksi karena masih ada kendala atau libur akhirnya tidak membuat akan ada kemungkinan disabotase oleh orang lain dengan membuat produknya dan dijual di Sari Roso, jadi kekhawatiran produsen itu disitu. Kedua, adanya produsen yang menjual barang yang sejenis dengan produsen lain tetapi dengan rasa dan tampilan yang berbeda. Sebenarnya pesaing semakin lama semakin banyak, tergantung bagaimana kita para produsen yang memiliki produk sejenis ini berlomba-lomba berinovasi dalam meningkatkan kualitas produknya.

6. Bagaimana produsen dalam menjaga kualitas produknya dengan adanya kenaikan bahan pokok?

Jawaban: Sari Roso disini identik dengan harga yang relatif murah dengan kualitas yang jujur, aman dan enak. Ketika semua bahan-bahan produksi mengalami kenaikan disitu yang dirasa sangat sulit bagi produsen, karena produsen harus menjaga kualitas agar tetap baik tidak boleh menggunakan bahan-bahan kimia atau pengawet lainnya yang dilarang, karena setiap setahun sekali ada pengecekan bahan produksi oleh Dinas Kesehatan apakah bahan-bahan yang digunakan Sari Rasa ini mengandung bahan kimia yang berbahaya atau tidak. Kesulitannya lagi adanya persaingan harga oleh orang lain yang memproduksi barang yang sama dengan harga yang tinggi, hal tersebut membuat para produsen kerepotan, kita pernah mencoba produk itu dihargai dengan harga yang sama mahalnyalah malah tidak laku karena pasaran kita hanya segmen menengah saja. Sebenarnya kalau untuk menengah keatas kami bisa namun terlebih dahulu harus ada kesepakatan dari produsen dan pedagang untuk mengompakkan harga, jadi tidak ada harga dibawah Rp 1000 semua diwajibkan Rp 1000 lambat laun konsumen akan terbiasa. Karena pembeli sekarang ini terbiasa dengan harga yang murah jadi ketika disuguhkan dengan harga mahal mereka kaget dan justru mereka akan beralih pada pedagang yang menawarkan harga yang murah.

7. Bagaimana mengenai kekuatan tawar-menawar antara produsen dengan distributor dan konsumen dengan distributor mengenai produk yang dipasarkan?

Jawaban: Tawar-menawar atau nego harga pasti ada, apabila produk harga bahan-bahannya mahal maka produsen tidak berani menjualkan pada distributor dengan harga yang murah pasti diperhitungkan dari bahan dan tenaganya. Kalau untuk konsumen dan distributor dalam hal nego pemesanan produk, terkadang konsumen memesan produk dengan harga dan ukuran yang mereka tentukan sendiri.

8. Kekuatan apa yang dimiliki oleh Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Kekuatannya adalah kebersamaan dalam menjalin kerja sama antara produsen dengan para distributornya. Karena mudahnya disini kita para produsen tidak perlu menjual produk kita sendiri tetapi dititipkan pada pedagang-pedagang yang akan menjual produknya. Tetapi produsen juga melayani pembelian dirumah produksi dalam hal pemesanan, jadi tidak hanya bergantung juga pada distributor.

9. Adakah kelemahan-kelemahan dari produsen Paguyuban Sari Rasa?

Jawaban: Kalau kelemahan sebagai produsen dapat dilihat pada keuntungan dan kerugian. Keuntungan produsen tentu ketika produknya laku habis, tetapi ketika ada sisa, produsen akan menerima sisa jajanannya dari distributor. Karena distributor tidak menanggung sisa produk yang tidak laku. Jadi distributor ketika menjual dagangan para produsen laku habis maka keduanya juga untung tetapi ketika tidak habis maka produsen akan dibayar sesuai produk yang terjual saja. Hal tersebut yang dirasa sebagai kelemahan para produsen dalam Paguyuban Sari Rasa ini.

10. Ancaman apa saja yang dihadapi oleh Paguyuban Sari Rasa dari luar?

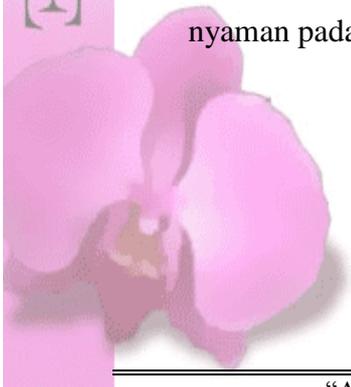
Jawaban: Ancaman dari produsen kaitannya dengan adanya produsen lain yang menjual barang sejenis dengan harga yang berbeda, secara otomatis akan mengenyampingkan kita bahwa disana ada produsen yang memproduksi barang A yang ukurannya lebih besar, sedangkan di produsen ini lebih kecil. Oleh karena itu kedepannya akan ada pengompakan harga antar semua produsen Sari Roso atau memiliki patokan harga sendiri, jadi tidak ada kekhawatiran konsumen bahwasanya harga di pasaran dan Sari Roso ternyataimbang. Ancaman yang lain adalah ketika produsen dan distributor tidak kompak dan tidak terjalin kebersamaannya, sehingga dalam agenda-agenda yang diadakan paguyuban tidak dapat berjalan dengan lancar dengan situasi tersebut menghambat pencairan bantuan untuk Paguyuban Sari Roso dari dinas-dinas terkait.

11. Apabila strategi yang didapat adalah penetrasi pasar, apa yang sebaiknya dilakukan?

Jawaban: Untuk penetrasi pasar atau mengumpulkan mangsa pasar, Paguyuban memiliki sebuah wadah untuk menampung pelanggan lama serta mampu menarik pelanggan baru dengan melakukan upaya pemasaran seperti mengadakan Bazar Murah pada acara Harlah atau ulang tahun Paguyuban Sari Roso yang diperingati satu tahun sekali, dimana para distributor melakukan pawai terlebih dahulu sebelum hari H di seluruh wilayah Blitar dan sekitarnya mengenai acara tersebut untuk menarik masa. Sehingga pengunjung yang datang dapat merasakan dan menilai sendiri jajanan Paguyuban Sari Roso. Selain kegiatan itu ada juga produsen jajanan kering yang sudah menitipkan produknya ke tempat-tempat wisata yang ada di Malang, apalagi ketika musim lebaran jajanan kering ini yang menjadi incaran masyarakat dan laku keras.

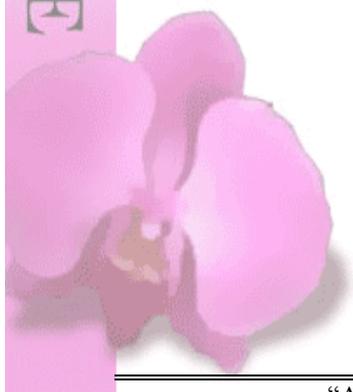
12. Apakah strategi bersaing Paguyuban Sari Roso yang dilakukan sekarang?

Jawaban: Pertama, kalau dari produsen strategi bersaingnya adalah dengan meningkatkan kualitas produknya, artinya lebih kreatif dan inovatif lagi baik dari segi bentuk kemasan bahkan rasa sehingga produk yang dibuat memiliki keunggulan tersendiri. Kedua, kalau distributor mereka bersaing untuk mencari jalur baru yang sekiranya banyak peminatnya, terkadang pada jalur yang dilalui ternyata juga dilalui oleh distributor lain. Jadi tidak akan efektif jika dalam satu tempat dilewati oleh banyak distributor dengan dagangan yang sama. Oleh karena itu para distributor paguyuban sudah memiliki jalur masing-masing sehingga tidak ada perkecokan sehingga nyaman pada jalur masing-masing.



13. Apakah dengan mengembangkan Sari Roso dengan sistem *Online* akan efektif?

Jawaban: Ada efektifnya juga terutama untuk jajanan yang kering tetapi kalau untuk makanan basah harus ada batas batas wilayahnya karena yang basah ini biasanya mudah sekali basi karena Sari Roso tidak menambahkan pengawet dan sejenisnya. Sebenarnya sudah ada produsen Sari Roso yang memasarkan produknya dengan sistem *online* terutama mereka yang faham tentang IT, tetapi hanya perindividu bukan paguyuban. Jadi bagi orang tradisional yang belum faham teknologi hanya mengandalkan pemasaran dari Paguyuban Sari Roso.



Nama : Lukman

Divisi/bagian : Sekretaris

1. Jika pada paguyuban/kelompok Sari Roso diterapkan suatu sistem untuk pengelolaan proses pemasarannya, fitur seperti apa yang diharapkan?

Jawaban: fitur yang ingin kami kembangkan yaitu media sosial, tetapi kelemahannya masyarakat disini belum terlalu pandai mengoperasikan media sosial *online*. Untuk itu sebelum menerapkan sistem tersebut terlebih dahulu kita kenalkan dulu sistem *online* ini sampai pada mereka mampu mengoperasikan media sosial, sebenarnya mudah bagi kaum muda-muda era sekarang tetapi kebanyakan anggota dari paguyuban ini masyarakatnya masih era dulu yang masih terbiasa dengan Hp jadulnya.

2. Sejauh ini bagaimana proses perkembangan industri Sari Roso yang sekarang berjalan di desa Ploso?

Jawaban: Perkembangannya bagus dan bisa anda lihat sendiri masyarakat di Desa Ploso ini tidak ada yang pengangguran semua orang disini produktif dan berpenghasilan, karena mereka tidak bisa mengandalkan satu pekerjaan saja misalnya ibu rumah tangga, petani bahkan guru, mereka berupaya untuk bisa berkreasi membuat produk agar bisa di perjualkan dalam Sari Roso. Jadi sejauh ini perkembangannya benar-benar dapat membantu perekonomian mereka.

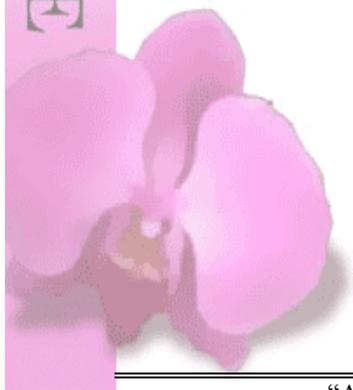
3. Adakah kelemahan-kelemahan dari Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Pertama, kelemahannya disini adalah sistem atau manajemen dari Sari Roso ini belum ada. Jadi kalau secara fakta kita telah terakui tetapi secara administrasi kita kalah. Oleh karena itu kita juga mencari kader-kader muda yang berkompentensi yang nantinya bisa menggantikan atau meneruskan dalam mengelola Paguyuban Sari Roso. Kedua, kelemahannya Sari Roso ini belum memiliki kios sendiri artinya pemasaran dari Sari Roso masih diperdagangkan dengan obrok atau gerobak oleh distributor melalui jalur

dagang mereka. Mengapa kami memerlukan kios karena Sari Roso ini sebenarnya telah dikenal banyak orang tetapi ketika mereka berkunjung atau melewati Desa Ploso mereka kebingungan untuk melihat jajanan produksi Sari Roso, karena jajanan sudah diperdagangkan oleh anggota pemasar di jalur dagang mereka dari pagi pukul 07:00-11:00 WIB rata-rata jajanan mereka sudah habis. Sehingga adanya kios nanti akan sangat diperlukan sebagai icon dari Sari Roso untuk memudahkan wisatawan atau pengunjung luar Blitar dalam melihat dan lebih mengenal terhadap Sari Roso ini.

4. Seperti apa prospek kedepan untuk Paguyuban Sari Roso?

Jawaban: Kedepannya kami menginginkan program pelatihan pembuatan kue-kue kering untuk Paguyuban Sari Roso ini dengan ahli yang memang sudah berkopetensi. Jadi kedepannya Sari Roso tidak melulu dengan jajanan tradisional saja namun juga mampu memproduksi jajanan modern saat misalnya sejenis kue-kue lebaran yang sekarang sudah beraneka ragam, sehingga ketika nanti kita telah membuka kios Sari Roso lebih beragam lagi jajanannya ada tradisional juga modern. Sangat disayangkan sebenarnya kita sudah mempunyai nama yang telah dikenal masyarakat tetapi icon atau kios Sari Roso ini belum punya, yang saya harapkan Sari Roso ini bukan hanya berjalan namun juga berkembang dari tahun ke tahun.



### Lampiran 3

#### 3. Dokumentasi Penelitian

#### Gambar Peneliti Bersama Paguyuban Sari Roso

<p>Sambutan ketua Sari Roso Samsul Arif pada acara Harlah ke-V: 31-Agustus-2017</p>	
<p>Polres Selopuro menjadi tim keamanan dalam setiap acara Paguyuban Sari Roso</p>	
<p>Pawai yang dilakukan pengurus Sari Roso sebelum Harlah</p>	

MCE

Pemotongan  
tumpeng bersama  
Ibu Bupati Blitar,  
Ninik Tjatur  
Angraini, A.md



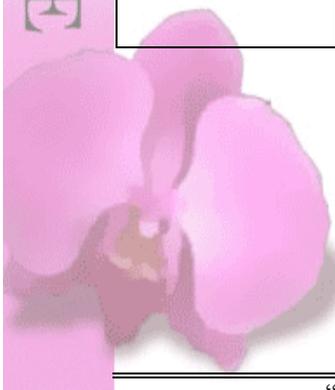
Pembukaan  
harlah juga  
dimeriahkan oleh  
Drumband SDN  
Ploso 01



Drumband MI  
Nurul Wathon  
Ploso dalam  
pembukaan acara  
Harlah



MCE



Pemotongan pita dalam pembukaan Bazar Murah oleh Ibu Bupati Blitar, Ninik Tjatur Anggraini, A.md



Ibu Bupati Blitar, Ninik Tjatur Anggraini, A.md bersama staff dalam acara Harlah



Suasana Bazar Murah di acara Harlah Paguyuban Sari Roso



MCE

Rutinitas beberapa distributor dalam menyusun jajan pada gerobaknya sebelum di perdagangkan setiap harinya.



Kue atau jajan Paguyuban Sari Roso



Kue siap di pasarkan distributor Sari Roso dengan Obrok atau gerobak masing-masing.



MCE

Wawancara peneliti bersama ketua sekaligus distributor Paguyuban Sari Roso Suasana sebelum pemotongan pita untuk pembukaan bazar murah dimulai



Suasana lokasi Bazar Murah sebelum dimulai.



Beberapa distributor berseragam dengan menenakan jaket Sari Roso



MCFE

<p>Stiker dan surat pernyataan dari dinas kesehatan yang ditempel pada gerobak para distributor.</p>	
<p>Stiker Sari Roso Yang ditempel pada gerobak atau obrok</p>	
<p>Logo Sari Roso</p>	

