BAB IV

PAPARAN DATA

A. Lokasi Penelitian

Kabupaten Blitar merupakan salah daerah di Propinsi Jawa Timur yang secara geografis terletak pada 111°25°-112°20° BT dan 7°57-8°9°52 LS yang berada di sebalah Barat Daya dari Surabaya dengan jarak ±160 km. Kabupaten Blitar berbatasan dengan Kabupaten Kediri dan Malang di sebelah Utara, Kabupaten Malang sebelah Timur, Samudera Indonesia di sebelah Selatan dan Kabupaten Tulungagung dan Kabupaten Kediri di sebelah Barat. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.588,79 km dengan tata guna tanah terinci sebagai Sawah, Pekarangan, Perkebunan, Tambak, Tegal, Hutan, Kolam Ikan dan lain-lain.

Jumlah penduduk Kabupaten Blitar pada tahun 2008 mencapai 1.268.194 jiwa, terdiri dari penduduk perempuan 637.419 jiwa dan lakilaki 630.7754 jiwa. Tingkat pertumbuhan penduduk Kabupaten Blitar mencapai 0,80% dengan kepadatan penduduk rata-rata 729 km².

Adapun sebaran penduduk di Kabupaten Blitar untuk masing-masing kecamatan adalah sebagai berikut:

79

¹ Website Resmi Pemerintah Kabupaten Blitar. *Gambaran Umum Kabupaten Blitar*. Diakses melalui https://blitarkab.go.id/ diakses tanggal 6 Februari 2019 pukul 10.40

Tabel 4.1 Penduduk Kabupaten Blitar

No	KECAMATAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH
1.	Bakung	15.090	15.385	30.475
2.	Wonotitro	20.701	20.778	41.479
3.	Panggungrejo	22.619	23.360	45.098
4.	Wates	16.949	17.147	34.188
5.	Binangun	24.433	24.755	49.520
6.	Sutojayan	26.277	26.293	52.191
7.	Kademangan	36.328	35.863	72.829
8.	Kanigoro	38.625	39.204	77.370
9.	Talun	33.073	33.297	66.125
10.	Selopuro	22.828	23.297	46.971
11.	Kesamben	29.342	29.629	58.971
12.	Selorejo	21.621	21.690	43.311
13.	Doko	22.729	22.880	45.609
14.	Wlingi	29.484	29.657	59.141
15.	Gandusari	37.957	38.062	76.019
16.	Garum	34.427	33.873	68.300
17.	Nglegok	38.114	38.388	76.702
18.	Sanankulon	28.597	28.951	57.548
19.	Ponggok	51.493	52.590	104.083
20.	Srengat	33.164	33.615	66.779
21.	Wonodadi	25.255	26.219	51.474
22.	Udanawu	21.719	22.284	44.003
	JUMLAH	630.755	637.419	1.268.194

Sumber: https://blitarkab.go.id/

Adapun penelitian yang dilakukan berada di salah satu kecamatan di kabupaten blitar. Tepatnya di kecamatan selopuro. Kecamatan Selopuro merupakan salah satu dari 22 kecamatan dibawah wilayah administrasi Kabupaten Blitar. Letak dari kecamatan ini masuk wilayah Kabupaten Blitar bagian Utara, yaitu terletak di utara Sungai Brantas. Selain itu berjarak sekitar 20 km arah Tenggara kota Blitar. Kecamatan Selopuro ini termasuk kecamatan yang baru terbentuk pada tahun 2000, yaitu

merupakan pemekaran wilayah kecamatan Wlingi. Yang masing-masing terdiri 7 desa dari Kecamatan Wlingi ditambah 1 desa dari Kecamatan Talun, yaitu Desa Mronjo. Adapun batas-batas dari Kecamatan Selopuro adalah sebagai berikut:

- 1. Batas Barat : -Kecamatan Talun
- Batas Utara : -Kecamatan Talun, Kecamatan Wlingi, Kecamatan Doko
- 3. Batas Timur :- Kecamatan Kesamben
- 4. Batas Selatan: -Kecamatan Sutojayan, Kecamatan Binangun.

Kecamatan Selopuro mempunyai luas wilayah 39,29 km² dan terbagi menjadi 8 desa yang kesemuanya berstatus desa. Desa Ploso merupakan desa terluas dengan 7,76 km² atau 19,75 persen dari luas keseluruhan kecamatan Selopuro dan desa tersempit di kecamatan Selopuro adalah Desa Jatitengah dengan luas wilayah hanya 2,38 km² atau hanya sekitar 6,06 persen. Desa-desa yang masuk wilayah Kecamatan Selopuro berjarak relatif tidak terlalu jauh. Namun apabila dilihat dari jarak ke ibukota kecamatan, maka desa yang mempunyai jarak terjauh di Kecamatan Selopuro adalah Desa Popoh dengan jarak 6,5 km dari ibukota kecamatan yang berada di Desa Selopuro.

Lokasi penelitian ini terletak pada Paguyuban Sari Roso di desa Ploso. Adapun Luas Desa Ploso 462.079, Ha Dengan Tipologi 112.293098 BT, -8.137969 LS dengan klasifikasi daerah persawahan Batas Wilayah:

1. Sebelah Utara: Desa Tegalrejo

2. Sebelah Selatan : Perhutani

3. Sebelah Timur : Desa Siraman

4. Sebelah Barat : Desa Selopuro

Dengan jumlah penduduk 14.586 jiwa/km² dengan jumlah penduduk lakilaki 3.417 jiwa dan penduduk perempuan 3.323 jiwa. Dengan mata pencaharian penduduk mayoritas Petani 60 % dan 30 % wiraswasta sisanya ada PNS ,Nelayan dan Buruh tani.²

B. Profil Paguyuban Sari Roso

1. Sejarah Paguyuban Sari Roso

Berdirinya Paguyuban Sari Roso ini bermula dari adanya pedagang jajan di dusun Ploso sekitar tahun 2005. Jajanan tersebut diproduksi oleh 4 orang dan 1 penjual. Jika dilihat dari prospek penjualan jajanandan minat yang tinggi dari usaha kecil di dusun Ploso maka bapak Samsul Arif memiliki inisiatif untuk membentuk suatu kelompok yang dapat menjadi wadah usaha jajanan tersebut. Inisiatif tersebut didiskusikan oleh bapak Samsul Arif, Bapak Tagim, bapak Muklas, dan bapak Lukman. Dengan tujuan terorganisir dan berkembangnya usaha jajanan tersebut maka pada tanggal 28 maret 2012 dibentuklah suatu paguyuban dengan nama Sari Roso yang dilegalitaskan oleh Dinas Kesehatan Kabupaten Blitar.³

²Website Resmi Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar. Gambaran Umum Kecamatan Selopuro. Diakses melalui http://kec-selopuro.blitarkab.go.id/profil-desa-ploso/ diakses tanggal 6 Februari 2019 pukul 10.50

³ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

Alasan dinamakan Sari Roso karena jajanan yang diproduksi di dusun ini diharapkan dapat memiliki ciri khas rasa yang tidak dimiliki oleh paguyuban jajan lain. Sehingga jajanan tersebut layak bersaing dengan jajanan pasar di Kabupaten Blitar.

Jajanan sehat dan aman sudah tentu menjadi harapan bagi tiap orang tua yang memiliki buah hati. Terlebih saat ini marak jajanan yang tidak sehat dan tidak aman yang bebas diperjual belikan disetiap tempat termasuk di lingkungan sekolah. Beruntung bagi warga Blitar. Setidaknya saat ini ada jajan aman yang bisa dipertanggung jawabkan yaitu jajan atau kue produksi Sari Roso dari dusun Ploso, Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar yang memberi jaminan bahwa makanan yang diproduksi aman dari pengawet kimia. Jaminan muncul, karena produsen kue di kampung ini mendapat bimbingan Dinas Kesehatan Kabupaten Blitar. Dalam proses produksi, setiap produsen kue dituntut menjaga kualitas dari bahan baku juga bahan tambahannya. Produsen kue dilarang menggunakan bahan pengawet kimia, zat pewarna bukan untuk makanan dan pemanis buatan atau bahan-bahan lain yang berbahaya. 4

- 2. Motto, Visi, dan Misi Paguyuban Sari Roso
 - a. Motto: SIJI WADAH OJO PECAH SUPOYO OLEH RIZKI SING BAROKAH.⁵

⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

_

⁵ Hasil dokumentasi dari sekretariat Paguyuban Sari Roso, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

Dalam bahasa indonesia diartikan "satu wadah jangan sampai pecah agar mendapatkan rezeki yang barokah". Motto tersebut bermakna bahwa paguyuban adalah satu keluarga. Dengan harapan adanya kesatuan dan persatuan diantara semua anggota paguyuban sehingga suka dan duka akan dipikul bersama.

b. Visi:

- Pengembangan usaha home industry di Desa Ploso.
- Meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat
 Desa Ploso khususnya anggota Paguyuban.
- Pendekatan sosial secara umum.

Dengan visi tersebut Desa ploso yang bernotabene dikenal sebagai desa pertanian, dengan adanya paguyuban sari roso ini berharap orang-orang tidak hanya bergelut di bidang pertanian. Paguyuban sari roso bisa menciptakan lapangan kerja yang dapat meningkatkan perekonomian khususnya di masyarakat desa ploso.

c. Misi: Memberikan pelayanan jajanan yang berkualitas pada masyarakat.⁶

Dengan misi tersebut paguyuban sari roso Harus menampilkan jajanan berkualitas yang pada akhirnya dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat.

⁶ Hasil dokumentasi dari sekretariat Paguyuban Sari Roso, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

3. Struktur Kepengurusan

Tabel 4.2 Struktur Kepengurusan⁷

Sekretariat	Dusun Ploso RT. 03 RW. 04
Ketua I	Samsul Arif
Wakil	Mukhlas
Sekretaris I	N.A. Lukman ,S
Sekretaris II	Sumali
Bendahara I	Dedy Hermanto
Bendahara II	Mustakim
Pedagang/distributor	40 pedagang
Pembuat/produsen	84 produsen

4. Aturan Main

- a. Pedagang dilarang menerima kue dari luar anggota Paguyuban.
 Sesuai dengan tujuan paguyuban sendiri yaitu untuk mensejahterakan anggotanya. Jadi anggota paguyuban baik produsen maupun pedagangnya adalah prioritas utama dibandingkan dengan non anggota paguyuban.
- b. Jalur trayek tidak boleh menyerobot sesama pedagang Paguyuban Sari Roso. Hal ini untuk mengantisipasi adanya kekacauan antar anggota pedagang paguyuban, karena jalur trayek ini telah ditentukan oleh paguyuban.
- Dilarang memakai bahan pengawet makanan dalam kue.
 Paguyuban Sari Roso menjaga kualitas agar sehat dan aman dikonsumsi.

Jacil dokumentasi dari sekretariat Paguvuhan Sari Roso, t

⁷ Hasil dokumentasi dari sekretariat Paguyuban Sari Roso, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

Bagi anggota yang melanggar tata tertib di beri peringatan sampai 2 kali bila mana masih melanggar di coret atau dikeluarkan dari keanggotaan "Sari Roso". Hal ini ditetapkan untuk memperketat aturan yang ada sekaligus menjaga kestabilan sistem di Paguyuban Sari Roso.⁸

5. Profil Pedagang dan Produsen

a. Pedagang

Pedagang paguyuban Sari Roso merupakan penduduk asli dan berdomisili di Dusun Ploso. Mayoritas pedagang terdiri dari lakilaki baik yang sudah maupun belum menikah. Selain itu ada beberapa perempuan yang tercantum sebagai pedagang. Pedagang mengambil 20% dari harga penjualan. Pada dasarnya para pedagang memiliki pekerjaan yang berbeda-beda, mayoritas mereka adalah seorang petani. Semenjak dibentuknya paguyuban, petani dijadikan mata pencaharian sekunder. 9

b. Produsen

Produsen jajanan paguyuban Sari Roso merupakan penduduk asli dan berdomisili di Dusun Ploso. Seluruh produsennya terdiri dari perempuan yang tidak lain adalah ibu-ibu rumah tangga. Sebelum dibentuknya paguyuban Sari Roso ini mereka adalah ibu rumah tangga tanpa penghasilan kecuali dari suami. Sedangkan saat ini

 8 Hasil dokumentasi dari sekretariat Paguyuban Sari Roso, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

.

⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

mereka telah mendapatkan penghasilan sendiri dari pembuatan jajanan Sari Roso tersebut. Seorang produsen hanya memproduksi 1 jenis jajanan sesuai dengan keahlian. 10

6. Produk dan Harga

Paguyuban Sari Roso terkenal dengan harga yang relatif murah sesuai dengan kantong anak-anak sekolahan maupun perkampungan. Pembeli hanya perlu merogoh saku Rp 1000 sudah dapat menikmati jajanan Sari Roso, bahkan yang harga Rp 500 juga ada. Variasi harga tersebut dikarenakan konsumen dari Sari Roso kebanyakan adalah anak sekolah, untuk itu hargapun menyesuaikan pasaran saat ini, tidak terlalu mahal juga tidak terlalu murah mengingat bahan pokok sekarang harganya melambung tinggi. Tetapi konsumen tidak perlu khawatir harga jajanan ini bisa menyesuaikan sesuai dari permintaan konsumen tergantung harga yang diinginkan pada waktu pemesanan dengan catatan nego harga yang dipesan sesuai dengan harga jual atau bisa lebih dari harga jual tetapi tidak boleh kurang dari harga jual. Dapat dilihat kisaran harga jajanan Sari Roso yang diperjualkan untuk masyarakat wilayah Blitar dan perbatasan Malang.¹¹ Berikut adalah sample catatan produk dan harga yang peneliti dapatkan dari sekretaris Paguyuban Sari Roso.

 $^{\rm 10}$ Hasil wawancara dengan Ibu Nur Chasanah, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

¹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

Tabel 4.3 Produsen dan daftar Harga Jajanan Sari ${\sf Roso}^{12}$

No.	NAMA	Nama Produk	Harga Jual (Rp)
1.	Alik Hidayati	Puding Roti	1000
2.	Anik Masmi'ah	Kue Sus	1000
3.	Anik Masni'ah	Hongkue	1000
4.	Anisatul Mubarokah	Molen Pisang	1000
5.	Aslikah	Kripik Usus	1000
6.	Atim Mukaromah	Agar-agar Stik	500
7.	Binti Maemunah	Cucur	1000
8.	Dewi Setiasih	Gethuk Pisang	1000
9.	Dwi Syarifah	Hawok-hawok	1000
10.	Farida	Lapis	1000
11.	Indasah	Jenang Grendul	1000
12.	Khotimah	Nasi Goreng	1000
13.	Khusnul Khotimah	Klepon	1000
14.	Kifayatul Mukaromah	Donat Gula	1000
15.	Katimah	Lapis Ketela	1000
16.	Lilik Hariati	Martabak Mini	1000
17.	Mamik Suprapti	Pastel Kering	1000
18.	Mariatul Kibtiyah	Pisang Goreng	1000
19.	Markamah	Kue Thok	1000
20.	Marmi	Weci	500
21.	Maryuni	Nasi Kuning	1000
22.	Masrofah	Roti Kukus	1000
23.	Mesilah	Kue Bolu	1000
24.	Mesinah	Jemblem-Kemplang	1000
25.	Muslikah	Mendut	1000

¹² Hasil dokumentasi dari sekretariat Paguyuban Sari Roso, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

_

26.	Musriatun	Lopes-Cenil	1000
27.	Musringah	Jenang Jagung- Pelangi	1000
28.	Mutmainah	Kripik Belut	5000
29.	Naning	Usus Rica-rica	500
30.	Nariyani	Tempe Menjes	500
31.	Nisaul Khusna	Lemper Ayam	1000
32.	Nur Chasanah	Stik Bawang	1000
33.	Nur Hayati	Lumpia	1000
34.	Nur Janah	Kue Lumpur	1000
35.	Nur Kholif	Minasti	1000
36.	Nur Thoyibah	Sate Jamur	500
37.	Pitayati Ningsih	Puding Jagung	1000
38.	Putri Nurfaizah	Bothok Kelapa	1000
39.	Rohmatin	Roti Gulung	1000
40.	Romelah	Onde-onde, Ireng- ireng	1000
41.	Shoimatun	Mie Goreng	1000
42.	Siti Daimah	Plenggong	1000
43.	Siti Khosiyah	Lemper Abon	1000
44.	Siti Komariyah	Lapis Beras	1000
45.	Siti Ma'rifatun	Donat Keju	1000
46.	Siti Marfuah	Jamu Kunir-kencur	1000
47.	Siti Masamah	Dadar Gulung	1000
48.	Siti Masrifah	Brownis Kecil	1000
49.	Siti Mu'awanah	Donat Kecil	1000
50.	Siti Mubayanah	Otak-otak Ayam	1000
51.	Siti Mufadilah	Puding Kacang Ijo	1000
52.	Siti Munawaroh	Brownis	1000
53.	Siti Muyasaroh	Marning Kacang	1000
54.	Siti Rofiah	Donat	1000

55.	Siti Romelah	Bikang Mawar	1500
56.	Siti Rosidah	Tahu Petis	1000
57.	Siti Solikah	Stik Bayam, Marning Jagung	1000
58.	Siti Sriwahyuni	Parut ayam	1000
59.	Siti Sulhanah	Pisang Coklat	1000
60.	Sri Handayani	Terang Bulan	1000
61.	Sri Umiati	Bapel-Martabak	1000
62.	Srimaunah	Tahu Bulat	1000
63.	Sriwigati	Terang Bulan	1000
64.	Sulastri	Onde-onde	1000
65.	Sulastri	Roti Kukus Gula Merah	1000
66.	Sumiati	Mendol	1000
67.	Sunarti	Dawet, Tahu Krispy	1000
68.	Suparinem	Susu Kedelai	1000
69.	Supingatin	Ote-ote Udang	1000
70.	Suprihatin	Susu Sapi, Cucur	1000
71.	Surati	Kacang Ijo	1000
72.	Syamsuah	Kacang Telor	1000
73.	Ulik Utami	Keripik Tela Pedas	1000
74.	Umaidah	Kue Pisang	1000
75.	Umi Hanik	Bakwan	500
76.	Umi Salimah	Kue Tar Mini	5000
77.	Umi Nafi'ah	Sate Tahu	1000
78.	Wiji	Wingko	1000
79.	Winarti	Pastel	1000
80.	Yayuk Wijayati	Tahu Isi, Pro Tape	1000
81.	Yulia	Kue Sakura	1000
82.	Yuliatun	Tar Brownis	1000
83.	Zakia	Getuk Lindri	1000

	84.	Zulfa Sulamah	Keripik jamur	1000	
--	-----	---------------	---------------	------	--

7. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia pada paguyuban ini adalah orang-orang dari dusun Ploso mulai dari produsen dan pedagangnya adalah masyarakat desa Ploso sendiri. Melihat perkembangannya dari tahun ke tahun masyrakat semakin banyak yang mengikuti menjadi bagian dari Sari Roso baik berinovasi membuat produk atau menjadi pedagangnya. Menurut bapak Lukman selaku sekretaris paguyuban mengatakan bahwa "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 diperjualkan dalam Sari Roso. Jadi sejauh ini perkembangannya benar-benar dapat membantu perekonomian mereka". 13

Dipertegas lagi oleh Ibu Nur Chasanah selaku produsen dari Sari Roso mengatakan bahwa "Perkembangan dari adanya Sari Roso terhadap masyarakat cukup baik, karena banyak orang yang mempercayai Sari Roso dan menitipkan jajanan mereka disini dan untungnya juga lumayan bisa menambah pemasukan mereka, bahkan

¹³ Hasil wawancara dengan Bapak Lukman, tanggal 27 Januari 2019 pukul 15.30 WIB

ibu-ibu yang tadinya hanya berdiam diri di rumah menunggu jatah suami mereka kini lebih berkarya dalam membuat jajanan Sari Roso. Ada juga kaum wanita yang menjadi tulang pungggung 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". ¹⁴

Dari kedua penjelasan oleh kedua narasumber peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa adanya Paguyuban Sari Roso yang komunitas anggotanya adalah masyarakat desa Ploso sendiri selain dapat membantu mengurangi angka pengangguran desa juga dapat membantu masyarakat dalam bidang perekonomiannya. Sehingga dari adanya Paguyuban Sari Roso memberikan peluang bagi masyarakat desa untuk bergabung menjadi anggota Sari Roso dalam menjualkan produknya, untuk itu masyarakat dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam membuat produk. Banyak masyarakat dari desa lain yang tertarik bergabung dalam Paguyuban Sari Roso karena selain keuntungan dan manfaatnya jelas, pendapatannya dapat membantu pemasukan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan peluang kedepannya juga sangat diinginkan. Seperti yang dikatakan oleh Bapak Samsul Arif, "Secara teori banyak peluang dari adanya Sari Roso selain dari finansial banyak dari masyarakat yang ikut masuk

_

¹⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Nur Chasanah, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

baik sebagai produsen atau pemasar baru dengan adanya Sari Roso masyarakat jadi lebih inofatif untuk membuat produk, sehingga sampai saat ini masyarakat desa ploso semua dikategorikan produktif dalam pembuatan atau sebagai pemasar. Selain itu peluang juga untuk masyarakat desa ploso khususnya kaum wanita mereka mempunyai kesibukan dengan berpenghasilan sendiri tanpa harus menjadi tenaga kerja untuk orang lain bahkan negara orang lain". ¹⁵

8. Pemasaran

a. Lokasi

a. Setiap lokasi pedagang telah ditentukan oleh paguyuban. Selama mereka mempunyai jalurnya sendiri mereka tidak boleh menyerobot jalur pemasar yang lain, jalur ini masih di wilayah Blitar sampai perbatasan Malang. Adapun lokasi yang dituju adalah kampung, perumahan, pasar, sekolah dan dinas pemerintahan. Namun ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di daerah sekolah menjadi sedikit menurun. ¹⁶

Tabel 4.4 Lokasi Keliling Pedagang Sari Roso¹⁷

No.	NAMA	Jalur Dagang
1.	Agus Huda	Wlingi-Tangkil
2.	Ahmad ansori	Gandusari
3.	Ahmad Romdhon	Sambong

¹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

¹⁷ Hasil dokumentasi dari sekretariat Paguyuban Sari Roso, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

94

4.	Ahmad Saikhu	Kanigoro
5.	Asyifak	Nglegok
6.	Asro'i	Semen-Krisik
7.	Dedi Hermanto	Mandesan
8.	Edik Harianto	Blitar Kota
9.	Emi	Gandusari
10.	Erna Widiawati	Kademangan
11.	Fatkhul Munir	Kesamben
12.	Fauzan Ahmadi	Tumpang
13.	Heri Harianto	Tlogo
14.	Heri Kusmanto	Gaprang
15.	Imam Arifin	Jatigui
16.	Imam Suyuti	Klemunan
17.	Iqbal	Gunungsari
18.	Irfan Ashari	Kedungwungu
19.	Kholil Junaidi	Sido Mulyo
20.	Komarodin	Trenceng
21.	M. Minin	Srengat
22.	M. Saiful	Doko
23.	Moch. Bagus Arisandi	Kalipare
24.	Moh Tamami	Karangkates
25.	Moh. Muklas	Selopuro
26.	Moh. Rifki	Garum
27.	Muhroji	Pasar Tumpang
28.	Muhyanto	Ludoyo
29.	Mustakim	Ngadri
30.	Mutohir	Ngembul
31.	N.A. Lukman S.	Jambe Pawon
32.	Nur Hasim	Wates
33.	Nur Kalim	Binangun
34.	Samsul Arif	Selorejo
35.	Siti Munawaroh	Pasar Dawung
36.	Slamet	Jabung
37.	Sumali	Kenongo
38.	Sunardi	Pasar Ngenthak
39.	Suriyah	Pasar Selopuro
40.	Ufi Romza	Pasar Cungkup

b. Cara Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Paguyuban Sari Roso ini cukup luas, selain mempunyai agenda tahunan juga keikut sertaan dalam agenda HUT-RI pada bulan Agustus seperti, baris umum dan karnaval tidak pernah terlewatkan sebagai bentuk ajang promosi.¹⁸

c. Menerima Pesanan

Setiap pedagang mencantumkan nomor telepon di obrok masingmasing guna mempermudah pemesanan via telepon. Selain itu konsumen juga bisa langsung memesan kepada pedagang secara langsung saat pedangang menjajakan dagangannya. Pemesanan dapat dilakukan H-3 jajanan dikonsumsi. Tidak ada batasan minimal maupun maksimal pemesanan. ¹⁹

d. Menggunakan Sepeda Motor

Sistem pemasarannya masih menggunakan tradisional dimana dalam memasarkan produk jajanan Sari Roso masih menggunakan Obrok atau etalase kecil yang dapat digunakan pada sepeda motor dengan berkeliling setiap hari di kampung, perumahan, pasar, sekolah dan dinas pemerintahan. Dalam hal ini terdapat kendala jika cuaca sedang hujan. Mereka berkeliling setiap hari kecuali hari minggu. Mereka berangkat dari rumah mulai dari jam 06.30 WIB hingga kurang lebih jam 10.00 WIB telah pulang di rumah.

¹⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Lukman, tanggal 27 Januari 2019 pukul 15.30 WIB

¹⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

Obrok yang digunakan merupakan bantuan dari Disperindag Kabupaten Blitar. Ditiap-tiap obrok pedagang wajib menempelkan stiker paguyuban Sari Roso juga Surat Keterangan dari Dinas Kesehatan Kabupaten Blitar. Hal ini untuk menjaga agar masyarakat percaya bahwa pedagang tersebut adalah benarbenar anggota Paguyuban Sari Roso, dan juga dengan jaminan makanan yang aman karena tidak menggunakan zat-zat berbahaya. Jadi konsumen tidak perlu merasa khawatir. Seorang pedagang membawa 25 jenis jajanan yang bervariasi. 20

9. Teknologi

Para pedagang maupun produsen rata-rata belum begitu memahami IT, sehingga mereka belum memahami adanya media sosial online yang dapat digunakan dalam pemasaran, karena sampai sekarang ini mereka masih menggunakan Hp jadulnya sebagai pemesanan. Seperti dikatakan oleh Samsul Arif, "Ketika kami bergabung di UKM Blitar kami mengupayakan untuk marketing dengan media sosial yang mana memudahkan teman-teman dalam 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". ²¹

²⁰ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

²¹ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

Menurut Bapak Lukman, "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 yang kaum muda-muda era sekarang tetapi kebanyakan anggota dari paguyuban ini masyarakatnya masih era dulu yang masih terbiasa dengan HP jadulnya".²²

Menurut Nur Chasanah, "Sebenarnya sistem online bisa, tetapi repotnya jika jajanan itu jenisnya basah pasti cepat basi tidak bisa tahan dalam waktu yang lama, apalagi jika ordemya daerah luar Blitar pasti membutuhkan waktu yang lama untuk sampai, nanti akan mengecewakan konsumen. Kecuali jajanan kering itu masih bisa diorder untuk wilayah luar Blitar, kalau diberi fitur online khusus untuk Sari Roso harus diberi batas wilayah pemesanan untuk setiap produk kue basahnya. Jadi sementara ini pemasarannya masih menggunakan pedagang yang berjualan pada jalur-jalurnya sendiri dengan menggunakan obrok atau gerobak. Ada efektifnya juga apabila diterapkan sistem online, 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

²² Hasil wawancara dengan Bapak Lukman, tanggal 27 Januari 2019 pukul 15.30 WIB

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".²³

10. Persaingan

Adanya persaingan dalam suatu bisnis baik itu lokal, perorangan maupun pemerintahan sangatlah wajar. Oleh karena itu sebagai pebisnis dituntut untuk selalu kreatif dan inovatif dalam produknya. Diungkapkan juga oleh ketua Paguyuban Sari Roso Bapak Samsul Arif, "yang jelas pesaing kami adalah orang-orang yang menirukan produk kami dan pembeli utamanya adalah pelanggan kami, sejauh ini kami memiliki pelanggan cukup banyak yang sudah mempercayai Sari Roso ini akan kualitas dan rasa yang enak. 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

_

²³ Hasil wawancara dengan Ibu Nur Chasanah, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

pemerintahan terkait baik desa, kabupaten maupun kota. Semua itu tergantung cara mereka bagaimana memasarkan jajanan mereka". ²⁴

Persaingan dalam Paguyuban ini sangatlah ketat baik dari pihak produsen maupun distributornya, oleh karena itu mereka harus pandai dalam memasarkan produk, melayani dan meyakinkan asumsi positif masyarakat terhadap produk yang dijualkan.

Menurut Nur Chasanah dari pihak produsen, "Dari pihak produsen maupun distributor harus mempunyai strategi dalam bersaing. Pertama, kalau dari produsen strategi bersaingnya adalah dengan meningkatkan kualiatas produknya, artinya lebih kreatif dan inovatis 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 ini sudah memiliki jalur masing-masing sehingga tidak ada percekcokan dan nyaman pada jalur masing-masing". ²⁵

C. Faktor Internal (IFAS)

1. KEKUATAN (Strength):

a. Produk yang ditawarkan beragam dan banyak.

²⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Samsul Arif, tanggal 26 Januari 2019 pukul 18.30 WIB

²⁵ Hasil wawancara dengan Ibu Nur Chasanah, tanggal 27 Januari 2019 pukul 09.30 WIB

- Kualitas aman dan terjamin yang telah di legalisir oleh dinas kesehatan.
- c. Pengecekan produk setiap tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar.
- d. Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan konsumen.
- e. Bekerja sama dengan UKM Blitar.
- f. Memiliki koneksi penjualan yang luas, meliputi: kegiatan tahunan yang diselenggarakan, terpilih menjadi pemesanan menu untuk acara dinas pemerintahan, pendidikan dan pelanggan yang ada.
- g. Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan.

2. KELEMAHAN (Weakness):

- a. Belum tersedia pemesanan melalui online.
- b. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online.
- c. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi.
- d. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda bermotor

D. Faktor Eksternal (EFAS)

1. PELUANG (Opportunity):

1. Dapat mengembangkan omset penjualan kedepannya.

- Meminimalisir angka pengangguran desa karena banyak masyarakat yang tertarik untuk produktif.
- Produk sudah dipercayai masyarakat bahkan instansi pada dinasdinas pemerintahan di Blitar.
- 4. Gencarkan penggunaan internet dalam pemasaran produk atau dimanfaatkan untuk mengembangkan e-business, seperti bekerja sama dengan toko online.
- 5. Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan inovasi-inovasi baru.
- 6. Peluang untuk masyarakat terutama wanita agar berpenghasilan sendiri tanpa harus menjadi tenaga kerja untuk negara lain.
- 7. Kedepannya pemasaran produk dengan menggunakan roda empat, sehingga cuaca tidak menjadi kendala distributor.

2. ANCAMAN (Threats):

- Cuaca hujan sedikit menghambat distributor dalam memasarkan produk.
- 2. Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di daerah sekolah menjadi sedikit menurun.
- 3. Pangsa pasar yang besar menyebabkan persaingan semakin kuat.
- 4. Beberapa pesaing yang telah mengembangkan pemasarannya melalui online.

E. Analisis Hasil Temuan

1. Analisis SWOT

Untuk melakukan analisis SWOT pada penelitian ini dilakukan dengan pengelolaan data melalui tiga tahap untuk mendapat strategi pemasaran yang cocok untuk Paguyuban Sari Roso. Sehingga nantinya pengelolaan dan pengembangan Paguyuban Sari Roso ini jauh lebih efektif. Pada analisis ini responden yang digunakan adalah Bapak Samsul Arif selaku ketua dari Paguyuban Sari Roso

a. Tahap Masukan

Analisis Matrik IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal Paguyuban Sari Roso di Ploso Selopuro Blitar. Analisis IFAS ini menyimpulkan dan mengevaluasi kekuatan dan kelemahan yang ada di dalam diri perusahaan. Analisis ini menggunakan bobot dan rating dalam menentukan pengaruh masing-masing faktor. Tabel IFAS Paguyuban Sari Roso dapat dilihat seperti berikut:

Tabel 4.5 Hasil Analisis Matriks IFAS

No.	Faktor Internal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Rating x bobot
	Kekuatan				
	Produk yang				
1.	ditawarkan beragam	4	0,114	4	0,456
	dan banyak.				
	Kualitas aman dan			4	
2.	terjamin yang telah di	4	0,114		0,456
۷.	legalisir oleh dinas				
	kesehatan.				
	Pengecekan produk	3	0,085	3	0,255
3.	setiap tahunnya oleh				
3.	dinas kesehatan				
	Kabupaten Blitar.				
4.	Harga dan desain	3	0,085	3	0,255

	dapat dinego sesuai permintaan konsumen.				
5.	Bekerja sama dengan UKM Blitar.	4	0,114	3	0,342
6.	Memiliki koneksi penjualan yang luas	4	0,114	4	0,456
7.	Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan.	4	0,114	4	0,456
	Kelemahan				
1.	Belum tersedia pemesanan melalui online.	3	0,085	3	0,255
2.	Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online.	2	0,057	2	0,114
3.	Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi.	2	0,057	2	0,114
4.	Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda bermotor.	2	0,057	2	0,114
	Total	35	1,00		3,273

Sumber: Data Diolah

Keterangan:

Nilai Pembobotan:

Bobot	Keterangan
1	Tidak Penting
2	Kurang Penting
3	Penting
4	Sangat Penting

Rating Kekuatan:

Rating	Keterangan
4	Sangat Kuat

- 3 Kuat
- 2 Agak Kuat
- 1 Sedikit Kuat

Rating Kelemahan:

Rating	Keterangan
4	Sedikit Lemah
3	Agak Lemah
2	Lemah
1	Sangat Lemah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil analisis matrik IFAS dalam penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso dengan nilai bobot tertinggi adalah 0,456 yaitu Produk yang ditawarkan beragam dan banyak, Kualitas aman dan terjamin yang telah di legalisir oleh dinas kesehatan, Memiliki koneksi penjualan yang luas, Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. Sedangkan untuk nilai terendah dari analisis matrik IFAS ini adalah Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online, Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi, Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda bermotor.

Analisis Matrik EFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal Paguyuban Sari Roso di Ploso Selopuro Blitar. Analisis EFAS ini menyimpulkan dan mengevaluasi peluang dan ancaman yang ada di lingkungan luar perusahaan. Analisis ini menggunakan bobot dan rating dalam menentukan pengaruh masing-masing faktor. Tabel EFAS Paguyuban Sari Roso dapat dilihat seperti berikut:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Matriks EFAS

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Rating x bobot
	Peluang				
1.	Dapat mengembangkan omset penjualan kedepannya.	4	0,097	4	0,388
2.	Meminimalisir angka pengangguran desa karena banyak masyarakat yang tertarik untuk produktif.	4	0,097	4	0,388
3.	Produk sudah dipercayai masyarakat bahkan instansi pada dinas- dinas pemerintahan di Blitar.	4	0,097	3	0,291
4.	Gencarkan penggunaan internet dalam pemasaran produk atau dimanfaatkan untuk mengembangkan <i>e-business</i> .	4	0,097	4	0,388
5.	Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan inovasi- inovasi baru.	4	0,097	4	0,388

6.	Peluang untuk masyarakat terutama wanita agar berpenghasilan sendiri tanpa harus menjadi tenaga kerja untuk negara lain.	4	0,097	3	0,291
7.	Kedepannya pemasaran produk dengan menggunakan roda empat, sehingga cuaca tidak menjadi kendala distributor.	3	0,073	3	0,219
1	Ancaman				
1.	Cuaca hujan sedikit menghambat distributor dalam memasarkan produk.	3	0,073	2	0,146
2.	Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di daerah sekolah menjadi sedikit menurun.	3	0,073	2	0,146
3.	Pangsa pasar yang besar menyebabkan persaingan semakin kuat.	4	0,097	2	0,194
4.	Beberapa pesaing yang telah mengembangkan pemasarannya melalui online.	4	0,097	3	0,291
	Total	41	1,00		3,13

Sumber: Data yang Diolah

Keterangan:

Nilai Pembobotan:

Bobot Keterangan

1 Tidak Penting

- 2 Kurang Penting
- 3 Penting
- 4 Sangat Penting

Rating Peluang:

Rating	Keterangan
4	Sangat Berpeluang
3	Berpeluang
2	Agak Berpeluang
1	Sedikit Berpeluang

Rating Ancaman:

Rating	Keterangan
4	Sedikit Mengancam
3	Agak Mengancam
2	Mengancam
1	Sangat Mengancam

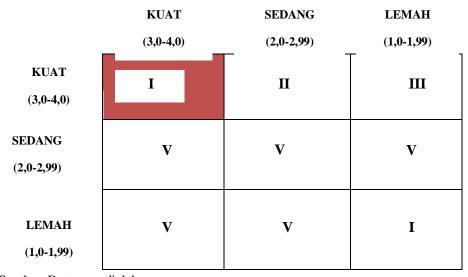
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil analisis matrik EFAS dalam penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso dengan nilai bobot tertinggi adalah 0,388 yaitu Dapat mengembangkan omset penjualan kedepannya, Meminimalisir angka pengangguran desa karena banyak masyarakat yang tertarik untuk produktif, Gencarkan penggunaan internet dalam pemasaran produk atau dimanfaatkan untuk mengembangkan *e-business*, Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan inovasi-

inovasi baru. Sedangkan untuk nilai terendah dari analisis matrik EFAS ini adalah Cuaca hujan sedikit menghambat distributor dalam memasarkan produk, Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di daerah sekolah menjadi sedikit menurun.

b. Tahap Pencocokan

Berdasarkan perhitungan analisis dari tahapan masukan diatas, diperoleh hasil matrik IFAS adalah sebesar 3,273, sedangkan hasil analisis dari matrik EFAS dengan nilai 3,13. Dari nilai angka tersebut dapat menggambarkan posisi penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso melalui matrik IE pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7 Matrik IE



Sumber: Data yang diolah

Posisi penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso melalui matrik IE menunjukkan bahawa tergambar pada sel I, jadi masuk pada strategi pertumbuhan. Strategi yang cocok pada posisi ini adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk) atau integrasi ke belakang, integrasi ke depan, dan integrasi (integrasi horizontal) bisa menjadi yang paling tepat bagi divisi-divisi ini. kemudian pencocokan selanjutnya melalui kuadran analisis SWOT. Maka dari itu diperlukan bobot skor dari faktor strategi internal dan eksternal. Kemudian setelah itu baru dilakukan perhitungan untuk mendapatkan koordinat kuadran SWOT. Berikut bobot skor internal dan eksternal. Pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Bobot Skor Kekuatan

No.	Faktor Internal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Rating x bobot
	Kekuatan				
1.	Produk yang ditawarkan beragam dan banyak.	4	0,114	4	0,456
2.	Kualitas aman dan terjamin yang telah di legalisir oleh dinas kesehatan.	4	0,114	4	0,456
3.	Pengecekan produk setiap tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar.	3	0,085	3	0,255
4.	Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan	3	0,085	3	0,255

	konsumen.				
5.	Bekerja sama dengan	1	0,114	3	0,342
	UKM Blitar.	7	0,114	3	0,542
6.	Memiliki koneksi	4	0,114	1	0,456
	penjualan yang luas	4	0,114	4	0,430
7.	Alat atau mesin telah				
	melalui survei dan				
	mendapatkan batuan	4	0,114	4	0,456
	alat produksi dari				
	Dinas Pangan.				
	Jumlah				2,421

Sumber: Data yang Diolah

Tabel 4.9 Hasil Bobot Skor Kelemahan

No.	Faktor Internal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Rating x bobot
	Kelemahan				
1.	Belum tersedia pemesanan melalui online.	3	0,085	3	0,255
2.	Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online.	2	0,057	2	0,114
3.	Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi.	2	0,057	2	0,114
4.	Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda bermotor.	2	0,057	2	0,114
	Jumlah				0,597

Sumber: Data yang Diolah

Bobot Skor Internal = Kekuatan – Kelemahan

Setelah mendapatkan bobot skor internal untuk nilai koordinat kuadran analisis SWOT (1,824), kemudian melakukan perhitungan pada bobot skor eksternal, seperti dibawah ini:

Tabel 4.10 Hasil Bobot Skor Peluang

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Rating x bobot
	Peluang				
1.	Dapat mengembangkan omset penjualan kedepannya.	4	0, 09 7	4	0,388
2.	Meminimalisir angka pengangguran desa karena banyak masyarakat yang tertarik untuk produktif.	4	0, 09 7	4	0,388
3.	Produk sudah dipercayai masyarakat bahkan instansi pada dinas- dinas pemerintahan di Blitar.	4	0, 09 7	3	0,291
4.	Gencarkan penggunaan internet dalam pemasaran produk atau dimanfaatkan untuk mengembangkan e- business.	4	0, 09 7	4	0,388
5.	Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan	4	0, 09 7	4	0,388

	inovasi-inovasi baru.				
6.	Peluang untuk masyarakat terutama wanita agar berpenghasilan sendiri tanpa harus menjadi tenaga kerja untuk negara lain.	4	0, 09 7	3	0,291
7.	Kedepannya pemasaran produk dengan menggunakan roda empat, sehingga cuaca tidak menjadi kendala distributor.	3	0, 07 3	3	0,219
	Jumlah				2,353

Sumber: Data yang Diolah

Tabel 4.11 Hasil Bobot Skor Ancaman

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Bobot relatif	Rating	Rating x bobot
	Ancaman				
1.	Cuaca hujan sedikit menghambat distributor dalam memasarkan produk.	3	0,073	2	0,146
2.	Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya	3	0,073	2	0,146

	di daerah sekolah menjadi sedikit menurun.				
3.	Pangsa pasar yang besar menyebabkan persaingan semakin kuat.	4	0,097	2	0,194
4.	Beberapa pesaing yang telah mengembangkan pemasarannya melalui online.	4	0,097	3	0,291
	Jumlah				0,777

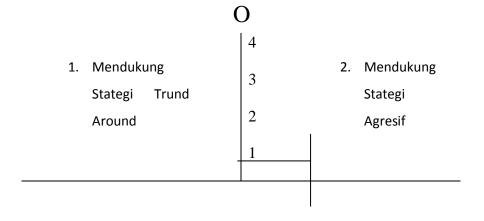
Sumber: Data yang Diolah

Bobot Skor Internal = Peluang - Ancaman

$$= 2,353 - 0,777 = 1,576$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat nilai koordinat untuk kuadran analisis SWOT bobot skor internal (1,824) dan bobot skor eksternal (1,576). Kemudian digambarkan ke dalam kuadran analisis SWOT penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso dibawah ini:

Gambar 4.1 Hasil Kuadran Analisis SWOT



S

-4 -3 -2 -1	1 (1,824 : 1,576)
	-1
3. Mendukung	-2 4. Mendukung
Stategi	Stategi -3
Defensif	Diversifikasi
	-4

W

Kuadran analisis SWOT penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso menunjukkan posisinya berada pada kuadran I, bahwa strategi yang dihasilkan adalah strategi SO, yaitu organisasi memiliki kekuatan dan peluang dimana organisasi dalam keadaan prima dan mantap. Organisasi dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan T kemajuan secara maksimal. Strategi yang cocok adalah (penetrasi pasar dan pengembangan pasar) dan pengembangan produk saat ini, sehingga diversifikasi konsentrik dapat mengurangi resiko yang berhubungan dengan lini produk yang sempit.

Posisi kuadran I pada penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso, agar dapat berjalan dengan baik, harus memperhatikan beberapa hal diantaranya perencanaan yang baik dalam penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso, mengembangkan inovasi produk untuk menarik konsumen membeli produk yang tersebut.

Setelah itu melakukan perumusan strategi dengan matrik SWOT yang didapat dengan memasangkan faktor eksternal dan faktor internal. Berikut untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel matrik SW OT dibawah ini:

Tabel 4.12 Hasil Matriks SWOT

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
	1. Produk yang	1. Belum tersedia
	ditawarkan beragam	pemesanan melalui
	dan banyak.	online.
	2. Kualitas aman dan	2. Kurangnya pelatihan
	terjamin yang telah	dalam memahami
	di legalisir oleh	sistem pemasaran
	dinas kesehatan.	berbasis online.
	3. Pengecekan produk	3. Jenis kue yang basah
	setiap tahunnya oleh	sulit dipasarkan
	dinas kesehatan	secara online karena
	Kabupaten Blitar.	mudah basi.
	4. Harga dan desain	4. Alat transportasi
	dapat dinego sesuai	pemasaran masih
	permintaan	menggunakan roda
	konsumen.	dua/sepeda bermotor
	Bekerja sama	
	dengan UKM Blitar.	
	6. Memiliki koneksi	
	penjualan yang luas	
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Dapat	1. Mengembangkan	1. Mengembangkan
mengembangkan	strategi pemasaran	strategi pemasaran
omset penjualan	online	online
kedepannya.	2. Mempertahankan	2. Mengikuti pelatihan
2. Produk sudah	hubungan kerja	pengembangan IT
dipercayai masyarakat	terhadap relasi	dalam <i>e-bussines</i>
bahkan instansi pada	3. Memberikan	marketing
dinas-dinas	pelayanan terbaik	3. Jenis jajanan kering
pemerintahan di	4. Menjaga dan	akan dimasukkan

Blitar. dalam daftar mempertahankan 3. Gencarkan produk pemasaran online penggunaan internet 5. Mengembangkan 4. Pemasaran dapat dalam pemasaran strategi promosi dilakukan dengan produk atau 6. Pemasaran dapat roda empat dimanfaatkan untuk dilakukan dengan mengembangkan eroda empat business, seperti bekerja sama dengan toko online. 4. Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan inovasiinovasi baru. 5. Kedepannya pemasaran produk dengan menggunakan roda empat, sehingga cuaca tidak menjadi kendala distributor. STRATEGI ST STRATEGI WT TREATHS (T) 1. Pangsa pasar yang 1. Menciptakan 1. Menciptakan produk besar menyebabkan produk yang yang inovatif dan inovatif dan persaingan semakin bervariasi bervariasi 2. Mengikuti pelatihan kuat. 2. Beberapa pesaing 2. Pemasaran dapat pengembangan IT dalam *e-bussines* yang telah dilakukan dengan mengembangkan roda empat marketing pemasarannya melalui 3. Mengembangkan 3. Pemasaran dapat online. strategi promosi dilakukan dengan 3. Cuaca hujan sedikit yang dilakukan roda empat menghambat 4. Mengembangkan 4. Mengembangkan distributor dalam strategi pemasaran strategi promosi memasarkan produk. online 4. Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di

daerah sekolah	
menjadi sedikit	
menurun.	

Sumber: Data yang Diolah

Berdasarkan hasil matrik SWOT diatas dapat dirumuskan strategi yang digunakan dalam penerapan strategi pemasaran Paguyuban Sari Roso, sebagai berikut:

- 1) SO (Strength-Opportunities)
 - a) Mengembangkan strategi pemasaran online
 - b) Mempertahankan hubungan kerja terhadap relasi
 - c) Memberikan pelayanan terbaik
 - d) Menjaga dan mempertahankan produk
 - e) Mengembangkan strategi promosi
 - f) Pemasaran dapat dilakukan dengan roda empat
- 2) WO (Weakness-Opportunities)
 - a) Mengembangkan strategi pemasaran online
 - b) Mengikuti pelatihan pengembangan IT dalam *e-bussines*marketing
 - c) Jenis jajanan kering akan dimasukkan dalam daftar pemasaran online
 - d) Pemasaran dapat dilakukan dengan roda empat
- 3) ST (*Strength-Threats*)
 - a) Menciptakan produk yang inovatif dan bervariasi
 - b) Pemasaran dapat dilakukan dengan roda empat

- c) Mengembangkan strategi promosi yang dilakukan
- d) Mengembangkan strategi pemasaran online
- 4) WT (Weakness-Threats)
 - a) Menciptakan produk yang inovatif dan bervariasi
 - b) Mengikuti pelatihan pengembangan IT dalam *e-bussines*marketing
 - c) Pemasaran dapat dilakukan dengan roda empat
 - d) Mengembangkan strategi promosi

c. Tahap Pengambilan Keputusan

Matriks QSPM ini menggunakan input yang diperoleh dari analisis matriks IFAS dan EFAS serta pencocokan dari analisis SWOT dan Matriks Internal Eksternal (IE), sehingga dapat mengevaluasi strategi alternatif secara objektif berdasarkan pada faktor-faktor kritis untuk sukses eksternal dan internal yang dikenali sebelumnya.

Tabel 4.13 Hasil Matriks QSPM

	Alternatif strategi						
Faktor utama	Rating	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
Produk yang ditawarkan beragam dan banyak.	0,114	4	0,45	4	0,45	4	0,45
Kualitas aman	0,114	3	0,34	4	0,45	3	0,34

dan terjamin yang telah di legalisir oleh dinas kesehatan. Pengecekan produk setiap tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar. Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan konsumen. Bekerja sama dengan UKM Blitar. Memiliki koneksi penjualan yang luas O,114 3 0,34 2 3 0,34 2 3 2 0,34 2 3 2 2 0,17 2 0,17 3 1 3 1 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 4 4 4 4 4 5 4 4 5 4 4					ı			
oleh dinas kesehatan. Pengecekan produk setiap tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar. 0,085 3 0,25 5 4 0,34 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 3 5 5 5 3 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5	dan terjamin yang			2		6		2
Resehatan.								
Pengecekan								
Droduk setiap tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar.	kesehatan.							
tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar. 0,085 3 0,25 4 0,34 3 5 Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan konsumen. 0,085 3 0,25 3 0,25 3 5 5 3 0,25 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 3 0,24 2 3	Pengecekan							
tahunnya oleh dinas kesehatan Kabupaten Blitar. 0,085 3 5 4 0,34 3 5 Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan konsumen. 0,085 3 0,25 3 0,25 3 0,25 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 6 2 2 3 2 2 3	produk setiap			0.25				0.25
dinas kesehatan Kabupaten Blitar.	tahunnya oleh	0,085	3		4	0,34	3	
Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan konsumen.		·		3				5
Harga dan desain dapat dinego sesuai permintaan konsumen.	Kabupaten Blitar.							
dapat dinego sesuai permintaan konsumen. 0,085 3 0,25 5 5 3 0,25 5 5 3 0,25 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 5 3 2 2 2 2<	-							
Sesuai permintaan konsumen. Sekerja sama dengan UKM Bilitar. Memiliki koneksi penjualan yang luas O,114 3 O,34 2 3 2 2 3 2 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 3				0.25	_	0.25	_	0,25
Ronsumen. Bekerja sama dengan UKM Blitar. Memiliki koneksi penjualan yang luas 0,114 3 0,34 2 3 0,34 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 2 3 3		0,085	3		3		3	5
Bekerja sama dengan UKM Blitar. 0,114 4 0,45 6 3 0,34 2 3 0,34 2 Memiliki koneksi penjualan yang luas 0,114 3 0,34 2 3 0,34 2 3 0,34 2 3 0,34 2 3 0,34 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 0,34 2 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 3 1 1 1 3 1 1 1 1 3 0,17 3	-					J		
dengan UKM Blitar.								0.24
Blitar.	· ·	0.114	1	0,45	3	0,34	3	
Memiliki koneksi penjualan yang luas 0,114 3 0,34 2 3 0,34 2 3 0,34 2 3 0,34 2 3 2 Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. 0,114 2 0,22 8 3 0,34 2 3 2 3 2 Belum tersedia pemesanan melalui online. 0,085 3 0,34 2 2 0,17 2 0,17 2 0,17 Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. 0,057 3 3 0,17 3 0,17 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3	_	0,114		6	3	2	3	2
Denjualan yang Denj								0.24
luas Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. kelemahan Belum tersedia pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran mengunakan roda dua/sepeda 0,017		0.114	2	0,34	2	0,34	2	
Alat atau mesin telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. Relemahan Belum tersedia pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda O,114 2 0,22 8 3 0,34 2 3 2 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		0,114	3	2	3	2	3	2
telah melalui survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. kelemahan Belum tersedia pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran moda dua/sepeda 0,114 2 0,22 8 3 0,34 2 2 0,17 2 0,17 2 0,17 3 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 0,05 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1								
survei dan mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. 0,114 2 0,22 8 3 0,34 2 2 3 0,34 2 2 Belum tersedia pemesanan melalui online. 0,085 3 0,34 2 2 2 0,17 2 0,17 2 0,17 3 1 0,17 3 1 0,17 3 1 0,17 3 1 0,17 3 3 1 0,17 3 3 1 0,17 3 3 1 0,17 3 3 1 0,17 3 3 3 1 0,17 3 3 3 3 1 0,17 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 0,17 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3 3								
mendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. kelemahan Belum tersedia pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran menggunakan roda dua/sepeda 0,114 2 8 8 3 0,34 2 3 2 2 0,17 2 0,17 2 0,17 2 0,17 3 0,17 3 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 1 0,05 7 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 1 1 0,05 7 1 0,05 7 2 0,11 4 2 0,11 4 1 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 2 0,11 4 2 0,11 4 1 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05 7 1 0,05								
hiendapatkan batuan alat produksi dari Dinas Pangan. kelemahan Belum tersedia pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda O,114 2 8 3 2 3 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2				0.22		0.34	_	0,34
batuan alat produksi dari Dinas Pangan. kelemahan Belum tersedia pemesanan nelalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda Belum tersedia pemesanan 0,085 3 0,34 2 0,17 2 0,17 2 0,17 3 0,17 1 3 1 3 0,17 1 3 1 1 3 0,17 1 3 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1		0,114	2		3		3	2
Dinas Pangan. kelemahan Belum tersedia pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda Dinas Pangan. 0,085 3 0,34 2 2 0,17 2 0,17 3 1 3 0,17 1 3 0,17 1 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4				O		_		
kelemahanBelum tersedia pemesanan melalui online.0,08530,34 220,1720,17Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online.0,05730,17 130,17 130,17 1Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi.0,05720,11 420,11 420,11 4Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda0,05710,05 720,11 420,11 4	-							
Belum tersedia pemesanan 0,085 3 0,34 2 0,17 2 0,17 melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,057 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,								
pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran menggunakan roda dua/sepeda 0,085 3 0,34 2 2 0,17 3 0,17 1 3 0,17 1 2 0,17 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11	kelemahan							
pemesanan melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran menggunakan roda dua/sepeda 0,085 3 0,34 2 2 0,17 3 0,17 1 3 0,17 1 2 0,17 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11	Relum tercedia							
melalui online. Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda O,057 2 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 4 2 0,11 4 4 2 0,11 4 4 2 0,11 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4		0.085	3	0,34	2	0.17	2	0,17
Kurangnya pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 3 0,17 1 3 0,17 1 3 0,17 1 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 4 2 0,11 4 4 2 0,11 4 4 2 0,11 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	_	0,005	3	2	2	0,17	2	ŕ
pelatihan dalam memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,05 7 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 4 4 4 4 4 4 4 4								
memahami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 3 0,17 1 3 0,17 1 3 1 1 3 1 1 3 1 1 3 1 1 3 1 1 3 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1 1								
memanami sistem pemasaran berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,057 2 0,11 2 0,11 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4		0.057	2	0,17	2	0,17	2	0,17
berbasis online. Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,05 7 2 0,11 4 2 0,11 4 2 4 2 4 4 2 4 4 2 4 4 2 4 4 4 4 4 4		0,057	3	1	3		3	1
Jenis kue yang basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda O,057 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4								
basah sulit dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 4 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11 4 2 0,11								
dipasarkan secara online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 2 0,11 4 2 0,11 4 2 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4 4	• •							
online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda O,057 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2 4 2			_	0.11	_	0.11	_	0,11
online karena mudah basi. Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda O,057 1 0,05 7 2 0,11 2 0,11 4 2 4	*	0,057	2		2		2	4
Alat transportasi pemasaran masih menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,05 7 2 0,11 4 0,11 4 0,11								
$ \begin{array}{c c c c c c c c c c c c c c c c c c c $								
menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,05 7 2 0,11 2 4								
menggunakan roda dua/sepeda 0,057 1 0,057 2 4 4 2 4	pemasaran masih			0.05		0.11		0,11
roda dua/sepeda	menggunakan	0,057	1		2		2	-
	roda dua/sepeda			′		4		
	bermotor							

Peluang							
Dapat mengembangkan omset penjualan kedepannya.	0,097	3	0,29	3	0,29	3	0,29
Meminimalisir angka pengangguran desa karena banyak masyarakat yang tertarik untuk produktif.	0,097	3	0,29	4	0,38	3	0,29
Produk sudah dipercayai masyarakat bahkan instansi pada dinas-dinas pemerintahan di Blitar.	0,097	4	0,38	3	0,29	3	0,29
Gencarkan penggunaan internet dalam pemasaran produk atau dimanfaatkan untuk mengembangkan e-business	0,097	4	0,38	4	0,38	3	0,29
Adanya minat konsumen yang tinggi sehingga peluang untuk produsen dalam menciptakan inovasi-inovasi baru.	0,097	4	0,38	4	0,38	4	0,38
Peluang untuk masyarakat terutama wanita agar berpenghasilan sendiri tanpa harus menjadi tenaga kerja	0,097	3	0,29	4	0,38	3	0,29

untuk negara lain.							
Kedepannya pemasaran produk dengan menggunakan roda empat, sehingga cuaca tidak menjadi kendala distributor.	0,073	3	0,21	3	0,21 9	3	0,21
Ancaman							
Cuaca hujan sedikit menghambat distributor dalam memasarkan produk.	0,073	1	0,07	2	0,14	1	0,07
Ketika musim liburan sekolah, sebagian distributor yang pemasarannya di daerah sekolah menjadi sedikit menurun.	0,073	2	0,14	2	0,14	2	0,14
Pangsa pasar yang besar menyebabkan persaingan semakin kuat.	0,097	2	0,19 4	2	0,19 4	1	0,09 7
Beberapa pesaing yang telah mengembangkan pemasarannya melalui online.	0,097	3	0,29	3	0,29	2	0,19
Jumlah			5,59		5,89		5,47 5

Sumber: Data yang Diolah

Keterangan:

Pilihan AS

- 1 = Tidak Menarik
- 2 = Agak Menarik
- 3 = Cukup Menarik
- 4 = Sangat Menarik
- a. Strategi 1 adalah Strategi Penetrasi Pasar (market penetration)
- b. Strategi 2 adalah strategi pengembangan pasar (*Market Development*)
- c. Strategi 3 adalah strategi pengembangan produk (*Product Development*)

Berdasarkan tabel diatas di atas, dapat diketahui bahwa Total Attractive Score (TAS) pada strategi penetrasi pasar (market penetration) adalah sebesar 5,59, sedangkan TAS pada strategi pengembangan pasar (market development) adalah sebesar 5,89, dan pada TAS strategi pengembangan produk (product development) adalah sebesar 5,475 sehingga strategi alternatif terbaik yang dihasilkan adalah dengan melakukan strategi pengembangan pasar.